

FACULDADE DAMAS DA INSTRUÇÃO CRISTÃ  
CURSO DE ARQUITETURA E URBANISMO

LUDIMILA TAVARES SANTOS

MERCADO DE SÃO JOSÉ - RECIFE: NOVOS PARÂMETROS DE USO

RECIFE

2018

FACULDADE DAMAS DA INSTRUÇÃO CRISTÃ  
CURSO DE ARQUITETURA E URBANISMO

Ludimila Tavares Santos

**MERCADO DE SÃO JOSÉ - RECIFE: NOVOS PARÂMETROS DE  
USO**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado como exigência para a Graduação no  
Curso de Arquitetura e Urbanismo, sob a  
orientação do Prof(a). Msc. Ana Carolina Puttini.

RECIFE  
2018

Catálogo na Fonte  
Bibliotecário Ricardo Luiz Lopes CRB/4-2116

S237m Santos, Ludimila Tavares.  
Mercado de São José – Recife: novos parâmetros de uso. /  
Ludimila Tavares Soares. - Recife, 2018.  
64 f. : il. color.

Orientador: Prof<sup>a</sup>. Ms. Ana Carolina Puttini.  
Trabalho de conclusão de curso (Monografia – Arquitetura e  
Urbanismo) – Faculdade Damas da Instrução Cristã, 2018.  
Inclui bibliografia

1. Arquitetura e urbanismo. 2. Mercado de São José. 3. Mercado  
público. I. Puttini, Ana Carolina. II. Faculdade Damas da Instrução  
Cristã. III. Título

72 CDU (22. ed.) FADIC (2018-142)

FACULDADE DAMAS DA INSTRUÇÃO CRISTÃ  
CURSO DE ARQUITETURA E URBANISMO

LUDIMILA TAVARES SANTOS

**MERCADO DE SÃO JOSÉ - RECIFE: NOVOS PARÂMETROS DE  
USO**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado como exigência parcial para a  
Graduação no Curso de Arquitetura e Urbanismo,  
sob orientação da Prof(a). Msc. Ana Carolina  
Puttini.

Aprovado em ..... de ..... de 2018

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof.<sup>a</sup> Msc. Ana Carolina Puttini / FADIC  
Orientador

---

Prof.<sup>a</sup> Msc. Denise Gaudiot / FADIC  
Examinador 1

---

Prof.<sup>a</sup> DR.<sup>a</sup> Stela Barthel/ FADIC  
Examinador 2

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente aos meus pais, Gilselia e Luiz André, pela boa educação, apoio e proteção desde sempre. Aos meus irmãos, Camilla e Heitor por estarem sempre dispostos a ajudar.

À minha orientadora, Ana Carolina Puttini. Obrigada pela paciência, ensinamentos partilhados, por cada correção, cada assessoramento.

À professora Winnie Fellows, pelas orientações e esclarecimentos transmitidos durante as aulas de TG2.

Aos meus amigos, por terem me ajudado de alguma forma no decorrer da jornada acadêmica e/ou no desenvolvimento dessa pesquisa.

## RESUMO

O presente Trabalho de Graduação tem como objeto de estudo o Mercado de São José, visando a vitalidade urbana pela força cultural dos mercados públicos em Recife, não só como um lugar de consumo, mas também um lugar de experiências sociais. Por tanto, realizou-se uma pesquisa sobre a história, função e tipologia dos mercados públicos em geral e resgatou-se a história dos principais mercados de Recife até chegar ao Mercado de São José, onde procurou-se entender mais sobre ele e o seu entorno.

Metodologia: referências bibliográficas, pesquisa documental, fotografias e questionário *online*.

Conclusão: Por fim, através do desenvolvimento deste trabalho e do resultado do questionário feito, conclui-se que é necessária a implantação de novas práticas de uso em um novo modo de apropriação do espaço urbano, tendo o intuito de preservação da sua imagem, assim, o Mercado de São José atenderia o estilo de vida e às necessidades atuais.

**Palavras chave:** Mercado de São José, mercado público.

## **ABSTRACT**

The purpose of this graduation project is to study the São José Market, aiming to analyze its' urban vitality through the cultural strength of public markets in Recife, not only as a place of consumption, but also as a place of social interactions. A research was done on the history, function and typology of the public markets in general and the history of the main markets of Recife was recovered until we get to the São José Market, trying to understand more about it and its' surroundings.

Methodology: review of bibliographic references, research on documents and photographs, and use of an online questionnaire.

Conclusion: Finally, through the development of this project and after reviewing the results of the questionnaire, we conclude that it is necessary to implement new practices of use in a new way of urban space appropriation in order to preserve the image of the market. This way the São José Market would attend to the current lifestyle and needs of the population.

**Keywords:** São José Market, public markets.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

<b>Figura 1</b> – Planta da Agora de Pirene. ....	15
<b>Figura 2</b> – Mercado público no Império Romano.....	15
<b>Figura 3</b> – Mercado de Florence - Itália.....	17
<b>Figura 4</b> – Mercado de Nevers - França.....	17
<b>Figura 5</b> – A Praça Quinze diante do Mercado da Candelária (ao fundo) .....	18
<b>Figura 6</b> – Planta do Mercado de São José .....	20
<b>Figura 7</b> – Mercado da Ribeira do Peixe .....	21
<b>Figura 8</b> – Mercado da Boa Vista .....	22
<b>Figura 9</b> – Mercado da Encruzilhada.....	23
<b>Figura 10</b> – Mercado da Madalena.....	24
<b>Figura 11</b> – Mercado de Casa Amarela.....	25
<b>Figura 12</b> – Linha do tempo dos mercados recifenses .....	25
<b>Figura 13</b> – Mapa da cidade do Recife - 1906.....	27
<b>Figura 14</b> – Mercado de Les Halles - Paris .....	28
<b>Figura 15</b> – Mercado de São José – 1910.....	29
<b>Figura 16</b> – Mercado de São José antes do incêndio – 1989.....	30
<b>Figura 17</b> – Estrutura da cobertura antes do incêndio do Mercado de São José – 1989 .....	31
<b>Figura 18</b> – Detalhe decorativo da estrutura da cobertura antes do incêndio do Mercado de São José – 1989.....	32
<b>Figura 19</b> – Mercado de São José - 2012 .....	33
<b>Figura 20</b> – Detalhe decorativo da estrutura da cobertura do Mercado de São José - 2012 .....	33
<b>Figura 21</b> – Detalhe da coluna em ferro do Mercado de São José - 2012 .....	34
<b>Figura 22</b> – Setor de artesanato do Mercado de São José - 2014 .....	35
<b>Figura 23</b> – Setor de carnes, peixes do Mercado de São José - 2014.....	35
<b>Figura 24</b> – Mercado Municipal de São Paulo – 1950.....	40
<b>Figura 25</b> – Mezanino e vitrais temáticos. ....	41
<b>Figura 26</b> – Nova fachada do Mercado Municipal de São Paulo.....	42
<b>Figura 27</b> – Mercado da Ribeira - 1930 .....	43
<b>Figura 28</b> – Interior do Mercado da Ribeira - 1930 .....	44
<b>Figura 29</b> – Interior do Mercado da Ribeira - 2000 .....	45

<b>Figura 30</b> – Interior do Mercado da Ribeira - 2014 .....	45
<b>Figura 31</b> - Mapa de zoneamento.....	46
<b>Figura 32</b> – Benefícios do mercado público .....	51

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

CSURB	Companhia de Serviços Urbanos do Recife
ESIG	Sistema de Informações Geográficas do Recife
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
SSA	Sustentabilidade Ambiental
SPA	Setor de Proteção Ambiental
SPR	Setor de Proteção Rigorosa
UEA	Unidades de Equilíbrio Ambiental
ZEPH	Zona Especial de Preservação Histórica

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>9</b>
<b>2. RESGATE HISTÓRICO .....</b>	<b>12</b>
2.1. Função do mercado.....	14
2.2. Linha do tempo dos mercados recifenses.....	21
<b>3. O MERCADO DE SÃO JOSÉ.....</b>	<b>26</b>
3.1. História.....	26
3.2. Relação com o entorno do mercado antes e hoje.....	36
3.3. Relação com a população do mercado antes e hoje .....	37
<b>4. REFERÊNCIAS PROJETUAIS.....</b>	<b>40</b>
4.1. Mercado Municipal de São Paulo .....	40
4.2. Mercado da Ribeira de Lisboa.....	43
<b>5. DIRETRIZES PARA NOVOS PARÂMETROS DE USO.....</b>	<b>46</b>
5.1 Análise de resultados: questionário <i>online</i> .....	48
<b>6. CONCLUSÃO .....</b>	<b>53</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>55</b>
<b>APÊNDICE.....</b>	<b>59</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Os mercados têm grande importância no cenário econômico e social de uma cidade, sendo o principal ponto de encontro entre vendedores e compradores de qualquer comunidade urbana desde a antiguidade, transformando-se pela tradição, em centro de convívio onde melhor encontra-se retratada uma sociedade. Dessa forma, o mercado mostra diferentes concepções do mundo e da vida, diferentes representações sociais acerca das relações materiais e simbólicas, assim como acerca do próprio lugar estudado, ou seja, sobre o mercado público e suas significações e importâncias para os diferentes atores sociais nele presentes.

As necessidades atuais têm modificado o estilo de vida das pessoas e suas relações com a cidade e equipamentos públicos. Os mercados entram nesse contexto a partir do momento em que o cidadão procura novos serviços em edificações de uso específico, como os mercados, por exemplo. Atualmente, em alguns centros urbanos há um grande pólo de lojas e escritórios, mas poucas residências, transformando assim, a relação do entorno com seus usuários.

Segundo Saboya, a vitalidade urbana pode ser entendida como a alta intensidade, frequência e riqueza de apropriação do espaço público, bem como a interação deste com as atividades que acontecem dentro das edificações. Refere-se à vida nas ruas, praças, passeios e demais espaços públicos abertos. Mais especificamente, dizemos que um lugar possui vitalidade quando há pessoas usando seus espaços: caminhando, indo e vindo de seus afazeres diários ou eventuais, interagindo, conversando, encontrando-se.

Sendo assim, a vitalidade produzida pelos mercados públicos é reconhecida pela concentração de atividades comerciais e pela convergência de indivíduos presentes nos lugares onde estes estão inseridos, qualificando os espaços públicos da cidade com a presença de pessoas em diferentes horários do dia.

Hoje, novos espaços privados<sup>1</sup>, semiprivados<sup>2</sup> parecem ter assumido a função de abrigo da vida coletiva urbana. Esses espaços, localizados no interior de áreas comerciais (shopping centers, casa de recepções) ou mesmo residenciais (condomínios horizontais ou verticais) são atualmente o palco de grandes eventos profissionais e familiares.

O espaço do mercado “flexibiliza-se”, ou seja, esse espaço está sendo invadido por um novo momento da história, mais precisamente aquele em que a sociedade está totalmente submetida ao econômico. Os mercados que deixam de ser funcionais desaparecem da paisagem.

Pensando nesses conceitos, a questão que se coloca, então, é como se podem adaptar as novas demandas às edificações antigas, ou seja, fazer uma releitura de uso do espaço considerando-se o público frequentador e suas necessidades.

A presente pesquisa possui como **objeto de estudo** o Mercado de São José – Recife. O **objetivo geral** consiste em propor diretrizes de requalificação e novos parâmetros de uso do Mercado de São José, como parte de reforma de revitalização do centro da cidade. Para tal, foram traçados os seguintes **objetivos específicos**:

- Resgate histórico do conceito de mercado.
- Resgatar a memória do mercado de São José.
- Entender a relação do mercado de São José com a cidade e seus habitantes.
- Estudar uma forma híbrida do uso do mercado de São José por diferentes camadas da população.

A metodologia para alcançar tais objetivos consiste de **pesquisa bibliográfica**, buscando a história através de artigos e fotos para entender todo o processo dos

---

<sup>1</sup> Os **espaços privados** são de propriedade privada (pessoas ou empresas), ou seja, casas, lojas comerciais, escolas particulares, Shopping Centers. Os responsáveis pela manutenção e preservação locais são os proprietários. (PUIME, E.)

<sup>2</sup> Os **espaços semi-privados** são os com restrição de acesso e à circulação, nestes a presença é controlada e restrita a determinadas pessoas, como os edifícios públicos (Prefeituras, Fóruns, residências oficiais de governantes), instituições de ensino, hospitais, entre outros.

mercados públicos e principalmente o Mercado de São José. Após esse processo inicial, a **pesquisa documental** ajudou na análise de ocupação desses espaços.

Ainda podemos distinguir um estudo objetivo, que descreve as características e qualidades urbanas do mercado analisado e um estudo subjetivo que parte para conhecer a visão dos entrevistados sobre seus hábitos. Do mesmo modo, tanto análises quantitativas como qualitativas foram utilizadas para a investigação dos resultados.

Para as análises de comportamento, utilizou-se um **questionário**. Tal ferramenta permitiu o estabelecimento de questões relevantes a ser formuladas e foi útil também quando se tornou necessário verificar o grau de aderência de diferentes respondentes às questões formuladas. Esse método de pesquisa auxiliou o pesquisador a construir uma pesquisa sistemática, transmitindo a opinião de uma dada população sobre um determinado assunto.

O trabalho foi organizado em 4 capítulos que se seguem a esta Introdução, além da conclusão. No capítulo 2, Resgate histórico, é apresentado um breve relato da evolução e de como surgiram as feiras livres até chegar aos mercados públicos. Em seguida, aprofunda-se mais sobre os mercados, falando da sua origem dentro e fora do Brasil e também da sua importância no mercado econômico e na vitalidade urbana. A linha do tempo dos mercados recifenses vêm a seguir, mostrando a história dos principais mercados da cidade de Recife até chegar ao objeto de estudo, o Mercado de São José.

No capítulo 3, detalha-se o Mercado de São José. Começando pela história, arquitetura e evoluindo para a relação com o entorno do mercado antes e hoje e a relação da população com o mercado antes e hoje. No capítulo 4, Referências Projetuais, pesquisa-se sobre dois mercados que servem de inspiração, o Mercado Municipal de São Paulo e o Mercado da Ribeira de Lisboa. Por fim, no capítulo 5, Diretrizes para Novos Parâmetros de Uso, são apresentados os resultados do questionário e a introdução de novos usos, baseando-se nas potencialidades e nos problemas do mercado.

## 2. RESGATE HISTÓRICO

Segundo Oliveira Júnior (2006), o surgimento da agricultura, no Período Neolítico, permitiu ao homem, aprofundar conhecimentos e técnicas acerca do cultivo de plantas e criação de animais. No princípio, a produção era destinada apenas para a subsistência. A partir da evolução de tecnologias, foi possível produzir com excedentes, que logo passaram a ser utilizados como moeda de troca para aquisição de diversos bens. Surgia, assim, o comércio em sua forma mais rudimentar.

As feiras representam um fenômeno sociocultural e econômico proveniente dos aglomerados de pessoas e barracas, onde são comercializados diversos tipos de produtos nas ruas (alimentos, roupas, sapatos, acessórios de casa, artesanato etc.) Sua origem é incerta, embora os historiadores afirmem a presença desse evento social desde 500 a.C., em algumas civilizações antigas, tal qual a fenícia, a grega, a romana, a árabe.

“As feiras medievais surgiram com o declínio do sistema feudal na Idade Média e o desenvolvimento dos burgos, nome dado às cidades medievais que, anteriormente pertenciam aos senhores feudais e, com o passar do tempo e o surgimento de uma nova classe social, a burguesia, elas foram se desenvolvendo durante o período denominado de Renascimento” (TODA MATÉRIA, 2015).

O sistema feudal, baseado sobretudo na troca, foi substituído pela comercialização dos produtos, posto que o excedente de produção dos feudos, que cada vez mais sofriam com a fuga dos trabalhadores, passaram a servir para venda. Esses locais destinados à comercialização dos produtos dentro dos burgos, eram denominadas de “feiras livres”, onde os mais variados produtos eram expostos à venda. Entre as principais feiras medievais estão a de Champagne, na França e a de Flandres, na Bélgica.

As feiras livres foram se tornando um importante canal de distribuição comercial bem como uma forma de comunicação popular, sendo caracterizadas pelo encontro periódico de pessoas que se reuniam em algum lugar pré-determinado da cidade

(burgos), com o intuito de vender seus produtos à população ou mesmo realizar trocas.

No Brasil, as feiras surgiram desde a época da colonização portuguesa (CHAVES, 2011). Período em que a população sentia a necessidade de comercializar produtos das mais variadas espécies. Dessa forma, as pessoas se reuniam em locais pré-determinados, durante certo período, para suprir suas necessidades comerciais e também realizar atividades socioculturais. Foi assim que as feiras livres no Brasil se consolidaram como uma das mais antigas e tradicionais formas de comércio, lazer e sobretudo, como centro de sociabilidade das cidades.

Atualmente, ainda é muito comum nas cidades brasileiras as feiras serem realizadas uma vez por semana em locais pré-determinados. Entre as maiores e mais tradicionais feiras do país, merecem destaque: a maior feira livre do Brasil e da América Latina, chamada “Ver-o-Peso”, que ocorre desde o século XVII, na cidade de Belém do Pará e a Feira de Caruaru, em Pernambuco, uma das maiores feiras ao ar livre do Brasil, iniciada no final do século XVIII. Ambas são consideradas de grande importância histórica.

## 2.1. Função do mercado

“Os mercados têm grande importância no cenário econômico e social de uma cidade, sendo o principal ponto de encontro entre vendedores e compradores de qualquer comunidade urbana desde a antiguidade, transformando-se pela tradição, em centro de convívio onde melhor encontra-se retratada uma cidade” (LINS, 2007).

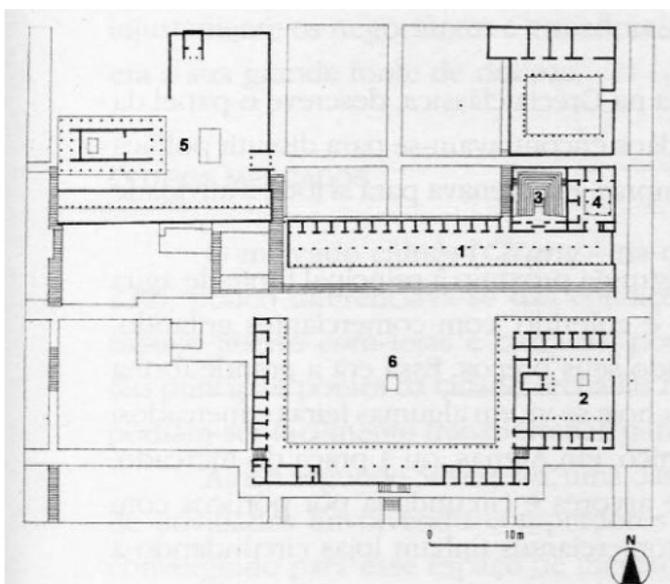
Dessa forma, o mercado mostra diferentes concepções do mundo e da vida, diferentes representações sociais acerca das relações materiais e simbólicas, assim como acerca do próprio lugar estudado, ou seja, sobre o mercado público e suas significações e importâncias para os diferentes atores sociais nele presentes. Todas as culturas adotaram essa forma de troca de produtos e, dependendo das mercadorias que ali se trocavam, essa interação poderia ser esporádica, periódica ou de maneira constante e com local apropriado para esse fim.

As formas emergentes guardam especificidades e também características comuns. Começando pelo Oriente Médio, as primeiras formas comerciais foram através de bazares, rota marítimas e terrestres, configurando-se em um importante centro de comércio mundial. Segundo VARGAS (*apud* BARBOSA, 2016), o bazar, significa “mercadoria” na língua árabe e passou a denominar o local onde essas mercadorias eram expostas à venda. Era o lugar onde diferentes classes sociais podiam conviver em harmonia e onde as opiniões eram difundidas, tornando-se parte fundamental da sociedade e cultura islâmica.

Na Grécia Antiga, inicialmente, o mercado acontecia próximo à Acrópole. Com o crescimento da população, um novo lugar foi destinado para que o comércio pudesse ocorrer: a Ágora. (**Figura 1**). A partir desse momento, a Acrópole adquire um caráter religioso e estratégico e a Ágora se estabelece como um lugar de encontros cívicos e de comércio varejista (BARBOSA, 2016). No Império Romano, as atividades comerciais, políticas, religiosas e troca de opiniões, eram realizadas dentro dos Fóruns, definidos por um espaço público descoberto ladeado pelos edifícios do Senado e da Justiça numa posição contrária ao mercado (**Figura 2**).

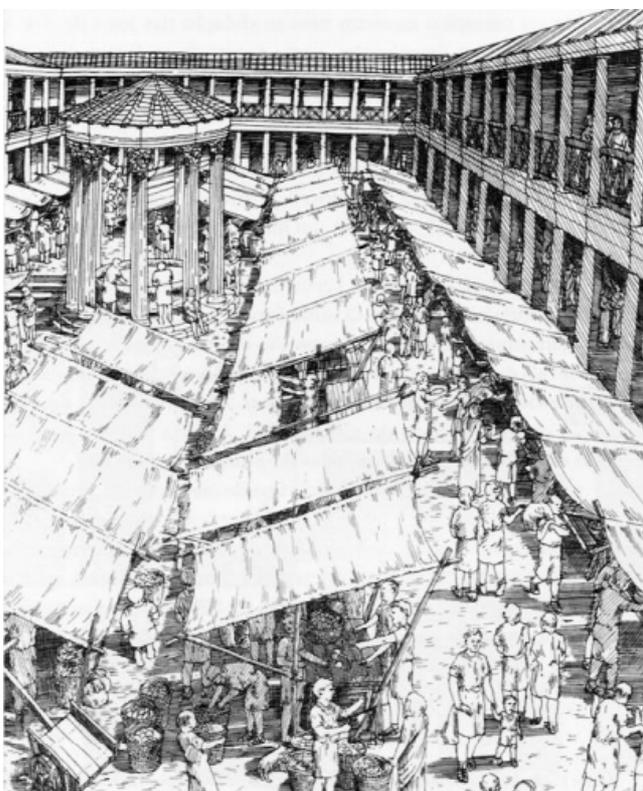
**Figura 1** – Planta da Agora de Pirene.

5- Templo de Athena. 6- Ágora



Fonte: Dissertação de mestrado. Disponível em:  
<<http://tede.biblioteca.ufpb.br:8080/handle/tede/5557>>  
Acesso em: 31 maio 2018

**Figura 2** – Mercado público no Império Romano



Fonte: Dissertação de mestrado. Disponível em:  
<<http://tede.biblioteca.ufpb.br:8080/handle/tede/5557>>  
Acesso em: 31 maio 2018

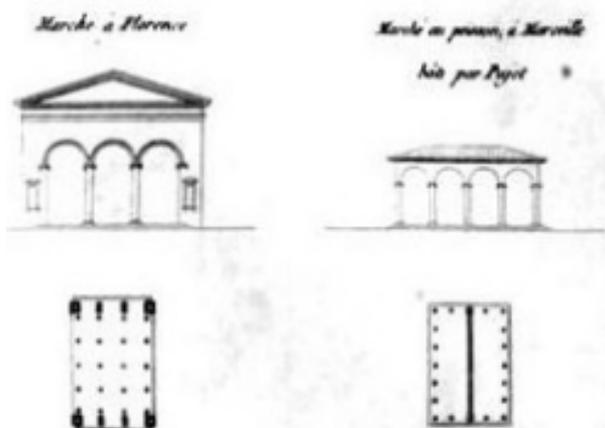
A cidade medieval no Ocidente, de um modo geral, não dispunha de lugar fixo para as atividades de troca de produtos, que eram desenvolvidas em todas as suas ruas e praças. O andar pelas ruas era dificultado porque os comerciantes dispunham seus produtos de troca, os artesãos colocavam ali suas bancadas de trabalho, enfim, as atividades profissionais geralmente não se desenvolviam dentro das moradias, que eram pequenas e sem iluminação. Com o tempo, foi se desenhando uma separação das atividades e os pesquisadores apontam os açougueiros como sendo os primeiros a serem isolados dos demais, porque sua atividade poluía muito o ambiente, com detritos e mau cheiro.

No Brasil, a origem dos mercados está nos espaços abertos das cidades coloniais. As atividades se desenvolviam a partir da igreja, barracas alinhadas a céu aberto que dominava o espaço urbano e determinava as atividades cotidianas da população, fossem estas sociais, econômicas ou religiosas. Com o crescimento das cidades, o abastecimento tornou-se condição primordial e indispensável para a sua consolidação, articulação e para o bom funcionamento da experiência urbana. Em contraposição às demais atividades produtivas, os locais de abastecimento instalavam-se no coração da cidade, estabelecendo e articulando relações internas, entre os habitantes e também externas, entre a cidade e sua área de influência.

Ao analisar algumas tipologias construtivas dos mercados públicos, encontramos 3 principais tipos. A primeira foi o mercado fechado com pátio interno, foram projetados e construídos na primeira metade do século XIX, remetendo a uma tipologia antiga de mercado, lembrando o átrio romano.

Segundo o autor DURAND (*apud* MURILHA; SALGADO 2011), estes mercados possuíam plantas simétricas de forma quadrada e retangular, além de terem um pátio interno descoberto composto por um conjunto de arcadas nas laterais, apresentando fachadas em estilo neorromânico (**Figura 3**).

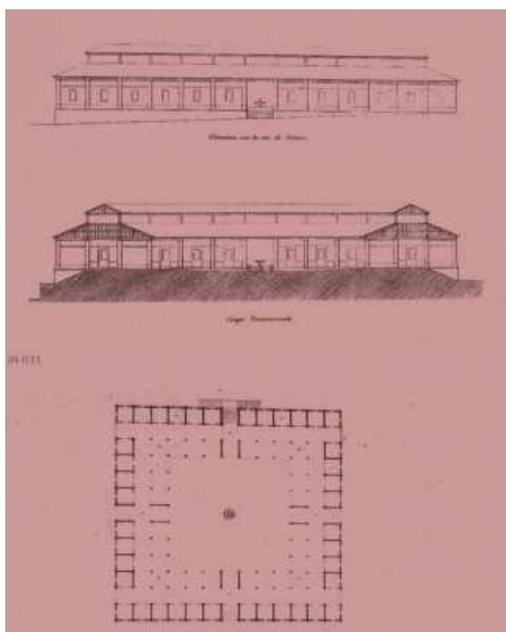
**Figura 3 – Mercado de Florence - Itália**



Fonte: Dissertação de mestrado. Disponível em: <<http://tede.bibliotecadigital.puc-campinas.edu.br:8080/jspui/handle/tede/90>> Acesso em: 05 junho 2018

“Na sua memória sobre a construção dos Halles centrais de Paris, escrita em 1863, Victor Baltard observou que até a primeira metade do século XIX, era bastante difundido na França o tipo clássico de mercado fechado que tem sua origem tipológica na Antiguidade Clássica. Afirmava ele tratar-se do mercado fechado, retangular, em madeira ou alvenaria, com clerestórios, dispostos ao longo de uma praça quadrada aberta, com um chafariz no meio. Cita como exemplo deste tipo de mercado o da cidade de Nevers, na França, construído em 1825...” (MURILHA; SALGADO, 2011) (Figura 4).

**Figura 4 – Mercado de Nevers - França**



Fonte: Dissertação de mestrado. Disponível em: <<http://tede.bibliotecadigital.puc-campinas.edu.br:8080/jspui/handle/tede/90>> Acesso em: 05 junho 2018

Este tipo construtivo para mercados públicos, que tem origem na concepção antiga de mercado com átrio envolto por arcadas, foi o tipo presente em projeto de mercados até meados do século XIX, até a utilização de ferro nas construções e a difusão de um novo tipo de mercado coberto. No Brasil, esta tipologia foi expandido em todo o século XIX, tendo o Mercado da Candelária servido como modelo (**Figura 5**).

**Figura 5** – A Praça Quinze diante do Mercado da Candelária (ao fundo)



Fonte: O Globo. Disponível em: <<http://acervo.oglobo.globo.com/incoming/praca-quinze-mercado-municipal-20734218>> Acesso em: 30 maio 2018

A segunda tipologia encontrada é o mercado coberto em estrutura de ferro, dotado de lanternim, na Europa. Surgiu em meados do século XIX com a Revolução Industrial e conseqüentemente com o surgimento e a aplicação do ferro nas construções, houve a possibilidade de se construirem os mercados públicos com maiores vãos, para assim, abrigar maior número de boxes internos, sendo estes edifícios cobertos em estrutura de ferro e também dotados de lanternim. Os mercados centrais de Paris, *Les Halles*, se constituirão como modelo na difusão desta nova tipologia.

Um outro tipo de mercado público que se pode classificar são os que foram construídos utilizando o sistema construtivo misto, ou seja, na execução destes edifícios foram utilizados alvenaria de tijolos de barro maciços e estrutura em ferro e madeira. A estrutura destes edifícios era composta por colunas de ferro, os

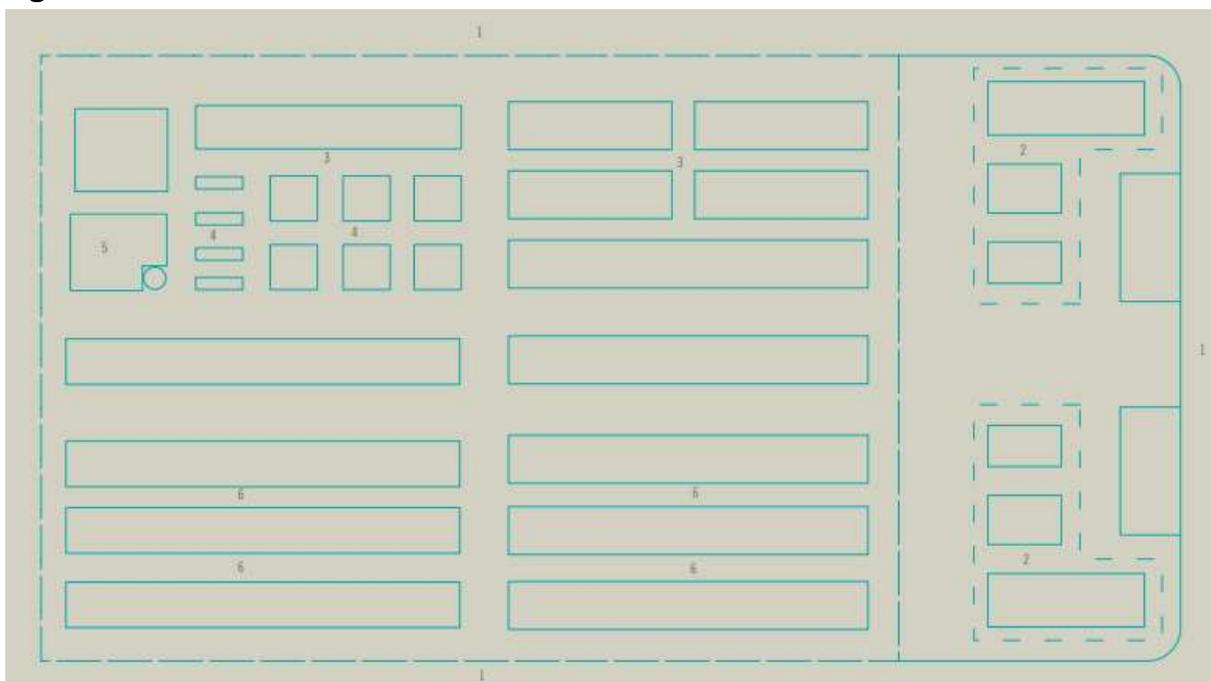
fechamentos externos em alvenaria e a trama estrutural da cobertura era executada em tesouras de madeira. Além destes edifícios apresentarem sistema construtivo misto, um diferencial que chama a atenção e que faz parte da composição volumétrica dos mesmos são os torreões, que eram executados nas laterais, os mesmos eram mais altos, destacando-se em relação à volumetria geral da edificação. Assim, a terceira e última tipologia, são os mercados públicos cobertos dotados de torreões laterais.

As características tipológicas e construtivas de muitos mercados públicos construídos no Brasil, ao longo do século XIX e início do XX, seguiram uma tipologia construtiva comum às práticas operativas de projeto no interior da categoria profissional.

“Em Recife, o mercado era caracterizado por ser um espaço aberto, sem edificações ou coberturas, onde haveria um comércio varejista em forma de feiras livres, além de espaços de embarque e desembarque de mercadorias, fruto do comércio de importação e exportação, junto aos trapiches. Em decorrência desta caracterização denomina-se, neste trabalho, de mercado aberto ou feiras livres esta forma de comercialização varejista no Recife...” (NÓBREGA, 2008).

Como temos o Mercado de São José é o objeto de estudo deste trabalho, vale ressaltar sua tipologia, que seguiu o formato estabelecido pelos grandes mercados cobertos europeus; estes mercados, além da função de abrigar os consumidores e comerciantes das intempéries, justificam o discurso higienista da preocupação sanitária urbana, presente também na comercialização (**Figura 6**).

“É construído por dois pavilhões retangulares, com coberta em quatro águas e estruturas independentes, conectados por um vão central de menor largura, que conforma uma rua coberta, com telhado em duas águas. No mercado, pode-se observar a coexistência da sinceridade da estrutura à mostra com o decorativismo, característica esta que marca um momento da transição na história da arquitetura, da tradição ao Modernismo” (<[http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/9\\_rota\\_patrimonio\\_mercado\\_sao\\_jose\\_recife\\_pe.pdf](http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/9_rota_patrimonio_mercado_sao_jose_recife_pe.pdf)> Acesso em: 15 maio 2018).

**Figura 6 – Planta do Mercado de São José**

## LEGENDAS

1. Entrada
2. Setor Administrativo e Banheiros
3. Setor de Bares e Alimentos em Geral
4. Setor de Peixes e Crustáceos
5. Câmara Frigorífica
6. Setor de Artesanado e Artigos Populares

Fonte: Portal Iphan. Disponível em:  
<[http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/9\\_rota\\_patrimonio\\_mercado\\_sao\\_jose\\_recife\\_pe.pdf](http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/9_rota_patrimonio_mercado_sao_jose_recife_pe.pdf)> Acesso em: 21 maio 2018

## 2.2. Linha do tempo dos mercados recifenses

O primeiro local de ponto de encontro entre vendedores e compradores no Recife teve início no século XVI, chamado de Mercado Velho, quando pescadores e mareantes estabeleceram seu centro de compras próximo à Igreja da Madre de Deus, no bairro do Recife. Durante a ocupação da companhia das Índias Ocidentais, entre os anos de 1630 e 1654, o Recife passou a dispor de mais um mercado: o mercado do Recife, ou mercado das carnes, localizado no chamado “terreiro dos coqueiros”. Em 1789, o então Governador de Pernambuco, D. Tomás José de Melo, preocupado com a falta de um espaço adequado para a venda das mercadorias locais, optou pela construção de um mercado de peixes, que passou a ser chamado como Mercado da Ribeira do peixe, o qual foi construído próximo ao local onde os pescadores costumavam vender seus produtos (LINS, 2007) (**Figura 7**).

**Figura 7** – Mercado da Ribeira do Peixe



Fonte: LINS, M. Mercados do Recife. Recife no bolso, 2007

No início do século XIX, o Recife passou por um grande crescimento populacional e consequentemente um desordenado crescimento urbano. Nessa mesma época ocorreu uma grande incidência de surtos epidêmicos nas cidades, deixando o comércio de rua, representado pelas feiras livres, açougues, mascates, que funcionavam sem ordem, sem higiene e regularidade mais vulneráveis ainda,

gerando a necessidade de melhorias urbanas e passando a ser a principal pauta do governo. Na segunda metade do século XIX, foram implantados os mercados cobertos, que foram uma transformação urbana e exemplo de um ideal de organização e padronização e só agora ganham “status” de equipamento urbano (MELO,2011).

Outros mercados públicos foram surgindo na paisagem da cidade do Recife como o da Boa Vista, o da Encruzilhada (1924), o da Madalena (1925), o de Casa Amarela (1930) e de outros bairros.

O Mercado da Boa Vista, situado na Rua de Santa Cruz, s/n, no bairro Boa Vista, foi construído no início de século XIX, porém não se sabe ao certo a data da sua inauguração, mas em 1865 o mercado já constava do mapa. Possui arquitetura única entre os mercados do Recife. Construído para atender a próspera e nobre população do bairro da Boa Vista, o mercado registra em livros e teses e na memória do povo um compartimento de venda de escravos. Com seu largo corredor frontal repleto de pórticos e área interna composta de uma grande praça ladeada de boxes por todos os lados, formando um quadrado – o átrio, como nas construções romanas – coberto de árvores frondosas e todo cercado por compartimentos comerciais. Possui 63 boxes, que comercializam cereais, verduras, frutas e legumes, carnes, aves e frios, além de ervas e armarinhos (**Figura 8**).

**Figura 8** – Mercado da Boa Vista



Fonte: Site Prefeitura do Recife. Disponível em: <<http://www2.recife.pe.gov.br/servico/mercado-da-boa-vista>> Acesso em: 26 nov 2017

O Mercado da Encruzilhada, situado na Rua Dr. José Maria, s/n, no bairro da Encruzilhada, teve início em 1924, quando o governador Sergio Lorêto desapropriou a estação da Cia. de Trilhos Urbanos para a construção de pequenos edifícios e também instalação do primeiro Mercado da Encruzilhada. O objetivo era acabar com a aglomeração de casinhas de madeiras que ficavam concentradas na frente da estação e obedecer às normas mais modernas para um mercado mais higiênico e estético. O projeto feito por Waldomiro Freyre de Albuquerque, foi pensado para 162 boxes, paredes em azulejos e calçamento em paralelepípedo, mas em poucos anos a antiga estação estava em péssimas condições precisando ser demolida. Em 1949, iniciou-se as obras do novo mercado, com uma arquitetura do estilo da década de 50, ambientes mais arejados e iluminados, área coberta de 3.850 m<sup>2</sup> e andar superior destinado à administração. Atualmente nos 214 boxes são comercializados: frutas, verduras, cereais, miudezas em geral, artesanato, frios, carnes e aves (Figura 9).

**Figura 9** – Mercado da Encruzilhada

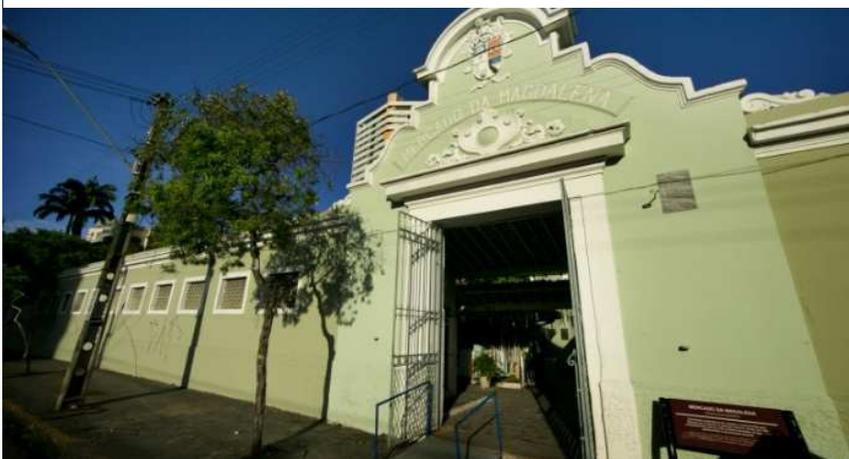


Fonte: Site Prefeitura do Recife. Disponível em:  
<<http://www2.recife.pe.gov.br/servico/mercado-da-encruzilhada>>  
Acesso em: 26 nov 2017

Construído em 1925, com uma arquitetura do período colonial, o Mercado da Madalena, situado na Rua Real da Torre, número 270, no bairro da Madalena, tem quatro fachadas, sendo a principal com 60 metros de comprimento, voltada para a Rua Real da Torre. Durante um período, o mercado funcionou também à noite e por isso, recebeu o apelido de Mercado do Bacurau. Originalmente era composto por 72 boxes, mas hoje conta com 180 boxes e tem destaque para o comércio de comidas

típicas: mungunzá, tapioca, cuscuz com café, além de alimentos variados, como frutas, verduras, legumes, cereais, carnes e peixe (**Figura 10**).

**Figura 10** – Mercado da Madalena



Fonte: Site Prefeitura do Recife. Disponível em:  
<<http://www2.recife.pe.gov.br/servico/mercado-da-madalena>>  
Acesso em: 26 nov 2017

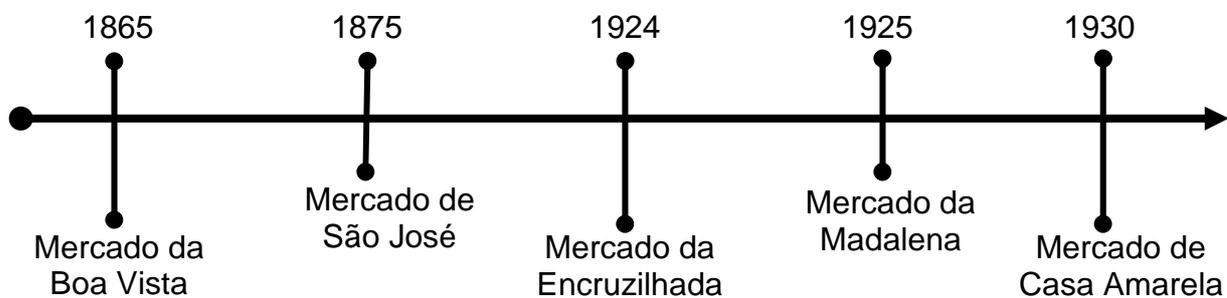
A origem do antigo mercado da Caxangá ainda é uma incógnita. As fontes documentais não conseguiram revelar o ano em que o mercado foi levantado na Caxangá, nem onde foram confeccionadas suas estruturas de ferro. E no de 1928, foi feito o transporte das peças de ferro, que pertenciam ao antigo mercado da Caxangá, que fora desmontando para ser remontado no bairro de Casa Amarela. Este fato vem demonstrar a mobilidade que o ferro trouxe para arquitetura, construções de maior porte se adequando às novas necessidades. Materiais mais leves, com menor custo e tempo de construção. Assim, o Mercado da Caxangá, deixando de ser adequado ao local onde originalmente foi construído, facilmente foi desmontado e transportado. O Mercado de Casa Amarela foi inaugurado em 1930, com a presença do interventor Carlos de Lima Cavalcanti. Situado na Estrada do Arraial, número 1930, no bairro de Casa Amarela, a área interna total é de 600.00m<sup>2</sup> tendo sua planta baixa a forma retangular. A entrada principal, voltada para a Rua Padre Lemos, destaca-se por frontão triangular, encimado por uma sineira, onde ficava antigamente o sino para comunicação dos funcionários e que hoje não se encontra mais no local (**Figura 11**).

**Figura 11** – Mercado de Casa Amarela



Fonte: Prefeitura do Recife. Disponível em:  
<<http://www2.recife.pe.gov.br/servico/mercado-de-casa-amarela>>  
Acesso em: 26 nov 2017

**Figura 12** – Linha do tempo dos mercados recifenses



Fonte: Autora

### 3. O MERCADO DE SÃO JOSÉ

#### 3.1. História

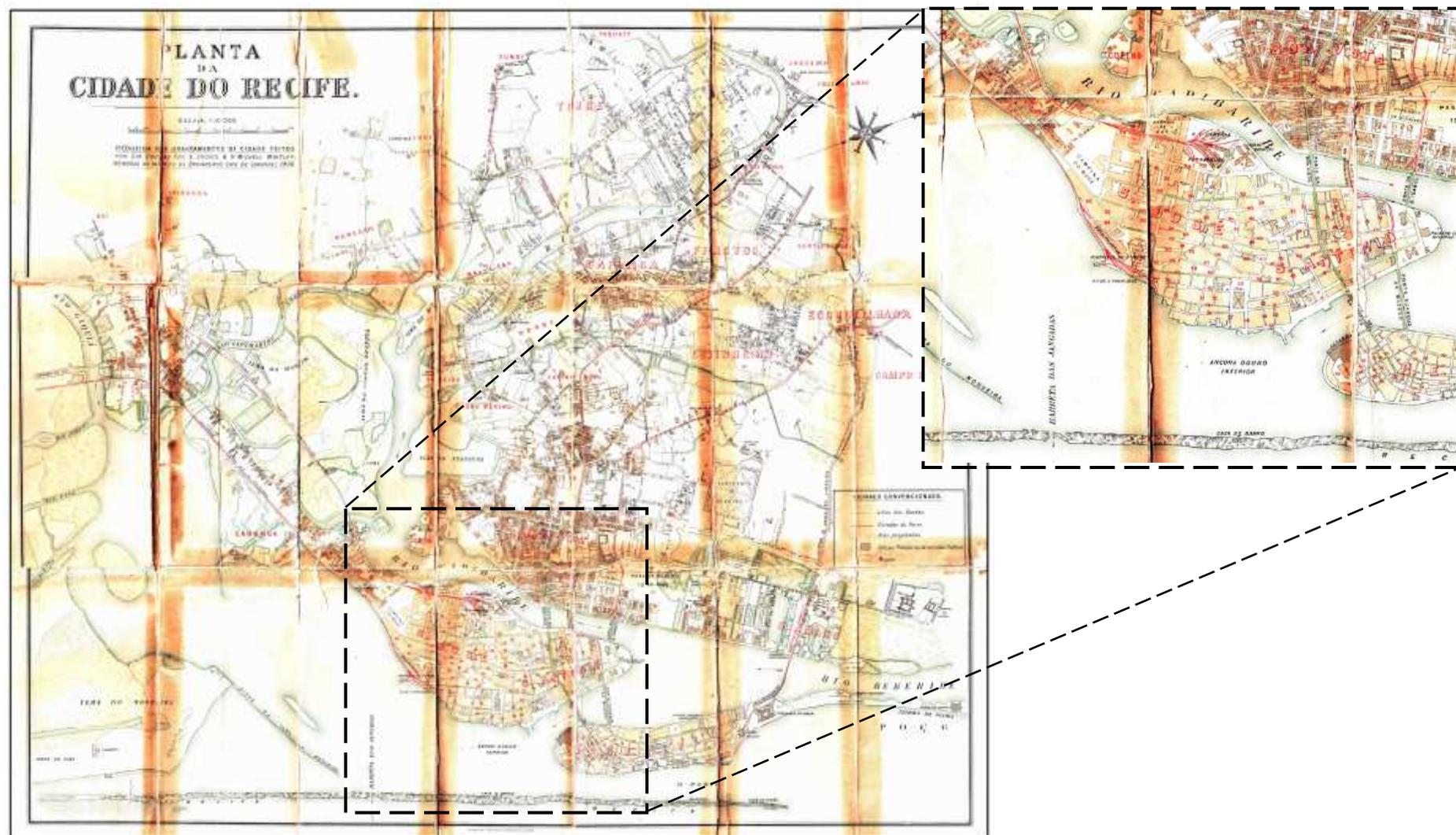
Cinquenta anos depois da implantação do Mercado da Boa vista, a cidade do Recife iria receber o maior mercado já construído até os dias atuais, o Mercado de São José. Neste período, o crescimento do bairro foi tão significativo que houve a divisão com a freguesia de Santo Antônio (**Figura 13**). Após essa separação, o Mercado da Ribeira continuou localizado em São José, local em que a paisagem modificada não se parecia, em mais nada, à singela praia de pescadores.

“É o início de um dos maiores e mais tradicionais mercados da capital pernambucana. Denominado inicialmente Ribeira do Peixe ou de São José, o uso o transforma, simplesmente, em Mercado de São José” (LINS, 2007, pág.29).

Em 1870, foram construídas novas casas mais elegantes, igrejas mais imponentes e assim o antigo Mercado da Ribeira destoava da urbanização refinada que não se adequava mais às necessidades daquele povoado. Com isso, o Presidente da Província de Pernambuco, Henrique Pereira de Lucena, determina a demolição do Mercado da Ribeira e a construção de um novo mercado, o Mercado de São José (LINS, 2007).

Nessa mesma época, houve o surgimento de um novo material de construção: o ferro, principalmente em mercados, tendo como modelo o mercado de Paris, *Les Halles* (**Figura 14**).

Figura 13 – Mapa da cidade do Recife - 1906



Fonte: Laboratório topográfico de Pernambuco. Disponível em:

<https://www.labtopope.com.br/cartografia-historica/> Acesso em: 25 maio 2018

**Figura 14** – Mercado de Les Halles - Paris



Fonte: Blog Arte e Arquitetura. Disponível em: <<http://art1arquitectura.blogspot.com.br/2011/12/en-el-ventre-de-paris.html>> Acesso em: 15 maio 2018

O Mercado de São José foi planejado com dois desafios: atender às necessidades da nova freguesia e refletir o desenvolvimento e a modernidade do Recife. O responsável pelo projeto foi o engenheiro J. L. Victory Lieutié, com o acompanhamento do engenheiro francês Louis L'Éger Vauthier, que já havia morado no Recife e assim fez algumas adaptações no projeto, observando a diferença climática entre o Recife e Paris. Entre estas adaptações, constavam a substituição das telhas de ferro ondulado, previstas no projeto, por telhas de barro e de parte das venezianas, previstas em vidro, por outras de madeira, utilizadas no fechamento externo dos vãos. Com sua arquitetura sendo um elemento representativo de transformações decorrentes da Revolução Industrial e testemunho histórico de algumas influências culturais que contribuíram para a formação do Recife, o Mercado de São José foi inaugurado em 7 de setembro de 1875.

O Relatório do Presidente da Província de Pernambuco faz referência ao novo mercado. Em suas palavras:

“O mercado mede 48,88m de frente e 72,44m de fundo. É composto por dois pavilhões retangulares, com 20,00m cada, separados por uma rua coberta, de 8,00m de largura. Sua estrutura é em ferro

fundido e abatido, que forma colunas de 7,60m de altura, ligadas, entre si, por estruturas também de ferro, que sustentam a cobertura, igualmente metálica, revestidas de telhas chatas de barro. O vão entre as colunas é fechado por paredes de cantaria de Lisboa até a altura de aproximadamente 2,40m. O restante, com venezianas, parte de vidro opaco e parte de madeira. Em frente à Praça da Penha tem uma pequena praça cercada por grades de ferro, com três portões e, dentro delas, dois pequenos pavilhões que servem como casa de guarda, administração, reservatórios, latrinas públicas. Cada pavilhão tem um elegante chafariz. A galeria central coberta, que se acha mais elevada, é ornada com elegância, tendo calçadas laterais de 2,00m de largura e entradas fechadas por portões de ferro” (LINS, 2007, pág.36).

**Figura 15** – Mercado de São José – 1910



Fonte: Blog Arte e Arquitetura. Disponível em:  
<<http://art1arquitetura.blogspot.com.br/2011/12/en-el-ventre-de-paris.html>> Acesso em: 15 maio 2018

Em 1975, ano de seu centenário, o mercado foi tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), como patrimônio arquitetônico do Brasil, por manter sua arquitetura de ferro intacta, sendo o mais antigo edifício pré-fabricado em ferro existente no Brasil e, com isso, garantido legalmente a preservação dos bens de interesse cultural e a proibição da destruição, colocando-os sob vigilância do Instituto.

“Ao longo de mais de 125 anos de história, o Mercado de São José sofreu várias reformas, como as de 1906, 1941 e 1950. Na primeira, foram executadas obras de reparo e a retirada de barracas do pátio interno e sua pavimentação. Na ocorrida em 1941, foi construída a câmara frigorífica do mercado, até então desativada. Em sequência,

na reforma datada de 1950, conduzida pelo Prefeito Moraes Rêgo, as venezianas de madeira e vidro foram substituídas por cobogós de cimento, sob o argumento de que o novo material teria maior resistência e durabilidade. As feições originais do mercado sofreram modificações em todas as intervenções, mas sua estrutura de ferro foi mantida intacta” (<[http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/9\\_rota\\_patrimonio\\_mercado\\_sao\\_jose\\_recife\\_pe.pdf](http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/9_rota_patrimonio_mercado_sao_jose_recife_pe.pdf)> Acesso em: 15 maio 2018).

Mais adiante, em novembro de 1989, durante a reforma da ala sul, um incêndio destruiu a parte Norte do mercado. Apesar disso, este nunca parou de funcionar, pois a ala Sul foi finalizada no ano seguinte, em 1990 e a reforma da ala Norte somente se iniciou 3 anos depois, em 1993 e em 12 de março de 1994 o mercado foi entregue por completo à população e permanece até os dias de hoje.

**Figura 16** – Mercado de São José antes do incêndio – 1989



Fonte: Site UNICAP. Disponível em:

<[http://www.unicap.br/webjornalismo/facesdosaojose/?page\\_id=92#jp-carousel-314](http://www.unicap.br/webjornalismo/facesdosaojose/?page_id=92#jp-carousel-314)> Acesso em: 30 nov 2017

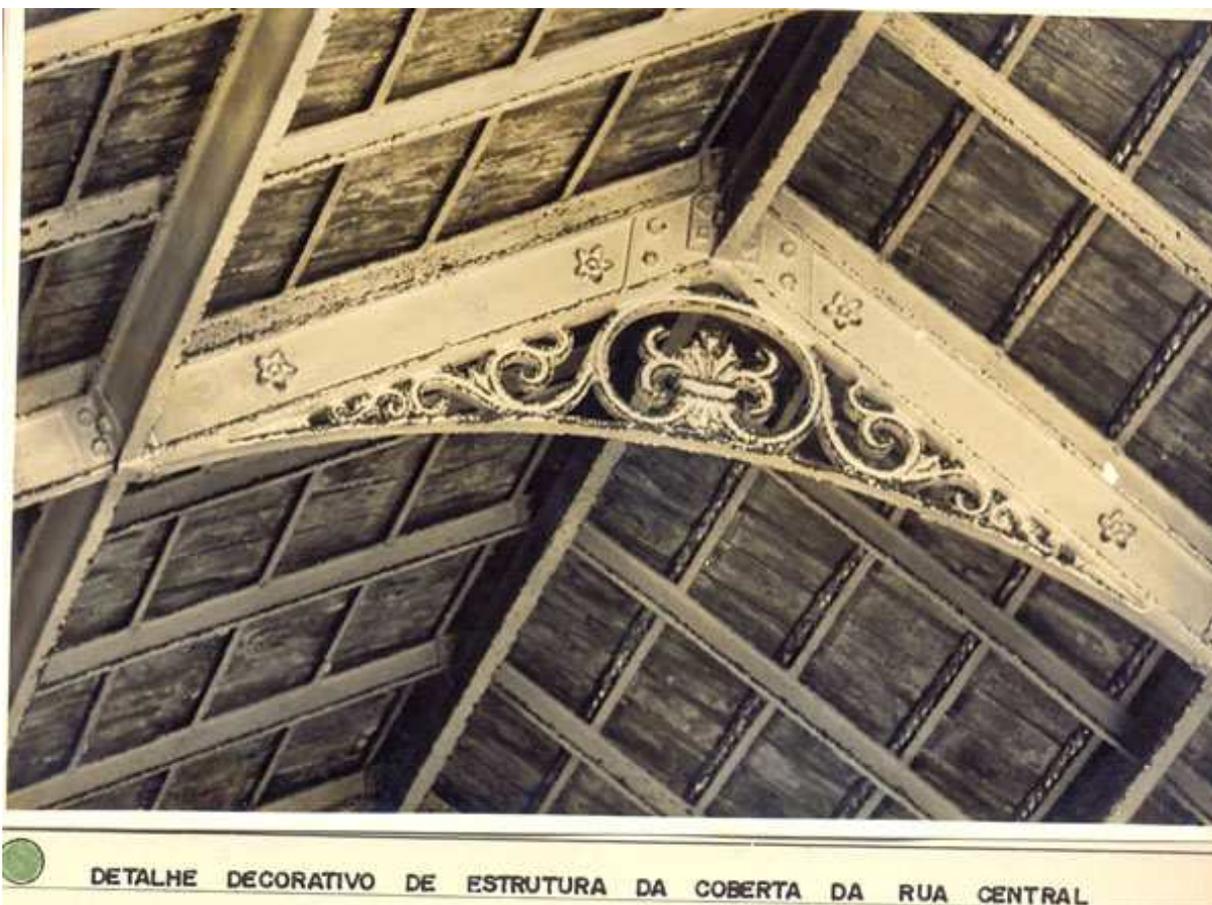
**Figura 17** – Estrutura da coberta antes do incêndio do Mercado de São José – 1989



Fonte: Site UNICAP. Disponível em:

<[http://www.unicap.br/webjornalismo/facesdosaojose/?page\\_id=92#jp-carousel-314](http://www.unicap.br/webjornalismo/facesdosaojose/?page_id=92#jp-carousel-314)> Acesso em: 30 nov 2017

**Figura 18** – Detalhe decorativo da estrutura da cobertura antes do incêndio do Mercado de São José – 1989



Fonte: Site UNICAP. Disponível em:

<[http://www.unicap.br/webjornalismo/facesdosaojose/?page\\_id=92#jp-carousel-314](http://www.unicap.br/webjornalismo/facesdosaojose/?page_id=92#jp-carousel-314)> Acesso em: 30 nov 2017

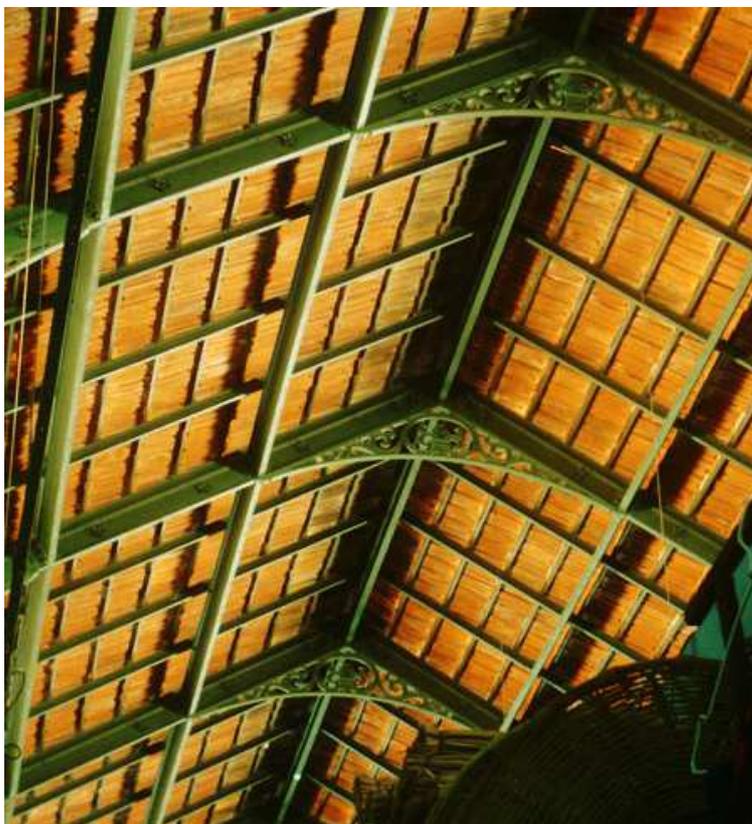
Atualmente, com seus 46 pavilhões, 561 boxes cobertos e 80 compartimentos na sua área externa, sendo administrado pela Companhia de Serviços Urbanos do Recife (CSURB), o Mercado de São José é um local onde se encontra o artesanato regional, comidas típicas, folhetos de cordel, artigos para cultos afro-brasileiros e em uma de suas laterais existe uma feira livre, com variedades de frutas, verduras e ervas. Sendo também um importante centro de abastecimento do bairro de São José e um ponto de atração turística na cidade do Recife.

**Figura 19** – Mercado de São José - 2012



Fonte: Site UNICAP. Disponível em:  
<[http://www.unicap.br/webjornalismo/facesdosaojose/?page\\_id=92](http://www.unicap.br/webjornalismo/facesdosaojose/?page_id=92)>  
Acesso em: 30 nov 2017

**Figura 20** – Detalhe decorativo da estrutura da cobertura do Mercado de São José - 2012



Fonte: Site UNICAP. Disponível em:  
<[http://www.unicap.br/webjornalismo/facesdosaojose/?page\\_id=92](http://www.unicap.br/webjornalismo/facesdosaojose/?page_id=92)>  
Acesso em: 30 nov 2017

**Figura 21** – Detalhe da coluna em ferro do Mercado de São José - 2012



Fonte: Site UNICAP. Disponível em:  
<[http://www.unicap.br/webjornalismo/facesdosaojose/?page\\_id=92](http://www.unicap.br/webjornalismo/facesdosaojose/?page_id=92)>  
Acesso em: 30 nov 2017

**Figura 22** – Setor de artesanato do Mercado de São José - 2014



Fonte: Blog. Disponível em: <<http://www.carolburgo.com/2014/02/vemcomigo-mercado-sao-jose.html>> Acesso em: 21 maio 2018

**Figura 23** – Setor de carnes, peixes do Mercado de São José - 2014



Fonte: JC NE10 Disponível em: <<http://m.jc.ne10.uol.com.br/canal/suplementos/jc-mais/noticia/2014/09/21/a-presenca-de-vauthier-em-pernambuco-146707.php>> Acesso em: 21 maio 2018

### 3.2. Relação com o entorno do mercado antes e hoje

“O bairro de São José, considerado um bairro eminentemente popular, com suas ruas estreitas e sobrados sóbrios de porta e janela, sofreu durante décadas intervenções públicas que visavam modernizá-lo e higienizá-lo, tornando-o conforme aos padrões pretendidos por uma elite que queria ver o Recife como espelho da modernidade europeia. Mas foi este o bairro em que os poderes públicos tiveram mais dificuldade em intervir para retirar os “populares” das ruas, os vendedores de peixe, frutas, verduras e legumes, artesanato doméstico e comidas prontas, quitutes e guloseimas” (GUILLEN, 2009).

Durante todo o final do século XIX e início do XX a prefeitura da cidade do Recife tentou criar posturas visando normatizar o comércio popular, tanto no mercado quanto em seu entorno. Mas uma grande quantidade de camelôs, ambulantes, cantadores, poetas e vendedores de cordel lá tinham se estabelecido, mostrando que a cultura popular tinha raízes mais profundas que as elites pernambucanas imaginavam.

A partir da implantação de novos edifícios, da construção do mercado, foi atingido o processo de reorganização da área urbana central, indo além das transformações particulares, passando a simbolizar a ordem e a coletividade no entorno. O mercado foi o início da transformação e qualificação urbana.

Com a crescente verticalização no entorno do Mercado de São José, é relevante o surgimento da falta de espaços públicos qualificados que promovam e contribuam com a diversidade do espaço urbano, proporcionando lazer e serviços de qualidade que atendam às necessidades de uma população como um todo independentemente da sua condição social. Além disso, o aparecimento de outras formas de comércio e as mudanças ocorridas no modo de vida da sociedade.

Hoje, o entorno e o mercado estão condicionados ao esquecimento e abandono principalmente por parte da prefeitura. Ainda tendo o agravante do equipamento estar localizado em um dos bairros mais antigos do Recife, local já consolidado com vários problemas de infraestrutura.

### 3.3. Relação com a população do mercado antes e hoje

Seguindo-se os pensamentos de SECCHI (2006), pode-se afirmar que a superfície terrestre é um imenso depósito de signos conscientemente deixados por quem precedeu os habitantes de agora: cidades, vilarejos, casas e barracos isolados, ruas, entre outros. Sendo assim, o território é marcado por ações de diversas gerações, representadas por pequenos grupos ou mesmo sociedades inteiras, sendo hoje o resultado de um longo processo de seleção cumulativa ainda em curso.

SECCHI (2006) ainda afirma que muitas dessas ações ou signos deixados no território são o resultado de intenções e decisões, nem sempre coordenados entre si, de uma sociedade inteira, assumidas em regras ditadas por crenças e imaginários incorporados na tradição; enquanto que outros signos são resultados de decisões e intenções de uma só pessoa, uma casta ou um grupo. Desta forma, ele afirma que o Urbanismo se ocupa de tudo isso: das transformações dos territórios, do modo como elas acontecem e aconteceram, dos sujeitos que a promovem, de suas intenções, das técnicas utilizadas, dos resultados esperados, dos êxitos obtidos, dos problemas que surgem, um de cada vez, induzindo novas transformações.

Setton, numa reflexão que parte desde os conceitos antigos até os mais atuais sobre hábitos, compreende que este é um sistema flexível de disposição, não apenas visto como a sedimentação de um passado incorporado em instituições sociais tradicionais, mas um sistema de esquemas em construção, em constante adaptação aos estímulos do mundo moderno; hábitos como produto de relações dialéticas entre uma exterioridade e uma interioridade; hábitos visto de uma perspectiva relacional e processual de análise, capaz de apreender a relação entre indivíduo e sociedade, ambos em processo de transformação.

Bourdieu (1983) proporciona uma estrutura de análise instrumental para análises empíricas ao definir como prática social o que as pessoas fazem na vida cotidiana. Assim sendo, são incluídas todas as atividades cotidianas, rotineiras que são feitas quase que automaticamente e muitas vezes sem pensar. O conceito proposto por ele transcende o dualismo entre indivíduo e sociedade, parte da noção de que a

realidade social existe tanto dentro como fora dos indivíduos, tanto em nossas mentes como nas coisas (pág. 7). O que estabelece o hábito é precisamente a repetição de atos em determinadas condições e contextos.

“O hábito somente existe na prática e através da prática concreta dos indivíduos, agentes corporificados situados no tempo e no espaço, e nas suas interações com outros e com o ambiente” (Bourdieu, 1983).

Ainda dentro dos conceitos de comportamento, o de cultura local está diretamente ligado ao de hábito e vivência da cidade. Tudo que está ao nosso redor faz parte da nossa cultura ou construção desta. Segundo DaMatta (1999), cultura diz respeito aos estilos de vida, aos modos de viver e de pertencer a uma dada coletividade, aos estilos de classificar, atuar, construir e refletir o mundo.

Em sua trajetória, o mercado foi palco de apresentações de mágicos, acrobatas, ventríloquos, ouvindo-se ainda sons de pandeiros, zabumbas, cavaquinhos e sanfonas. No século XX, era destino dos cafés matutinos de figuras recifenses, como o poeta Ascenso Ferreira e o cronista e compositor Antônio Maria. O Mercado de São José foi também um dos mais importantes pólos de congregação de cantadores, emboladores e da literatura de cordel no Recife.

Hoje, ainda existe uma relação muito forte entre o morador do Recife e os mercados públicos, uma vez que a população recifense circula pelos seus boxes, corredores e arredores para comprar peixe, alimentos, castanhas, ou como se diz corriqueiramente, “para fazer a feira” e também para comprar artesanatos. Além dos moradores, os funcionários possuem uma vinculação com o mercado que ultrapassa a necessidade de garantir a sua subsistência através de uma relação capital/trabalho. Não é incomum encontrar filhos, sobrinhos, tias, atuando nas bancas, na condição de funcionários.

O mercado ainda apresenta uma cultura organizacional multifacetada. Esse espaço revela um hibridismo entre a tradição e a modernidade, entre o profano e o sagrado, entre o público e o privado, entre os aspectos comerciais e os de ordem afetiva, entre paternalismo e profissionalismo. Conhecer o mercado, comprar no mercado, almoçar nos boxes que lá se encontram instalados, significa reforçar os laços com a

cidade e, portanto, qualquer intervenção que se vier a fazer nessa cultura organizacional repercutirá no âmbito local.

## 4. REFERÊNCIAS PROJETUAIS

### 4.1. Mercado Municipal de São Paulo

O Mercado Municipal de São Paulo começou a ser construído em 1928, ano da morte de Ramos de Azevêdo, autor do projeto. Depois do falecimento do arquiteto, a obra daquele que seria o maior centro de distribuição de alimentos da América Latina foi prosseguida pelo escritório do arquiteto Severo Villares (BLOG DA ARQUITETURA, 2016).

O edifício é considerado uma das últimas grandes construções do município erguidas entre o final do século XIX e a metade do século XX, tendo sido inaugurado em 1933. Em harmonia com o urbanismo do antigo centro da cidade, o Mercado, como é conhecido, impõe-se com suas abóbadas e fachadas sóbrias, estas assinadas pelo italiano Felisberto Ranzini. No interior e no exterior, elevam-se colunas em estilo grego, jônico ou dórico, com telhas de vidros e claraboias que proporcionam luminosidade natural ao espaço.

**Figura 24** – Mercado Municipal de São Paulo – 1950.



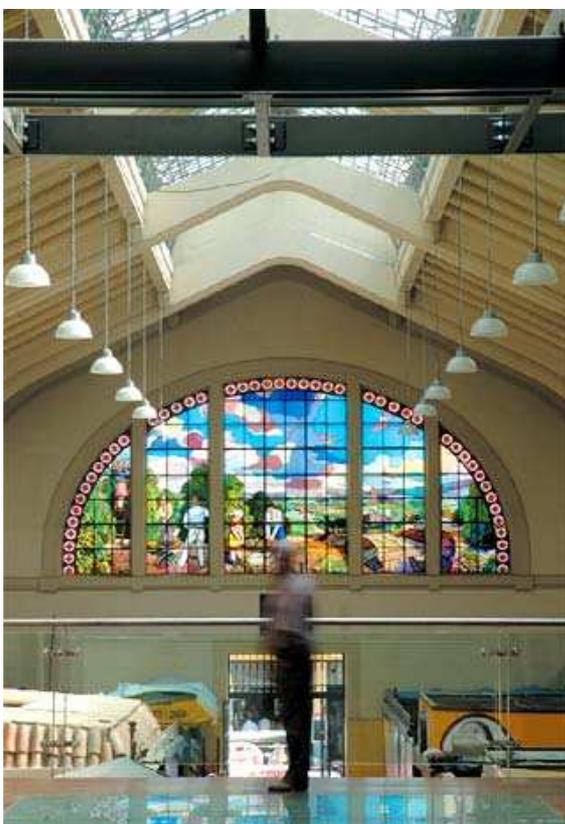
Fonte: Time Out Market. Disponível em: <<https://www.timeoutmarket.com/lisboa/conceito/>>  
Acesso em: 10 abril 2018

Um monumento histórico como o Mercado Municipal Paulistano requer reformas e restaurações frequentes. Por isso, em 2004 o edifício foi requalificado pelo arquiteto Pedro Paulo de Melo Saraiva. A modernização da infraestrutura, ponto de partida da intervenção, foi seguida pela criação de dois novos pavimentos: um subsolo, para serviços, e um mezanino para restaurantes e cafés.

O projeto previu a ocupação das quatro torres que compõem o Mercado, que eram subutilizadas e desconhecidas pelos frequentadores, por restaurantes com funcionamento e acesso próprios, desvinculados dos demais serviços oferecidos no local. A estrutura metálica independente do sistema construtivo original assinala o que há de novo dentro das torres e da antiga construção.

Com estrutura metálica branca, piso de madeira e vidro, o mezanino, apelidado por Saraiva de "varanda de alimentação", oferece uma vista do interior do prédio, onde se sobressaem os vitrais coloridos de Conrado Sorgenicht Filho (**Figura 25**).

**Figura 25** – Mezanino e vitrais temáticos.



Fonte: Arco web. Disponível em:

<<https://www.arcoweb.com.br/projetodesign/arquitetura/pedro-paulo-de-melo-saraiva-revitalizacao-de-17-11-2004>> Acesso em: 10 abril 2018

Sobre o mezanino, uma pérgula branca serve de forro e de suporte para as instalações técnicas, e ainda confere uniformidade visual ao conjunto de estabelecimentos (AU LEITURAS, 2004).

Para restaurar a antiga estrutura, os arquitetos utilizaram aço e vidro, para garantir a integração com o edifício. Por outro lado, foram respeitadas as premissas de intervenções em bens tombados, nas quais as técnicas construtivas não devem imitar a construção existente, sendo distintas das mesmas.

Além de introduzir novos usos e adaptar o mercado às condições atuais de operacionalidade e segurança, a reforma partiu de um trabalho de prospecção para restaurar elementos da arquitetura original, como os adornos de capitéis, os azulejos e a pintura da fachada, que voltou à sua tonalidade original, o bege-claro (**Figura 26**).

**Figura 26** – Nova fachada do Mercado Municipal de São Paulo



Fonte: Fonte: Arco web. Disponível em:  
<<https://www.arcoweb.com.br/projetodesign/arquitetura/pedro-paulo-de-melo-saraiva-revitalizacao-de-17-11-2004>> Acesso em: 10 abril 2018

Novas instalações foram criadas, como o mezanino que une as torres A e B, formando uma praça de alimentação que permite enxergar todo o interior do Mercado, e o melhoramento da acessibilidade para pessoas com dificuldade de locomoção, com elevadores e escadas rolantes.

## 4.2. Mercado da Ribeira de Lisboa

“Teve início no século XVI, um mercado de pescado já situado na Ribeira, chamado de Mercado da Ribeira Velha. Consta que era um dos mercados de pescado mais conhecido em toda a Europa pelo seu melhor abastecimento. Com mais de 200 anos o mercado foi destruído, junto à zona da Ribeira Velha pelo grande terremoto que abalou toda a cidade” (TIME OUT MARKET LISBOA, 2018).

Em abril de 1771, o Marquês de Pombal cria uma nova rede de mercados da qual surge o Mercado da Ribeira Nova, destinado para à venda de pescado fresco, tinha 123 cabanas e com o passar do tempo foi alargado para as vendas de frutas e verduras.

Em 1º de janeiro de 1882 foi inaugurado parte do mercado que se conhece hoje, projetado pelo engenheiro Frederico Ressano Garcia. Tinha 10 mil metros quadrados, sendo utilizados com bancas pelos vendedores de peixe, legumes e flores sofrendo sucessivas remodelações e ampliações. Em junho de 1893 um incêndio destruiu parte do lado nascente do mercado.

Este Mercado da Ribeira Nova seria demolido em 1926. A sua reconstrução ficou a cargo do arquiteto João Piloto, tendo sido concluída em 1930 com a instalação da cúpula.

**Figura 27** – Mercado da Ribeira - 1930



Fonte: Time Out Market. Disponível em: <<https://www.timeoutmarket.com/lisboa/conceito/>>  
Acesso em: 10 abril 2018

**Figura 28** – Interior do Mercado da Ribeira - 1930



Fonte: Time Out Market. Disponível em:  
<<https://www.timeoutmarket.com/lisboa/conceito/>>  
Acesso em: 10 abril 2018

Após passar por remodelações e extinção de algumas atividades, no ano de 2000 o mercado abandonou as atividades de comércio grossista e abastecedor. Em 2001 houve uma requalificação do primeiro piso, com a inauguração de um restaurante e sala de eventos para atividades culturais e recreativas.

Desde 2014, o Mercado da Ribeira é gerido pela revista “Time Out Lisboa”, após vencer concurso para explorar parte do piso térreo e o primeiro andar do mercado.

Hoje o mercado continua com suas bancas tradicionais vendendo frutas, legumes, pescados; o espaço da restauração tem mesas corridas em estilo cantina, bancadas de “chefs”. A oferta varia entre o marisco, hambúrgueres, sushi, entre outras especialidades, tornando-se o mercado um destino gastronômico.

**Figura 29** – Interior do Mercado da Ribeira - 2000



Fonte: Time Out Market. Disponível em: <<https://www.timeoutmarket.com/lisboa/conceito/>>  
Acesso em: 10 abril 2018

**Figura 30** – Interior do Mercado da Ribeira - 2014



Fonte: Time Out Market. Disponível em: <<https://www.timeoutmarket.com/lisboa/conceito/>>  
Acesso em: 10 abril 2018

## 5. DIRETRIZES PARA NOVOS PARÂMETROS DE USO

Segundo o Sistema de Informações Geográficas do Recife (ESIG), o bairro de São José está compreendido na Zona Especial de Preservação Histórica (ZEPH), de nº 10, ele abriga o maior número de edificações de valor e de monumentos significativos na cidade. A ZEPH é dividida em dois setores, um Setor de Proteção Rigorosa (SPR), onde os critérios de intervenção no patrimônio são mais rígidos, visando a manutenção das características do local, e um Setor de Proteção Ambiental (SPA) que procura funcionar como um território de transição entre as SPRs e as demais áreas do entorno.

O Mercado de São José está inserido na SPR e também no Setor de Sustentabilidade Ambiental 2 (SSA 2). Art. 126. As quadras limítrofes às Unidades de Equilíbrio Ambiental (UEA), referentes a praças e parques são consideradas SSA 2, com o objetivo de promover o equilíbrio ambiental e paisagístico, através da preservação ou compensação das áreas vegetadas dos imóveis inseridos no setor (Figura 31).

**Figura 31** - Mapa de zoneamento



### Zonas de Diretrizes Específicas

ZEPH - Zona Especial de Preservação Histórica

Setor

■ SPR

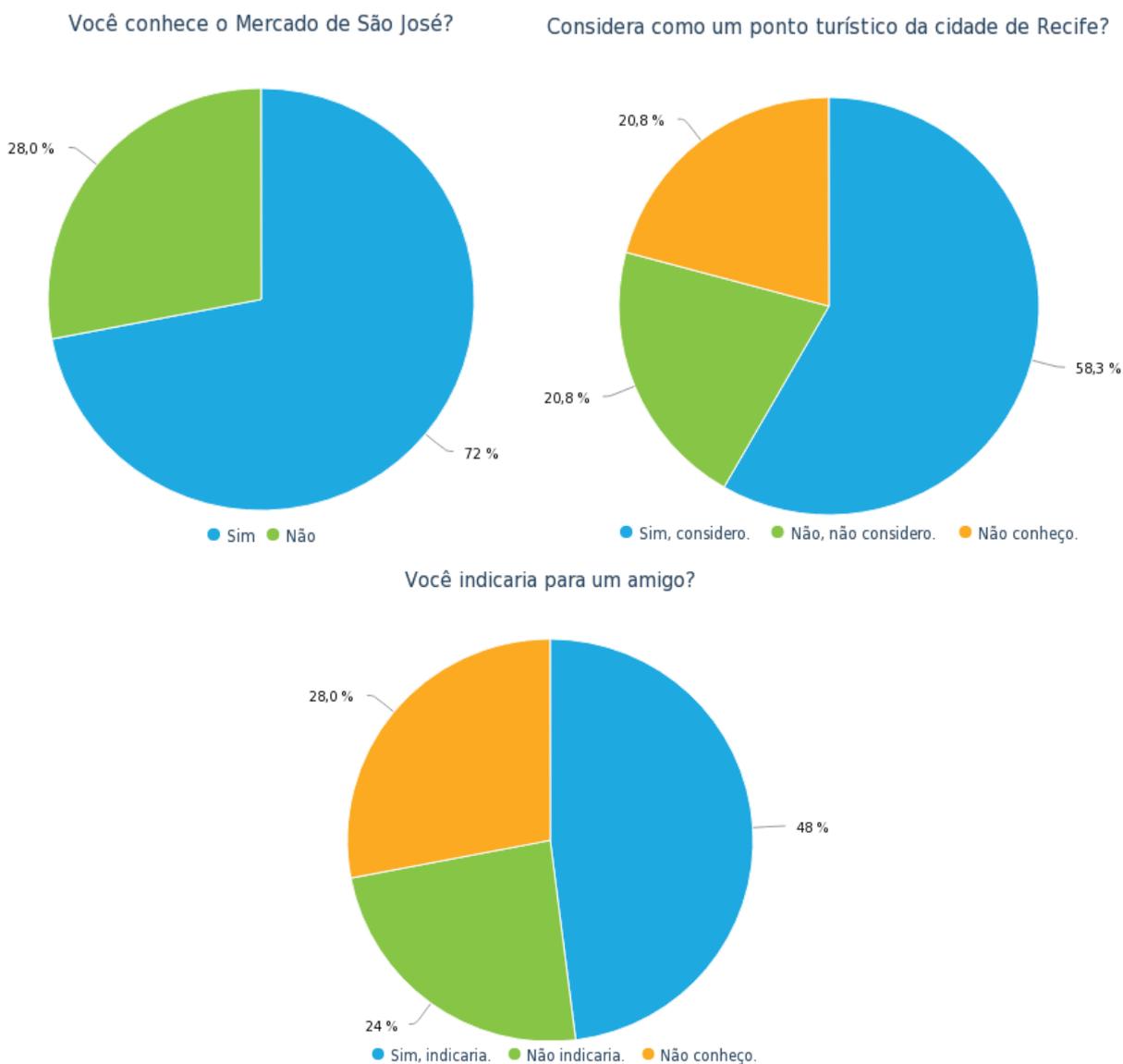
■ SPA

Fonte: ESIG. Disponível em: <<http://www.recife.pe.gov.br/ESIG/>> Acesso em: 21 maio 2018

Assim, sabemos que o mercado está estabelecido em uma área em que os imóveis possuem proteção histórica, desta forma, não podem ter a arquitetura modificada externamente mas internamente, estes edifícios podem ser reestruturados e requalificados.

## 5.1 Análise de resultados: questionário *online*

Seguindo a metodologia proposta neste trabalho, foi aplicado um questionário online, distribuído vias redes sociais e e-mail. Além disso, foi sugerido que os respondentes o compartilhassem, gerando assim, o efeito “bola de neve”.



Ao se analisarem as XX respostas válidas, pode-se perceber que a faixa etária dos respondentes está entre 20 – 30 anos e 50 – 60 anos. Todos são moradores da cidade do Recife. A partir dele viu-se a necessidade de operacionalizar o mercado às suas necessidades atuais.

Conforme os gráficos apresentados, 72% das pessoas conhecem o Mercado de São José, 58% consideram o mercado como um ponto turístico da cidade de Recife e 48% indicariam ele para um amigo. A próxima pergunta do questionário foi para justificar o porquê de indicar ou não o mercado para um amigo: seguem alguns comentários abaixo:

Não indico, porque diferente de outros mercados centrais não possui atrativos suficientes para ser indicado como ponto turístico. O entorno é péssimo, não tem lugar pra estacionar além da feira ao redor ser imunda.

Acho interessante, tem objetos da nossa cultura, comidas típicas.

Pelas várias ofertas e culturas expostas no mercado

Variedade e bom preço

Indico pelo fato do mercado encontrar-se na área central da cidade, contendo parte do nosso regionalismo. No entanto, o seu potencial turístico é pouco explorado.

Indicaria, pois se encontra no ponto central do Recife e lá podemos encontrar vários produtos alimentícios e artesanatos de origem pernambucana. Porém, a limpeza do mercado e do seu entorno deixa muito a desejar.

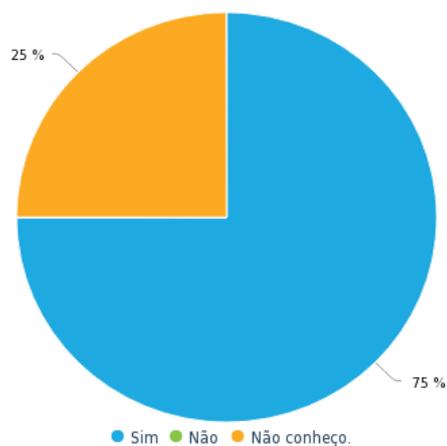
Das vezes que passei por lá achei muito confuso e fedorento. Não gostei da experiência.

Deveria ser um ponto turístico porém, é sujo, mal cuidado, sem infraestrutura, segurança bem diferente dos mercados de São Paulo, Madri, Barcelona, Budapeste etc...

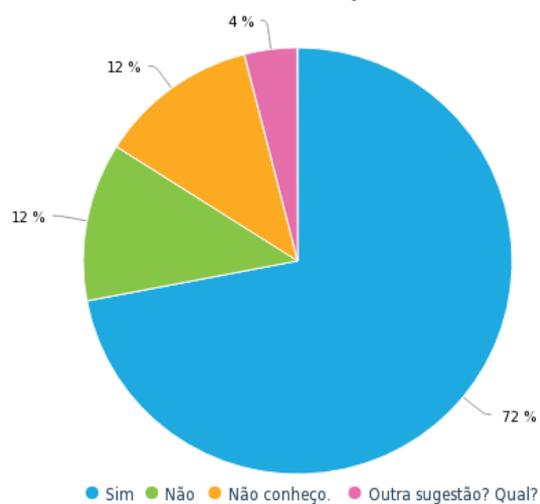
Ícone histórico, peças regionais. Até música tem pra o mercado

Com isso, vê-se que o mercado ainda é muito forte e bem visto, mas que precisa de modificações principalmente na higienização, infraestrutura, no entorno e em atrativos turísticos. A partir desses comentários só se confirma nas próximas perguntas, que 75% das pessoas acham que o mercado precisa de mudanças e melhorias, 72% acham necessária a implementação de restaurantes, espaços “gourmets” e 82% passariam a frequentar o mercado depois de melhorias, conforme os gráficos a seguir.

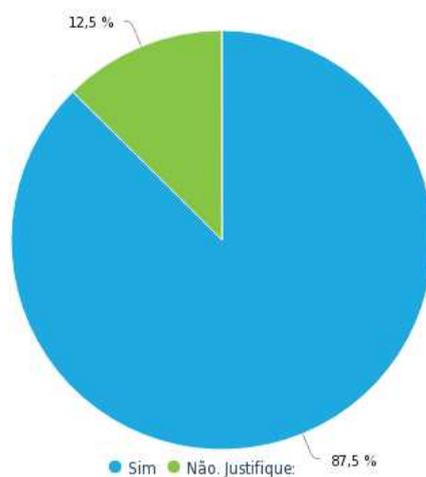
Você acha que o Mercado de São José, precisa de mudanças e/ou melhorias?  
(organização, higienização, segurança...)



Você acha necessário a implementação de restaurantes e espaço gourmet no Mercado de São José?



Se você não tem o hábito de ir ao Mercado de São José, havendo mudanças e/ou melhorias, passaria a frequentar?



Como resultado de pesquisa, pode-se perceber que a cidade tem passado por mudanças, com o crescimento dos bairros influenciando os ambientes e direcionando os investimentos públicos. Os mercados, antes classificados como equipamentos meramente comerciais, assumiram aos poucos um perfil mais social, adotados como ponto de encontro. Mudanças ocorreram, mas os espaços mantiveram a regionalidade, preservando a cultura, o artesanato e as raízes populares.

A consolidação do Mercado de São José aconteceu naturalmente, com os demais espaços sendo distribuídos pelos subúrbios recifenses uma vez que, como foi dito, na Antiguidade, os mercados eram muito mais centros comerciais do que um lugar de lazer.

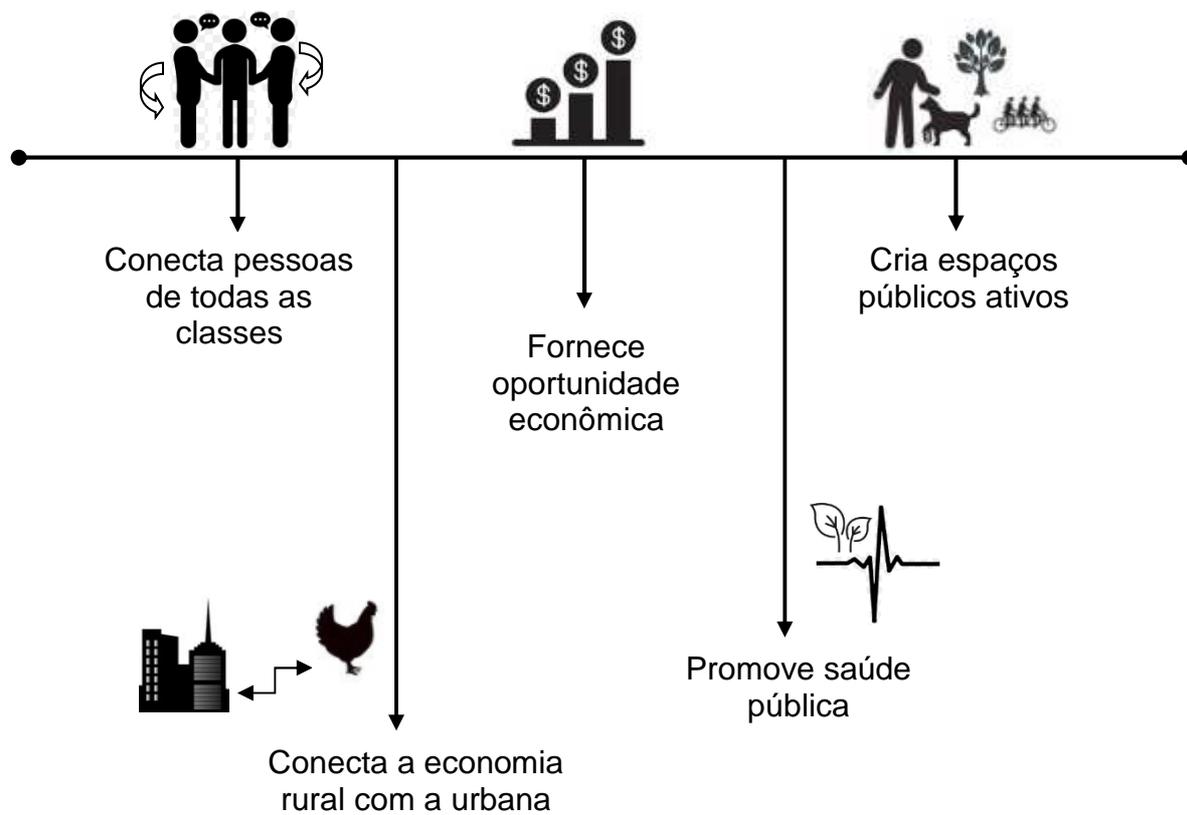
Conforme disse João Domingues em reportagem ao jornal Folha de Pernambuco<sup>3</sup>, as mudanças graduais nos espaços estão relacionadas ao formato ao qual os produtos passaram a ser comercializados. *“A forma de usarem o equipamento mudou um pouco, porque não existiam supermercados, não se tinha um grau de industrialização. Você comprava produtos frescos, a granel, e não numa embalagem com prazo de validade”*. Domingues ainda afirma que *“Principalmente, nas áreas que passaram por um processo de transformação de ocupação do solo, no que diz respeito à renda. Um público que se locomove de carro e tende a consumir de outros estabelecimentos comerciais”*. Pode-se perceber então que, ao longo da história, os perfis dos mercados acompanharam as alterações dos hábitos da população que os circundam.

Com base no questionário na pesquisa de campo, foi observado que é necessário a introdução de novos usos, acrescentar um novo programa ao mercado, baseado nas potencialidades, para estimular a produção e as economias locais. E assim, agregar o Mercado de São José como uma opção de lazer, espaço de convívio, destino gastronômico e o promover mais como ponto turístico.

### **Figura 32 – Benefícios do mercado público**

---

<sup>3</sup> <https://www.folhape.com.br/noticias/noticias/zoom/2018/04/01/NWS,63705,70,637,NOTICIAS,2190-O-MERCADO-PUBLICO-SEU-NOVO-PERFIL.aspx>



Fonte: Autora.

## 6. CONCLUSÃO

Como se sabe da força cultural dos mercados no Recife e que eles não são apenas um lugar para troca de mercadorias e sim um espaço de convívio e relações, pode-se afirmar que é necessário incentivar a interação e sociabilidade das pessoas em espaços públicos sendo uma questão importante para certificar a vitalidade dos mercados atuais e assim estimular e desenvolver a economia local.

As diferentes formas comerciais, como as feiras, os mercados ao ar livre, os mercados cobertos e, por fim as mais modernas como os supermercados e “shoppings”, assinalam estreita relação com a evolução das cidades. Os mercados públicos tiveram importante papel na distribuição, sobretudo dos produtos alimentícios, e passaram por várias transformações, incorporando novas funções de acordo com as demandas do momento atual.

Grande parte dos mercados consegue permanecer funcionando, enquanto são capazes de conciliar tributos tidos como tradicionais e da modernidade. Eles mantêm sua importância na forma comercial, na aglomeração de diferentes produtos com bons preços, qualidade, e também pela nostalgia a eles relacionada. Em sua maioria instalada nos centros históricos, fazendo parte do patrimônio histórico da cidade, como o Mercado de São José e assim assumem uma dupla função, a artística e a comercial.

Ao longo do estudo, pode-se perceber que o Mercado de São José hoje demanda novas práticas de uso, que irão se refletir em novas práticas sociais e conseqüentemente, em um novo modo da apropriação do espaço urbano, mas com o intuito de preservar a imagem do mercado, marcado pela representação do centro, que sempre teve um comércio muito forte. Sabemos que, antes, havia uma população que morava ali e hoje, ela é praticamente inexistente, mas o caráter de vendas regionais, artesanato, ervas, peixes e produtos frescos, porém, permanecem perpetuados.

Essa pesquisa se torna importante a partir do momento que se analisa as solicitações dos usuários do mercado para um projeto futuro de remodelação de uso que atendam às exigências cotidianas atuais sem deixar perder a essência do Mercado de São José.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AU Leituras. Após um ano de reformas no mercado municipal paulistano. 128<sup>o</sup> ed. 2004. Disponível em: <<http://au17.pini.com.br/arquitetura-urbanismo/128/apos-um-ano-de-reformas-o-mercado-municipal-paulistano-tem-23227-1.aspx>> Acesso em: 10 abril 2018.

BARBOSA, Morganna. **Reinventar o espaço urbano: Mercado público do Benfica**. Trabalho final de graduação, Universidade Federal de Fortaleza, 2016. Disponível em: <[https://issuu.com/morgannabatista/docs/caderno\\_final\\_issuu\\_r01](https://issuu.com/morgannabatista/docs/caderno_final_issuu_r01)> Acesso em: 31 maio 2018.

BENEVOLO, L. **História da cidade**. 5<sup>a</sup> ed. São Paulo: Perspectiva, 2011. Blog da arquitetura. História e arquitetura do Mercado Municipal Paulistano, 2016. Disponível em: <<https://blogdaarquitetura.com/a-historia-e-a-arquitetura-do-mercado-municipal-paulistano/>> Acesso em: 10 abril 2018.

BOURDIEU, Pierre. **Gosto de classe e Estilo de Vida**. In: ORTIZ, R. Pierre Bourdieu. São Paulo, Ática, Coleção Grandes Cientistas Sociais. v. 39, 1983.

CHAVES, Gilvando. **Análise socioeconômica e cultural da feira livre do município de Remígio – PB**. Trabalho de Conclusão de curso de Geografia, Universidade Estadual da Paraíba, 2011. Disponível em: <<http://dspace.bc.uepb.edu.br/jspui/bitstream/123456789/4044/1/PDF%20-%20Gilvando%20Rodrigues%20Chaves.pdf>> Acesso em: 05 mar 2018.

DaMATTA, Roberto. **A Dualidade do Conceito de Cultura**. Jornal O Estado de São Paulo, 20/05/1999.

ESIG. Plano Diretor da cidade do Recife, 2008. Disponível em: <[http://www.recife.pe.gov.br/ESIG/documentos/Plano\\_Diretor/Lei%20Plano%20Diretor%2017511-2008.htm](http://www.recife.pe.gov.br/ESIG/documentos/Plano_Diretor/Lei%20Plano%20Diretor%2017511-2008.htm)> Acesso em 21 maio 2018.

GEHL, J. **Cidades para pessoas**. 3<sup>a</sup> ed. São Paulo: Perspectiva, 2015.

GOMES, Juliana. **O consumo turístico em espaços de comércio tradicionais: os casos dos mercados públicos da Encruzilhada e de São José- Recife/PE.** Mestranda em Desenvolvimento Urbano e Regional na Universidade Federal de Pernambuco. Disponível em: < <http://cilitur.com.br/cilitur/arquivos/tematica5/GOMES-J-D.pdf>> Acesso em: 15 maio 2018

GUILLEN, Isabel C. M. **Mercado de São José: contando histórias em um lugar de memória.** SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA ANPUH, 25, 2009, Fortaleza Disponível em: <<http://anais.anpuh.org/wp-content/uploads/mp/pdf/ANPUH.S25.0643.pdf>> Acesso em: 09 abril 2018.

Jusbrasil. Diferença entre espaço público privado e acessível ao público, 2014. Disponível em: <<https://emiliopuime.jusbrasil.com.br/artigos/112339069/diferencas-entre-espaco-publico-privado-e-acessivel-ao-publico>> Acesso em: 14 mar 2018.

LINS, M. **Mercados do Recife.** Recife: Recife no bolso, 2007.

MELO, Maria. **A relação dos Mercados de São José e da Boa Vista com a cidade do Recife entra 1820-1875.** Dissertação de mestrado em desenvolvimento urbano, Universidade Federal de Pernambuco, 2011. Disponível em: <[http://repositorio.ufpe.br/bitstream/handle/123456789/3323/arquivo3285\\_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ufpe.br/bitstream/handle/123456789/3323/arquivo3285_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y)> Acesso em: 20 nov 2017.

MUNIZ Juliana. **Arquitetura não solicitada em vazios urbanos: Santo Antônio e São José.** Trabalho de graduação do curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal de Pernambuco, 2011. Disponível em: <[https://issuu.com/jmwestcott/docs/santo\\_ant\\_nio\\_e\\_s\\_o\\_jos\\_\\_dois\\_ba](https://issuu.com/jmwestcott/docs/santo_ant_nio_e_s_o_jos__dois_ba)> Acesso em: 10 mar 2018.

MURILHA, Douglas; SALGADO, Ivone. **A arquitetura dos mercados públicos. Tipos, modelos e referências projetuais.** *Arquitextos*, São Paulo, ano 12, n. 138.02, Vitruvius, nov. 2011 Disponível em: <<http://vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/12.138/4113>> Acesso em: 29 maio 2018.

NOBREGA, Maria. **Todo caminho dá na venda: a influência do comércio de varejo nas transformações físicas do espaço urbano. Os bairros do Recife, Santo Antônio e São José. 1970 – 2006.** Tese de doutorado em desenvolvimento urbano, Universidade Federal de Pernambuco, 2008. Disponível em: <<https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/2979>> Acesso em: 29 maio 2018.

OLIVEIRA JUNIOR, José Vanildo de. **Fluxograma de processo de planejamento arquitetônico aplicado a mercados públicos.** Dissertação de Mestrado em Engenharia Civil, Universidade Federal da Paraíba, 2006. Disponível em: <<http://tede.biblioteca.ufpb.br:8080/handle/tede/5557>> Acesso em: 31 maio 2018

Encarte rotas do patrimônio. Portal IPHAN. Disponível em: <[http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/9\\_rota\\_patrimonio\\_mercado\\_sao\\_jos\\_e\\_recife\\_pe.pdf](http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/9_rota_patrimonio_mercado_sao_jos_e_recife_pe.pdf)> Acesso em: 15 maio 2018.

PINTAUDI, S. M. **Os mercados públicos: metamorfoses de um espaço na história urbana.** Revista Cidades. v.13, n.22, 2016. Disponível em: <<http://revista.fct.unesp.br/index.php/revistacidades/article/viewFile/505/537>> Acesso em: 20 nov 2017.

ROCHA, Artur. **Discursos de uma modernidade: as transformações urbanas na freguesia de São José (1860-1880).** Dissertação de mestrado em desenvolvimento urbano, Universidade Federal de Pernambuco, 2003. Disponível em: <[https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/7754/1/arquivo7669\\_1.pdf](https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/7754/1/arquivo7669_1.pdf)> Acesso em: 10 abril 2018.

SECCHI, Bernardo. **Primeira Lição de Urbanismo.** São Paulo: Perspectiva, 2006.

SERVILHA, Matheus, DOULA, Sheila. **O mercado como um lugar social: as contribuições de Braudel e Geertz para o estudo sócio espacial de mercados municipais e feiras.** Revista faz ciência. v.11, n.13, 2009. Disponível em: <<http://e-revista.unioeste.br/index.php/fazciencia/article/view/7610>> Acesso em: 29 set 2017.

SETTON, Maria da Graça. **A teoria do *habitus* em Pierre Bourdieu: uma leitura contemporânea**. Revista Brasileira de Educação, no20. 2002.

Toda matéria. História e origem das feiras, 2015. Disponível em: <<https://www.todamateria.com.br/historia-e-origem-das-feiras/>> Acesso em: 10 mar 2018.

## APÊNDICE

### APÊNDICE A



#### ENTREVISTA - TRABALHADORES DO MERCADO DE SÃO JOSÉ

Aplicado em: \_\_\_\_\_

Nome: \_\_\_\_\_ Sexo: M ( ) F ( ) Idade: \_\_\_\_\_

1. Em qual cidade você mora?  
 Recife       outra, qual? \_\_\_\_\_
  
  2. Qual é o seu grau de escolaridade?  
 Ensino fundamental completo / incompleto  
 Ensino médio completo / incompleto  
 Ensino superior       Não estudou
  
  3. Desde quando trabalha no Mercado de São José?  
 menos de um ano       entre um e cinco anos  
 mais de cinco anos, quantos? \_\_\_\_\_
  
  4. Você é dono ou empregado?  
 Dono       Empregado
  
  5. Seu boxe é alugado ou próprio?  
 Alugado       Próprio
  
  6. Que tipo de produto você vende no Mercado de São José?  
 comida típica       artesanato       ervas medicinais       roupa  
 outros, qual? \_\_\_\_\_
  
  7. Em sua opinião existe algum problema no mercado que afeta diretamente os frequentadores?  
 Sim       Não      Qual? \_\_\_\_\_
-

8. Existe algum problema no mercado que afeta diretamente a sua atividade?

( ) Sim ( ) Não Qual? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

9. Você considera o Mercado de São José como um bom ponto turístico?

( ) Sim ( ) Não

10. Você gostaria que fosse dado um novo uso ao Mercado de São José?

( ) Sim ( ) Não Qual? \_\_\_\_\_

## APÊNDICE B



## ENTREVISTA - FREQUENTADORES DO MERCADO DE SÃO JOSÉ

Aplicado em: \_\_\_\_\_

Nome: \_\_\_\_\_ Sexo: M ( ) F ( ) Idade: \_\_\_\_\_

1. Em qual cidade você mora?  
 Recife       outra, qual? \_\_\_\_\_
  
2. Qual é o seu grau de escolaridade?  
 Ensino fundamental completo / incompleto  
 Ensino médio completo / incompleto  
 Ensino superior       Não estudou
  
3. Você trabalha?  
 Sim       Não      Em que? \_\_\_\_\_
  
4. Com qual frequência você vem ao Mercado de São José?  
 todos os dias     1 vez na semana       1 vez no mês     poucas vezes
  
5. Você frequenta o Mercado de São José como uma atividade de lazer?  
 Sim       Não
  
6. Em sua opinião o que mais lhe atrai no Mercado de São José:  
 as comidas típicas     o artesanato     açougue  
 ervas medicinais     lazer     ambiente  
 outros, quais? \_\_\_\_\_
  
7. Você considera o Mercado de São José como um ponto turístico da cidade do Recife?  
 Sim       Não
  
8. Você gostaria que fosse dado um novo uso ao Mercado de São José?  
 Sim       Não      Qual? \_\_\_\_\_

## APÊNDICE C

## QUESTIONÁRIO ONLINE

## MERCADO DE SÃO JOSÉ – RECIFE: NOVOS PARÂMETROS DE USO.

1) Onde você mora?

2) Qual a sua idade?

3) Você conhece o Mercado de São José?

Sim

Não

4) Considera como um ponto turístico da cidade de Recife?

Sim, considero.

Não, não considero.

Não conheço.

5) Você indicaria para um amigo?

Sim, indicaria.

Não indicaria.

Não conheço.

6) Justifique a resposta anterior:

7) Você já visitou algum mercado público em outras cidades ou em outro país?

Qual(is)?

8) Gostaria que tivesse um parecido na sua cidade? Fale um pouco da sua experiência, o que chamou sua atenção, por qual motivo esteve lá...

10) Você acha que o Mercado de São José precisa de mudanças e/u melhorias?

(Organização, higienização, segurança...)

Sim

Não

Não conheço.

11) Você acha necessário a implementação de restaurantes e espaços gourmet no Mercado de São José?

Sim

Não

Não conheço.

Outra sugestão? Qual?

12) Se você não tem o hábito de ir ao Mercado de São José, havendo mudanças e/ou melhorias, passaria a frequentar?

Sim

Não. Justifique:

13) Você frequenta algum outro mercado público de Recife? (Pode selecionar mais de uma resposta)

- Mercado da Boa Vista
- Mercado da Encruzilhada
- Mercado da Madalena
- Mercado de Casa Amarela
- Todos
- Nenhum
- Outra, qual?