



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA - UEPB
CENTRO DE EDUCAÇÃO – CAMPUS I
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA - DG
CURSO DE LICENCIATURA EM GEOGRAFIA

LUIZ GUSTAVO VIEIRA DA CUNHA

**MERCADO PÚBLICO DA LIBERDADE CAMPINA GRANDE-PB COMO
ELEMENTO RESISTENTE FRENTE À GLOBALIZAÇÃO**

CAMPINA GRANDE – PB

2018

LUIZ GUSTAVO VIEIRA DA CUNHA

**MERCADO PÚBLICO DA LIBERDADE CAMPINA GRANDE-PB COMO
ELEMENTO RESISTENTE FRENTE À GLOBALIZAÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso em forma de Artigo apresentado ao Curso de Geografia da Universidade Estadual da Paraíba – UEPB, como requisito à obtenção do título de Licenciado em Geografia.

Área de concentração: Ciências humanas

Orientador Profº. Drº. Agnaldo Barbosa dos Santos

**CAMPINA GRANDE – PB
2018**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

C972m Cunha, Luiz Gustavo Vieira da.
Mercado público da liberdade Campina Grande - PB como elemento resistente frente à globalização [manuscrito] / Luiz Gustavo Vieira da Cunha. - 2018.
28 p. : il. colorido.
Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Geografia) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Educação, 2018.
"Orientação : Prof. Dr. Agnaldo Barbosa dos Santos, Coordenação do Curso de Geografia - CEDUC."
1. Mercado Público. 2. Feira Livre. 3. Identidade Cultural. I.
Título


21. ed. CDD 381.18

LUIZ GUSTAVO VIEIRA DA CUNHA

MERCADO PÚBLICO DA LIBERDADE CAMPINA GRANDE-PB COMO
ELEMENTO RESISTENTE FRENTE À GLOBALIZAÇÃO

Aprovado em: 21.11.2013.


BANCA EXAMINADORA



Prof.º Dr. Agnaldo Barbosa dos Santos (DG)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)
Orientador



Profº Ms. Hélio de Oliveira Nascimento (DG)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)
Examinador



Profª. Dª. Joana D' Arc Araujo Ferreira (DG)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)
Examinador

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	4
2 A DIMENSÃO DO ESPAÇO COMO CATEGORIA GEOGRÁFICA: Um diagnóstico dos aspectos teóricos-metodológicos.....	6
3 A NATUREZA E A DINÂMICA DO MERCADO PÚBLICO E DA FEIRA NOS DIVERSOS LUGARES DO MUNDO.....	8
3.1 A historicidade do mercado público e suas funções.....	10
4 ANÁLISE SÓCIO-ESPACIAL DO MERCADO PÚBLICO DA LIBERDADE, CAMPINA GRANDE-PB.....	11
4.1 Localização da área do estudo.....	11
4.2 Formação e condições do mercado público da Liberdade.....	13
4.3 Perfil dos comerciantes do mercado público e da feira da Liberdade.....	16
4.4 A identidade cultural e a relação entre a feira e população.....	18
5 ANALISAR AS TRANSFORMAÇÕES DO MERCADO PÚBLICO DO BAIRRO DA LIBERDADE E, EM SUAS IMEDIAÇÕES.....	22
5.1 Analogia e índices dos entrevistados por conhecimento das funções do espaço pesquisado e idades conforme gráficos.....	22
6 CONCLUSÃO.....	25
7 REFERÊNCIAS.....	27

RESUMO

CUNHA, Luís Gustavo Vieira da. **MERCADO PÚBLICO DA LIBERDADE CAMPINA GRANDE-PB, COMO ELEMENTO RESISTENTE FRENTE À GLOBALIZAÇÃO.** Artigo (Graduação em Licenciatura Plena em Geografia CEDUC/UEPB) Campina Grande-PB, 2018.

O espaço é uma categoria da ciência geográfica que se concretiza em formas, conteúdos e movimentos e, que visualiza a materialidade histórica do próprio, que deriva a diversidade das sociedades contemporâneas. Este artigo tem como objeto de estudo o Mercado Público da Liberdade Campina Grande-PB, como elemento resistente frente à globalização, tendo em vista a sua resistência e sua valorização ao longo do tempo, que sensibiliza moradores sobre sua importância no bairro. O motivo para a escolha deste tema deve-se ao interesse a partir de uma aspiração desde jovem, no qual pude admirar a sua perfeição, não de uma forma estética, onde tudo é simples, dos produtos oferecidos pelos comerciantes as pessoas que frequentavam e convivias, naquele local e, em suas adjacências. A pesquisa desenvolvida realizou a coleta de materiais através de contatos com os moradores, comerciantes, empresários, consumidores e o administrado do mercado que responderam a um questionário onde foi necessário estabelecer um recorte espaço temporal no Mercado Público da Liberdade, da mesma forma foi necessária uma construção bibliográfica. A coleta auxiliou a análise de forma específica o desenvolvimento socioeconômico e cultural do lugar, que explicou a forma de organização espacial e as modificações estruturais ocorridas no Mercado Público no bairro da Liberdade. Porém, observam-se na atualidade as grandes transformações urbanas no entorno do mesmo, advindas de influências e relações políticas, sociais e econômicas. Objetivando explicar e analisar a importância da delimitação do espaço do circuito de produção a dar-se num campo de investimento financeiro.

Palavras-chave: Mercado Público. Feira livre. Identidade cultural.

1 INTRODUÇÃO

A escolha do tema surgiu a partir de uma pretensão desde adolescente, no qual pude contemplar a sua beleza, não de uma forma estética, onde tudo eram comuns e simples, dos produtos oferecidos através dos comerciantes a população que frequentava e convivia naquele espaço. Mas, por ser um pouco abordado na cultura em uma feira livre num Mercado Público no bairro da Liberdade - Campina Grande-PB. A Geografia é uma ciência dinâmica que permite análises entre os processos naturais e socioculturais. Na vertente urbana desta ciência, o comércio é

um dos aspectos mais fundamentais para explicar uma circunstância e compreensão do cenário estudado onde as mudanças urbanas são contínuas.

A Feira é uma tradicional instituição que remota à Idade Média quando, ao lado dos grandes Castelos Feudais, eram organizados espaços livres para que se pudessem intercambiar produtos. Este período até a atualidade a Feira foi adquirindo múltiplas faces e formas e diversificando em tipologia de acordo com cada país, cidade ou comunidade onde se estabelece. O Mercado Público da Liberdade localizado na zona Sul de Campina Grande-PB vem há muito tempo resistindo à globalização ao seu redor e com isso cristalizando suas características frente a modernidade dos dias atuais. Sua forte ligação cultural existente e a resistência frente às redes de supermercados, estabelecidos em seu entorno é uma das principais características.

Uma grande área sofre influência do Mercado Público da Liberdade, uma variedade de pessoas, dos mais humildes que vão apenas para colocar a conversa em dia com velhos amigos aos grandes comerciantes que veem mais uma forma de se ganhar capital nas adjacências da Feira. A ideia de trabalhar o Mercado Público da Liberdade é relevante, pois é fundamental mostrar à população sua importância e questionar toda a sua resistência frente a globalização ao longo dos anos e valorizá-la de uma forma que a sociedade não veja nenhum motivo para se deslocar para as feiras de outras cidades para fazer suas compras.

Por conseguinte, a pergunta problema que norteia este estudo é: Qual a influência da globalização frente ao Mercado Público da Liberdade. Os valores culturais como costumes e o jeito de viver de determinado lugar sofrem com a globalização ao longo do tempo e com isso interfere nos produtos comercializados. A presença cultural da feira é única e talvez nunca chegue ao fim por conta de sua resistência.

Assim, o objetivo geral foi sensibilizar os moradores do bairro sobre a importância do Mercado Público da Liberdade, tendo em vista a sua resistência e sua valorização ao longo do tempo, e de modo mais específico foram definidos os seguintes objetivos: a) fortalecer a ligação cultural entre moradores do bairro e a feira; b) descrever todo o Mercado Público da Liberdade, a quantidade de barracas, bancas, restaurantes e sua singularidade/pluralidade, e, por fim, c) analisar a materialização do Mercado Público da Liberdade no contexto da globalização.

O artigo foi estruturado em três partes, na primeira parte, aborda o espaço e lugar como categoria de análise, apresenta os aspectos teórico-metodológicos, na segunda parte, a dinâmica da feira nos diversos lugares do mundo e, a natureza do mercado público, na terceira, analisar as transformações do mercado público do bairro da Liberdade, Campina Grande-PB e, em suas imediações. Em suma, os resultados de tal análise virão do estudo entre a analogia do Mercado Público, a relação física e a relação socioeconômicas e culturais, que se destacaram no desenvolver desta pesquisa.

2 A DIMENSÃO DO ESPAÇO COMO CATEGORIA GEOGRÁFICA: Um diagnóstico dos aspectos teóricos-metodológicos

O espaço quanto categoria de diagnóstico da ciência geográfica perpassa pelo desenvolvimento do pensamento geográfico conceitua, sob o ângulo do material histórico e geográfico através de desarmonias teóricas caracterizadas pelas diferenças de poder considerado atributo intrínseco ao homem, ou puramente um artifício intelectual para se generalizar no que diz respeito a caracteres do comportamento humano. A ideia de espaço evoca a habitação, desde os primórdios, têm sido uma temática discutida ao longo do tempo pela sociedade.

Essa investigação estar fundamentada nas abordagens geográficas sobre: espaço e lugar, os quais se constituem como termos da geografia como ciência e se mostram de formas distintas. Dessa maneira se evidencia um importante aspecto metodológico que orienta esse estudo que é a análise histórica e geográfica necessária para produção e documentação do trabalho. No entanto, Santos (1985, p.19) ressalva que: “[...] o objeto de estudo é o presente, toda a análise histórico sendo, apenas, o indispensável suporte à compreensão de sua produção”.

Neste contexto, o espaço geográfico ou simplesmente espaço geralmente está associado a uma porção específica da Terra, seja porque o ser humano imprimiu sua presença como identificador à sua localização. A organização do espaço geográfico se faz através das ações humanas sobre o mesmo, já que o homem cria e transformam as paisagens de acordo com seus interesses, ressaltando que atualmente o interesse econômico é o principal fator. Ao longo da sua vivência, o

homem procurou apropriar-se sempre de forma mais ativa possível do espaço e dos próprios recursos disponíveis, sobre o espaço Corrêa (1993, p.7) enfatiza que:

O espaço de uma grande cidade capitalista constitui-se, em um primeiro momento de sua apreensão, no conjunto de diferentes usos da terra justapostos entre si. Tais usos definem áreas, como centro da cidade, local de concentração de atividades comerciais, de serviços e de gestão, áreas industriais, áreas residenciais distintas em termos de forma e conteúdo social, de lazer e, entre outras, aquelas de reserva para futura expansão.

Isso condiz à teoria de que na cidade de Campina Grande existem várias estruturas demarcadas por usos diferentes espaços, de que o centro desenvolve mais atividades comerciais; enquanto as áreas periféricas buscam nesse centro as utilidades para suprir as suas necessidades. Já com uma grande expansão demográfica, obrigou o Estado a organizar outras áreas para desenvolver serviços diversos para a população. Os investimentos dos centros periféricos foram para desafogar o centro comercial, tendo como resultado dois bairros com poderio econômico e histórico. O intuito de “gestão de território” foi a inserção de poder para algumas empresas, e é viável a mudança contínua nos lugares investidos. A descentralização dá um ápice para as áreas ao redor do centro com maior referência ao comércio, evoluindo outros espaços.

Nessa perspectiva, que eles possuem significados que permite uma compreensão de mundo que engloba as mudanças e a dinâmica da sociedade. Os quais serão utilizados para compreender a dinâmica do espaço urbano do Mercado Público da Liberdade, em Campina Grande-PB. As mudanças ocorridas apresentam-se como um todo no qual aparecem inclusas as analogias entre natureza, sociedade e tempo, formando um conjunto de contextos.

Trata-se de uma pesquisa teórica e in loco, isto é, sem finalidades de aplicação e procurou um aprofundamento sobre o Mercado Público da Liberdade, Campina Grande-PB frente à globalização. Conforme o entendimento de Vilaça (2010) a pesquisa teórica tem por objetivo conhecer ou aprofundar conhecimentos e discussões, no qual não solicita coleta de dados e pesquisa de campo. Quanto a abordagem proposta o estudo é qualitativa, pois, de acordo com Rodrigues (2006) este tipo de investigação caracteriza-se por uma abordagem analítica e comparativa dos fatos, dados ou teorias sobre o problema, onde o pesquisador busca descrevê-

los e interpretá-los, sem a necessidade de mensurações ou de procedimentos estatísticos.

No que concerne aos objetivos, a pesquisa é caracterizada como descritiva pois tem como propósito, segundo Gil (2008), a descrição das características de determinada população ou fenômeno, e também a relação entre variáveis. Quanto aos procedimentos, assume a forma de pesquisa bibliográfica. Ainda preleciona Gil (2008), a pesquisa bibliográfica é efetivada a partir de material literário que recebeu tratamento analítico.

Para a coleta de dados bibliográficos foi utilizada a pesquisa em livros, nos bancos de dados da SciELO (<http://www.scielo.org/php/index.php>), Google acadêmico e artigos publicados em sites disponíveis na rede mundial de computadores. Para análise e interpretação dos dados foi usado o método de pesquisa qualitativo, baseado na fundamentação teórica que norteia o desenvolvimento do estudo in loco.

3 A NATUREZA E A DINÂMICA DO MERCADO PÚBLICO E DA FEIRA NOS DIVERSOS LUGARES DO MUNDO

A origem das cidades remonta a 5.500 a. C. na região da Mesopotâmia, desde a divisão social nos aldeamentos dos povos que deixaram de ser nômades após a revolução agrícola. Os excedentes agrícolas possibilitaram o desenvolvimento de outras funções, como aquelas vinculadas à segurança, à administração e ao comércio. No decorrer desta história as atividades comerciais tiveram seus períodos áureos e de decadência (ALVES; RIBEIRO FILHO, 2011).

Na Idade Média houve uma perda considerável das atividades comerciais, o qual só teve retorno nos séculos X e XI com as Cruzadas. Neste período, as atividades dos mercadores possibilitaram o surgimento das cidades fora dos burgos, Carlos (2005, p. 57) afirma que: “[...] começaram a se integrar na medida em que as feiras comerciais, embriões das futuras cidades comerciais, começam a ganhar importância”.

Sobressai que para a realização do comércio é preciso o encontro de fluxos, de bens materiais, mercadorias e homens e de ideias em determinado espaço físico,

cujo recebe a denominação de mercado (ALVES; RIBEIRO FILHO, 2011). O crescimento da produção e da necessidade de se conseguir novos produtos, esse sistema de troca passou a exercer uma atividade fundamental para o comércio, que, ao longo do tempo, unificou uma grande diversidade de produtos disponíveis em um mesmo lugar. Andrade (2015, p. 21) afirma que: “[...] tanto os mercados como as feiras europeias tinham como objetivo serem centros abastecedores de produtos para a população local e comerciante vindos das mais diversas partes do continente”.

Na procura de acumular capital, com o desenvolvimento das rotas comerciais, aparece um novo modelo para angariar lucro, o colonialismo, tendo como finalidade explorar as riquezas naturais territórios descobertos pelas grandes navegações. Tendo como exemplo o Brasil. Ainda Andrade (2015, p.115) explica que: “[...] as feiras livres existem no Brasil desde o período colonial, modelo de tradição cultural e atividade comercial inserida pelos portugueses, que, quando aqui chegaram, introduziram seus costumes e crenças, estabelecendo seus próprios processos culturais”.

Desde o período Colonial, as feiras-livres no Brasil se fazem presentes como importante tradição cultural ibérica implantada pelos colonizadores em nosso país. Nesse contexto afirma-se que as feiras medievais portuguesas, cuja periodicidade chegava a ser até semestral ou anual devido à intensa e rigorosa preparação que exigiam, refletiram na organização das feiras brasileiras. As pessoas se reuniam em lugares públicos a fim de venderem seus produtos artesanais e, a partir desse incremento, o poder público interveio a fim de disciplinar, fiscalizar e claro cobrar impostos.

No Brasil, apesar da grande diferença temporal em relação à origem e desenvolvimento das cidades, o mercado possui traços, com aqueles surgidos no contexto dos países do chamado velho mundo. No fim século XVIII e ao longo do século XIX surgiu inúmeros núcleos urbanos e, com eles o mercado, que apresentam diferenças na vida cotidiana local, regional e nacional. Para Santos e Chaves (2016) mercados públicos são equipamentos comerciais de abastecimento, que apresentam a sua origem como tipologia arquitetônica nos países europeus, no século XIX. Formam elementos relevantes dentro da rede de relações comerciais, que supre o abastecimento das populações das grandes cidades.

Como uma modalidade periódica de comércio, elas desempenham um papel importante no abastecimento urbano e para o rural possibilitou que esse contingente populacional conseguisse vender o que excede em sua produção e ainda pudesse adquirir produtos os quais não produziam desde ferramentas a roupas e utensílios domésticos. De acordo com Moreira (2005) é nesse espaço vivido que evoluem e se desenvolvem as relações entre a cidade e o “campo”. É uma forma de estrutura em que gênero de vida e modo de vida se organiza, centrados nos respectivos modos de produção.

3.1 A historicidade do mercado público e suas funções

A palavra feira deriva-se do latim *feria* que significa dia festivo, nos dias de festa os mercadores iam à praça pública negociar as suas mercadorias “[...] feria passou da religião ao comércio e virou feira e fêria, a remuneração” (PIMENTA, 2002, p. 91). A feira é uma atividade dotada de longa permanência ao longo do tempo em todo o mundo e, esta nitidamente em todo território brasileiro, é na “Região Nordeste” em que mais se evidenciam e, constituí o principal símbolo de referência cultural regional.

Nessa perspectiva, estão os esforços visando à sua apropriação econômica, política articulando o conjunto de suas raízes sociocultural. O processo de desenvolvimento das feiras aconteceu com o advento de novas formas de comercialização, dentre elas o mercado público. Não obstante, o mercado começou a surgir na Europa Ocidental por meados do séc. XVIII por influência dos mouros, grupos étnicos berberes árabes que habitavam no noroeste da África. Silva (2014) argumenta que estes povos caracterizavam por mostra seus produtos em excesso ocasionando uma ideia de circularidade entre odores, cores e outros elementos.

O termo mercado provém do latim e, é utilizado para definir um local delimitado, no qual, compradores e vendedores de encontram para trocar suas mercadorias. Assim, originando as feiras, sendo o mercado um sistema que progrediu no tempo, num determinado espaço, por razão de várias influências no decorrer dos anos. Ainda Silva (2014) reportar-se que, no mercado público se constituem uma das primeiras formas que marcam a ruptura homem/natureza, de forma que o homem deixa de produzir sua própria existência, expondo novas descobertas na correlação tempo/espaço social, por meio da troca de produtos.

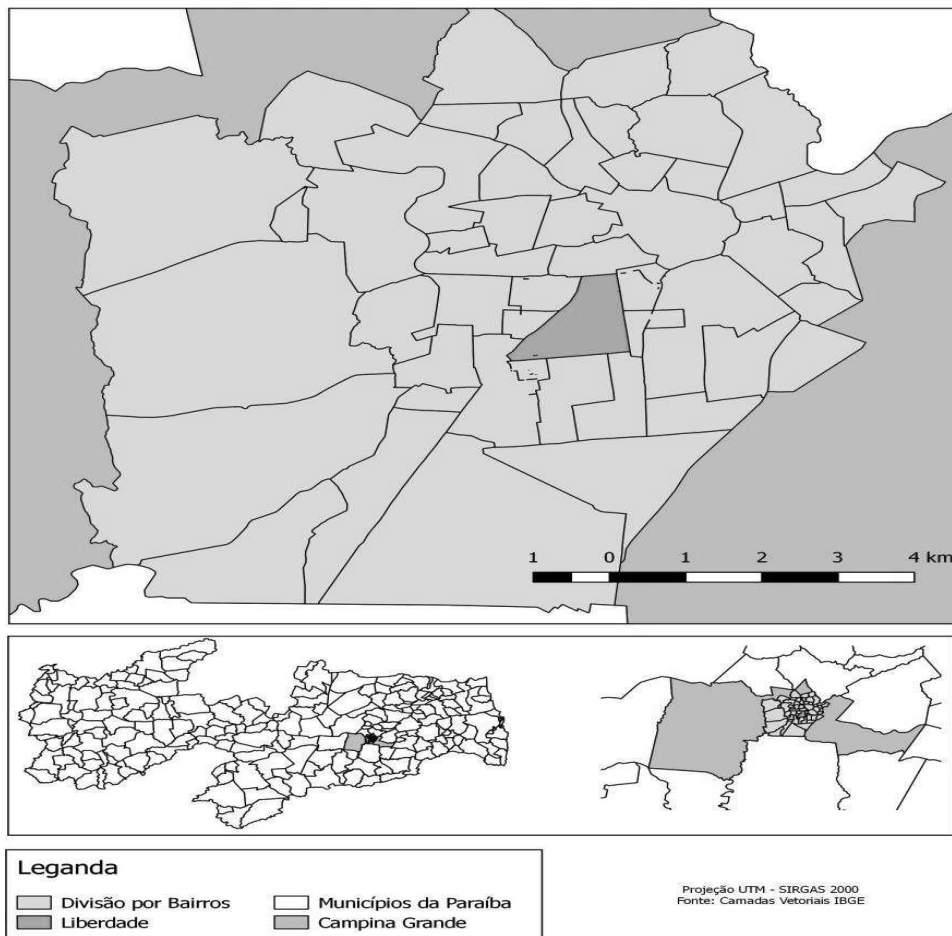
Ressalta-se então que este artifício influenciou os mercados públicos, tornaram-se uma referencial comercial e passaram a fazer parte diretamente do cenário físico-social de cada região de um determinado país, com características próprias, socioeconômico e cultural. Rocha Júnior (2014) esclarece que, a feira é um espaço, em que grupo de pessoas realiza técnicas econômicas de sobrevivência, fazendo trabalhos de revenda, varejistas de produto, na qual, pessoas das mais distintas classes sociais se interagem. Um ambiente onde o capital comercial exerce domínio aproveitando-se dos espaços alcançados em função de um processo desordenado praticado em um determinado lugar do mundo.

4 ANÁLISE SÓCIO-ESPACIAL DO MERCADO PÚBLICO DA LIBERDADE, CAMPINA GRANDE-PB.

4.1 Localização da área do estudo

A análise geográfica do Mercado Público da Liberdade em Campina Grande, ponto focal de identificações que se manifestam de diferentes maneiras, pelos diversos serviços na área do mercado e, em seu entorno. Com inúmeros pontos dos mais variados gostos do padrão gastronômicos e, que confere a diversidade dos produtos comercializados. O mercado e a feira estão impregnados de significados simbólicos é o destaque do bairro incluindo pessoas do bairro e até de outros, olham o Mercado Público e enxergam mais que uma feira, existe uma forte ligação cultural com o lugar.

Figura 01: Mapa da Localização do Bairro da Liberdade, 2017.



Localizado na zona Sul de Campina Grande-PB, o bairro da Liberdade faz divisa ao Norte com o bairro do São José, ao Sul com os bairros da Estação Velha e Tambor e a Oeste com o bairro do Quarenta. Apresenta população superior a 16.000 habitantes, totalmente urbano, com 87,6% de índice de alfabetização, de acordo com o censo demográfico do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010).

No bairro situa-se a Escola Estadual Félix Araújo, Murilo Braga, ao lado da quadra da Liberdade, escolas particulares como Petrônio Colégio e Curso, Escola Cônego Pedro Serrão. Destacam-se ainda locais gastronômicos como Pizzarias: Fino Lanche, Mais Sabor, Forno Nobre, o Ki-Pastel da Liberdade, Jipão Pizzaria. A prática religiosa no bairro da Liberdade possui diversos seguimentos: a igreja católica de Nossa Senhora das Graças e Santa Filomena, as evangélicas, Assembleia de Deus e Mórmons.

Conforme a organização espacial interna do lugar pesquisado, mostra que o mesmo comporta o Complexo Jurídico da cidade, sua principal rua: a Odon Bezerra,

onde se localiza diversos tipos de lojas como: lanchonetes, salões de beleza, supermercados, nesse sentido o bairro contém de tudo que os moradores, consumidores e visitantes necessitam. A maior curiosidade é que existem vários tipos de nomes de estados em suas ruas, Pernambuco, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Paraíba, São Paulo, Espírito Santo, Minas Gerais, Esse é, de fato o espaço público e privado do bairro da Liberdade a compreender a dinâmica que aí toma forma na sua estrutura urbana.

4. 2 Formação e condições do mercado público da Liberdade

O espaço público do Mercado da Liberdade foi fundado por moradores do próprio bairro e, apresenta-se multifuncional como todos outros espaços públicos. Reforçando esse ponto de vista é, que as feiras de Campina Grande, por exemplo, as funcionalidades existem, mas não exclusivas durante muito tempo não tiveram apenas um sentido comercial, é que podemos perceber a estranheza e o desconforto das pessoas que moram no entorno do mercado, pela simples observação, da ação inespecífica se confundem com o comportamento funcional do domínio representativo do espaço público. Conforme podemos ver na imagem a visualização da área externa do Mercado Público da Liberdade.

Foto 02 – Visualização da Área Externa do Mercado Público da Liberdade



Fonte: CUNHA, Luiz Gustavo Viera da. Pesquisa de Campo – 2017.

O mercado público da Liberdade tem atribuições sociais, econômicas, políticas e culturais, entre outras variedades de produtos, onde certo número concreto de consumidores e comerciantes se reúnem com a finalidade de troca e venda e comprar

de bens e produtos diversos. Aberto todos os dias a popular feirinha da Liberdade tem como características a venda de legumes, frutas, carnes e outros produtos fora do comum para uma Feira, como celulares, roupas e produtos globalizados que tiram de certa forma o brilho e a cultura da Feira, representa grande papel econômico para o Bairro. No entendimento de Almeida, há uma forte influência política, Almeida (1979, p.269) esclarece:

A localização das feiras de Campina Grande e povoações do município [...] era matéria de maior relevância para os partidários locais. Servia de sinal para mostrar quem estava no poder. Ao se dar as alterações partidárias logo cuidavam os precedes da política campinense, a partir do meado do século, era da mudança da feira. Representava a demonstração primeira do revezamento na política nacional. O lugar de sua realização constituiu assim o indicador público de domínio partidário. E de tal forma se tornará inflamável a prática, divulgada além das fronteiras do município, que em penetrando qualquer forasteiro na cidade, procedente dos sertões distantes, não precisava indagar para seu governo qual partido que estava em cima. Bastaria olhar silenciosamente para o lado em que estava a feira.

Nos dias atuais não se vê toda essa relação partidária na Feira, existem pessoas em barracas que não são da cidade, que vivem da feira, o raciocínio é lógico até porque certos produtos têm certa facilidade de estragar e tem que ser comercializados rápidos para não serem extraviados. Na feira existe uma diversidade articularia regional, a disposição dos frequentadores, consumidores e comerciantes, a servir em restaurantes, e barracas nos diferentes pontos do mercado ao gosto do freguês. A feira, da Liberdade é uma grande vitrine de produtos, divididos por boxes de carnes, peixes, frutas, legumes e também algumas barracas que ficam fora do mercado, fato curioso é a comercialização de animais vivos.

Existem pontos dos mais variados produtos e serviço no Mercado Público da Liberdade, para oferecer aos moradores do bairro. São vários pontos de vendas de frutas e legumes, rações para passarinhos, brinquedos artesanais (pipa, peão, bolinha de gude), açougues, loja de artesanato local e venda de utensílios domésticos (panelas, carrinho de mão, filtro de bairro para colocar água), restaurantes, bares, pontos para fazer apostas no jogo do bicho, cabelereiro, loja que vem CD e DVD, loja para manutenção e venda de celulares, nas imagens a seguir pode-se perceber essas diversidades de produtos.

Figura 03: Variedades de Produtos Comercializados no Mercado Público da Liberdade



Fonte: CUNHA, Luiz Gustavo. Pesquisa de Campo - 13/12/2017.

De maneira geral, pode-se observar a imagem acima que o estabelecimento possui característica moderna e de que cada um proporciona em sua imediação um limite, de tal modo ao oferecer atualmente uma estrutura espacial para os transeuntes, os boxes são próprios, as frutas, as verduras e cereais são bem conservadas e de boa aparência, o feirante faz questão de mostrar a boa qualidade dos produtos comercializados.

Toda essa condição de um mercado organizado e da feira popular nunca deixou de existir e, de que a maioria dos boxes são aparelhados e compostos do mesmo formato, variando apenas de mercadorias expostas a vendas. Notamos que o Mercado Público da Liberdade oferece os mais variados produtos, podemos observar que é fácil de encontrar artigos para consumo diário, produtos artesanais que podem ser usados no nosso cotidiano como panelas e filtros de barro para guardar água potável, entre outros de ótima qualidade.

4.3 Perfil dos comerciantes do mercado público e da feira da Liberdade

O comerciante é uma pessoa que vende, troca e compra de acordo com as leis econômicas, atendendo a essas preocupações foi que surgiu a organização do mercado e da feira livre, que constitui compra e venda de mercadorias, mais que possuem necessidades específicas de ordens diferentes . O atual administrador senhor Luiz Carlos Ferreira Souza, 45 anos, conhece a história funcional do Mercado e da Feira, diz que:

O local atualmente conta com 24 funcionários contratados e efetivos, entre seguranças e prestadores de serviços, nesse processo constatou-se que o mercado dispõe de 300 pessoas cada uma executam atividades diversas e, 240 comerciantes conforme variedade dos produtos a venda seus boxes, num total de 120. E, que as atividades do mercado da Liberdade começam por volta das 5 horas da manhã e que encerram no final da tarde (13/12/2017).

A fala do senhor Luiz Carlos revela o contexto estrutural da organização do quadro de funcionários efetivos, entre seguranças e prestadores de serviços e, que o mesmo dispõe de pessoas que trabalham em diferentes funções e, ainda ressaltar na fala do entrevistado, de que a maioria dos comerciantes de acordo com a quantidade dos boxes e, a diversidade de produtos distribuídos exibem suas mercadorias a vendas. E, de que no Mercado e Feira da Liberdade a movimentação inicia-se cedo da manhã e termina á tarde.

Na pesquisa pode-se observar que alguns feirantes estão desde a fundação do mercado, possuem já experiência de vida consistente, são pessoas de formação simples. Em entrevista realizada com alguns comerciantes procuramos conhecer a importância da feira livre e o que o mercado traz para o bairro e a população. A partir das respostas obtidas transcreveremos alguns trechos. O senhor Sidmar Araújo da Silva, 31 anos comerciante, filho de seu Cicero Vicente, e que tem vontade cursar história, diz que:

O meu pai estar na feira desde quando ela surgiu. A feira é uma herança de pai para filho e, de que a feira do mercado público da Liberdade atende todas as classes sociais, eu gosto de estar na feira e no meu negocio (13/12/2017).

Na fala do senhor Sidmar, ele deixa claro que pesar do interesse em cursar História não se ver longe do Mercado e nem da feira da Liberdade. No que concerne

a importância para o bairro é, que a feira atende todas as classes sociais e mostra com orgulho a resistência e que ao longo do tempo o Mercado Público da Liberdade é parada obrigatória, no mínimo, uma vez por semana para os seus clientes. Já senhor Veriberto Soares da Silva, 35 anos comerciante, fala que:

Estou na feira desde os meus 9 anos, acredito mais de 30 anos, tenho um afeto com a feira e uma forte ligação principalmente com os outros negociantes e moradores do bairro, o mercado e a feira é de grande importância econômica no bairro, nela existe comerciantes de restaurantes e lanchonetes famosas do Bairro da Liberdade fazem compras na feira. A feira da Liberdade é um local onde jovem sem nenhuma perspectiva na vida começam a ajudar os feirantes e criam uma renda e responsabilidade, até por que a feira não fecha nenhum dia no ano (13/12/2017).

Na fala do entrevistado o mesmo afirma que o mercado e a feira desempenha o papel de formar cidadãos e compara com um projeto social, onde jovem sem nenhuma perspectiva na vida começam a ajudar os feirantes e conseqüentemente criam uma renda e responsabilidade, até por que a feira não fecha nenhum dia do ano. O freguês Yuri Mamede da Silva, 24 anos, estudante fala que:

Vou a feira ao menos três vezes na semana para comprar as coisas e também ver amigos de infância que aqui eles ganham o sustento de sua família, aqui eu tenho amigos e colegas que cresci com eles, venho aqui quase todos os dias e às vezes passo só para cumprimentá-los (13/12/2017).

O entrevistado mostra com orgulho o carinho que sente pela a feira e diz que o que mais gosta ali é a variedade dos produtos oferecidos, como também de rever os amigos. Como consumidor pode vivenciar de perto o padrão de venda, consumo, compreender a interação entre ambiente físico e social e, também conversar com pessoas amigas. A Freguesa dona Gilvanda Vieira da Cunha, 53 anos, doméstica, diz que:

Não vou a feira com frequência, apenas fazer compras básicas de frutas e legumes, a feira é importante para o bairro, gosto muito ir a feira por ser perto de casa, não preciso sair daqui para o centro ou para o bairro como o da Prata, tudo que preciso encontro aqui (13/12/2017)

A fala da consumidora dona Gilvanda Vieira que vai ao mercado público e a feira devido a grande variedade de produtos oferecidos naquele espaço público no bairro da Liberdade e, que não é preciso se deslocar para fazer compras na “Feira Central” e, nem em outro bairro, e que sempre faz toda as compras do mês no Mercado Público e na feira do bairro da Liberdade e no seu entorno, como também alguns supermercados do próprio bairro raramente.

4.4 A identidade cultural e a relação entre a feira e população

É oportuno falar, que o sujeito e determinado espaço da superfície terrestre assume identidades diferentes em diferentes momentos. De acordo com Silva (2014) em meados de 1920, antropólogos como Franz Boas, Wissler e Kroeber concluíram que a partir de observações é provável e comum existir uma grande diversidade cultural em um mesmo tipo de ambiente físico. Dentre essas, poderíamos identificar ao menos temporariamente a diversidade cultural onde se situa e funciona o Mercado da Liberdade.

Ainda Kroeber (1917) afirma que o homem é o resultado do meio cultural que foi socializado. É um herdeiro de um longo processo acumulativo, que retrata o entendimento e experiência advinda pelas numerosas gerações que o antecedem. A manipulação adequada e criativa desse patrimônio cultural possibilita as inovações e as invenções. Essas não são visto que, o produto da ação isolada de um gênio, mas resultante do esforço de toda comunidade (SILVA, 2014).

Para Lóssio e Pereira (2007) a cultura é um conjunto de símbolos que uma população produz e usa para se organizar, facilitar a interação e para regular o pensamento. No entanto, os conjuntos e símbolos mostrem formas de padrões, as culturas populares se mantem para evidenciar suas verdades, identidade cultural. Ressalta que o conhecimento da cultura local reforça a valorização, tal como, o incentivo ao desenvolvimento da região.

Nas pequenas cidades, a feira é atribuída a uma dimensão de maior relevância, logo, que como agentes do desenvolvimento local, proporciona a comercialização dos produtos da agricultura familiar local e no qual são vivenciados e exercitados os elementos da cultural rural camponesa, cujo representa um lugar de existência e de

construção de conhecimentos sócio-educativos-culturais (RAMOS; PEREIRA; ALENCAR, 2017).

Os laços da civilidade possuem um caráter construtivo, sendo positivo para a sociedade local, ressaltando seus costumes, visto que é um local de troca de conhecimento, resgate de valores e sensação de integração social, onde está presente a cultura popular. Por conseguinte, vivenciamos a “era da cultura” sendo a feira, palco de encontro entre o rural e o urbano, sendo necessário analisar todas as suas representações neste universo. Ainda (RAMOS; PEREIRA; ALENCAR, 2017). Desta forma, conforme a Constituição Federal de 1988, em seu Artigo 216 a feira constitui como patrimônio cultural do Brasil, assim:

Art. 216. Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem: I - as formas de expressão; II - os modos de criar, fazer e viver; III - as criações científicas, artísticas e tecnológicas; IV - as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais; V - os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico (BRASIL, 1988).

Em conformidade, com Erig; Melo (2015) o patrimônio cultural material constituem elementos de caráter humano, tendo como exemplo, cidades, casas, museus, entretanto o patrimônio cultural imaterial envolve elementos intangíveis, por exemplo, saberes, celebrações, modo de fazer, formas de expressão e lugares. Dentre estes lugares, as feiras livres, se destacam como elemento cultural imaterial e atrativo turístico cultural.

A relação das feiras livres com a cultura é intrínseca, logo, as feiras adotam peculiaridades da identidade cultural de cada local que são instaladas. As feiras são meios de sobrevivência e mostra que além dos fatores econômicos, existe um protagonismo dos aspectos culturais e simbólicos da feira livre no plano das representações dos consumidores, não fazendo parte apenas de um sistema local de comercialização, ainda (ERIG; DE MELO, 2015).

A feira é um espaço democrático de convivência, em que os sujeitos trocam experiências e vivências aprendendo, de uma maneira informal, lado a lado com a

nova tecnologia da atualidade. A feira resiste por ter sua origem na própria forma de como as pessoas que dela participam vão criando estratégias de sobrevivência, formas e meios de continuar viva no seu dia a dia. Essa pluralidade de tendências e explicações das pessoas aponta os diversos conflitos do mercado e da feira várias vezes ao dia, impregnando valores estéticos, sociais, econômicos, culturais e simbólicos.

O sentido político está nitidamente presente entre o lugar do mercado, a feira e moradores fixos, em seu entorno, com forte ligação de pessoas vindas de diferentes lugares (do meio urbano e rural), de diferentes classes sociais e, que na feira constituem laços de amizade. A feira constitui uma mistura de trabalho, lazer é comum que denota lembrança só para rever velhos amigos ou para praticar alguns jogos de azar, como dominó e baralho e entretenimento para as pessoas onde a cultura popular é vista de uma forma clara.

Para Brandão (2002, p. 120): “O homem é sujeito da história porque é criador da cultura” na feira cultura e Educação Popular são elementos que se pode vivenciar nas pessoas. Heller (1998, p. 18) ao analisar o significado de cotidiano na vida das pessoas, afirma que:

A vida cotidiana é a vida de todo homem. Todos a vivem, sem nenhuma exceção, qualquer que seja seu posto na divisão do trabalho intelectual e físico. Ninguém consegue identificar-se com sua atividade humano-genérica a ponto de poder desligar-se inteiramente da cotidianidade. E, ao contrário, não há nenhum homem, por mais insubstancial que seja, que viva tão somente cotidianamente, embora essa o absorva preponderantemente. A vida cotidiana a vida do homem inteiro; ou seja; o homem participa na vida cotidiana com todos os aspectos de sua individualidade, de sua personalidade. Nela colocam-se funcionamento todos os seus sentidos, todas as suas capacidades intelectuais, suas habilidades manipulativas, seus sentimentos, paixões, ideias, ideologias.

Não podemos falar de Feira sem estabelecer um vínculo com a cultura popular. A feira consagra uma visão cultural, meramente de conservação do passado (documentos, memórias e raízes) e de mistificação do presente, a identidade do mercado público e a feira da Liberdade, por exemplo, merece destaque para: os bancos que vende produtos de couro, conhecido como Mangaio, como também de

frutas, cereais e hortaliças de maneira geral e, outros produzidos sem agrotóxicos nos próprios sítios de algum comerciante.

Vivemos em um mundo plural onde o principal culpado é a globalização e ela não afeta apenas os meios econômicos, sociais, os políticos e culturais. Hoje em dia existe uma maneira nova de se fazer as coisas, novos produtos são oferecidos a comodidade se tornou maior e com isso algumas formas de comércio que veem desde a idade média ficam ultrapassadas para as novas gerações, porém não perdem seus princípios e resistem ao logo do tempo a globalização. O mercado público e a feira popular do bairro da Liberdade é um grande exemplo, nesse sentido, quanto ao econômico e o político se territorializa com redes de supermercados e todo um desenvolvimento, em seu entorno.

Ainda há um lugar onde o grito vale mais que os códigos de barras. No grito do feirante, na pechincha do cliente, na piada sobre as frutas, a “Feira da Liberdade” sobreviveu ao avanço das grandes redes de supermercados por um fator único a enorme ligação entre moradores e feirantes, até porque, cada barraca tem uma família, o cliente chega a sorrir, conversa, trata bem, pergunta como foi a semana, brinca sobre o time de futebol e a pessoa volta, diferente do supermercado onde quase não existe relação e é bastante fria.

Um das maiores dificuldades das feiras livres, no geral, é atrair consumidores jovens, normalmente sem tempo para dividir as compras, muito comum ver na “Feira da Liberdade” pessoas de mais idade indo para além de fazer compras rever amigos de longas datas. As feiras livres não podem ser resumidas simplesmente como um meio de abastecimento “absurdo e ultrapassado”, visto que ela é o meio de distribuição de alimentos pioneiro, faz parte da nossa cultura. Milhares de famílias são beneficiadas, quer trabalhando ou consumindo seus produtos, por isso tão importante é a feira para todos nos.

5 ANALISAR AS TRANSFORMAÇÕES DO MERCADO PÚBLICO DO BAIRRO DA LIBERDADE E, EM SUAS IMEDIAÇÕES.

O espaço público do Mercado e da Feira da Liberdade é um lugar definido onde são vendidos produtos diversos como frutas, verduras, cereais, entre outros, oferece importante fonte de contribuições, sobre o comportamento do cliente e a

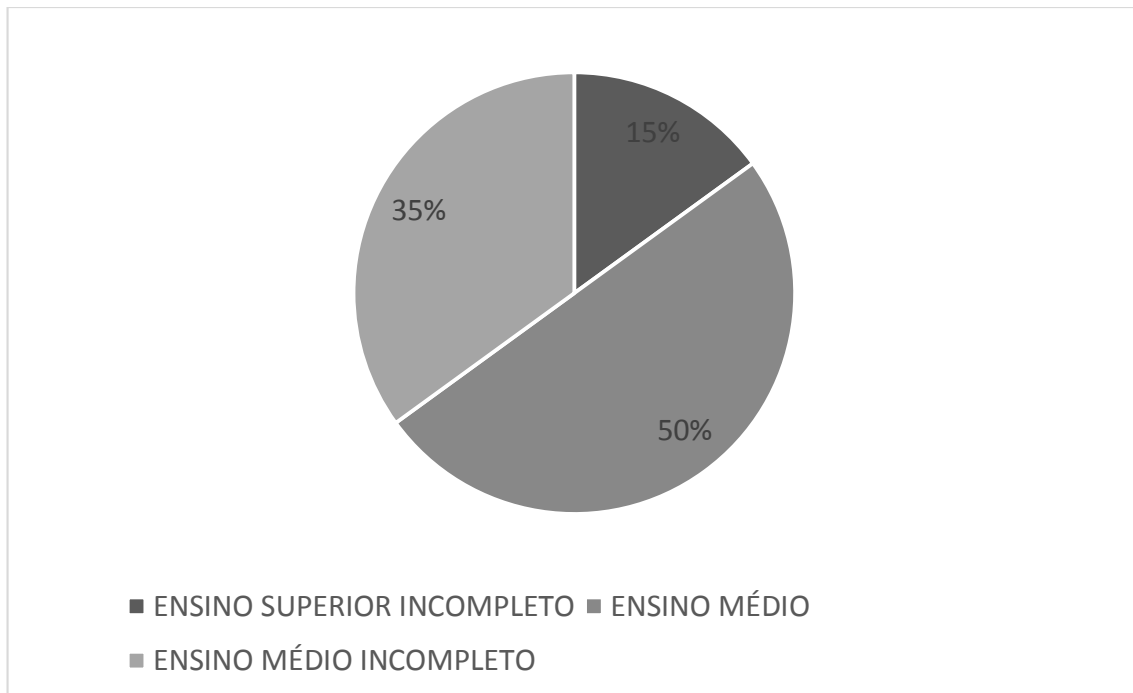
composição econômica da área. O espaço investigado é um vasto campo de estudo, de fato, a compreender toda riqueza da dinâmica que nele toma forma. A composição estrutural está condicionada a cultura, que é determinante, o conjunto de valores, percepções, preferências, também são contribuintes na formação do espaço atual do Mercado e da Feira.

5.1 Analogia e índices dos entrevistados por conhecimento das funções do espaço pesquisado e idades conforme gráficos

A exposição da coleta de informações da pesquisa se limitou aos comerciantes, feirantes e consumidores, a área de análise, o mercado público e a feira do bairro da Liberdade em Campina Grande e, ruas próximas acontecem em um mesmo período, correlacionando aos depoimentos dos entrevistados e os demais que em base investigativa contribuíram para fundamentação do pensamento conclusivo da procura. Cada um cooperou com relatos de vivência que permitiram a contextualização.

Nessa situação o gráfico a seguir interpreta através do grau de escolaridade dos entrevistados, apresenta os resultados do estudo realizado a partir da aplicação de questionário, baseado nas informações adquiridas na pesquisa por observação. A colaboração dos entrevistados foi imprescindível, figuramos o complexo como algo representado e, formado por elementos heterogêneos, nesse momento as informações gráficas sobre a escolaridade dos comerciantes do mercado e feira da liberdade são proeminentes.

Figura 04: Gráfico Representativo da Escolaridade dos Comerciantes e dos Clientes da Feira

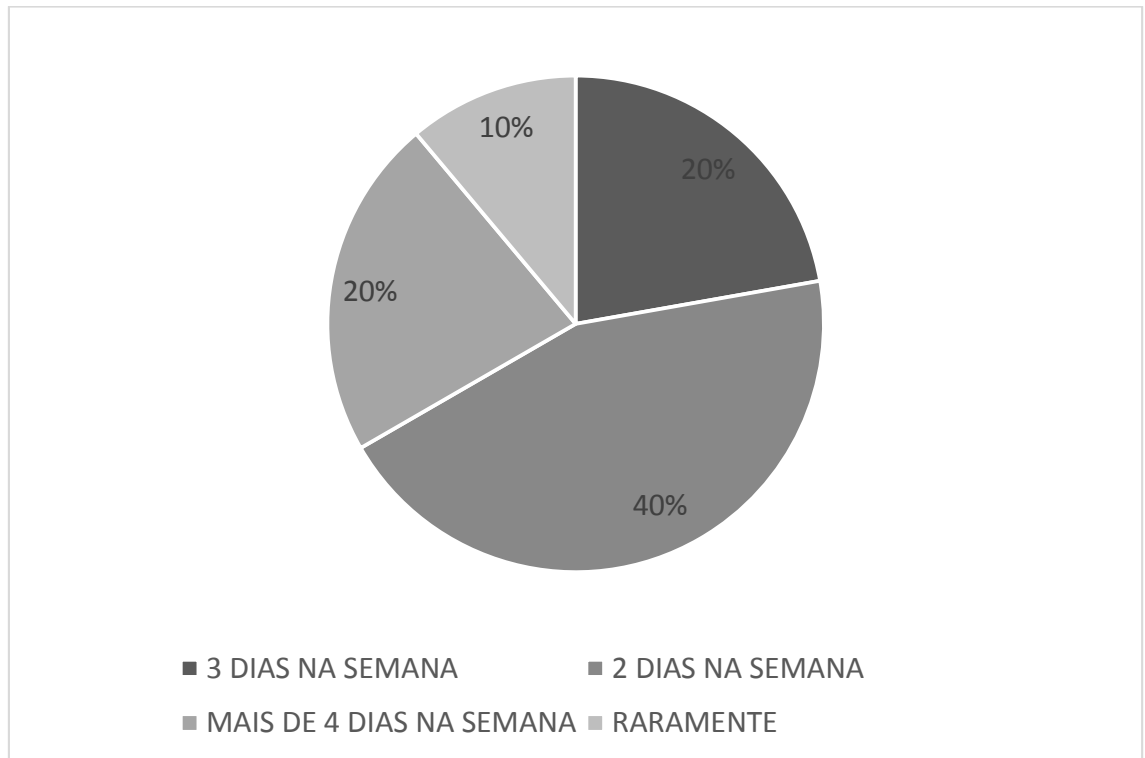


Fonte: CUNHA, Luiz Gustavo. Pesquisa de Campo - 2018.

O referido gráfico está relacionado ao percentual do grau de conhecimento dos feirantes e dos clientes e visto que cerca de 50% possuem o ensino médio completo, 35% o ensino médio incompleto e o principal motivo alegado foi a dedicação total ao trabalho e a família por conta disso faltou tempo aos estudos. Os 15% estão cursando ou têm curso superior, com faixa etária entre 20 e 30 anos que trabalham com os pais na feira, com perspectiva que caracterizam o desenvolvimento individual de cada feirante nos negócios.

A pesquisa realizada estabelece questionamento quantas vezes os fregueses comparecem ao Mercado Público e a Feira. Essa modalidade de relacionamento social trata-se de identificar qual real motivo de sua presença. Os atributos de lugar público atribuem que as pessoas que ali constituem a dimensão espacial do espaço pesquisado, cotidianamente os comerciantes, já os habituais levantados á proporção de moradores da comunidade e de bairros adjacentes que compram seus artefatos, frequentam o lugar de compra e venda, entre 2 a 3 vezes na semana.

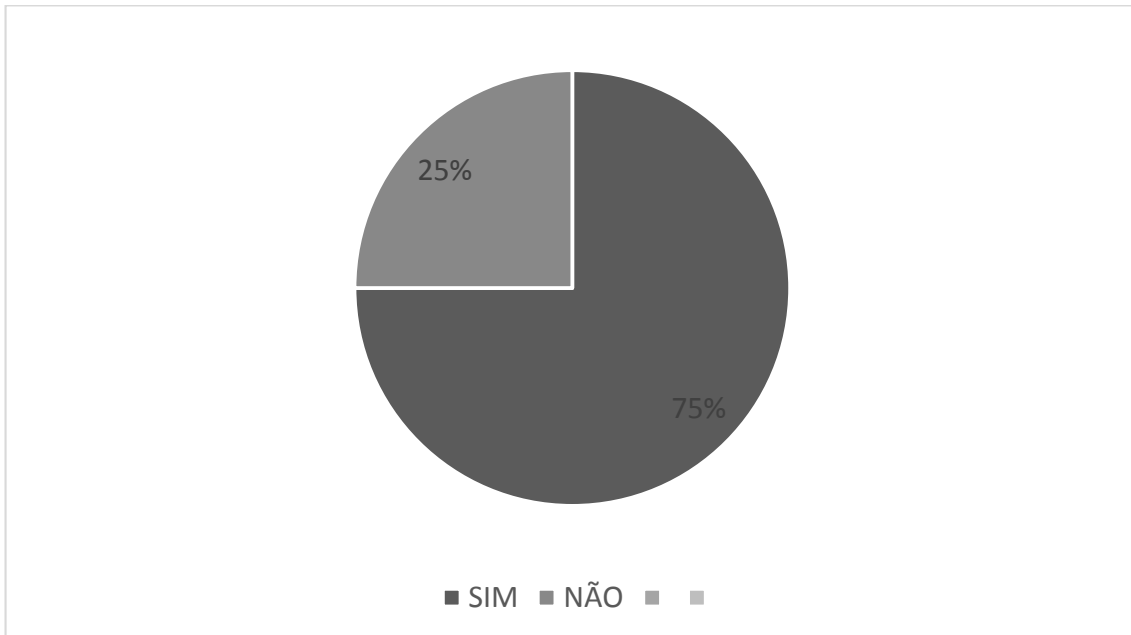
Figura 05: Gráfico representativo dos frequentadores da feira do mercado público da Liberdade



Fonte: CUNHA, Luiz Gustavo. Pesquisa de Campo - 2018.

Realizado perguntas para cliente que compareceram ao Mercado Público da Liberdade, Campina Grande – PB, com objetivo de identificar com qual frequência os mesmos vão à Feira. Cerca de 40% das pessoas entrevistadas afirmam que vão à Feira em torno de 2 vezes na semana. 30% comparecem à Feira mais de 3 vezes na semana, 10% falaram que raramente vão à Feira e quando comparecem são em ocasiões de necessidade para compra de alimentos. Os outros 20%, na sua grande maioria, moradores do próprio bairro, afirmam que comparece à Feira mais de cinco dias na semana, esse pessoal é o que passa na feira independente se vão realizar compras ou não, geralmente para ver alguns amigos ou até mesmo cortar o cabelo.

Figura 06: Gráfico representativo dos frequentadores do Mercado e da Feira da Liberdade.



Fonte: CUNHA, Luiz Gustavo. Pesquisa de Campo - 2018.

Cerca de 75% dos entrevistados que frequentam a Feira são moradores do Bairro da Liberdade e fazem da Feira um ponto obrigatório para realizar compras de alimentos. Os outros 25% são moradores dos outros bairros da cidade, são clientes que passam na Feira por conta da sua localização privilegiada, localizada na rua Pernambuco, SN, rua que faz ligação do bairro da Liberdade com outros bairros. Os clientes informam que a Feira mais próxima de suas casas aonde encontram os preços mais em conta e não acham necessidade de procurar os produtos oferecidos em outros lugares.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O propósito deste trabalho foi estudar o emaranhado de apropriações do espaço e lugar, contido no contexto histórico do Mercado Público e a Feira da Liberdade, em Campina Grande-PB, na área pesquisada, analisando os fatores de influência interna e, em seu entorno, com fundamentação bibliográfica, na construção teórica metodológica. As pesquisas por observação e classificação de subsídios realizado por meio da aplicação de questionário aperfeiçoaram a base para o trabalho prático. Foram avaliados fatores sociais e ambientais partindo do referencial de que o

estudo é de extrema importância para economia e os costumes campinenses, por ser um espaço público.

Como podemos perceber a partir dos estudos destacados neste trabalho, o Mercado Público da Liberdade foi fundamental no desenvolvimento do bairro e do comércio. Apesar de inúmeras transformações no decorrer dos anos, foi capaz de conciliar os atributos tidos como tradicionais e da modernidade. Perante do que foi exposto compreendemos a relação influente que o Mercado da Liberdade tem para os comerciantes e seus consumidores. Uma localização privilegiada que proporciona a confluência de outras comunidades. Observamos a variedade dos produtos e serviços que gradativamente foram se renovando. Descrevemos os perfis dos comerciantes, pessoas humildes e simples, no qual muitos trabalham no ramo desde a fundação, outros foram passados de pai pra filho o trabalho, em que sustentam e investem nos estudos de parentes para que possa ter um futuro melhor.

ABSTRACT

LIBERDADE PUBLIC MARKET CAMPINA GRANDE-PB AS A RESISTANT ELEMENT IN THE FACE OF GLOBALIZATION

The present work aims to raise the awareness of residents of the neighborhood about the importance of the Public Freedom Market, in view of their resistance and appreciation over time. The approach to the theme came from a small dream, in which I could admire its beauty, not in an aesthetic way, where everything is simple, of the products offered to the merchants. But because it is a rich subject in quality and when talking about culture inside a fair mainly. The research is theoretical, descriptive and bibliographical, with a qualitative approach. To obtain the information was used the research in books, databases of SciELO, Google academic and articles published in websites. In this study we seek to deepen the discussion about the Public Market of Freedom in the face of globalization and the fair as a cultural aspect. In this sense, we visited the Public Market and interviewed the merchants and the site administrator. The Liberdade Public Market was fundamental in the development of the neighborhood and commerce. Despite numerous transformations over the years, it was able to reconcile the attributes considered as traditional and modern.

Keywords: Public Market. Free Fair. Cultural identity.

7 REFERÊNCIAS

- AQUINO, Ítalo de Souza. **Como Escrever Artigos Científicos- sem “arrodeio” e sem medo da ABNT**. 6. Ed. Rev. João Pessoa: Editora Universitária / UFPB, 2009.
- ALMEIDA, Elpídio. **História de Campina Grande**. 2ed. João Pessoa: Editora Universitária, 1979.
- ANDRADE, Agnes. **O cotidiano e a história**. 4 Editora São Paulo: Paz e Terra, 1998.
- ANDRADE, Alexsandra Araújo de. **A feira livre de Caicó RN: um cenário de tradição e resistência às novas estruturas comerciais modernas**. 2015. 84f. Monografia (Bacharel em Geografia) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro Ensino Superior do Seridó, Caicó, 2015.
- ALVES, Lidiane Aparecida; RIBEIRO FILHO, Vítor. OS MERCADOS PÚBLICOS E A CIDADE: as transformações do Mercado Municipal de Uberlândia (MG). **Caminhos de Geografia**, v. 12, n. 39, 2011.
- CARLOS, A F. A. **O Lugar no/do Mundo**. São Paulo. Hucitec, 1996, 150 p.
- BRANDÃO, C, R. **A educação como cultura**. São Paulo: Mercado das letras, 2000.
- ERIG, G. A.; MELO. S.M.C. Feira livre como atrativo cultural: o caso da Feira do Bosque em Palmas - TO. In: **Fórum Internacional de Turismo do Iguassu**, 2015, Foz do Iguazu - PR. Anais do Fórum Internacional de Turismo do Iguassu, 2015. v. 10.
- IBGE/Secretaria de Planejamento de Campina Grande, 2010.
- LÓSSIO, Rúbia Aurenívea Ribeiro; PEREIRA, Cesar de Mendonça. A importância da valorização da cultura popular para o desenvolvimento local. **Encontro de Estudos Multidisciplinares de Cultura, III**, 2007.
- MOREIRA, Ruy. **Sociabilidade e Espaço (As formas de organização geográfica das sociedades na era da Terceira Revolução Industrial – um estudo de tendências. AGRÁRIA**. São Paulo. Nº 2, pp. 93-108, 2005.
- RAMOS, V. M. L.; PEREIRA, M. P.; ALENCAR, C. M. M. Invisibilidade da cultura rural da feira livre no plano diretor de São Felipe – BA. **Maringá**, v. 9, n. 1, p. 90-106, 2017.
- ROCHA JUNIOR, Antônio. Enfoques geográfico sobre a feira livre de Guarabira/PB. 2014. 48f. Monografia (Licenciatura em Geografia) – Universidade Estadual da Paraíba, Guarabira, 2014.
- SANTOS, Hélio Castos do.; CHAVES, Celma. A permanência do comercio tradicional: o mercado público da Pedreira. In: **V Colóquio Internacional sobre o Comércio e Cidade**: uma relação de origem, São Paulo, 2016.

SILVA, Jossandro Araújo da. **Uma análise sócio-espacial do mercado público do Bairro da Torre - João Pessoa, PB.** 2014. 59f. Monografia (Bacharelado em Geografia) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2014.

SILVA, Leonardo Thompson da. **Cultura, turismo e identidade local: impactos socioculturais sobre a comunidade receptora de turismo –Trancoso, Porto Seguro - BA.** 2006. 160f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Estadual de Santa Cruz - UESC/Universidade Federal da Bahia - UFBA, 2006.

SILVA, Silas Brito. **A feira nas raízes de Itabaiana:** estudo e relatório técnico em vídeo de como seus aspectos culturais forjam a identidade local. 2014. 50f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Jornalismo) – Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão, 2014.