

MERCADOS MUNICIPAIS DE SÃO PAULO: Equipamentos essenciais ou excentricidade urbana?

Diego Vernille da Silva

Mestrando em Planejamento Urbano e Regional

Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo

diego.vernille.silva@usp.br

MERCADOS PÚBLICOS COMO EQUIPAMENTOS URBANOS

Ao colocarmos o foco sobre os equipamentos urbanos de nossas cidades, podemos constatar que embora existam características que se mantêm por um longo arco temporal, outras se alteram num período de poucas gerações. Ao lidarmos com o Planejamento Urbano, precisa-se compreender da melhor forma possível a dinâmica atual da sociedade e os usos que esta faz da cidade que constrói. Subestimar a necessidade deste entendimento pode resultar, como muitas vezes acontece, em propostas fora de lugar e ou de tempo.

O artigo que se apresenta, visa compor uma breve reflexão sobre um equipamento urbano essencial que ao longo da história da civilização assumiu diferentes características, mas mantêm-se até hoje em nossas cidades, o mercado público.

Os locais destinados ao comércio podem ser identificados ao longo da história das cidades desde o surgimento desta forma de organização humana. Com o tempo, os diferentes espaços urbanos foram se especializando, adequando-se cada vez mais à função que desempenhavam.

A *ágora* das cidades gregas, o *fórum* das cidades romanas e os *Bazaars* árabes são exemplos de espaços que abrigavam o comércio e foram tipificados, de tal forma que podemos identificá-los em diferentes cidades destas sociedades.

Nas cidades medievais europeias temos as praças como lugar de excelência para o comércio. Através delas abasteciam-se as cidades com gêneros alimentícios e produtos manufaturados de toda espécie. Contudo, cabe ressaltar que a praça do mercado não pode ser definida como um edifício, é antes um espaço livre intra-urbano onde atividades comerciais ocorrem de forma temporária. Chama-se de Feira a esta forma de comércio itinerante, e por muito tempo este foi o modo prioritário de abastecimento das cidades ocidentais.

A formatação dos mercados públicos, tal como hoje são entendidos, tem seu início ainda no Século XVIII. Está vinculada a “aparição de um novo saber urbano”, pautado por ideais iluministas de racionalidade.

Segundo Guàrdia, reflexões de Voltaire a cerca de um concurso para a praça Louis XV, em 1749, já expõe argumentos básicos deste pensamento. O embelezamento da cidade não deveria mais se pautar pela estética das novas construções, mas sim ao desenvolvimento de um sistema de comodidades, dentre as quais a distribuição homogênea de mercados, passeios, salas de espetáculo e igrejas.

Ainda segundo Guàrdia, na França revolucionária de 1790, todos os direitos feudais vinculados aos mercados foram abolidos, passando estes para a responsabilidade do município. Com a organização centralizada do Estado, novas formas de gestão urbana são desenvolvidas, e tem início o que foi chamado de “cidade dos equipamentos”.

A partir deste momento, mercados, matadouros, hospitais, escolas, estabelecimentos judiciais, museus, e outros, são enquadrados num sistema de equipamentos responsáveis pelos serviços públicos.

Devido a novas exigências de higiene e ao crescimento demográfico das cidades, privilegia-se a construção de mercados isolados das ruas, edifícios propriamente construídos para este fim. O edifício de mercado não é uma invenção do século XIX, a novidade é a consolidação do mercado como equipamento, integrante de uma rede e atrelado a um conceito mais amplo de urbanidade.

Os mercados passam a ser pensados de forma a otimizarem as relações de consumo e agregando padrões de conforto inéditos até então. Em 1771 o arquiteto Jacques François Blondel já criticava, em seu *Cours d'Architecture*, os mercados existentes naquele momento como estruturas inadequadas. Estes mercados criticados eram aqueles a céu aberto.

A consolidação dos mercados da forma que se entende hoje, cobertos, para uso cotidiano, partes de um sistema de abastecimento, está diretamente ligado à separação das atividades que antes aconteciam simultaneamente na praça do mercado. Pois além do comércio, estes eram os espaços fundamentais da sociabilidade, agregando diversas formas de manifestações culturais e da vida cívica. Conforma-se a ideia burguesa de espaço, segregado segundo os usos.

O século XIX assiste então à expansão das redes de mercados públicos na Europa. Entre 1820 e 1850 construiu-se uma média de 60 desses equipamentos por ano na Grã-Bretanha. Neste período também inicia-se o uso de ferro para a construção, inicialmente na mesma Grã-Bretanha e em seguida na França, que assume o papel de destaque na produção destes edifícios após a reconstrução do *Les Halles Centrales* de

Paris.

Ainda Guàrdia traz que o modelo Francês predominou na renovação dos mercados da Bélgica, Itália, Alemanha, Áustria, Espanha e América Latina.

Os Estados Unidos também promovem neste período a criação de redes de mercados públicos. Entre 1880 e 1891 são construídos mais quinze em complementação à extensa rede já existente. Nova York e Filadélfia são exemplos de cidades que investiram em tais equipamentos.

De volta à Europa, como forma a adequar o abastecimento de Berlim aos novos padrões internacionalmente disseminados, entre 1886 e 1891, dezessete mercados a céu aberto são substituídos por treze mercados cobertos.

Na Espanha, grandes investimentos são realizados em Madri e Barcelona. Data de 1868 a conclusão de trabalhos para dotarem Madri de uma rede de mercados. Também Barcelona, que passava neste momento pelo desenvolvimento urbanístico do *Ensanche*, formou em um curto espaço de tempo uma considerável rede.

Contudo, esta situação de expansão das redes não se mantém por muito tempo. Na Europa, o declínio dos mercados públicos pode ser identificado já nos finais do século XIX, em locais como Grã-Bretanha e França. Por este período e até início do século XX este fenômeno pode ser observado também nos Estados Unidos.

Entre 1910 e 1920 não se construiu nenhum mercado na Grã-Bretanha. A concorrência com outras formas de comércio já era apontada como uma das razões deste declínio. A crise definitiva inicia-se com o segundo pós-guerra, com a chegada dos sistemas de autosserviço, que fazem dos mercados tradicionais estabelecimentos anacrônicos.

No entanto, a medida que os novos modos de comércio se expandem e consolidam na cidade, são formuladas críticas cada vez mais contundentes a alguns aspectos desses, como a excessiva homogeneização, impessoalidade, desarticulação do tecido urbano tradicional, e assim, chegamos a um momento em que um novo olhar é posto sobre os antigos e anacrônicos mercados.

Em Madri, após um período de forte declínio nos anos 90, deu-se início à renovação dos mercados. O objetivo era transformar os mesmos, a partir de uma visão em rede, em polos de desenvolvimento econômico e social, através da adaptação desses aos novos padrões de vida e criando formas comerciais distintas das premissas homogeneizantes dos Super/Hipermercados e Shopping Centers.

Barcelona também adota esta postura de defesa do comércio tradicional, ou, como eles mencionam, comércio de proximidade. Em 1986 foi lançado o *Plan Especial de Equipamiento Comercial Alimentario de la Ciudad de Barcelona*. Esse plano

destacava a “transcendência” urbanística e fazia da renovação da rede existente de mercados, como polaridades fundamentais do comércio de proximidade, a principal ferramenta de intervenção.

Em 1991 foi criado o Instituto Municipal de Mercados de Barcelona, com o objetivo de gerir, administrar e modernizar os mercados municipais. O entendimento que os mercados atuam como centralidade social, cívica e cultural é que conduziu tais iniciativas, e hoje, Barcelona firma-se como um polo de produção do conhecimento à cerca dos mercados públicos.

Em Portugal, onde os mercados continuam com um papel importante como equipamentos de abastecimento e base para o comércio dos pequenos agricultores do entorno das cidades, também começam a aparecer estudos que visam à renovação dos mesmos. O desafio é identificar quais as especificidades que poderiam ser reforçadas de forma a poderem enfrentar a concorrência com as formas hegemônicas de comércio da atualidade.

Como um sinal da revalorização dos mercados públicas nas últimas décadas, podemos observar, de forma frequente, a publicação de projetos destes equipamentos em fontes especializadas de arquitetura.

As tipologias são variadas, desde mercados cobertos à semelhança dos mercados de ferro, até outros que se caracterizam por uma simples cobertura num espaço público, e prestam-se, para além da função de mercado, como abrigo de usos diversos. Projetos de reforma e adaptação de mercados existentes também são frequentes, principalmente impulsionados pelos exemplos espanhóis de Barcelona e Madri.

Constatamos então que os mercados públicos possuem um grande potencial para as cidades, e já estão a algum tempo sendo estudados, principalmente na Europa, como equipamentos essenciais para o desenvolvimento urbano. Todavia, no Brasil, estudos que se voltam a tais equipamentos são, ainda, essencialmente ligados ao artefato arquitetônico em si.

Num breve levantamento da produção acadêmica atual, destacam-se estudos antropológicos, de memória social ou ligados à questão do patrimônio cultural. A abordagem dos mercados como parte integrante de um sistema de abastecimento é ainda incipiente.

Ao colocarmos todo o interesse em torno dos mercados públicos em questões como o folclore local, o valor histórico ou a singularidade das relações sociais que se criam em torno destes, perde-se a oportunidade de consolidarmos o entendimento sobre o papel contemporâneo dos mercados em nossas cidades, e assim, como utilizá-los da forma mais adequada.

Pode-se pontuar algumas cidades no País onde os mercados públicos continuam tendo relativa importância no papel de centralidades, e Belém talvez seja o caso mais emblemático. No entanto, o texto que segue se deterá numa breve avaliação de um caso menos conhecido, a rede de mercados públicos de São Paulo.

MERCADOS MUNICIPAIS DE SÃO PAULO

Assim como nas cidades medievais europeias, em que a praça era o principal polo de comércio e abastecimento, abrigando as feiras, em São Paulo surgiram também contextos urbanos semelhantes.

No final do século XVIII e início do XIX, foram criadas feiras em locais de pouso de tropas, nos núcleos populacionais que circundavam a cidade propriamente dita, eram os chamados Mercados Caipiras, e estabeleceram-se em locais como os bairros da Lapa e Pinheiros.

O abastecimento da cidade era feito principalmente por canoas que desciam o rio Tamanduateí, vindas das fazendas e aldeias do entorno. Outro local importante de comércio eram as chamadas Casinhas. Criadas em 1773, localizavam-se na Travessa do Palácio, próximo à várzea do Carmo. Para melhorar este abastecimento, estabeleceu-se em 1797 uma feira no Campo da Luz, chamada Feira de Pilatos.

Apesar de já serem importantes para a cidade e cercanias a um longo tempo, as feiras só foram instituídas oficialmente pelo prefeito Washington Luís através do *Acto n. 710, de Agosto de 1914*. As feiras eram então chamadas de Mercados Francos e os seis primeiros foram estabelecidos através do *Acto n. 714* do mesmo ano.

Nesta altura, a cidade já havia contado com um mercado público fixo para seu abastecimento, construído em 1867 na várzea do Carmo. Tal mercado consistia num pavilhão com 33 aberturas em arco com uma grande praça à frente. Todo este conjunto era chamado Praça do Mercado, e funcionou até 1907.

Conforme a descrição acima, pode-se perceber que tratava-se de um mercado a céu aberto, pois apesar do pavilhão, a praça era o espaço mais significativo do mercado. Um mercado coberto foi construído apenas em 1890, chamado de Mercado São João, localizado na Avenida Prestes Maia. Segundo Rennó, este mercado foi demolido em 1915 e transferido para baixo do viaduto Santa Ifigênia, funcionando por dez anos nesse local.

Com a necessidade de um novo mercado, alinhado às concepções mais avançadas daquele tempo, foi autorizado, com a Lei 2779 de 1924, a construção do

Mercado Municipal, na região do Parque Dom Pedro II localizado próximo a colina histórica do Centro de São Paulo. Foi inaugurado em 25 de Janeiro de 1933.

Possuindo uma área total de 12.600m², sendo 7.100m² a área disponível para a comercialização de produtos, Arquitetura do escritório de Ramos de Azevedo e pé-direito que chega a 16m, este mercado foi o principal entreposto de abastecimento da cidade até a criação do Ceasa (atual Ceagesp), na década de 60. Apesar do Mercado Municipal ser substituído pelo atual Ceagesp como principal fonte de abastecimento atacadista, ainda exerce destaque neste setor durante a madrugada, e funcionando durante o dia como varejista.

Outro mercado antigo ainda em funcionamento é o chamado Kinjo Yamato. Localiza-se em frente ao Mercado Municipal e foi inaugurado em 1936 com a função de comercializar frutas e legumes no atacado e varejo. Hoje em dia, o mercado funciona como uma feira-livre coberta durante o dia, e, apesar da concorrência com o Ceagesp, continua importante no comércio atacadista, criando, com o Mercado Municipal (Mercadão), um polo de abastecimento.

A criação de novos mercados prossegue ao longo do século XX, acompanhando o crescimento da cidade. Na década de 40, dois mercados são construídos, o do Ipiranga (1940) e o do Tucuruvi (1949).

Na década seguinte, mais dois, o da Lapa (1954) e o de Santo Amaro (1958). A década de 60 assiste à construção de um novo, o de São Miguel (1967) e a reconstrução do mercado do Tucuruvi em 1969, após mudança para o atual endereço.

A década de 70 concentra os trabalhos em cinco mercados, Pinheiros, Penha e Vila Formosa em 1971, Pirituba em 1972 e Ipiranga em 1975. O mercado de Pinheiros existia desde 1910 e, por sua vez, era já a consolidação do antigo Mercado Caipira que existia na região, conforme mencionado anteriormente. A reconstrução do mercado, inaugurado em 1971, deveu-se à ampliação da Avenida Faria Lima, que obrigou à demolição do antigo.

Já o Mercado do Ipiranga de 1940 foi fechado, e um novo foi estabelecido, próximo ao antigo, no endereço que está até hoje. Os anos 80 veem apenas um mercado ser acrescido à rede existente, o de Guaianases (1989).

Em 1990, com o Decreto 28.850, a prefeitura institui os chamados “Sacolões”. O objetivo era, segundo esta determinação, oferecer gêneros alimentícios a preços mais baixos que os de mercado para a população. Estes equipamentos foram instalados em locais como baixios de viaduto e galpões, e funcionam de forma diversa dos mercados municipais.

Os mercados são caracterizados pela concentração de diversos

permissionários, que oferecem produtos variados, sem determinação específica sobre o preço daquilo que oferecem. O cliente precisa da ajuda dos vendedores para terem acesso aos produtos, o diálogo é fundamental, tal como os formatos antigos apresentados no início deste artigo. É o formato de comércio que nos vem à mente quando pensamos em feiras e mercados públicos.

Já os sacolões, apesar de serem espaços cobertos e sob administração municipal, não podem ser comparados aos mercados públicos. O sistema de compra é o autosserviço: o cliente escolhe o que quer, vai até a linha de caixas e efetua o pagamento.

É o mesmo modelo em funcionamento nos Super/Hipermercados, e quebra a riqueza potencial de encontro e diálogo dos mercados tradicionais. Além disso, por terem um controle sobre preços, não têm a mesma dinâmica econômica dos outros mercados apresentados. Assim, os sacolões não serão incluídos neste artigo na rede de mercados públicos, pois, de fato, são equipamentos que funcionam sob outras premissas.

Entre 1995 e 2000 estabelecem-se os mercados de Teotônio Vilela, Sapopemba e a Central Leste de Abastecimento. Chegamos então a 2014 com uma rede de 15 mercados públicos em São Paulo, sendo que nenhum novo foi construído desde 2000.

Esta rede se caracteriza pela heterogeneidade. Podendo-se identificar grandes diferenças quando à localização, forma dos edifícios, relacionamento destes com o entorno, relevância para o bairro em que se localizam, dentre outras.

Segundo a Prefeitura, a missão dos mercados é: Garantir, à população da cidade de São Paulo, através das unidades de abastecimento, o acesso a produtos seguros, com qualidade e diversidade, num ambiente cuja permanência seja agradável e a experiência de compra, bem como a experiência de convívio sejam supridas em todos os seus aspectos.

E a visão sobre os mercados é o reconhecimento desses como um centro de compras que surpreenda o consumidor no que se refere à qualidade, à diversidade e ao preço dos produtos num espaço acolhedor favorável ao exercício do convívio e do lazer.

Tendo em vista que a principal forma de abastecimento em São Paulo hoje são os sistemas de autosserviço, Super/Hipermercados, a missão e a visão apresentadas pela Prefeitura sobre os mercados públicos são coerentes?

Apenas para ilustrar, o número de Hipermercados em São Paulo em 2003, segundo dados disponíveis na página de internet da Prefeitura, totalizava 102 e o de Supermercados 881. Podemos já confrontar a enorme discrepância entre a disponibilidade destes equipamentos, num total de 983, ante os 15 mercados públicos.

É evidente, contudo, que o quadro de equipamentos municipais de

abastecimento só está completo ao computar as feiras livres, que, apesar dos mercados cobertos, continuaram com um papel importante na cidade e hoje somam 873. Apesar disso, o potencial dos mercados públicos, como equipamentos de centralidade urbana, é maior que o das feiras, posto que estas funcionam de forma itinerante, em horários restritos, alterando pouco o território onde se inserem.

Façamos então uma breve análise das características arquitetônicas e de inserção urbana dos mercados. Do ponto de vista da inserção na cidade e tendo por base o Plano Diretor Estratégico recém-aprovado na Câmara do Município, observamos que 8 dos 15 mercados estão fora da abrangência dos Eixos de Estruturação da Transformação Urbana.

Ou seja, não possuem estações de trem, metrô num raio de 400m a 600m de distância. Não estão na faixa de 150m a 300m do entorno de linhas de metrô e VLP. São mercados que estão em meio a áreas majoritariamente residenciais e fora das centralidades de bairro.

Destes oito, seis não estão nem sequer abrangidos por Macroáreas de Estruturação Metropolitana, distantes, desta forma, dos locais prioritários do adensamento da cidade nos próximos anos.

Ao analisarmos a inserção urbana num nível de quadras, temos que 7 estão implantados em quadras isoladas do entorno, 5 são edifícios isolados num lote de uma quadra ocupada e 3 não possuem recuos das edificações do entorno.

Dez edifícios possuem no máximo 3 pontos de ingresso, configurando-se como caixas herméticas, sem relação com as ruas próximas e ocultando o interior. Os dois mercados que melhor se abrem ao exterior são o Mercado Municipal Paulistano (Mercadão), e o Mercado da Lapa. Tendo respectivamente 11 e 10 portas para ingresso, tornam possível para os pedestres do entorno, vislumbrarem o movimento interno.

Podemos identificar apenas um mercado com praça frontal que poderia ser chamada “praça do mercado”, o de Guaianases. Em confronto a isso, outros onze possuem no lugar de praças, estacionamentos em toda a volta do edifício, configurando um conjunto arquitetônico mais relacionado aos mercados privados.

Do ponto de vista do tamanho dos edifícios, 9 possuem no máximo 5.000m², menos da metade do Mercado Municipal Paulistano, com seus 12.600m². O segundo maior é a Central Leste de Abastecimento, e possui 7.600m², já bem menor que o Mercadão.

Chegando ao número de boxes presentes nos mercados, dois deles, Mercadão e Mercado da Lapa, concentram 51% do total. Diversas discrepâncias podem ser encontradas nesta rede apresentada. E para complicar ainda mais o quadro, os produtos e

serviços disponibilizados nos mesmos não foram revistos nas últimas décadas.

Toda legislação produzida a respeito desde os anos 90 diz respeito apenas a mudanças organizacionais internas da própria prefeitura, sendo os mercados deslocados administrativamente de secretaria em secretaria.

Um dos últimos decretos referentes ao tema, Decreto nº 46.398 de 2005, transfere a maior parte dos mercados para a competência das Subprefeituras, enquanto os centrais continuam a cargo da Supervisão de Abastecimento.

Podemos, neste quadro atual, afirmar que São Paulo possui uma rede de Mercados Públicos, ou devemos concluir que só nos restam fragmentos de políticas públicas voltadas a estes equipamentos? Equipamentos essenciais, verdadeiras centralidades, ou excentricidades?

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista a evolução dos mercados públicos no mundo e as tendências mais atuais com relação a estes equipamentos, podemos perceber uma revalorização do papel urbano destes nas últimas décadas. No entanto, ao focarmos num caso nacional, constatamos o quão distante ainda estamos destas discussões.

Na vivência cotidiana da cidade de São Paulo, podemos perceber que os mercados funcionam de forma bastante heterogênea. Enquanto alguns permanecem dinâmicos, atendendo à população com o abastecimento de itens alimentícios já característicos e oferecendo alguns novos serviços, outros operam de forma precária.

Os dados apresentados na parte final do capítulo anterior ilustram um pouco desta heterogeneidade, mas evidentemente não esgotam o assunto e muitas outras considerações poderiam ser feitas.

Quais os critérios que levam à instalação de um mercado público em determinada área? Qual o perfil dos munícipes que utilizam seus serviços? Quais produtos e serviços devem ser disponibilizados em determinado bairro? Qual a relevância dos mercados públicos uma vez que os mercados privados são os grandes responsáveis pelo abastecimento da cidade?

São todas perguntas que até o momento permanecem sem respostas em São Paulo, e certamente no contexto brasileiro de forma geral. Outros países já identificaram o potencial urbanístico destes equipamentos e quais particularidades os transformam em peças chaves do desenvolvimento urbano. Seguiremos este caminho ou permitiremos que aquilo que hoje são excentricidades, convertam-se não em centralidades, mas em

irrelevância?

BIBLIOGRAFIA

Alves, L. A., Filho, V. R. 2011. Os mercados públicos e a cidade: as transformações do mercado municipal de Uberlândia (mg). *Caminhos de Geografia* [Online], 12. Disponível em: <http://www.seer.ufu.br/index.php/caminhosdegeografia/article/view/16515> [Consult. 14 Julho 2014].

Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana, Ayuntamiento de Madrid 2012. *Plan de innovación y transformación de los mercados de madrid* [Online]. Madri: Ayuntamiento de Madrid. Disponível em: <http://www.madrid.es/UnidadesDescentralizadas/Consumo/ficheros/MercadosJunio2012.pdf>. [Consult. 11 Julho 2014].

Barreta, J. 2012, *Mercados municipais em portugal: cenários para 2030*. [livro digital] Lisboa: CECOIA. Disponível em: <http://www.cecoa.pt/custompage/crcarticles?aid=74>, [Consult. 11 Julho 2014].

Bruno, G. R. 2010, *Mercado Central de Pelotas: A permanência no lugar do consumo*. [livro digital] Pelotas: ICH UFPEL. Disponível em: http://www2.ufpel.edu.br/ich/ppgmp/%20dissertacoes/guilherme-bruno/?doing_wp_cron=%2014044137%2067, [Consult. 3 Julho 2014].

Chaves, A. F. A. R. 2002, *Estudo das variáveis utilizadas na decisão de compras no comércio varejista de alimentos de auto-serviço supermercados*. [livro digital] São Paulo: FEA USP. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12136/tde-16112004-132847>, [Consult. 3 Julho 2014].

Duran, A. C. F. L. 2013, *Ambiente alimentar urbano em São Paulo, Brasil: avaliação, desigualdades e associação com consumo alimentar*. [livro digital] São Paulo, FSP USP. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/6/6138/tde-02102013-164136>, [Consult. 3 Julho 2014].

Filgueiras, B. S. C. 2006, *Do mercado popular ao espaço de vitalidade: o Mercado Central de Belo Horizonte*. [livro digital] Rio de Janeiro: IPPUR UFRJ. Disponível em: <http://www.ippur.ufrj.br/download/pub/BeatrizSilveiraCastroFilgueiras.pdf>, [Consult. 18 Junho 2014].

Garrafa, F. 2007, *Shopping Centers: de centro de abastecimento a produto de consumo*. [livro digital] São Paulo: FAU USP. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16139/tde-18052010-153220>, [Consult. 3 Julho 2014].

Gehl, J. 2013. *Cidade para pessoas*. São Paulo, Perspectiva.

Guàrdia, M., Oyón, J. L. 2010. *Hacer ciudad a través de los mercados: Europa, siglos XIX y XX*. Barcelona, MUHBA.

Guàrdia, M., Oyón, J. L. 2007. Los mercados públicos en la ciudad contemporánea. El caso de Barcelona. *Biblio 3W* [Online], XII. Disponível em: <http://www.ub.es/geocrit/b3w-744.htm> [Consult. 10 Junho 2014].

Guimarães, O. 1969. *O Papel das Feiras Livres no Abastecimento da Cidade de São Paulo*. São Paulo, USP.

Masano, I. R. 2011, *A gastronomia paulistana: o local e o global no mesmo prato*. [livro digital] São Paulo: FAU USP. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16139/tde-20012012-104520>, [Consult. 3 Julho 2014].

Medeiros, J. F. S. 2010, *As feiras livres em Belém (Pa)*. [livro digital] Belém: UFPA. Disponível em: <http://www3.ufpa.br/ppgeo/arquivos/dissertacoes/2010/Jorge%20Fran%C3%A7a.pdf>, [Consult. 10 Junho 2014].

Murilha, D., Salgado, I. 2011. A arquitetura dos mercados públicos. Tipos, modelos e referências projetuais. *Arquitextos* [Online], 138.02. Disponível em: <http://vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/12.138/4113> [Consult. 10 Junho 2014].

Oliveira Júnior, J. V. 2006, *Fluxograma do processo de planejamento arquitetônico aplicado a mercados públicos*. [livro digital] João Pessoa: CT UFPB. Disponível em: <http://www.ct.ufpb.br/pos/ppgecam/images/arquivos/dissertacoes/2004/11-2004.pdf>, [Consult. 18 Junho 2014].

Pintaudi, S. M. 2006. Os mercados públicos: metamorfoses de um espaço na história urbana. *Scripta Nova* [Online], X. Disponível em: <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-218-81.htm> [Consult. 1 Julho 2014].

Reis Filho, N. G. 1994. *São Paulo e outras cidades: produção social e degradação dos espaços urbanos*. São Paulo, Hucitec.

Rennó, R. 2006. *Do Mármore ao vidro: mercados públicos e supermercados, curva e reta sobre a cidade*. São Paulo, Annablume.

Sesso Filho, U. A. 2003, *O setor supermercadista no Brasil nos anos 1990*. [livro digital] Piracicaba: ESALQ USP. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/11/11132/tde-11072003-140924>, [Consult. 3 Julho 2014].

Supervisão Geral de Abastecimento, Prefeitura de São Paulo 2014. *Mercado Municipal Paulistano* [Online]. São Paulo: Prefeitura de São Paulo. Disponível em: http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/trabalho/abastecimento/mercado_paulistano/index.php?p=151237. [Consult. 1 Agosto 2014].

Vargas, H. C. 2001. *Espaço terciário: O lugar, a Arquitetura e a Imagem do Comércio*. São Paulo, SENAC.