



**MERCADO MUNICIPAL DE CAMPOS DOS GOYTACAZES: espaço público
de cultura e de (r)existência**

Ianani Emílio de Castro Dias
Universidade Federal Fluminense
ianani.dias@gmail.com

Elis Miranda
Universidade Federal Fluminense
elismiranda10@gmail.com

1 – INTRODUÇÃO

Compreender o Mercado como um espaço de Cultura é experimentar um lugar carregado de signos e significados que provocam nossos sentidos e despertam o olhar para o outro. Por isso, o objetivo do trabalho é analisar o Mercado como um lugar da existência que resiste às intervenções urbanísticas, tendo a sua arquitetura valorizada mais pela forma que pelo conteúdo, ou seja. Esta análise do mercado como espaço de cultura encontra-se articulado ao método fenomenológico, que parte do reconhecimento das experiências vivenciadas. Nessa perspectiva, pensar uma proposta de planejamento urbano que valorize as vivências no lugar (Tuan, 2013) para além da arquitetura e o valor do patrimônio arquitetônico esteja associado aos sentidos de existência, identidade e vivências cotidianas.

A geografia humanista nos permite trazer para as lentes da observação da pesquisa os elementos da experiência, da vivência e dos sentidos através de uma descrição rigorosa dos fenômenos a partir do lugar e da relação do indivíduo com o mesmo. Como parte deste processo de aproximar o método fenomenológico com o planejamento urbano é necessário trazer elementos que auxiliem na construção da análise o sobre mercado como forma e parte processo das transformações em Campos dos Goytacazes.

Desde a antiguidade clássica existem espaços reservados para as trocas comerciais de alimentos. Os lugares dessas trocas são, originalmente, as feiras e os mercados. Os mercados, como os cemitérios, foram importantes formas para a estabilização das cidades e acompanhado de estradas e portos, tornaram-se



essenciais para a dinamização e crescimento da sociedade. Todas as culturas utilizaram dessa forma de troca de produtos e a condição de existir esporadicamente, periodicamente ou de maneira perene e com local apropriado, dependia das mercadorias e da necessidade de efetuar trocas com certa frequência, do deslocamento possível nos diferentes momentos históricos e da importância que o local representava para o abastecimento da cidade e da sua região de abrangência. (MUNFORD, 2004, p.85; PINTAUDI, 2006, p.84)

Em Campos de acordo com Freitas (2006), o comércio de alimentos frescos era realizado, desde os tempos da Colônia, em dois locais, o ‘Largo das Verduras’, que se situava em área próxima à Igreja do Rosário, e o outro, o ‘Largo do Capim’ ou do ‘Pelourinho’, na margem do rio Paraíba do Sul. Em 1880 autorizou-se a construção do ‘Mercado Novo’ no Largo do Rocio, hoje extinto, devido as queixas de desordenamento e baixa qualidade sanitária. Com a resistência de comerciantes e da população, o Mercado nesse local permaneceu até 1921, quando foi inaugurada a ‘Nova Praça do Mercado’, a partir de um plano de saneamento e remodelação da cidade assinado por Saturnino Brito.

No final do século XIX e ao longo do século XX, constituiu-se através da institucionalização da razão, na ciência, uma visão fragmentada da realidade, a partir de especializações, categorizações e métodos. A cidade não ficou distante dos estudos de historiadores, economistas, demógrafos, dos sociólogos (LEFEVBRE; 2001, p.43). As teorias que buscavam analisar a complexidade urbana para dar-lhe melhorias e planejamento foram bases para a intervenção do Estado e da sociedade no século XX. (MONTE-MOR; 2006).

As intervenções urbanas com bases científicas começam a partir do final do século XIX, nas metrópoles europeias e em colônias como o Brasil. Em 1867, Cerdà – engenheiro urbanista responsável pela reforma na cidade de Barcelona e pela implantação de infraestrutura sanitária, sistema viário e sistema de quarteirões integrados em praças - publica a Teoria Geral da Urbanização e consolida princípios técnicos sobre engenharia urbana. O plano Haussmann é uma das influências da Teoria Geral da Urbanização mais conhecidas e se caracterizou pela arbitrariedade e



autoritarismo na destruição de áreas tradicionais da cidade, pela incorporação das preocupações higienistas que caracterizam a ideia de cidade moderna e por exemplos como a construção de bairros na periferia para tirar a população mais abastada do centro (MONTE-MOR; 2006).

Segundo Monte-Mor (2006), no final do século XIX no Brasil, as ideias de modernidade e progresso junto com o plano Haussman influenciaram planejadores como Pereira Passos, Prestes Maia e Saturnino Brito. Capitais como Belém, Belo Horizonte, Rio de Janeiro e São Paulo sofreram grandes intervenções urbanas com preocupações sanitaristas e estéticas. Além das capitais, cidades do interior do Brasil como Campos dos Goytacazes tinham grupos político-econômicos que se preocupavam com o distanciamento do dito e que, por isso, tinham como interesse o desejo da inclusão de traços da modernidade urbanística no espaço da cidade (ALVES. 2006)

Desde 2013, com o anúncio do governo da Prefeita Rosinha Garotinho, o Mercado encontra-se, mais uma vez, na iminência de alterações. Desta vez, para atender ao novo projeto de revitalização do mercado e do denominado “camelódromo” (Shopping Popular Michel Haddad). No entanto, tal intervenção não se consolidou por completo. A revitalização do Mercado não ocorreu e as modificações no espaço Michel Haddad não foram concluídas.

O Mercado Municipal de Campos é uma forma espacial consequente de um processo histórico no qual planejamento urbano foi uma ferramenta da elite política, econômica e cultural da cidade para que um projeto de cidade mais higiênica fosse implantada. Neste sentido, o Urbanista aparece como um déspota esclarecido no qual ecoará do seu conhecimento a cidade perfeitamente pensada. Entretanto, pensar e viver, não são totalmente distintos mas, não são sinônimos.

2 – OBJETIVOS

A cultura no debate sobre cidade é compreender neste trabalho através do cotidiano e as complexidades das vivências e dos sentidos do cotidiano pelo olhar do outro. A necessidade (incessante) de compreender a realidade em sua totalidade para o uso de ferramentas de intervenção como as políticas públicas, é destacar a importância



das percepções e da intersubjetividade do pensamento humano na construção do meio em que vivemos, pensamos e produzimos. Cada um tem seu lugar. Cada um busca o seu lugar. E ao mesmo tempo: compartilhamos nossos lugares com de outros.

Além de um registro presente na história do planejamento urbano de Campos, o Mercado, que tem como foco principal a comercialização de alimentos e de demais objetos, é um conjunto de significados. Tais significados não são consensuais e na perspectiva sobre o lugar Mercado tramitam olhares que o qualificam como “zona”, “lugar sujo”, “irregular”, e também do “exótico”¹. Para estes, o Mercado é a forma que desorganiza e suja a cidade ou a que peculiariza. Como para os que vivem e sobrevivem² é um lugar que merece protagonismo não somente pela história, mas principalmente pelas vidas e pelo valor do contato diário dos que ali sempre deixam passos. Esta, para estes, seria a beleza do lugar Mercado. O objetivo deste trabalho é entender o Mercado Municipal de Campos dos Goytacazes como um Espaço Público de Cultura.

Busca-se amparar através da categoria analítica geográfica do lugar, um espaço que durante sua história foi pressionado pelo Estado e por uma elite econômica, política e/ou cultural da sociedade civil campista que defende tanto intervenções urbanísticas como a transferência das pessoas para fins de uma manutenção do patrimônio arquitetônico. A história do Mercado não deixa de ser a história da vontades e interesses da elite campista.

Por mais abstrato que seja a ideia de lugar e espaço não podemos esquecer que o sentido das coisas vem da nossa consciência sobre as coisas. Ou seja, o Mercado só passa a ser um lugar a partir do momento que as pessoas que ali trabalham, compram, passam e se entretêm dão sentido a ele. Em tempos onde a demarcação das individualidades vão para além/dentro dos muros e espaços vendidos se sobrepõe cada vez mais aos espaços vividos, conceber o Mercado a partir do seu conjunto de significados materiais e imateriais ao longo do tempo e no campo das disputas sobre cidade, é dialeticamente sintetizar o sentido de cidade através da percepção do “nós” indivíduo e do “eu” coletivo. Este trabalho concorda com Pechman (2014) quando nos

1

Palavras ditas em reunião da sociedade civil convocada pela Associação Campista de Imprensa no dia 19/03/2017 sobre o mercado municipal.

² Notas sobre o trabalho de campos realizado em outubro e novembro de 2016.



diz para que a ideia de pacificação, ordem e controle da cidade sempre foi a face do Urbanismo no sentido de conter perigos e evitar que a cidade caia na tentação de viver plenamente sua comédia humana.

3 – METODOLOGIA

Para que possamos tanto ter uma compreensão tanto de lugares particulares como o fenômeno de lugar e suas limitações, no nosso caso o Mercado de Campos, Relph (2012) afirma que para identificar um lugar é necessário perceber alguns aspectos que o constituem. São aspectos apontados por Relph (2012) o lugar como um espaço do encontro no qual são aglutinados qualidades, experiência e significados. E o aspecto do espírito do lugar onde a apresentação de uma identidade muito forte e a sensação de todas as partes parecerem funcionar perfeitamente em conjunto tornam o lugar incomum. Mas para sabermos se um lugar é realmente excepcional é necessário compreender o sentido lugar. E este, para o autor, só parte da experiência do indivíduo de sentir e ponderar as qualidades do lugar.

Para TUAN (2013, p.18), a experiência é um termo que abrange as diferentes maneiras por meio das quais uma pessoa conhece e constrói a realidade. A experiência é aprender a partir da vive-ência, significa atuar sobre o dado e criar a partir dele e, embora não temos como conhecer a essência do que é dado, temos a possibilidade de ter o conhecimento sobre uma realidade. A realidade para TUAN (2013) é um constructo da experiência e uma criação de sentimento e pensamento. Por isso, experienciar ativamente é ultrapassar os perigos, é aventurar-se no desconhecido, na incerteza e na ilusão.

Nossos sentidos o paladar, a audição, o tato, olfato, a visão com a experiência permitem aos seres humanos terem sentimentos intensos pelo espaço e pelas qualidade espaciais. Mas, embora utilizemos (quando podemos) todos os sentidos, são a cinestesia, a visão e o tato os sentidos capazes de tomarmos a consciência do espaço e construímos através do movimento nossa relação de distância e direção. Tuan (2013, p.21) explica que:

O espaço é experienciado quando há lugar para se mover.
Ainda mais mudando de um lugar para outro, a pessoa



adquire o senso de direção. Pra frente para trás e para os lados são diferenciados pela experiência, isto é, conhecidos subconscientemente no ato de movimentar-se. O espaço assume uma organização coordenada rudimentar centrada no eu, que se move e se direciona

Andar para um lado e para o outro do mercado é observar a organização dos permissionários, dos frequentadores e dos passantes, é entender que nome mercado ultrapassa a denominação do prédio arquitetônico. O “Mercadão” como é popularmente chamado, compreende todo os espaços da peixaria, da feira, do prédio histórico, dos estacionamento e seus bares ao redor. Andar para lá e para cá é perceber também que o mercado junto com Shopping Popular Michel Haddad, as ruas dos produtos baratos Barão de Amazonas e a João Pessoa, formam um complexo comercial varejista carregado de símbolos do comércio informal e da cultura e arte popular. As ruas dos preços baixos (citadas acima) também são parte do caminho de muito que descem na rodoviária Roberto Silveira e do Terminal da Avenida XV de novembro, ambos são pontos finais de muitos ônibus que vem da zona rural e periférica da cidade: o mercado é um espaço de interações.

Movimentar-se no mercado nos horários de atividade do comércio sua! Independente do sol à pino ou do céu que ameaça a chuva, o espaço é quente. O calor parece que se intensifica quando os raios solares ultrapassam a cobertura metálica, é presente nos corredores estreitos e sempre com gente da feira, no asfalto quente que o rodeia e pela umidade presente do prédio histórico. A ação intensa do calor nos produtos produz cheiros. O odor, segundo Tuan (2012) mostra o caráter a objetos e lugares, os distinguindo. Os cheiros das carnes frescas e defumadas dos açougues, das ervas finas, da peixaria, das verduras, dos legumes e das frutas na feira e o cheiro do churrasco dos bares se misturam entre notas perfumadas e cheiro de podridão. A sensação de sentir o odor de podre, inclusive, inibe muitos que passam de cara feia ou com dedo no nariz aos arredores do mercado, principalmente ao lado peixaria e do ponto de ônibus da avenida que curiosamente é conhecida pelo o odor levemente parecido com o de esgoto nos dias mais quentes, a avenida Beira-Valão (José Alves de Azevedo). Dentro do prédio histórico o cheiro de mofo das paredes, de fritura das



pastelarias e lanchonetes e de ervas das lojas de artigos religiosos são tão presentes quanto estrutura metálica visível.

De acordo com Tuan (2012, p.26) “o som dramatiza a experiência espacial” e contribui para a construção de noção de distância. O som do mercado se mistura com o do cotidiano da cidade: o barulho dos apitos dos guardas municipais trabalha próximo aos assobios dos flanelinhas entre as buzinas dos carros em um trânsito caótico. Passar pelo mercado é ouvir a todo instante um comerciante te abordando para ver ou experimentar os produtos, como as bancas onde se localizam os comerciantes de biscoitos. Os bares a partir da tarde aumentam o seu som ecoando para as proximidades som dos ritmos do pagode, sertanejo ou arrocha. Nos finais de semana encontra-se o som do cantor independente de música gospel vendendo seus cds e os encontros mensais de capoeira do Mestre Peixinho.

Ir para um lado e para o outro é ser abordada para comprar um celular suspeito, sem caixa ou nota fiscal, é observar estabelecimentos peculiares como um que só vende café e pão na chapa e, ao mesmo tempo, é ponto para apostas no jogo do bicho; é ver uma chapelaria que só resiste pela tradição e pelas vendas de outros produtos que não são chapéus, como seda, incensos, colheres de pau e bacias. Sentir o mercado é senti-lo diferente nos diferentes turnos de movimento.

A partir das 18 horas muitas bancas e lojas do prédio histórico estão fechadas, mantêm-se o movimento de algumas bancas que ainda estão arrumando seus produtos e os bares, que no final do dia ficam mais cheios. No estacionamento que se encontra lotado por todo dia, os espaços vazios e o movimento lento de carroceiros que buscam papelão e caixotes é mais visível. Nas sextas, no bar do lado da avenida Formosa (Tenente Coronel Cardoso) torna-se ponto de encontro também para músicos e trabalhadores (apreciadores) do samba e do pagode, a sensação é de comemoração pelo descanso.

Pelo começo da madrugada, a partir de 01:00h pequenos carros com jato d'água passam pelos corredores suados de resto de comida e pisadas, o mercado começara sua rotina de preparo para mais um dia. Os caminhões de pequeno porte e caminhonetes antigas com hortaliças, legumes e verduras estacionam em frente ao



ponto de ônibus numa avenida Beira Valão muito tranquila. A partir de 02:00 da manhã o ambiente é de negociação e carregamento de caixas, chegada também dos caminhões frigoríficos com peixes. Naldinho que tem 20 anos de mercado e trabalha somente com o carregamento dos peixes, informou que os caminhões são de sua maioria dos distritos de Grussaí, Atafona e Gargaú, localizados nas cidades vizinhas de São João da Barra e São Francisco de Itabapua. Relatou também que vendedores que não são do mercado aproveitam o momento para negociar atacado com o fornecedor diretamente. O ambiente de negociação se mantém como um espaço extremamente masculino, se tornando um lugar hostil neste horário a uma mulher sozinha, caso desta pesquisadora que vos fala. Mas, mesmo passando este clima, era possível observar no mercado algumas gargalhadas, mulheres de sandália rasteira e vestidos ou shorts curtos no lado da rua João Pessoa. Pela hostilidade nunca observei o campo com calma, aproveitava o horário após ao emprego informal no caminho para casa ou para o lanche debaixo do viaduto Manoel Brizola, para observá-lo. Mesmo com o medo passado pelas ruas muito escuras e baixo movimento, o mercado junto com a prostituição das ruas do centro, o lanche embaixo do viaduto Manoel Brizola e São Salvador com os Skatistas e os recentes caçadores de Pokémon Go, participa de uma silenciada paisagem noturna do centro antigo.

Às 04 horas da manhã os permissionários das bancas começam a chegar para arrumar suas praças, a parte da peixaria é a primeira ficar pronta. Às 5 horas a maioria das bancas da área da feira estão em processo de organização. Às 6 horas, grande parte das lojas do mercado ainda estão fechadas, mas os consumidores ou os passantes começam a chegar. A parte da manhã é a mais cheia nos finais de semana onde além das lojas e bancas é possível também encontrar cantores/vendedores de música gospel independente com seu cd gravado na própria casa, como também – aos domingos – roda de capoeira do mestre peixinho na parte interna do prédio do mercado.

O horário do almoço, para muitos, começa a partir de 10:30 a 11:00 da manhã, neste horário é possível observar as marmitas sendo retiradas de sacolas, bolsas ou mochilas e também a chegada dos entregadores de quentinhas. O movimento nos corredores estreitos diminui. Principalmente nos dias mais quentes, é notável os corpos cansados sobre algumas bancadas após a refeição, é a partir do horário de almoço também que é observado a troca de alguns vendedores das bancas,



muitos mais jovens, os abordados informalmente em uma compra ou dúvida sobre o preço (propositalmente) mostram-me que a relação de parentesco é presente também com os novos membros da família.

Uma marca já peculiar da planície, a temperatura elevada, principalmente no centro da cidade, junto com a ruas estreitas onde pedestres e carros competem por espaço, o barulho já citado do apito do guarda municipal na sua função de organizar a avenida Formosa e da Beira-Valão marcam o período da tarde. O ambiente quente prejudica os produtos, as hortaliças ganham mais jatos d'água feitos através das tampas furadas das garrafas pet's e na parte da peixaria chegam sacos de gelo para repor os isopores já com quantidade de água do degelo razoável. A perda de produtos é levado como um cliço natural pros feirantes, por isso muitos fazem acordos de consignação com seus fornecedores para que se diminua o desperdício e deixam com naturalidade produtos para a xepa.

Para entender a relação dos permissionários com o mercado e com a reforma indicada pelo poder público, fomos à campo observar, experienciar e colher entrevistas para que ajudassem na compreensão deste centro de significados e forma do planejamento urbano. Foram feitas 20 entrevistas³ com cinco perguntas que se baseavam tanto nas transformações vividas e sentidas, como também a sua perspectiva sobre melhora e qual o tipo de beleza vista no mercado pelo permissionário.

O receios em dar opiniões a uma desconhecida do dia-a-dia nas demonstrações com o velho e seco “não”, ou, na negação à gravação feito por áudio, mostram-nos que mesmo um lugar construído ao logo de nove décadas e entre diferentes gerações de clientes e trabalhadores, não se aceita fácil qualquer presença estranha assim. Podemos identificar um lugar, reconhecer seus aspectos, mas ali não era o meu lugar. O meu sentido sobre ele não era o mesmo dos que ali vive-ênciam.

4 - RESULTADOS PRELIMINARES

³ Doze entrevistas gravadas por áudio e oito entrevistas feitas de maneira manual. Realizadas em Outubro e Novembro de 2016.

Com o projeto aprovado pelo Conselho de Patrimônio Público Municipal (COPPAM), em 2014, é anunciado que as obras do Mercado Municipal e do Shopping Popular Michel Haddad seriam iniciadas. Para que fosse possível o início das obras seria necessário a transferência das atividades dos espaços. O Shopping Popular foi transferido para uma estrutura provisória no Parque Alberto Sampaio e para o mercado foi construído um espaço para a transferência de suas atividades (PREFEITURA DE CAMPOS DOS GOYTACAZES, 2014)⁴

Entretanto, as iniciativas da prefeitura são recebidas com resistências por órgãos como o Observatório Social, a Associação de Imprensa Campista (AIC), o Instituto Histórico e Geográfico de Campos (IHGC), o Centro Universitário Fluminense (Uniflu) e Rotary Club. Para as entidades a aprovação deveria ser revista por ir de encontro à Lei nº 8487/13, elaborada pelo Coppam, que priva qualquer forma de bloqueio ou obstáculo próximo a bens tombados não podendo assim nada interferir na ambiência urbanística do bem tombado para que ele prevaleça na paisagem. (FOLHA DA MANHÃ, 2015)⁵

A relação dos permissionários também foi de resistência, como foi visto no trabalho de campo. De acordo com as entrevistas, os trabalhadores não são contra a reforma mas sim contra a forma como ela foi trazida pelo poder público. Mesmo com a falta de reuniões públicas, como observado no campo, os permissionários gostariam que tivessem uma reforma. Eles, em maioria, querem melhoramentos sanitários, de infraestrutura e de acesso de pedestres e veículos. Entretanto, o receio da transferência era mencionado. De acordo com a entrevista, o diretor do Mercado em 2016 relata que a construção do espaço provisório não continha, por exemplo, as câmaras frigoríferas para os açougues como também sua localização mesmo sendo paralelo e na mesma avenida, não possui movimento comparado ao histórico local.

Em entrevista, foi mencionado a criação da Associação dos Permissionários do Mercado. Atendendo somente os comerciantes do prédio arquitetônico, a

⁴ Acesso 21/11/2015

⁵ Acesso 21/11/2015



Associação causa opiniões em defesa do trabalho coletivo para não “depende de prefeitura e ninguém” e contrárias, principalmente vindo dos vendedores da feira.

Quando, em entrevista, é perguntado sobre, mesmo em condições ruins e com opiniões contra o mercado, qual é a beleza que cada um enxergava ali foi interessante observar que o aspecto arquitetônico sempre era lembrado. E as pessoas nunca esquecidas. Para R. a beleza é:

(A beleza) é um patrimônio histórico ,né? Um dos patrimônios históricos se chama mercado municipal. E uma beleza do mercado é essa, é o mercado ser do povão. Aqui é outra coisa. É que se você vai ao supermercado e só acha um tipo de batata, aqui não! Você vai ter variedade para comprar do inferior ao mais caro. Mas a beleza do mercado é isso e ser do povão, é do povo. Isso aqui ninguém paga nada para vir aqui, entendeu? Anda de bicicleta, vem aqui comprar montato de bicicleta, vem com uma moto. E pra ir no supermercado, se vai como?

Observa-se que no planejamento urbano em cidades os mercados públicos foram inseridos em o modelo de progresso e modernidade imposto em tantas cidades no final do século XIX e começo do século XX. Mas neste trabalho queremos ressaltar que o mercado é além de forma construída pelo poder público em determinado período, os mercados fazem parte da vida urbana como um elemento de ligação que está além da produção e venda de gêneros alimentícios para suprir as necessidades diárias de alimentação, a ligação se faz a partir do sistema de gosto a partir das experiências sensoriais do cotidiano.

5 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

A entrevista é um pequeno fragmento que representa alguns poucos minutos perto dos entrevistados. Para colhermos a riqueza da experiência de cada um no lugar Mercado, seria necessário, além de anos de pesquisa, um aprofundamento sobre a



essência do lugar. Entretanto mesmo com um pequeno fragmento da realidade foi possível identificar alguns aspectos da relação de existência entre as pessoas que trabalham e que podem ajudar no debate sobre um projeto de mercado mais próximo com os que ali convivem.

A falta de participação da sociedade no projeto apresentado em 2014, sem a realização de audiências públicas para consulta, por exemplo, reflete atualmente nas condições que se encontram o Mercado Municipal. Este tipo de postura do poder público, de imposição de projetos sem um debate amplo com a sociedade vai contra com que acreditamos em gestão participativa do espaço público.

Quanto menos uma cidade mostra seu poder de decisão conjunta, ou poder urbano, mais a cidade deixa de fazer sentido como referência inspiradora à atualização de novas formas de convívio. O verdadeiro poder da cidade está na produção de relações, de obrigar a negociação, de acolher conflito. A cidade é uma condição de existência da esfera pública e o encolhimento do espaço público é paralelo ao processo de despolitização da cidade e da neutralização da relação de vitalidade urbana (PECHMAN, 2014, p 20 -23)

Pechman (2014) defende a política como a única garantia da cidade se tornar um espaço de circulação da vida pública e de manifestação do sujeito próprio da cidade e dos cidadãos. Joseph (2004) ao analisar o mercado Ver-o-Peso em Belém identifica singularidades de um lugar e defende que uma política pública do planejamento urbano que vise alcançar pluralidades da sociedade deve ter um formato participativo e de financiamento popular.

Em Campos, a prática do discurso de revitalização representou o conflito de interesses entre o poder público e os que vivem o mercado/feira. Atualmente, a obra do shopping popular Michel Haddad não está finalizada e é alvo de protestos tanto por parte dos trabalhadores que continuam em local que tinha como objetivo inicial ser provisório e também, devido sua arquitetura grandiosa que bloqueia a visão do centenário mercado. E o Mercado continua sem qualquer processo de revitalização.

Se a beleza está nos olhos de quem vê, há os que enxergam para além de uma estética imposta e colocam nas pessoas e na relação com seu meio valores que equacionam



matemáticas não conseguem resolver. E há aqueles que não enxergam além do que é posto, pois para observar o que está adiante é necessário reduzir-se ao lugar.

6 - REFERÊNCIAS (Segundo a ABNT)

- ABREU, M. A. Sobre a memórias das cidades. Revista da Faculdade de Letras, Porto, v. 1, n. 14, 1998, p. 77-87
- ALVES, H. M. Modernização urbana e poder político em Campos dos Goytacazes (1930-1940), XI CONLAB, UFBA, Ondina, 2011
- ARENT, H. A condição humana. 10ª Ed. São Paulo: Forense Universitária, 2004. 31-83p.
- CORREIA, M. A. Ponderações reflexivas sobre a contribuição da fenomenologia à geografia cultural, R,RA'EGA, n. 11, Curitiba: 2006, p 67 -75
- DARDEL, E. O homem e a terra. 4 ed. São Paulo: Vozes, 2005
- FREITAS, R. B .F. O mercado municipal de Campos dos Goytacazes: a sedução persistente de uma instituição pública, 2006, 166p. Dissertação. Universidade Estadual do Norte Fluminense, Campos dos Goytacazes, 2006.
- JOSEPH, I. Belém: paisagem coisa pública. Cadernos do IPPUR, Rio de Janeiro, ano XVIII, n.1-2, p. 41-90, 2004.
- LEFEBVRE, H. O direito à cidade. 5 ed. 2008: Centauro, 2010.
- MONTE-M'OR, R. L. (2006). As teorias urbanas e o planejamento urbano no Brasil. In Diniz, C. C. & Crocco, M., editors, Economia Regional e Urbana: Contribuições Teóricas Recentes, p 61–85. UFMG, Belo Horizonte.
- MUNFORD, L. A história das cidades. 4ª Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2004
- PAES, S. M. Os Impasses Da Revitalização Da Área Central Da Cidade De Campos Dos Goytacazes (1991-2005), 2006, 108p Dissertação. Universidade Cândido Mendes, Campos dos Goytacazes, 2006.
- PECHMAN. R.M.; KUSTER, E. O chamado da cidade: um ensaio sobre a urbanidade. Belo Horizonte, Ed.UFRJ, 2014
- PINTAUDI, S.M. Os Mercados Públicos: Metamorfoses De Um Espaço Na História Urbana. Cidades, São Paulo, v. 3, n. 5, 2006, p. 81-100



- RELPH, E. Reflexões sobre a emergência, aspectos e essência de lugar. In: MARANDOLA JR., Eduardo; HOLZER, Werther; OLIVEIRA, Livia (Orgs.) Qual o espaço do lugar? Geografia, Epistemologia, Fenomenologia. São Paulo: Perspectiva, 2012. p.17-32.
- TUAN, Y. F. O espaço e lugar: a perspectiva da experiência. 1º Ed (Brasil). Londrina: Eduel, 2013.