

## O Mercado Público Central de João Pessoa como Pólo Gastronômico e Turístico

Pérola Dy Carly Ramos Brandão<sup>1</sup>  
Severino Alves de Lucena Filho<sup>2</sup>  
Universidade Federal da Paraíba - UFPB

### RESUMO

O turismo é hoje uma das atividades que podem contribuir para o crescimento de um lugar. Através da gastronomia, o turista pode se aproximar da cultura local vivenciando a degustação dos sabores locais. Os mercados públicos são lugares de trocas culturais e a gastronomia, facilita o contato dos turistas com a cultura da cidade. O objetivo desse trabalho foi analisar o Mercado Público Central como espaço gastronômico popular de João Pessoa, dado a sua importância histórica e cultural para a cidade. As visitas *'in loco'*, as entrevistas feitas em campo e o levantamento bibliográfico foram os procedimentos metodológicos utilizados para a elaboração desse trabalho. Após as análises do local, concluímos que, mesmo com as reformas físicas que veem sendo feitas, ainda é preciso que o poder municipal promova a visibilidade do local.

**Palavras-chave:** Mercado Central; Gastronomia; Turismo;

### Introdução

Cada país e região tem a sua culinária própria que depende não só da mistura de culturas, mas principalmente dos ingredientes disponíveis. Além disso, a globalização fez com que as técnicas e tradições culinárias mudassem de continente para continente, aprimorando as receitas, ingredientes e utensílios, fazendo com que os hábitos alimentares fossem evoluindo até às culinárias regionais que existem no mundo.

A gastronomia se confirma a cada ano como um dos principais atrativos de uma localidade, sendo muito importante do ponto de vista turístico, podendo tratar-se da principal motivação ou de uma simples necessidade. Dessa forma, é importante para o crescimento turístico da comunidade a criação de novas possibilidades que possuam como foco as características gastronômicas de cada região agregando assim, valor ao produto.

Assim, os mercados populares se apresentam como potencial turístico no tocante a reunião de vários aspectos culturais que dão ao visitante, a possibilidade de conhecer a cultura

---

<sup>1</sup>Bacharel em Turismo, pela Universidade Federal da Paraíba.  
perola\_carly@hotmail.com

<sup>2</sup> Professor, Pós-Doutorado no Departamento de Línguas e Culturas da Universidade de Aveiro-Portugal  
recifrevo@uol.com.br

local de forma presencial, vivenciando a singularidade de cada aspecto. Nesse ponto, a gastronomia se apresenta como marca da identidade local a partir da representação e da degustação dos sabores e cheiros da região.

Apesar de a cidade de João Pessoa possuir grandes mercados populares, o investimento a partir do setor público e da iniciativa privada, no sentido de dar maior visibilidade ao segmento turístico como atrativo que agregue valor a cultura local e voltado para a gastronomia popular, vem deixando a desejar.

João Pessoa carece de uma identidade gastronômica que possua força no mercado e isso afeta o seu desenvolvimento turístico como atrativo. Focar o desenvolvimento, ou melhor, dar visibilidade a esse segmento, fortalecerá o produto turístico em âmbito estadual e internacional, possibilitando um meio para retirar a cidade do posto de cidade de passagem, posicionando-a definitivamente como destino turístico.

Desse modo, o Mercado Público Central de João Pessoa se caracteriza como foco de estudo, pois, mesmo apresentando hoje as características necessárias para se tornar um grande atrativo turístico da cidade, ainda não possui a representatividade que deveria ter como produto turístico, por falta de um maior investimento no local no aspecto financeiro e humano.

A elaboração desse trabalho teve como objetivo principal dar visibilidade ao Mercado Público Central de João Pessoa como pólo gastronômico e turístico, utilizando desse patrimônio para alavancar a atividade turística na cidade, promovendo o envolvimento dos atores locais, procurando preservar a cultura local.

### **Metodologia de Pesquisa**

O procedimento metodológico utilizado caracteriza-se por um estudo de caso com caráter de pesquisa exploratória, bibliográfica e documental. Segundo Dencker (2002, p.125), “a pesquisa exploratória procura aprimorar ideias ou descobrir intuições, envolvendo em geral levantamento bibliográfico, entrevista com pessoas experientes e análise de exemplos similares”.

Neste contexto, o trabalho é desenvolvido a partir de material já elaborado como livros e artigos científicos referentes ao assunto que o caracterizam como uma pesquisa bibliográfica. Também foi utilizada como método de pesquisa a coleta de imagens fotográficas, que obtiveram a função de documentar as cenas do dia a dia do local de estudo. Para Severino Filho, (1998, p.153) “através das fotografias registramos uma relação, um contato, um evento. Este

constitui uma prova, um certificado de realidade”. Utilizamos também entrevistas semi-estruturadas definidas por Haguette (1997, p.86) como um “processo de interação social entre duas pessoas na qual uma delas, o entrevistador, tem por objetivo a obtenção de informações por parte do outro, o entrevistado”.

Visitas de campo facilitaram a observação do local, o que possibilitou a pesquisadora obter um olhar mais crítico e analítico sobre o Mercado Central, ampliando o seu entendimento, para além da estrutura física do local, identificando o caráter participativo da pesquisa.

### **Suporte Teórico**

O Turismo só se dá mediante o deslocamento do local de residência até o destino turístico. Alguns autores definem a atividade turística, levando em consideração também, outros aspectos que vão além do deslocamento e do tempo de duração das viagens, a exemplo de Oscar De La Torre, que define a atividade da seguinte forma:

O turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural (DE LA TORRE apud BARRETO, 1997, p. 13).

Para a elaboração desse trabalho foi utilizado como base o conceito de turismo de Mário Beni, autor brasileiro, que apresenta um conceito mais abrangente sobre o turismo, não se restringindo apenas as viagens, mas também aos aspectos culturais que delas fazem parte. Assim, ele define a atividade turística da seguinte forma:

“Turismo é um elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, onde, como e a que preço. Nesse processo influem inúmeros fatores de realização pessoal e social de natureza motivacional, econômica, cultural, ecológica e científica que ditam a escolha dos destinos, a permanência, os meios de transportes e o alojamento, bem como o objetivo da viagem em si para a fruição tanto material quanto subjetiva dos conteúdos de sonhos e desejos, de imaginação projetiva, de enriquecimento histórico-humanístico, profissional e de expansão de negócios.” (BENI, 2001, p.37).

O hábito alimentar é um componente da cultura e da identidade de um grupo social. “É inegável que a gastronomia faz parte da cultura de um povo.” (ZARVO, 2000, p.3 apud BRANDÃO, 2011, p. 8). Por gastronomia, de uma forma mais abrangente entendemos que:

“a gastronomia (do grego antigo γαστρονομία; γαστρός [“estômago”] e νομία [“lei”/“conhecimento”]) é um ramo que abrange a culinária, as bebidas, os materiais usados na alimentação e, em geral, todos os aspectos culturais a ela associados” (RODRIGUES, 2008, p.311 apud BRANDÃO, 2011, p.10).

É com base nesses conceitos, definições e do entendimento do valor que os aspectos culturais possuem para uma sociedade e dessa forma para a atividade turística, que podemos entender a importância da gastronomia para o turismo, pois ela está ligada diretamente ao principal objetivo da atividade, que é proporcionar ao visitante a interação com a comunidade receptora, conhecendo-a através de seus hábitos, sejam eles alimentícios ou não.

### **Gastronomia no Brasil e no Nordeste**

A gastronomia é hoje um dos segmentos que mais atraem visitantes a um lugar e o seu desenvolvimento está intrinsecamente ligado a sua cultura. O ato de comer sacia as necessidades nutritivas do corpo através da culinária. Contudo, a mistura dos alimentos durante o seu preparo, juntamente com a história e importância que os pratos carregam, transformam a culinária em gastronomia.

Hoje, o turista do século XXI procura interagir ao máximo com a localidade visitada. Uma das formas mais prazerosas de realizar essa interação é através da gastronomia, já que grande parte da experiência do turista passa também pela tarefa de escolher o que, onde e quando comer. No Brasil, as comidas regionais são muito variadas de Estado para Estado, justamente por sua grande extensão e sua colonização, o que dá uma variedade enorme de ingredientes e sabores. Esta diversidade está diretamente ligada à origem da população que habita cada Estado.

No litoral do Nordeste há grande influência africana na culinária, com destaque para o acarajé, vatapá e molho de pimenta, no Norte há uma maior influência indígena, no uso da mandioca e de peixes, no Sudeste há pratos diversos como o feijão tropeiro e angu e no Sul do país há forte influência da culinária italiana, em pratos como a polenta e também da culinária alemã.

Ainda abordando sobre a gastronomia, não se deve esquecer que as bebidas também fazem parte desse universo. A caipirinha é uma das bebidas tradicionais do Brasil e foi decretada como a bebida oficial do país pelo Presidente Lula em 02 de outubro de 2003 através do Decreto Lei nº 4.851, artigo 4, que afirma: “Caipirinha é a bebida típica brasileira, com graduação alcoólica de 15 a 36% em volume, a 20°Celsius, obtida exclusivamente com

Cachaça, acrescida de limão e açúcar”. Atualizado pelo Decreto Lei nº 6.871, de 4/6/2009: “A bebida prevista no caput, com graduação alcoólica de 15 a 36% em volume, a 20°Celsius, elaborada com cachaça, limão e açúcar, poderá ser denominada de caipirinha (bebida típica do Brasil), facultada a adição de água para a padronização da graduação alcoólica e de aditivos.”

Sua história tem início no interior de São Paulo – SP, onde a mistura de ingredientes como o mel, o açúcar e o limão eram preparados para a cura de doenças como a gripe. A partir daí, a inserção do gelo e da cachaça, provavelmente deram origem a bebida mais conhecida do Brasil internacionalmente.

### **Os Mercados Públicos no Brasil**

Os Mercados Públicos, desde seu surgimento, sempre se constituíram como espaços de trocas de produtos e de abastecimento de gêneros alimentícios de diferentes sociedades. Um dos principais fatores para seu desenvolvimento foi a existência do chamado excedente de produção, que foi definido por Geisa Clesp, como o “fruto do desenvolvimento das forças produtivas, que levou ao sistema de trocas” (CLEPS, 2004, p.120).

Os mercados eram necessários para manter a sobrevivência dos povos e, com o passar do tempo, começaram a desempenhar um papel fundamental na produção dos espaços urbanos, sendo em alguns casos, o principal meio para o surgimento dos centros urbanos. O crescimento dos espaços urbanos demandou a criação de novas fontes de abastecimento para as cidades, retirando dos mercados a exclusividade existente no abastecimento alimentício da população. Essa mudança cria uma ruptura de costumes e transforma os mercados em lugares que foram apropriados por seus usuários, que passaram a olhar o lugar de uma forma mais tradicional, estando ligado a identidade do lugar.

No Brasil, existe uma enorme gama de variações entre feiras<sup>3</sup> e mercados<sup>4</sup>. Suas características, de um modo geral, são a priori tão parecidas, que dificilmente consegue-se distinguir esses dois meios de aquisição de gêneros, pois eles se modificam e se adequam à realidade de cada região, de acordo com a necessidade de seus frequentadores.

No Nordeste, por exemplo, os mercados funcionam usualmente em lugares cobertos, na maioria das vezes em prédios antigos, que são administrados pelo município e tendem a funcionar diariamente. Já as feiras, acontecem em dias específicos, geralmente aos sábados, em

---

<sup>3</sup> Entendemos por Feiras as organizações de compra e venda de produtos alimentícios que geralmente ocorrem em dias e horários determinados, sem uma estrutura física fixa.

<sup>4</sup> Diferentemente das Feiras, os Mercados, são organizações que possuem uma estrutura física fixa e seu comércio ocorre durante toda a semana. Possuem o mesmo objetivo que as feiras, o de aquisição de gêneros alimentícios.

lugares abertos, como ruas ou praças, frequentemente próximas ao mercado e oferecem uma maior quantidade de produtos para serem comercializados.

No Brasil, existem alguns Mercados Públicos de expressiva representação turística e gastronômica, tais como O Mercado Público Paulistano - SP, com o seu sanduíche de mortadela, o Mercado Público de Belo Horizonte – MG com os seus pães de queijo, o Mercado Público São José, localizado em Recife – PE, com o seu comércio de pescado e o Mercado Público de Porto Alegre – RS, que hoje se configura como um dos principais atrativos turísticos da cidade por conta de toda a diversificação de gêneros alimentícios que são comercializados.

### **O Mercado Público Central de João Pessoa – Paraíba/PB**

João Pessoa, capital da Paraíba, é a terceira cidade mais antiga do Brasil. Com um posicionamento geográfico privilegiado, também se constitui como a cidade que possui o extremo natural, mais Oriental das Américas, localizado na Praia do Seixas. Fundada no século XVI, a cidade tem o seu Centro Histórico tombado como patrimônio nacional pelo Instituto do Patrimônio Histórico Nacional – IPHAN. Com potencial natural, histórico e arquitetônico para o desenvolvimento da atividade turística, a cidade ainda possui, em sua gastronomia regional, um grande atrativo turístico, pois através da mistura dos ingredientes da terra, a cultura da cidade é apresentada aos seus visitantes de uma forma simples e rica.

Em João Pessoa, os Mercados Públicos são utilizados, primordialmente, como fonte de abastecimento para a população. Contudo, também são espaços de trocas de experiências que contribuem para a formação da cultural local. O pessoense vai ao mercado para comprar também, por hábito.

Desse modo, o Mercado Central da cidade de João Pessoa, o mais antigo da cidade, foi utilizado como objeto de pesquisa desse trabalho, pois apresenta todas as características necessárias, como a diversidade de produtos e sua história que se mistura com o crescimento e história da capital para se tornar um grande atrativo turístico da cidade. A história do Mercado Central de João Pessoa, localizado na Avenida Dom Pedro II, no centro da capital, faz parte da história da construção da cidade, pois pertence a um conjunto de obras que foram construídas visando o crescimento e a modernização da cidade.

Em 1943 a Prefeitura Municipal constrói o Mercado Central da capital. A escolha do local teve como objetivo contribuir para o crescimento e a modernização do espaço urbano da cidade. O terreno foi entregue pela Prefeitura Interventorial Estadual que conduziu os recursos



federais para a sua construção. Após a construção, e ao longo de seis décadas, o mercado nunca deixou de ser considerado o principal mercado da cidade de João Pessoa. No entanto, em virtude de seguidas más administrações, o mercado foi passando por um gradativo e crescente processo de deteriorização.

Os espaços originalmente destinados ao funcionamento da feira-livre em barracas padronizadas foram sendo ocupados indiscriminadamente por barracas fixas de materiais e dimensões variadas, desfigurando por completo o projeto inicial. O colapso foi se instalando ao ponto de a infraestrutura ser atingida por ligações clandestinas. Parte dos galpões ora sofreu demolições, ora ganhou acréscimos. Alvenarias se ergueram em locais impróprios fagocitando silenciosamente cada metro quadrado destinado ao público.

(COUTINHO, VIDAL, 2007, p.9 apud BRANDÃO, 2011, p. 53).

Na década de 1970, com a população triplicada, a cidade possuía somente o Mercado Central como fonte de abastecimento de gêneros alimentícios e as feiras livres dos bairros que aconteciam durante a semana. Assim, com o tempo o mercado foi perdendo sua identidade, passando a se tornar um problema urbano.

Por trinta anos a municipalidade se eximiu dos cuidados que eram necessários para manter o Mercado Central funcionando em perfeitas condições e, em 2002, a Prefeitura entendeu que o único caminho para a solução do problema seria a demolição do complexo. Em virtude da representação histórica e da importância social que possui o Mercado Central, bem como, do seu alto orçamento e de sua impopularidade, o projeto de demolição do Mercado Central não foi levado a diante.

Hoje o Mercado Central vem passando por uma grande reforma, que visa preservar o patrimônio arquitetônico histórico cultural que é o mercado, bem como, adequá-lo as novas necessidades dos 1.214 (mil duzentos e quatorze) comerciantes cadastrados junto à administração do Mercado e dos 100 (cem) não cadastrados. Durante as entrevistas feitas na elaboração desse trabalho, notou-se a satisfação dos comerciantes que já receberam seus Boxes reformados e a ansiedade dos comerciantes que ainda trabalham em áreas não reformadas em receber os seus também, tendo em vista que a reforma, gerou melhorias nas vendas dos produtos.

Além das reformas físicas, a Prefeitura de João Pessoa visa devolver ao Mercado Público Central a importância que tinha antigamente para a população, através dos eventos que estão sendo realizados no local, incentivando o sentimento de pertencimento do pessoense.

A exemplo desses incentivos está o “Festival de Gastronomia dos Mercados Públicos de João Pessoa – São João dos Mercados”, um festival gastronômico, que aconteceu no mês de Junho de 2011 e teve como tema os festejos juninos devido à época do ano em que aconteceu e que procurou levar à população e aos turistas da cidade, mais um espaço onde a cultura e a gastronomia local pudessem ser apreciadas e conhecidas.

Esse festival teve o objetivo de alavancar o comércio local, valorizar a gastronomia típica regional, divulgar a cultura popular através de apresentações, de música e dança, melhorar a gestão dos estabelecimentos, (através dos cursos que foram ministrados incentivando assim a formalização de empreendimentos), invocar o orgulho da população quanto aos patrimônios públicos da cidade e finalmente assim, atrair os turistas para a apreciação da gastronomia local<sup>5</sup>.

### **O Mercado Central Como Pólo Gastronômico e Turístico**

Um potencial atrativo turístico deve possuir algumas condições para se firmar como pólo de visitação. Em se tratando dos Mercados Públicos, uma boa estrutura física que consiga atender aos seus visitantes, espaço para alimentação, setores bem divididos que facilitem o deslocamento do turista, qualidade no atendimento, limpeza e segurança, podem ser caracterizados como princípios e pré-requisitos básicos para transformar o lugar em um atrativo turístico de fato.

No Mercado Central de João Pessoa, as reformas que estão sendo realizadas, aos poucos, vão conferindo ao local as condições necessárias para se transformar em um dos principais atrativos do segmento gastronômico local da cidade. Os galpões, que fazem parte das áreas designadas para a alimentação, encontram-se completamente reformados com barracas padronizadas e que servem aos visitantes os mais diversos tipos de refeições.

Fora a Praça de Alimentação, os setores de frutas e verduras também estão prontos. Reformados, esses setores proporcionam aos visitantes o deslocamento livre entre os corredores, facilitando o contato direto com as frutas e alimentos locais. Os comerciantes colaboram nessa transformação do mercado, ao atenderem bem seus clientes, transmitindo o conhecimento adquirido durante anos, sobre os alimentos para os seus fregueses cotidianamente, através de conversa informal e bem humorada.

---

<sup>5</sup> A gastronomia local refere-se às comidas típicas da região. As comidas que estão enraizadas nos hábitos alimentares dos pessoenses e do Nordeste, como buchada, rubacão e bode.



Outro aspecto a ser levado em consideração, além da reforma feita na estrutura física do Mercado Central, é a diversidade de gêneros alimentícios que o lugar possui, bem como, a forma de venda dos produtos que ainda remete as décadas passadas. Os alimentos são dispostos nas barracas, de forma que o freguês possa tocá-los e experimentá-los antes da compra. Os preços ficam visivelmente dispostos entre os produtos e o método de pechincha utilizado pelos clientes para conseguir um preço melhor do que está exposto ainda é muito utilizado, em especial no final da feira.

Todos os comerciantes que trabalham diariamente no Mercado Central contribuem para a construção de sua história. Os atores locais retiram do mercado as condições financeiras para o sustento de suas famílias. Com grande potencialidade turística e gastronômica, o Mercado Central também pode contribuir mais para o crescimento e para a melhoria econômica dos seus vendedores.

Nas entrevistas feitas com os comerciantes do Mercado, percebe-se a importância que cada comerciante tem para a formação da identidade do lugar, bem como, a importância que o mercado tem para a formação identitária de cada comerciante que se compreende como parte do Mercado Central. A exemplo disso temos Seu Paulo que durante a entrevista, nos explicou que, por ter muitos anos comercializando ovos no Mercado Central, participou, ou a penas escutou várias histórias ocorridas dentro das dependências do lugar e que como ele diz na entrevista: “Eu uso essas coisas que a gente fica sabendo aqui, pra ganhar mais o freguês né, e ver se ele compra mais.”

Os Mercados Públicos são constituídos de vários segmentos. Como objeto de estudo deste trabalho, a área de alimentos e bebidas do Mercado Central de João Pessoa possui um destaque maior em sua composição. No entanto, é válido registrar que o público que vai ao mercado também procura, além dos alimentos em si, outros artigos, como por exemplo, as barracas de comercialização flores e ervas, localizadas no Galpão 1 (um) na entrada do Mercado central, que conferem ao local um aroma convidativo na entrada e que tem a capacidade de aguçar a memória<sup>6</sup> dos clientes.

Outros locais, como as barracas de bebidas típicas, em especial a barraca de cachaças da terra chamam a atenção dos visitantes que passam no Mercado Central. A “Barraca Cachaça da

---

<sup>6</sup> Hilton Japiassú, no Dicionário de Filosofia conceitua memória como sendo “a capacidade de relacionar um evento atual com um evento passado do mesmo tipo, portanto como uma capacidade de evocar o passado através do presente.” (JAPIASSÚ, 1996, 178).

Terra” possui uma grande variedade de cachaças do Brasil. Os clientes que param no local procuram as cachaças preferencialmente nacionais. Marcas como Triunfo, Serra de Areia, São Paulo, Rainha, Volúpia e Cachaça 51, são as mais comercializadas e isso se deve, ao fato de que, elas são conhecidas nacionalmente por sua boa qualidade e seu preço mais acessível.

O artesanato, os produtos para casa, os artigos religiosos e todos os outros itens que são vendidos no Mercado Público Central de João Pessoa, são por si só, atrativos turísticos que chamam a atenção de quem visita o lugar, por conta das suas representações culturais. No Mercado pode ser encontrado um pouco de cada aspecto da cultura pessoense, conferindo ao lugar todos os aspectos necessários para transformá-lo em um pólo gastronômico e turístico.

### **Estrela Central e Seu João, o cozinheiro mais conhecido do Mercado Central - Estudo De Caso.**

O Mercado Central é um espaço complexo onde a cultura pulsa diariamente, como um ser vivo que está em constante mudança e aperfeiçoamento. Vários personagens podem ser encontrados nesse local e todos eles, poderiam ser temas para outros trabalhos acadêmicos, relacionados também ao turismo. Como objeto de estudo desse trabalho, foi analisado em específico um box da Praça de Alimentação, localizada no Galpão 3, que já foi totalmente restaurado e está em pleno funcionamento no Mercado Central.

A Estrela Central (Figura 1), Box de propriedade do Senhor João Severino da Silva, mais conhecido por Seu João, é o exemplo de comércio que se adaptou às necessidades que a demanda estava apresentando, inserindo em seu cardápio comidas típicas regionais, assim como pratos a base de frutos do mar. Tendo iniciado como uma barraca com venda pratos para acompanhamento das bebidas, conhecidos popularmente como ‘tira-gosto’, Seu João foi inserindo em seu cardápio os almoços, visto a necessidade que os trabalhadores possuíam de se alimentar próximo ao seu trabalho.

Ao ser questionado em entrevista, sobre a quantidade de cursos que o proprietário do box já fez, ele diz: “ Eu já fiz muitos cursos, assim pra melhorar o que eu já sei e pra melhorar o que eu to servindo. Agente ta sempre procurando melhorar.” Devido aos seus dotes culinários, com o tempo a barraca de Seu João ficou conhecida como uma das barracas que serviam as melhores comidas do Mercado. Com a reforma do Mercado Central, a barraca de Seu João foi demolida e a ele foi entregue um ponto na Praça de Alimentação.

Aspectos como a decoração, os utensílios utilizados, tais como a panela de barro, as colheres de pau, legado indígena que o Seu João mantém em seu comércio, assim como, os pratos que são servidos, tais como o bode, a galinha guisada, o peixe frito e os frutos do mar, que segundo ele “vão de acordo com o gosto do freguês”, são as principais características da Estrela Central.

É importante ressaltar também que os cheiros dos pratos que saem da cozinha do Seu João nos convidam a sentar e a provar de seus temperos. São comidas que visivelmente atraem os olhares dos que estão passando e incentivam o freguês a se alimentar no local. A divulgação, o treinamento e habilidades na cozinha do Seu João, bem fazem da Estrela Central um dos melhores locais para se alimentar no Mercado Público Central de João Pessoa.

Contudo, para se confirmar como um produto turístico de fato, a Estrela Central ainda necessita de algumas modificações, como por exemplo, em seu espaço físico, que é pequeno considerando as necessidades do box. Mesmo assim, o estabelecimento possui potencial para se transformar em referência da culinária local de João Pessoa no Mercado Central.



Figura 1 Box Estrela Central - Seu João servindo o almoço.

Fonte: Pérola Dy Carly - 07/11/2011

## Conclusão

O Nordeste brasileiro é reconhecido em todo o mundo através do segmento turístico de sol e mar, apesar de ser uma região de excepcionais valores turísticos e culturais. Considerada como uma das melhores e mais variadas do mundo, a gastronomia nordestina é caracterizada

como tipicamente tropical, colorida, suculenta, diversificada, altamente nutritiva e sempre saborosa.

Como já dito anteriormente nesse trabalho, os mercados públicos se configuram como patrimônios culturais que agregam em um único espaço vários aspectos de uma cultura. No tocante a gastronomia, os mercados públicos abrigam em sua praça de alimentação, uma das principais fontes da culinária local e com o Mercado Central de João Pessoa não é diferente.

Com uma praça de alimentação recém-reformada, a área de gastronomia do Mercado Central convida o visitante a experimentar os sabores e os cheiros de João Pessoa, através dos boxes que comercializam, principalmente na hora do almoço, comidas típicas da região. A pesquisa de campo levou a constatação da potencialidade que o Mercado Central tem como um produto turístico, dada a sua importância cultural e histórica, a sua localização e sua grande variação de produtos do gênero alimentício, de artesanato e de outros itens a disposição do visitante.

Concluimos também através das entrevistas feitas que a reforma do Mercado Central de João Pessoa já era muito aguardada tanto pelos comerciantes que trabalham no local, como para a população que o frequenta. Os comerciantes que já receberam seus boxes nos mostraram a satisfação em ver que o local agora está bem cuidado e que isso fez com que a população voltasse a frequentar mais o Mercado, assim como os turistas que agora se sentem mais confortáveis dentro do mercado, aumentando assim suas vendas.

Contudo, também ficou claro que ainda faltam investimentos por parte do Município, do Estado e do Governo que melhorem a qualidade do ambiente, bem como, capacitem os comerciantes para atender com qualidade os pessoenses e os turistas. Esses investimentos estimulariam o sentido de pertencimento que os comerciantes possuem para com o Mercado Central e para com a sua cultura, aguçando a vontade de proteger, bem como, de apresentar o que João Pessoa tem de melhor para quem vem de fora.

## Referências

BARRETO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 2. ed. Campinas, SP: Papirus, 1997.

BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. 7ª edição. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2001

CLEPS, Geisa Gumiero. **O Comércio e a cidade: novas territorialidades urbanas. Sociedade & Natureza**, Uberlândia/MG. 2004, v. 16, n. 30.

COUTINHO, Marco Antônio. VIDAL, Wylinna. **Pelas ruas do mercado, o pulsar de velhos costumes e novos anseios. O desafio da requalificação do Mercado Central de João Pessoa – PB.** DocomomoBrasil. Porto Alegre /RS, 2007 in BRANDÃO, Pérola Dy Carly Ramos. **O Mercado Público Central de João Pessoa como pólo gastronômico e turístico. João Pessoa:** UFPB, 2011, 108p.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo.** São Paulo: Futura, 2002.

HAGUETTE, Teresa Maria Frota. **Metodologias qualitativas na Sociologia.** 5ª edição. Petrópolis: Vozes, 1997.

HILTON, Japiassú. **Dicionário de Filosofia,** Editora: JORGE ZAHAR; Ano de Edição: 1996.

FILHO, Severino Alves de Lucena. **Azulão do Bondapé: uma estratégia de comunicação organizacional.** Recife/PE: Ed do autor, 1998

RODRIGUES, S. G. G. **A contemporaneidade da gastronomia ludovicense: (Cuxá) X Big Mac/Mac Donald na cultura, identidade e tradição.** Revista Cambiassu, Publicação Científica do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão – UFMA, nº 4, p. 311 a 314, São Luís, 2º sem./ 2008 in BRANDÃO, Pérola Dy Carly Ramos. **O Mercado Público Central de João Pessoa como pólo gastronômico e turístico. João Pessoa:** UFPB, 2011, 108p.

ZARVOS, N. e DITATI, C. A. S. **“Multissabores: A formação da gastronomia brasileira.”** Rio de Janeiro: Ed. SENAC Nacional, 2000 in BRANDÃO, Pérola Dy Carly Ramos. **O Mercado Público Central de João Pessoa como pólo gastronômico e turístico. João Pessoa:** UFPB, 2011, 108p.