



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE TECNOLOGIA E DESENVOLVIMENTO REGIONAL
DEPARTAMENTO DE GASTRONOMIA
CURSO DE BACHARELADO EM GASTRONOMIA

WALQUIRIA MORAIS DE ARAÚJO CANDEIA

**OS SABORES DO MERCADO PÚBLICO DE PATOS NA (RE)CONSTRUÇÃO DE
UMA IDENTIDADE GASTRONÔMICA LOCAL NA FIGURA DE MARIA DO BODE**

JOÃO PESSOA

2024

WALQUIRIA MORAIS DE ARAÚJO CANDEIA

**OS SABORES DO MERCADO PÚBLICO DE PATOS NA (RE)CONSTRUÇÃO DE
UMA IDENTIDADE GASTRONÔMICA LOCAL NA FIGURA DE MARIA DO BODE**

Trabalho de conclusão de curso – Artigo científico à Universidade Federal da Paraíba (UFPB), como parte das exigências para obtenção do grau de bacharel em gastronomia.

Orientadora: Profa. Me. Cristiane Bezerra Libório Correia

JOÃO PESSOA

2024

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

C216s Candeia, Walquiria Morais de Araujo.

Os sabores do mercado público de Patos na
(re)construção de uma identidade gastronômica local na
figura de Maria do bode.icaia / Walquiria Morais de
Araujo Candeia. - João Pessoa, 2024.
36 f.

Orientação: Cristiane Bezerra Libório Correia.
TCC (Graduação) - UFPB/CTDR.

1. Gastronomia. 2. Mercado público. 3. Cultura
alimentar. 4. Desenvolvimento local. 5. Memória. I.
Correia, Cristiane Bezerra Libório. II. Título.

UFPB/CTDR

CDU 641:339.175(813.3)

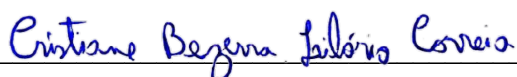
WALQUIRIA MORAIS DE ARAÚJO CANDEIA

**OS SABORES DO MERCADO PÚBLICO DE PATOS NA (RE)CONSTRUÇÃO DE
UMA IDENTIDADE GASTRONÔMICA LOCAL NA FIGURA DE MARIA DO BODE**

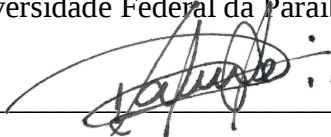
Trabalho de conclusão de curso apresentado à
Universidade Federal da Paraíba (UFPB), como
parte das exigências para obtenção do grau de
bacharel em Gastronomia.

Aprovado em: 22 / 04 / 2024.

BANCA EXAMINADORA



Profa. Orientadora: Me. Cristiane Bezerra Libório Correia
Universidade Federal da Paraíba - UFPB



Prof. Me. Tadeu Rena Valente
Universidade Federal da Paraíba - UFPB



Prof. Me. Vitor Hugo Rocha de Vasconcelos
Universidade Federal da Paraíba - UFPB

Para você, minha mãe (*in memoriam*), por me ensinar sobre cozinhar e amar

AGRADECIMENTOS

Sempre escutei sobre a solidão que é escrever um TCC, em parte essa afirmação é verdadeira, porém no meu caso encontrei solidariedade e afeto que me fizeram companhia ao longo dessa difícil e cansativa tarefa e quero expressar a minha gratidão a todos que caminharam comigo antes e durante a concretização desse projeto.

Começo pelo meu companheiro de vida Marcone, meu alicerce e abrigo.

As donas do meu coração, Aline e Bruna vocês são mais do que eu poderia desejar como mãe. Obrigada por toda ajuda nesse e em todos os projetos que me proponho a fazer.

Pedro Machado, obrigada por me lembrar sempre quando estava procrastinando que tinha um TCC para escrever.

As minhas irmãs Elizabeth e Vania pelo amor e cumplicidade. Meu irmão Júnior pelas aulas de culinária e Clidemar que carregou muitos balaies de frutas na feira do Guará para ajudar no nosso sustento.

Ao meu pai, avô e tio, todos no plano superior, que de alguma forma tiveram suas vidas ligadas ao mercado e feira de Patos.

A minha orientadora Cristiane, sua tranquilidade foi fundamental na construção desse projeto.

Aos professores Tadeu e Vitor, obrigada pela gentileza de aceitarem participar da minha banca.

Valeria Saturnino que de professora se tornou uma amiga.

Robson, Tatiana, Andreia, Carolina, Gabriel, Daniel, Rosinete, Ana Camila, Gabriela, Giovana Lacouth, Nathália, Juliana e Maria Rita, que entraram em minha vida através da gastronomia.

Agradeço especialmente a Flora Fernandes, pela amizade, pelas melhores cachaças e pelas declarações de amor, estando sóbria ou não, além de toda a contribuição com esse projeto. Todos vocês fizeram abrigo em meu coração.

E por fim, agradeço a Maria do Bode, que tão gentilmente compartilhou suas memórias, seus sabores e saberes.

*“Fumo de rolo, arreio de cangalha,
Eu vim pra vender, quem quer comprar?
Bolo de milho, broa e cocada,
Eu vim pra vender, quem quer comprar?”*

*Pé de moleque, alecrim, canela
Moleque sai daqui me deixa trabalhar
E Zé saiu correndo pra feira de pássaros
E foi passo-voando pra todo lugar*

*Tinha uma vendinha no canto da rua, onde o
mangaieiro ia se animar
Tomar uma bicada com lambú. assado, e olhar
pra Maria do Joá*

[...]”

(Sivuca e Glorinha Gadelha)

RESUMO

Este trabalho investiga o papel do Mercado Público de Patos, na Paraíba, como elemento central na (re)construção e preservação da identidade gastronômica local. Utilizando uma abordagem etnográfica, o estudo centra-se no restaurante Maria do Bode, reconhecido por sua contribuição significativa à culinária regional através do uso de ingredientes locais e pratos tradicionais. As feiras e mercados públicos são analisados não apenas como espaços de comércio, mas como locais de intensa troca cultural e social, onde se observa a manutenção de práticas alimentares tradicionais e a promoção da cultura alimentar local. O projeto destaca a importância econômica, cultural e social dos mercados e feiras livres na manutenção da identidade local, evidenciando a necessidade de políticas públicas que visem à sua preservação e valorização. Este estudo contribui para o reconhecimento da gastronomia como patrimônio cultural, sugerindo que a valorização dos espaços de alimentação tradicional pode impulsionar o desenvolvimento local sustentável.

Palavras-chave: Gastronomia, Mercado Público, Cultura Alimentar, Desenvolvimento Local, Memória.

ABSTRACT

This work investigates the role of the Public Market of Patos, in Paraíba, as a central element in the (re)construction and preservation of the local gastronomic identity. Using an ethnographic approach, the study focuses on the Maria do Bode restaurant, recognized for its significant contribution to regional cuisine through the use of local ingredients and traditional dishes. Fairs and public markets are analyzed not only as spaces of commerce but as places of intense cultural and social exchange, where the maintenance of traditional eating practices and the promotion of local food culture are observed. The project highlights the economic, cultural, and social importance of markets and street fairs in maintaining local identity, evidencing the need for public policies aimed at their preservation and valorization. This study contributes to the recognition of gastronomy as a cultural heritage, suggesting that the valorization of traditional food spaces can drive sustainable local development.

Keywords: Gastronomy, Public Market, Food Culture, Local Development.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - (a) Feira de frutas e verduras; (b) Feira da troca.....	18
Figura 2 – Perus e patos vendidos na feira.....	18
Figura 3 - Fachada do Mercado Municipal de São Paulo.....	20
Figura 4 - Fachada da Casa das Tulhas.....	21
Figura 5 - (a) doces e molhos de pimenta; (b) Tiquira, doces e bolsas.....	22
Figura 6 - Fachada do Mercado da Boa Vista.....	22
Figura 7 - Espaço interno do Mercado da Boa Vista.....	23
Figura 8 - Foto aérea da cidade de Patos – PB.....	24
Figura 9 - Fachada do Mercado Municipal de Patos.....	25
Figura 10 - (a) Box de tralhas; (b) Artigos em couro e calçados; (c) Malas, balaies, cabaças; e (d) Candeeiros.....	26
Figura 11 - Boxes de cereais, biscoitos e rapaduras.....	27
Figura 12 - Maria do Bode.....	28
Figura 13 – Box 37.....	29
Figura 14 – Parte da equipe de Maria do bode.....	29
Figura 15 – Comanda do restaurante.....	30
Figura 16 – Bode guisado.....	30

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

FUNES	Fundação Ernani Satyro
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IPHAN	Patrimônio Cultural e Imaterial do Brasil pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a educação, ciência e a cultura

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 METODOLOGIA	15
3 CONTEXTO HISTÓRICO	16
3.1 Feiras livres	16
3.2 Mercados públicos	19
4 RESULTADO E DISCUSSÕES	23
4.1 Mercado público de Patos	28
4.2 Maria do Bode - Uma vida no mercado	28
5 CONCLUSÃO	32
REFERÊNCIAS	33

1 INTRODUÇÃO

Diversos são os autores que ao longo da história tentaram conceituar a cultura. A exemplo de Nicola Perullo (2013, p, 68), filósofo italiano que define cultura como: “um processo dinâmico, um complexo de interações com o ambiente, do qual fazem parte elementos biológicos e elementos simbólicos”. A definição de Perullo vai de encontro a perspectiva antropológica de cultura, que a considera como tudo o que confere significado à sociedade. Logo, os costumes e tradições de um povo são elementos constituintes desse conceito. Metcalf (2015), já apontava isso em seus estudos, ao destacar que tudo o que é “plantado” em uma criança pelos mais velhos, pode ser definido como cultura de um indivíduo, incluindo os hábitos alimentares.

Nesse sentido, a alimentação não é apenas uma necessidade básica, representa gostos e predileções de um povo (Montanari 2013) e tais gostos, fazem parte da gastronomia. Portanto, a alimentação e as relações sociais que se constroem em torno de uma mesa representa a cultura a qual deve ser preservada, juntamente com seus sabores e saberes.

Para Montanari (2013) a gastronomia vai além da identidade cultural, expressa o sentido de pertencimento, onde cada território conta com ingredientes, sabores e técnicas próprias. Sendo o Brasil, exemplo de tal sentido, a cozinha do povo brasileiro reflete as tradições, ingredientes e costumes dos povos originários, dos colonizadores e dos escravizados africanos, como afirma Luís Câmara Cascudo em seu livro intitulado História da Alimentação no Brasil (2011)

Na região Nordeste, assim como no restante do Brasil, a culinária é um mosaico de influências étnicas que contribuíram para a formação dos sabores característicos dessa região. Em vista disso, é comum encontrar ingredientes e pratos semelhantes nos diferentes estados que compõem o nordeste brasileiro, que, embora possuam suas peculiaridades, compartilham uma grande similaridade gastronômica, tornando desafiador caracterizar uma gastronomia genuína para cada um dos nove estados que compõem o Nordeste.

Além disso, ao analisarmos a gastronomia de um estado, faz-se necessário estudar as microrregiões como unidade e jamais homogeneizar o território apenas por pertencer a mesma administração territorial. Realizando um recorte geográfico sobre a Paraíba, estado a qual habita a cidade de Patos, objeto de estudo deste trabalho, é possível perceber tais peculiaridades supracitadas. O Litoral paraibano, por exemplo, traz ao estado o sabor adocicado em virtude da estrutura açucareira muito presente em suas planícies, enquanto no Cariri e Sertão as carnes bovinas e caprinas, leites e seus derivados se sobressaem devido as criações pecuárias. De

acordo com Mello (2002), tais padrões culinários presentes em cada localidade se justificam, justamente, devido ao tipo de ocupação/atividade econômica local.

Diante do exposto até o momento, percebe-se que a gastronomia engloba aspectos que vão além da mesa, do prato e do garfo. Ela reúne pessoas e cria laços comuns, sendo essas conexões o que Lody (2019), chamou de identidade. Essa relação entre alimentação, cultura e identidade é abordada por diferentes autores (Montanari, 2013, Metcalf, 2015 e Lody, 2015).

Portanto, é necessário pesquisar sobre a cultura alimentar dessas mesorregiões, especialmente do sertão paraibano, a fim de valorizar sua culinária, preservando o seu legado cultural, costumes, técnicas de preparo e patrimônio, como forma de identidade local. Patos foi escolhida como parte do estudo, devido a sua força regional em relação ao comércio e serviços, porém de pouca relevância no setor gastronômico. Diante desse cenário, o Mercado público municipal surge como uma opção de desenvolvimento de um polo gastronômico, pois lá encontra-se produtos e pratos típicos do sertão paraibano.

O Mercado Público Darcílio Wanderley está localizado na área central da cidade de Patos. Neste espaço, é possível encontrar produtos típicos da gastronomia sertaneja como rapadura, queijos, farinhas, arroz vermelho, feijão de corda, e o bode, entre outros. Portanto, revitalizar e preservar esse espaço, como vem ocorrendo atualmente em outros lugares, é crucial devido ao papel que os mercados públicos desenvolvem para as cidades onde estão inseridos.

Os sabores típicos do sertão estão muito presentes no dia a dia da maioria dos lares sertanejos. Logo, conhecer as histórias e enredos culturais por trás desses pratos permite valorizar ainda mais esses alimentos tão carregados de significados. Diante disso, a pesquisa busca demonstrar a importância dessa culinária no restaurante Maria do Bode, localizado no interior do mercado municipal de Patos, que constitui um local de grande importância na construção e preservação da identidade gastronômica local.

Assim, o estudo pretende apresentar o mercado Darcílio Wanderley como um local de consumo tanto da culinária quanto da cultura regional, contribuindo para a valorização desse espaço, o que pode gerar desenvolvimento econômico e sociocultural. A pesquisas sobre o mercado público de Patos, além de valorizar o espaço, pode ainda contribuir academicamente, gerando dados, devido à escassez de informações tanto na literatura, quanto nas páginas oficiais. Nessa perspectiva, esse trabalho tem como objetivo principal avaliar se a gastronomia presente no mercado público contribui para a preservação da identidade cultural local, na figura de Maria do Bode na salvaguarda dessa identidade através de seu restaurante.

2 METODOLOGIA

Esse trabalho é classificado como pesquisa qualitativa, conforme explicado por Ludke e André (1986), na pesquisa qualitativa, o ambiente natural é a fonte direta de dados, e o pesquisador é o principal instrumento utilizado. De acordo com esses autores, a pesquisa qualitativa requer o contato direto do pesquisador com o ambiente e a situação investigada, frequentemente realizado por meio de um trabalho de campo.

Em relação as fontes utilizadas para a investigação do objeto foram utilizadas uma pesquisa de campo e um levantamento bibliográfico. Segundo Marconi e Lakatos (2024), os processos utilizados para a obtenção dos dados são a documentação direta que ocorre no próprio local onde os fenômenos ocorrem através da pesquisa de campo. Já a documentação indireta serve-se de dados que já foram coletados por outras pessoas através de uma pesquisa bibliográfica.

A pesquisa bibliográfica foi realizada com base em fontes disponíveis, como artigos científicos, teses e monografias nas bases de dados da capes e google scholar, além da leitura em livros físicos e digitais.

Assim, a coleta de dados será realizada in loco através de visitas ao Mercado e ao Restaurante Maria do bode, localizado no sertão paraibano, a fim de observar o cotidiano das pessoas que frequentam e trabalham no local e através dos relatos entender sobre os comportamentos e hábitos formadores de sua cultura.

Para a análise dos dados, desenvolvemos um caderno de notas e colagens, que funcionou como um banco de dados. Selecionamos e registramos informações que consideramos relevantes para abordar a questão central desta pesquisa. Esse recurso foi fundamental para verificar os métodos de preparação da comida regional, bem como para identificar pistas que ajudarão a entender as transformações ocorridas no local estudado.

3 CONTEXTO HISTÓRICO

3.1 Feiras livres

As feiras livres são lugares dinâmicos que refletem a produção local e a circulação de pessoas e mercadorias. Esses espaços comerciais têm suas raízes na antiguidade. No entanto, foi na idade média que as feiras foram organizadas e oficializadas.

Segundo o historiador Mark Cartwright (2019)

Esses mercados e feiras eram organizados por grandes proprietários, conselhos municipais, e algumas igrejas e monastérios. Eles obtinham permissão de seus soberanos para realizar tais eventos, esperando lucrar com as taxas cobradas dos feirantes e impulsionar a economia local à medida que os clientes utilizavam os serviços periféricos.

Feira é uma palavra que tem origem no latim feria, que significa “descanso”, portanto esse era o dia que mercadores e camponeses procuravam vender o excedente da produção agrícola. Freixa e Chaves (2017, pág. 67) apontam que essas feiras eram eventos bem animados onde podia-se vender desde produtos alimentícios, até espetáculos com histórias e canções.

No Brasil, a origem das feiras se deu com a chegada dos portugueses, Guimarães (2010) afirma que na época colonial já havia as quitandas ou feiras africanas, onde vendedoras negras comercializavam produtos agrícolas, peixes e produtos caseiros.

Mascarenhas (2008, pág. 75), define que esses ambientes:

constituem modalidade de mercado varejista ao ar livre, de periodicidade semanal, organizada como serviço de utilidade pública pela municipalidade e voltada para a distribuição local de gêneros alimentícios e produtos básicos. Herança em certa medida da tradição ibérica (também de raiz mourisca), posteriormente mesclada com práticas africanas, está presente na maioria das cidades brasileiras

Esses espaços comerciais desempenham também um papel importante na construção das tradições culturais por estarem de acordo com Braudel (2009), no centro da vida social, sendo este um lugar de encontros, conversas e socialização onde laços e histórias são criados, proporcionando uma sensação de proximidade entre seus frequentadores. No entanto, podem também despertar sentimentos de repulsa em alguns devido ao excesso de sons, imagens, cheiros, animais e desordem.

De modo geral, as feiras livres estão presentes na maioria das cidades brasileiras onde adquiriram relevância econômica e cultural em suas mais diversas formas. São lugares de diversidade, de troca, de compra e de venda, que estreita laços e estabelece a convivência de várias pessoas. esse pensamento é reforçado por Miranda (2009, p. 47) ao afirmar:

As atividades desenvolvidas nas feiras livres mostram como são fortes os atrativos culturais. Atreladas a importância desse comércio informal estão a identidade e a memória coletiva de um povo, criadas a partir de elementos do cotidiano e refletidas nas mais diversas expressões populares e bens culturais, sejam eles bonecos de barro

ou de pano, chapéus de couro ou uma variedade de outros produtos, como se verifica nas feiras nordestinas culturais, por exemplo.

Em relação ao Nordeste brasileiro (Souza et al 2014), relatam que o surgimento das feiras está relacionado ao desenvolvimento da pecuária que foi uma das principais atividades econômicas da região na época colonial. Dessa forma, diversas feiras surgiram ligadas de alguma forma à atividade pecuarista. Um exemplo é a feira de Caruaru, que, de acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2024) surgiu a partir de uma fazenda que se localizava no caminho utilizado para fazer o transporte do gado entre o sertão e a zona canavieira e que também servia de pouso para vaqueiros, tropeiros e viajantes. Essa é uma das feiras mais importantes da região nordestina. Atualmente, a feira é considerada um Patrimônio Cultural e Imaterial do Brasil pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), que caracteriza a feira como um lugar de cultura e memória dos saberes e fazeres. Portanto, a feira de Caruaru assumiu um papel de destaque regional e nacional, enquanto outras feiras mantêm seu caráter local, especialmente as que existem em cidades pequenas do interior nordestino.

Na cidade de Patos, as feiras livres são consideradas Patrimônio Cultural Imaterial de acordo com o Art. 1º da Lei nº 5.337 de 31 de janeiro de 2020 devido à sua importância econômica para a região (Patos, 2020). De acordo com a Fundação Ernani Satyro é na segunda-feira, o dia da tradicional feira de Patos (FUNES, 2024), no entanto é no sábado que o patoense faz a “feira da semana”. Nesse dia, tanto o mercado municipal quanto o entorno têm sua dinâmica alterada devido à movimentação de consumidores e feirantes que comercializam e socializam nas diversas feiras que acontecem nesse dia, como a feira de frutas e verduras e a feira da troca (Figura 1).

Figura 1 - (a) Feira de frutas e verduras; (b) Feira da troca



(a)



(b)

Fonte: Elaborado pela autora, 2024

Essas feiras se espalharam por várias ruas próximas ao mercado central, nesses espaços é possível encontrar de tudo um pouco, frutas, verduras, cereais, temperos, vestuários, galinhas e perus vivos, e uma variedade de outros produtos (Figura 2).

Figura 2 – Perus e patos vendidos na feira



Fonte: Elaborado pela autora, 2024

Assim como acontece em outras cidades nordestinas, em Patos a feira livre, está estruturada no cotidiano de todos que a frequentam, sejam fregueses, feirantes ou visitantes que acabam sendo influenciados pelo fazer social que se desenvolve nesse local de encontros onde as lembranças são construídas, os costumes são preservados e as relações de confiança e

amizade são fortalecidas. Portanto é nítida as múltiplas funções que as feiras desempenham na sociedade, além de estarem relacionadas com a origem dos mercados públicos.

3.2 Mercados públicos

Os mercados públicos são parte integrante das cidades, sendo locais dinâmicos de convívio e interação que trazem vitalidade aos locais onde estão inseridos. Esses espaços reúnem agricultores, feirantes, lojistas, visitantes e consumidores, desempenhando um papel de grande importância econômica para as cidades, ao gerar renda por meio da comercialização de uma variedade de produtos. Além disso, as feiras promovidas nesses mercados possibilitam uma intensa troca comercial e cultural, servindo como um ponto de referência para a sociedade local. Para Dutra (2017), essa função social ultrapassa a função econômica, estando de acordo com o pensamento de Freire (2018) que destaca o forte significado cultural dos mercados públicos, estando ligados às relações socioculturais.

Em suas formas mais básicas, feiras e mercados com seus aromas, desordem e frescor resistem ao tempo, devido a sua simplicidade, e preços mais acessíveis, sendo a forma mais direta e transparente de comércio, como observado por (Braudel, 2009). Originalmente eram destinados a abastecer as cidades com gêneros necessários à sobrevivência, com o passar dos anos e das transformações que ocorreram nas relações sociais, esses espaços passaram a exercer também um papel cultural, sendo vistos como um espaço de preservação da identidade cultural de uma cidade. Também conhecidos como mercados municipais, centrais ou urbanos (Pereira, 2014), os mercados públicos retratam a história de um povo através de suas lojas e produtos, a exemplo das comidas típicas comercializadas nesses espaços que carregam em si, os saberes e os sabores de quem os prepara, contribuindo para a disseminação da cultura local.

No Brasil, existem diversos mercados públicos que atualmente desempenham um papel crucial na preservação da cultura através da gastronomia, como o Mercado Municipal de São Paulo, a Casa das Tulhas, em São Luís, e o Mercado da Boa Vista, em Recife.

O Mercado Municipal de São Paulo ou Mercadão (Figura 3) como é conhecido popularmente, foi inaugurado em 1933 e se tornou um importante centro de abastecimento e compras, (Souto, 2010), promovendo mudanças nas relações comerciais e sociais. Ao longo dos anos o mercado passou por várias transformações e de sua função original passou a ser um local que comercializa uma ampla variedade de alimentos tradicionais e globais, que contam a história da cultura paulistana (Roim, 2016). O mercadão é um destino popular para quem deseja conhecer os sabores e a cultura local, atraindo cerca de 50 mil visitantes semanalmente aos seus cerca de 300 boxes, de acordo com a Prefeitura de São Paulo (2018).

Figura 3 - Fachada do Mercado Municipal de São Paulo



Fonte: Disponível em: < <https://www.mercadomunicipalsp.com> >. Acesso em 10 fev. 2024.

Uma visita ao Mercado Municipal é uma experiência única que estimula todos os sentidos diante da diversidade de sabores, aromas, sons e cores que envolvem os visitantes.

Segundo Roim (2106),

o espaço está dividido entre os boxes intitulados de empórios, que comercializam queijos, embutidos, bacalhau, azeites e condimentos importados; os boxes de frutas, peixes e carnes, que comercializam frutas nacionais e importadas de alta qualidade, peixes de água doce e de água salgada e carnes variadas; e, por último, os boxes de gastronomia e souvenirs compostos de bares, lanchonetes, restaurantes, que servem as iguarias do local, além de bancas com artefatos nacionais que servem como presentes e lembranças do local.

Portanto é possível perceber que existe uma relação entre o tradicional e o novo que formam a base do sistema alimentar do local. Para Montanari (2013, pág. 183)

[...] o sistema alimentar contém e transporta a cultura de quem a pratica, é depositário das tradições e da identidade de um grupo. Constitui, portanto, um extraordinário veículo de auto-representação e de troca cultural: é instrumento de identidade, mas também o primeiro modo para entrar em contato com diversas culturas [...].

Nesse sentido alguns alimentos podem atuar na construção da identidade local, como é o caso do sanduíche de mortadela que carrega consigo a história de quem o prepara. Assim, vai além de saciar a fome, alimentando também o espírito por estar carregado de significados. Portanto, é possível perceber que o Mercado é um espaço de construção cultural que assumiu um papel de grande relevância para a cidade de São Paulo e região. Essa relevância cultural também pode ser observada em outros mercados públicos localizados na região nordeste.

A Casa das Tulhas que, segundo Melo (2015) é o principal mercado de produtos gastronômicos de São Luís (Figura 4), além de fazer parte dos bens protegidos pela Organização

das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO) (Ministério do Turismo, 2022).

Figura 4 - Fachada da Casa das Tulhas



Fonte: Fernandes, 2024.

Sendo assim, é um espaço que retrata aspectos da cultura através da culinária produzida e ofertada e de acordo com Lorêdo e Santos (2010), “é um local em que se tem uma proximidade com o que há de mais original dos costumes da população”.

A construção do mercado se deu entre o fim do século XVIII e início do século XIX, sendo o mais antigo mercado público de São Luís (Rodrigues, 2008). Assim como a maioria dos “mercados velhos” do Brasil, a Casa das Tulhas passou por várias reformas a fim de preservar a sua autenticidade e valor histórico. Atualmente são comercializados diversos produtos (Figura 5) como peixes, camarões, vassouras de palhas, doces regionais, pratos típicos da culinária maranhense e a tiquira, aguardente com alto teor alcoólico de origem indígena que utiliza como matéria prima a mandioca (Coelho, 2017).

Figura 5 - (a) doces e molhos de pimenta; (b) Tiquira, doces e bolsas



a



b

Fonte: Fernandes, 2023

Dispondo de um comércio bastante variado o mercado consegue suprir as necessidades de quem busca o local. Nesse contexto, Fonseca e Filho (2017) apresentam a Casa das Tulhas como um local onde as práticas sociais remetem aos saberes e costumes de feirantes e consumidores, assim como acontece no Mercado da Boa Vista.

O mercado da Boa Vista, localizado na área central do Recife, é um mercado secular cercado de muita história e antes de se tornar um espaço para venda de alimentos, já funcionou como estrebaria, cemitério e até mercado de escravos, de acordo com a prefeitura do Recife (Figura 6).

Figura 6 - Fachada do Mercado da Boa Vista



Fonte: Elaborado pela autora, 2024

Nos seus 63 boxes são comercializados desde produtos alimentícios até armarinhos e nos seus 9 bares a comida regional é o que se destaca. Funcionando de segunda a sábado de 6 às 18h e aos domingos de 6 às 15h (Prefeitura do Recife, 2024).

Além dos produtos e serviços ofertados pelo mercado, no final de semana ocorre uma efervescência cultural com eventos no pátio que atraem diversas pessoas que procuram diversão e consomem a gastronomia do lugar. Bezerra, (2019) expõe que um grande atrativo do lugar é a comida regional com o arrumadinho sendo o prato mais consumido, estando presente no cardápio de todos os bares. Atualmente o mercado é considerado uma das maiores referências de sustentação da cultura do Pernambuco (Figura 7).

Figura 7 - Espaço interno do Mercado da Boa Vista



Fonte: Elaborado pela autora, 2024

Esses locais podem ser vistos como guardiões de costumes e tradições, já que são espaços que representam a cultura, a história e a arquitetura de um povo. (Sacramento e Silva, 2009). Portanto, nesses centros de comercialização estão representadas as expressões culturais de um povo que através das suas atividades comerciais possuem a funcionalidade de manter vivas a história e preservar a identidade regional local. Essa funcionalidade pode ser atribuída ao Mercado Público de Patos.

4. RESULTADOS E DISCUSSOES

4.1 Mercado Público de Patos-PB

Assim como aconteceu em outras cidades nordestinas, Patos (Figura 8) teve a sua origem associada à criação do gado que percorria o Nordeste. Conforme a FUNES (2024) os

“Oliveira Ledo” foram responsáveis pela instalação das primeiras fazendas de gado que posteriormente deram origem ao município. Inserida no sertão paraibano, Patos apresenta um clima quente e seco, com temperaturas oscilando entre 34 ° C e 36° C. Essas características climáticas lhe conferiram o título de “a morada do Sol”. Com uma área de 472,892 km² e uma população estimada em 103.165 habitantes de acordo com os dados do IBGE (2022), Patos é considerada uma das mais importantes cidades do sertão paraibano.

Figura 8 - Foto aérea da cidade de Patos - PB



Fonte: FUNES, 2021

Patos ocupa uma porção central no estado da Paraíba e essa centralidade torna a cidade um ponto de convergência para uma parte da população dos municípios vizinhos (Nascimento e Lira, 2013), essa característica contribuiu para a formação de um polo comercial que abrange mais de 70 municípios, tornando essa a capital do sertão. Essa posição de destaque assumida pela cidade em relação ao seu entorno pode ser explicada através da oferta de serviços de saúde, comércio e educação de ensino superior em instituições públicas e privadas, esses atrativos fazem com que diversas pessoas se desloquem de suas cidades vizinhas em busca desses serviços. Esses deslocamentos demonstram que Patos possui uma posição estratégica na articulação socioeconômica da região.

A força econômica de Patos é evidente, justificando sua posição entre os maiores Produto Interno Bruto da Paraíba, conforme dados do IBGE (2021). Esse potencial econômico remonta à década de 1930, quando a cidade viu a instalação de usinas e cooperativas de algodão, marcando um período de grande crescimento econômico, conforme observado por Neto (2019). Hoje, Patos é um importante centro comercial e de serviços, como mencionado anteriormente. Apesar de seu destaque nesse aspecto, a cidade não se configura como um polo gastronômico, o que motiva a pesquisa em seu mercado como uma opção da gastronomia regional. Assim

como o mercado de São Paulo, essa iniciativa poderia transformar-se em um atrativo turístico, gerando renda e preservando a cultura paraibana, seguindo o exemplo do mercado da Boa Vista em Recife.

Inaugurado no dia 19 de novembro de 1953 no governo de Darcílio Wanderley, o Mercado Público de Patos faz parte do complexo que compreende o mercado modelo Juvino Liliroso, além da feira de frutas (Figura 9).

Figura 9 - Fachada do Mercado Municipal de Patos



Fonte: Elaborado pela autora, 2024.

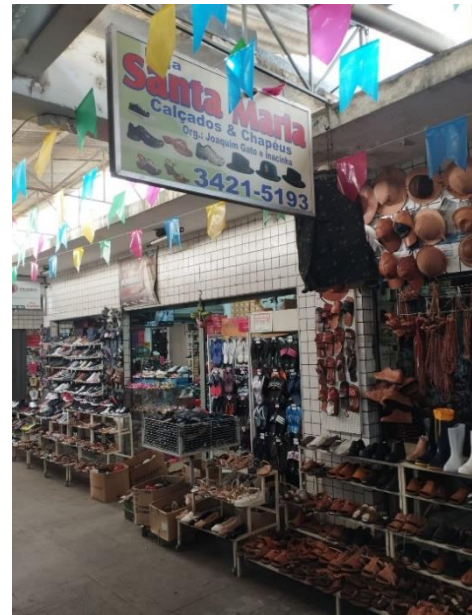
Localizado na região central, ocupando uma das construções mais característica da cidade, o mercado municipal pode ser classificado como um elemento de integração do antigo com o novo já que convive com formas de comércio mais modernas, porém percebe-se que o espaço está integrado ao cotidiano da população devido a variedade de produtos ofertados com preços mais atrativos. No entanto, é preciso ressaltar que o espaço necessita de uma reestruturação e reforma devido às más condições em que se encontra atualmente, o que gera insatisfação por parte dos permissionários que reclamam da falta de infraestrutura e de investimentos por parte da prefeitura da cidade.

Essa insatisfação ficou evidente ao longo das visitas e das conversas informais com os comerciantes, a exemplo de um permissionário que está no mercado há 41 anos, comercializando produtos em couro como sandálias, chapéus e bolsas. Ele relata que o mercado precisa de melhorias e que foram os próprios comerciantes que fizeram a cobertura que necessitava a tempos de uma reforma. Outra permissionária que há 39 anos possui um box no mercado onde comercializa diversos produtos como utensílios para casa, papelaria e

brinquedos, se mostra satisfeita em trabalhar no mercado, mas assume que o lugar poderia melhorar. Outro permissionário que há 19 anos atua no mercado lembra da reforma que trocou os boxes que eram de madeira por boxes de alvenaria, porém depois dessa reforma nenhuma melhoria foi realizada, com tudo é perceptível que apesar das dificuldades enfrentadas, os permissionários gostam de trabalhar e de estar naquele local.

Andando pelo mercado central, como também é conhecido, é possível encontrar de tudo um pouco, roupas, calçados, artesanatos, até utensílios domésticos, brinquedos, produtos de cama, mesa e banho, além de uma variedade de artigos regionais como cangalhas (um tipo de armação que se coloca no lombo dos jumentos para sustentar as cargas), balaies, chocalhos, vassouras de agave, candeeiros (utensílio utilizado para iluminar), chapéus de couro, potes e panelas de barro entre outras coisas (Figura 10).

Figura 10 - (a) Box de tralhas; (b) Artigos em couro e calçados; (c) Malas, balaies, cabaças; e (d) Candeeiros



Fonte: Elaborado pela autora, 2024.

Além de todos os produtos regionais, a gastronomia também se faz presente no mercado central, essa gastronomia conforme Freire (2018), torna-se mais atrativa por estar relacionada com a tradição, a história e o modo de viver dos moradores. Essa culinária típica pode ser saboreada nos vários restaurantes que se encontram presentes dentro e no entorno do mercado. Nesses estabelecimentos é possível saborear as comidas típicas da região como arroz de leite, cuscuz, bode guisado, galinha de capoeira e o rubação. Também é possível comprar produtos típicos como farinha, rapadura, queijo, arroz vermelho, feijão de corda e uma variedade de bolachas e biscoitos, (Figura 11). Essas especialidades locais estão vinculadas ao território e as tradições (Montanari, 2013), portanto contribuem para a construção de uma identidade cultural.

Figura 11 - Boxes de cereais, biscoitos e rapaduras



Fonte: Elaborado pela autora, 2024.

Nesse sentido, restaurantes são carregados de símbolos e podem ser estratificados devido ao cardápio específico (Carneiro, 2003). Essa especificidade dos sabores contidos nesses cardápios confere a esses estabelecimentos um valor de tradição e de cultura, como assegura Bezerra (2019), ao afirmar que a culinária dos mercados públicos por serem preparadas com ingredientes disponíveis nos locais, resultam em “pratos cheios de cultura”

A conexão existente entre a tradição e a cultura na gastronomia é percebida no mercado Darcílio Wanderley, um espaço de convívio que remete à memória de muitos patoenses como sendo aquele o lugar onde muitos se dirigiam na madrugada ao saírem das festas, a fim de saborear um “prato substancioso”, portanto esse é um lugar de tradição e cultura, onde as origens dos patoenses permanecem vivas.

4.2 Maria do Bode – Uma vida no mercado

O Mercado Darcílio Wanderley é um espaço onde a cultura vive nos seus mais diversos produtos e personagens que ali se fazem presentes, construindo a identidade regional e cultural da cidade. Qualquer um desses personagens poderia virar nosso objeto de estudo, contudo como o foco do trabalho é a gastronomia não poderia ser outra pessoa que não Maria do Bode (Figura 12) que é apontada pelos próprios comerciantes quando perguntados quem melhor representa a culinária regional dentro do mercado.

Figura 12 - Maria do Bode



Fonte: Elaborado pela autora, 2024

É no box 33 que se localiza o restaurante de Maria da Silva Marques, ou Maria do Bode, como é conhecida dentro e fora do mercado. A história de dona Maria teve início no box 37 com Joaquim seu pai, nesse período dona Maria já ajudava o pai que era quem cozinhava. Com o falecimento do seu Joaquim, dona Maria assume o restaurante e passa a cozinhar. Ela relembra que muitas pessoas diziam “eita num vai dar certo não porque seu Joaquim é muito alegre e essa mulher tem a cara fechada”, porém contrariando os que não acreditaram, dona Maria segue a trinta e seis anos completados no dia primeiro de março de 2024 atuando no mercado. Com o passar do tempo ela adquiriu outro box, o de número 33, porém não se desfez do box 37 que pertencia ao seu pai. Atualmente o box 33 é utilizado como uma segunda cozinha para fazer frituras e assar as carnes. (Figura 13)

Figura 13 – Box 37



Fonte: Elaborado pela autora, 2024

O restaurante funciona de segunda a sábado das 5h às 15h, sendo que o dia para dona Maria começa bem cedo, por volta das três horas e trinta minutos da manhã ela já se encontra no mercado com o seu marido e um neto, aliás toda a família segue trabalhando no estabelecimento que conta com 10 funcionárias que cozinham e servem as mesas (Figura 14).

Figura 14 – Parte da equipe de Maria do Bode



Fonte: Elaborado pela autora, 2024.

Apesar de possuir um cardápio variado, como observado na comanda (Figura 15). O carro chefe do restaurante é sem dúvida o bode (Figura 16), que é servido de diferentes formas,

Em relação aos insumos que são utilizados nas preparações, dona Maria afirma que somente a carne do bode, não é adquirida no mercado, já que possui um fornecedor dessa carne a 25 anos, ainda em relação ao bode, ele é realmente a estrela do cardápio, e sem dúvida é o prato mais consumido no restaurante. E sobre o segredo para fazer esse bode, ela diz que é fazer com amor. Outros pratos como a buchada de bode, ela relata que só prepara aos sábados.

Dona Maria nunca fez nenhum curso de culinária e aprendeu a cozinhar da necessidade de trabalhar com o pai e hoje é conhecida por muitas pessoas que a procuram para dar entrevistas e falar sobre essa comida sertaneja.

Sendo assim, ao caminhar perto do box 33, é possível sentir o aroma de comida regional e caseira, e ao adentrar no restaurante o consumidor se depara com um ambiente simples, limpo e muito agradável. O brilho das panelas é uma coisa que chama atenção e dona Maria deixa claro para quem trabalha com ela que faz questão das panelas “bem ariadinhas”

Os clientes de Maria do Bode partilham a mesa com conhecidos e desconhecidos e nesse sentido é possível observar um prazer em volta da mesa que de acordo com Franco (2010) é uma sensação que advém de diversas circunstâncias ligadas às pessoas e ao lugar. Portanto, é em volta da mesa e dos alimentos que se desenvolvem relações sociais e que as identidades são construídas. Essas relações envolvem além dos hábitos alimentares a troca de experiências e a comensalidade e de acordo com o Guia Alimentar para a População Brasileira (2014), comer acompanhado aumenta o senso de pertencimento. Portanto quem vai ao mercado Darcílio Wanderley tem a oportunidade de vivenciar a cultura através dos sabores locais que são ofertados no restaurante de Maria do Bode que assim, contribui para a construção e preservação da identidade gastronômica e cultural da cidade de Patos.

5 CONCLUSÃO

Dentro de uma sociedade o ato de comer adquire diversos papéis, desde o biológico, já que o alimento é essencial para a nutrição humana, até o cultural visto que a comida é um elemento de construção social uma vez que adquire valor identitário. Essa ideia é consolidada por Lody (2019), quando afirma que a “comida, sem dúvida, vai muito além da boca. Une, reúne, congrega laços comuns, e isso se chama identidade”. Tal identidade, refere-se também aos costumes, tradições, hábitos alimentares e a comensalidade que segundo Lima, Neto e Farias (2015) cria conexões sociais significativas, reunindo pessoas envolta da mesa.

Tais conexões podem ser enxergadas no restaurante Maria do Bode, onde a comensalidade se desenvolve em torno do prato, uma vez que ali a comida é a protagonista, sendo ela o motivo pelo qual clientes dividem não só a mesa, mas também toda a atmosfera cultural que envolve o mercado Darcílio Wanderley, o que reforça o papel da sociabilidade que é desenvolvida dentro dos mercados públicos.

Ao longo da pesquisa foi possível perceber que o mercado pode vir a se tornar uma referência da gastronomia e da cultura sertaneja, contudo é necessário que exista um olhar das políticas públicas voltado para a revitalização e valorização desse espaço que constitui um registro vivo da história, da tradição e da cultura, através dos diversos atores que se fazem presentes como Maria do Bode que atualmente é tida como uma referência da gastronomia patoense com seus pratos carregados da cultura e da identidade local.

REFERÊNCIAS

A CIDADE de Patos. **FUNES – Fundação Ernani Sátiro**, 2021. Disponível em: <http://www.funes.pb.gov.br/a-cidade-de-patos/> Acesso em: 14 de out. 2021.

BEZERRA, Elisane Paes Barreto. **Mercados Públicos do Recife/PE: história e gastronomia**. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em gastronomia) - Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife, 2019.

BRAUDEL, Fernand. **O jogo das trocas: Civilização material, economia e capitalismo, séculos XV - XVIII**, 2. Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. **Guia alimentar para a população brasileira** / Ministério da Saúde, Secretaria de Atenção à Saúde, Departamento de Atenção Básica. 2º.Ed., 1. reimpr. – Brasília: Ministério da Saúde, 2014.

CASCUDO, Luís Câmara. **História da alimentação no Brasil**, 4. Ed. São Paulo: Global, 2011

CARNEIRO, Henrique. **Comida e sociedade: uma história da alimentação**, 7. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

CARTWRIGHT, Mark. **O comércio na Europa medieval**, World History Encyclopedia, 2019. Disponível em: <https://www.worldhistory.org/trans/pt/2-1301/o-comercio-na-europa-medieval/>

COELHO, Matheus Duarte. **Avaliação da influência de enzimas na produção e composição química e físico-química da aguardente de mandioca “Manihot esculenta” (Tiquira)**. Monografia (Bacharelado em química industrial) – Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2017.

DUTRA, Laércio Silva. **Mercado público: Função, forma e transformação do espaço urbano na região Itaqui – Bacanga, São Luís (MA)**. Dissertação de pós-graduação em geografia - Universidade Estadual do Maranhão. São Luís, 2017

FERNANDES, Flora Constance Moura. **Fachada da casa das Tulhas**. São Luís, 2024

FONSECA, Lucas Serra Borba; FILHO, Willian Barbosa. **Mercado das Tulhas em São Luís (MA): Repositório planejado da memória coletiva regional**. In: SEMINÁRIO – **Território, Redes e desenvolvimento regional: Perspectivas e desafios**, 8: 2017, Santa Cruz do Sul, RS, 13 A 15 set. 2017.

FRANCO, Ariovaldo. **De caçador a gourmet: uma história da gastronomia**. 5 ed. São Paulo: editora Senac, 2010

FREIRE, Ana Lucy Oliveira. **Mercados Públicos: De equipamentos de abastecimento de alimentos a espaços gastronômicos para o turismo**. Geografares, Espírito Santo, p. 176-198, jan./jun. 2018

FREIXA, Dolores; CHAVES, Guta. **Gastronomia no Brasil e no mundo**. São Paulo: editora Senac, 2017.

GUIMARÃES, Camila Aude. **A feira livre na celebração da cultura popular** – Universidade de São Paulo, 2010. Disponível em: <https://paineira.usp.br/celacc/sites/default/files/media/tcc/140-481-1-PB>
Acesso em 17 de fevereiro de 2024.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Patos-Paraíba: **Cidades e Estados**. Rio de Janeiro. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pb/patos.html>>
Acesso em: 11 de out. de 2021.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Mercado Público de Patos**: Biblioteca - Catálogo. Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/biblioteca-catalogo.html?id=449704&view=detalhes>. Acesso em: 31 de agosto de 2021.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Produto Interno Bruto dos Municípios de 2018**. Rio de Janeiro: IBGE, 2021. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pb/patos/pesquisa/38/47001?tipo=ranking>
Acesso em: 31 de agosto de 2021.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL (IPHAN). **Dossiê feira de Caruaru**. Ed. 2009. Disponível em: http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/dossie9_feiradecaruaru.pdf. Acesso em 25 de outubro de 2021.

João Pessoa lidera PIB do estado, mas cresce menos. **A União**, João Pessoa, 18 dez. 2023 Disponível em: <<https://auniaio.pb.gov.br/noticias/economia/joao-pessoa-lidera-pib-do-estado-mas-cresce-menos>> Acesso em 28 de fevereiro de 2024.

LIMA, Romilda Souza; NETO, José A. F; FARIAS, Rita Cassia, P. **Alimentação, comida e cultura**: o exercício da comensalidade. DEMETRA: Alimentação, nutrição e saúde, 10(3). 507-522. Disponível em: <https://doi.org/10.12957/demetra.2015.16072>. Acesso em 04 de dezembro de 2023

LODY, Raul. **Kitutu**: histórias e receitas da África na formação das cozinhas do Brasil - São Paulo: Senac São Paulo, 2019.

LORÊDO, Carolina Diniz; SANTOS, Saulo Ribeiro. **A casa das Tulhas e a feira da Praia Grande como produto turístico em São Luís – MA**. In: SEMINÁRIO – Saberes e fazeres no turismo: **INTERFACES**, 6: 2010, Caxias do Sul. Anais. São Paulo, 9 e 10/jul. 2010

LUDKE, Menga; ANDRÉ, Marli. **Pesquisa em Educação**: Abordagens Qualitativas. São Paulo: E.P.U., 1986

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico**: projetos de pesquisa, pesquisa bibliográfica, teses de doutorado, dissertações de mestrado, trabalhos de conclusão de curso. 9.ed. São Paulo: Atlas, 2024.

MASCARENHAS, Gilmar; DOLZANI, Miriam C. S. **Feira livre**: Territorialidade popular e cultura na metrópole contemporânea, ATELIÊ GEOGRÁFICO, Goiânia, v.2, n.2, p 72-87,

agosto, 2008. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/atelie/article/download/4710/3971#:~:text=Atrav%C3%A9s%20da%20territorialidade%20popular%20das,busca%20do%20exerc%C3%ADcio%20da%20cidadania>. Acesso em: 15 de fevereiro de 2024.

MELO, Bruna Elizama Rocha. **Uma viagem de sabores e aromas pela gastronomia regional de São Luís – MA**. Dissertação de Mestrado (Turismo e Hotelaria) – Universidade de Vale do Itajaí. Balneário de Camboriú, 2015.

MELLO, José Octávio Arruda. **Cultura e alimentação na Paraíba** – Um exercício de nova história. *Ciência e Trópicos*, Recife, V. 30, p. 85 – 102, jan./jun. 2002.

METCALF, Peter. **Coleção homem, cultura e sociedade**, 1º. Ed. São Paulo: Saraiva, 2015

MIRANDA, Gustavo Magalhães Silva. **A Feira na Cidade: Limites e Potencialidade de uma Interface Urbana nas Feiras de Caruaru (PE) e de Campina Grande-PB**. Dissertação. 2009. Dissertação de Mestrado, UFPE Recife-PE 2009. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/3220>

MONTANARI, Massimo. **Comida como cultura**, 2. Ed. São Paulo: Senac, 2013.

NASCIMENTO, Pedro Jorge Alves; LIRA, Roberta Trindade Monteiro. **Uma abordagem sobre o desenvolvimento urbano da cidade de Patos, estado da Paraíba**. *Revista brasileira de direito e gestão pública*. Pombal. V. 1; n. 2. 2013. Disponível em: <https://www.gvaa.com.br/revista/index.php/RDGP/article/view/2142/1923> Acesso em 06/01/24

LIRA NETO, José Batista de. **A política de modernização da produção algodoeira na Paraíba: progresso, trabalho e dependência (1935 – 1960)**. 2019. Dissertação de mestrado – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2019. 174f

BRASIL. Ministério do turismo. **Conheça os 23 patrimônios da humanidade que ficam no Brasil**. Brasília, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/secretaria-especial-da-cultura/assuntos/noticias/conheca-23-patrimonios-da-humanidade-que-ficam-no-brasil>. Acesso em 16/02/24

PATOS. **Lei Municipal nº 5337/2020 de 31 de janeiro de 2020**. Considera Patrimônio Cultural Imaterial as Feiras livres no Município de Patos. Patos, 2020. Disponível em: <http://camarapatos.pb.gov.br/files/2020/lei%205.337-2020.pdf> Acesso em: 02 de out. de 2021.

PEREIRA, Cláudio Smalley Soares. **Produção do espaço urbano e espaços de comércio e consumo na cidade Lleida, Espanha: Os mercados públicos municipais em transformação**. ENCONTRO NACIONAL DA ANPEGE: A diversidade da geografia brasileira, 11: 2016

PERULLO, Nicola. **O gosto como experiência: ensaio sobre filosofia e estética do alimento**. São Paulo: SESI - SP, 2013.

PREFEITURA, Recife. **O mercado da Boa Vista. Recife**. Disponível em: <https://www2.recife.pe.gov.br/servico/mercado-da-boa-vista> Acesso em 18 de fevereiro de 2024.

PREFEITURA, São Paulo. **Mercado municipal paulistano**. Disponível em: <https://www.capital.sp.gov.br/cidadao/rua-e-bairro/feiras-e-sacolos/mercado-municipal-paulistano>. Acesso em 02 de janeiro de 2024.

ROIM, Talita Prado Barbosa. **As relações socioculturais no Mercado Municipal de São Paulo** - produção de tradições na formação e no reconhecimento de grupos culturais a partir da alimentação. 2016. Tese doutorado (ciências sociais), Faculdade de filosofia e ciências, Universidade Estadual Paulista, 2016.

RODRIGUES, Wanderson Ney Lima. **O Mercado da Praia Grande na Contemporaneidade**. REVISTA CAMBIASSU, São Luís, ano 18, n.4. jan./dez. 2008. ISSN 0102 - 3853

SACRAMENTO, Alice Cristina; SILVA, Rebeca Seabra **A gastronomia nos Mercados Públicos no Recife**: Instrumento de valorização e identidade cultural, Senac/PE, 2009.

SAVARIN, Brillat. **A fisiologia do gosto**, 2. Ed. São Paulo: Companhia das letras, 1995.

SENAC. DN. **A história da gastronomia**/ Maria Leonor de Macedo Soares Leal. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2005.

SOUZA, Dalyson Henriques Barros de *et al.* **Feira livre e cultura popular**: Espaço de resistência ou de subalternidade? Anais do VII CBG, 2014. Disponível em: http://www.cbg2014.agb.org.br/resources/anais/1/1404426677_ARQUIVO_FEIRALIVREECULTURAPOPULARESPACODERESISTENCIAOUDESUBALTERNIDADE.pdf Acesso em: 22 de set. de 2021.

SOLTO, Idália Maria Teixeira. **Patrimônio Cultural e Hospitalidade no Mercado Municipal Paulistano**. In; Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, 2010, São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi- UAM/ São Paulo