



ESPECIALIZAÇÃO EM

EDUCAÇÃO E PATRIMÔNIO  
CULTURAL E ARTÍSTICO

AZENAIDE LOPES PEREIRA

**MERCADOS PÚBLICOS COMO PATRIMÔNIO CULTURAL - UM ESTUDO DA  
CIDADE DE GOIÂNIA**

Goiânia  
2018

AZENAIDE LOPES PEREIRA

**MERCADOS PÚBLICOS COMO PATRIMÔNIO CULTURAL – UM ESTUDO DA  
CIDADE DE GOIÂNIA**

Trabalho de Conclusão do Curso de Especialização em Educação e Patrimônio Cultural e Artístico, lato sensu – a distância, do Programa de Pós-graduação em Arte-PPG-Arte, Instituto de Artes da Universidade de Brasília.

**Orientador:** Me. Sidelmar Alves da Silva Kunz

Goiânia  
2018

POLO CIDADE DE GOIÁS - GO

## RESUMO

Esse estudo tem como objetivo abordar acerca de como surgiram os Mercados Públicos de Goiânia, expondo desde a história da primeira capital goiana, atual Cidade de Goiás e sobre a transferência para Goiânia. Como parte do trabalho também é tratado a influência que teve a “Marcha para o Oeste”, durante o período político que vivia o Brasil, quando ocorreu a mudança da capital do estado Goiás, na década de 1930. Apresentar conceitos sobre mercado, patrimônio cultural e levantar quantos mercados existem na cidade, onde foram construídos e sua funcionalidade. Tem-se o intuito de saber se existem políticas públicas nesses espaços, que possam ser realizadas conjuntamente, sendo essas ações culturais e incentivo ao turismo.

**PALAVRAS-CHAVES:** mercado público, feira, patrimônio cultural.

## Sumário

INTRODUÇÃO .....	8
1.    CAPÍTULO 1 - BREVE HISTÓRIA DA MUDANÇA DA CAPITAL GOIANA ...	11
1.1 A ocupação de Goiás .....	11
1.2 Goiânia surge no período da Marcha para Oeste .....	18
1.3 Goiânia a capital de Goiás. ....	19
2.    CAPÍTULO 2 - MERCADOS PÚBLICOS .....	22
2.1 Primeiras construções e o primeiro mercado público de Goiânia ..	22
2.2 Conceitos sobre mercado público .....	27
2.3 Diversidade cultural e o conceito de cultura .....	32
3.    CAPÍTULO 3 - MERCADOS PÚBLICOS DE GOIÂNIA .....	34
3.1 Levantamento dos mercados públicos de Goiânia .....	34
3.2 A relevância dos mercados públicos como patrimônio cultural Patrimônio cultural e poder público .....	46
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	48
REFERÊNCIAS .....	49

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES E FIGURAS

Figura 1 - Ranchos onde funcionava a feira livre de Goiânia em 1936. O transporte dos produtos comercializados na feira era feito com auxílio de animais como jegues e cavalos ou com carros de boi, cobertos com couro.....	16
Figura 2 – Comercialização de produtos alimentícios no Mercado Municipal de Goiânia. No local em que existia o mercado, atualmente, está o Edifício Parthenon Center. Rua 4, nº 515, Setor Central .....	17
Figura 3 - Antigo Mercado Municipal de Goiânia. Atualmente no local existe o Edifício Parthenon Center. Rua 4, nº515, Setor Central.....	25
Figura 4 – Imediações do primeiro Mercado Municipal de Goiânia - inaugurado em 1941 com o intuito de organizar e expandir a comercialização de produtos alimentícios oriundos de uma feira que funcionava no local .....	
Figura 5 – Mercado Municipal de Goiânia – Localizado na Rua 3. Setor Central.....	35
Figura 6 – Bancas de Produtos no Mercado Municipal de Goiânia .....	36
Figura 7 – Movimentação de pessoas no Mercado Municipal de Goiânia .....	37
Figura 8 – Entrada desativada no Mercado Centro Oeste (Inexiste identificação na fachada) .....	38
Figura 9 – Vista lateral do Mercado Centro Oeste (salas desativadas) .....	39
Figura 10 – Pessoas utilizando os serviços - Mercado Bairro Popular (Mercado da 74) .....	40
Figura 11 – Mercado Bairro Popular (conhecido como Mercado da 74).....	41
Figura 12 – Mercado Público Municipal do Bairro Vila Nova (conhecido como Mercado da Vila Nova).....	42
Figura 13 – Barracas no Mercado Público Municipal do Bairro Vila Nova (Mercado da Vila Nova) .....	43

Figura 14 – Mercado Municipal Pedro Ludovico (entrada principal pela Avenida Circular)	44
Figura 15 – Mercado Municipal Pedro Ludovico (lojas área externa)	44
Figura 16 – Mercado Municipal de Campinas	46

## **AGRADECIMENTOS**

A todos que, no Curso de Especialização em Educação e Patrimônio Cultural e Artístico, lato sensu à distância, do Programa de Pós-graduação em Arte-PPG-Arte, Instituto de Artes da Universidade de Brasília me levaram ao desenvolvimento desta pesquisa.

À coordenação, aos professores e professoras dos módulos e professor tutor Me. Sildemar Kunz, pelo acompanhamento e incentivo durante todo o curso.

Aos meus familiares pelo irrestrito apoio ao longo desta jornada. Agradeço especialmente à minha mãe Santana e ao meu amor Vilmar Garcia.

Finalmente, agradeço a Deus, pessoa que acredito que me concede força e ânimo para continuar todo e qualquer trabalho, pois sem Ele nada em minha vida seria possível.

## INTRODUÇÃO

A “memória nacional” dos bens culturais cujo entendimento teve início por um seleto grupo de intelectuais da era modernista do país, que notaram a importância de preservação, conservação e divulgação inicialmente de edificações, lugares e monumentos que constituem a história coletiva da população brasileira ou de comunidades regionais, como é o caso específico de cidades mineiras, a exemplo de Diamantina e Ouro Preto.

Os meios de comunicação têm a função de fazer com que as pessoas obtenham conhecimento de determinados fenômenos sociais, e de abordar assuntos que são a memória que resgate histórias de vida, de sobrevivências, de sociedades, de eras e tempos. Assim, um grupo de intelectuais que atuavam no Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico e Nacional (SPHAN), atual Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico e Nacional (IPHAN), que nas décadas de 1930 e 1940, período esse marcado pelo surgimento da legislação que passaria a consolidar a organização para a proteção, preservação e conservação do patrimônio nacional, com o Decreto-lei nº 25 de 1937.

Os intelectuais da era modernista viam que os acontecimentos constituem o passado dos grupos e como diz o autor Raphael Bispo (2011) “[...] a memória constituída, ela efetua um trabalho de manutenção, de continuidade, [...]”. Dessa forma, os “modernistas ou intelectuais do patrimônio” passaram a defender os bens culturais do país e diziam que faltava para o Brasil se consolidar no mundo tendo “uma constituição do passado, de uma memória da pátria”. (BISPO, 2011, p.40).

Este trabalho apresenta a história de como surgiram os mercados públicos na cidade, haja vista que são muitos os serviços que encontramos nesses espaços que agregam funções desde o de fortalecer a economia local onde são comercializados produtos alimentícios variados, desde grãos até hortaliças, como também o de proporcionar a socialização entre moradores e comerciantes.

Goiânia atualmente tem sete mercados, que fazem parte das edificações públicas que traz histórias da cidade. Dessa forma, a ideia inicial de conhecer a origem de não somente como surgem os mercados, mas pela vontade de se fazer um levantamento que possibilite identificar os mercados públicos existentes na cidade de Goiânia e discorrer sobre esses lugares que tem aspectos socioculturais.

O estudo possibilitou abordar sobre a transferência da capital de Goiás para



Goiânia, e qual a influência do movimento vivido durante a década de 1930 conhecida como “Marcha para o Oeste”, que foi fator político determinante na ocupação e urbanização dos estados do Centro-Oeste, especificamente Goiás.

O primeiro Mercado Público de Goiânia foi construído no início da década de 1940, assumindo um sentido importante para a população que nas feiras, mercados e armazéns faziam as compras de gêneros alimentícios dentre outros produtos comercializados ou até mesmo como era comum a troca de um produto por outro entre os próprios comerciantes.

Outro aspecto também abordado é sobre o conceito de mercado público, como também acerca de cultura e patrimônio cultural, haja vista que os mercados públicos são espaços destinados para gerar economia, subsistência e socializar, como também produzir cultura, uma vez que a sua historicidade e os modos como as pessoas fazem ou criam objetos, artefatos, músicas, comidas, entre outras que caracterizam a identidade cultural das pessoas determinam o lugar.

Portanto, os mercados não assumem somente a característica de oferecerem ao público o comércio variado e diversificado de produtos, como também indiretamente fazem a socialização. Assim, a proposta é de realizar um levantamento quantitativo e descritivo dos mercados públicos existentes em Goiânia.

Ao pensar sobre os mercados públicos de Goiânia alguns questionamentos foram feitos para direcionar melhor a pesquisa, desde a argumentação da origem dos mercados públicos, a função desses espaços e a se existem políticas públicas que fomentem, difundem e promovam para a sociedade atividades e ações que sejam de interesse e necessidades comuns.

Para tanto, esse trabalho analisou a história de surgimento dos mercados públicos na cidade de Goiânia e de suas funções. A investigação, dessa forma buscou identificar sobre a história e conceitos de mercados públicos; a função sócio-econômica que os mercados têm na cidade e para a sociedade e dando prosseguimento a pesquisa buscou acerca da existência de políticas públicas que visem a preservação dos mercados e às atividades desenvolvidas nesses espaços.

Estudar esses espaços públicos permitirá descobrir sobre a origem dos mercados, quantos existem atualmente em Goiânia e qual a função.

Esta pesquisa encontra-se dividida em três capítulos. No capítulo um foi abordado sobre a mudança da capital e a influência ou contribuição que a Marcha para Oeste teve com a fundação de Goiânia. No capítulo dois são descritos conceitos de mercado, cultura e patrimônio e no capítulo três são relacionados a quantidade e mencionados dados dos mercados públicos existentes na cidade de Goiânia.

Como metodologia foi utilizado referencial teórico bibliográfico descritivo e documental que abordasse sobre a história de Goiás, durante o período aurífero passando pela contextualização da necessidade de mudança da antiga capital Vila Boa para a cidade de Goiânia, além de fazer referência também de se abordar acerca da influência ou contribuição da “Marcha para Oeste” que ocorreu no Brasil tendo início na década de 1930 e contribuiu na fundação da nova capital de Goiás, em Goiânia.

Outro instrumento metodológico utilizado no trabalho foi a coleta de dados na Secretaria Municipal de Planejamento Urbano, da Prefeitura de Goiânia, embora muito deficiente tanto de informações quanto de dados sobre os mercados públicos de Goiânia que melhor subsidiasse o trabalho.

Existe pouco estudo sobre os mercados públicos, a exemplo sobre os da cidade de Goiânia não há. Por isso, esse foi o início de uma pesquisa que pode ser ampliada para discutir e abordar conhecimentos que estão relacionados a esse bem cultural de natureza material pela sua estrutura física, edificação, e de natureza imaterial, sendo consideradas as manifestações culturais que são as incluídas, segundo a Seção II, Artigo 216, incisos I, “as formas de expressão” e inciso II “os modos de criar, fazer e viver”.

# Capítulo I - Breve História da Mudança da Capital Goiana

## 1.1 A ocupação de Goiás

A cidade de Goiânia surge logo após os séculos de efervescência do ciclo de ouro e pedras preciosas no Brasil, assim o arraial de Sant'anna (antiga Vila Boa atual Cidade de Goiás), primeira capital do estado de Goiás, que compõe historicamente umas das minas de exploração aurífera no país, entre os séculos XVIII e XIX, período em que os estados de Minas Gerais e Goiás sofrem uma exaustiva extração dos minérios preciosos que fortaleciam o império de Portugal.

Em 1727, ano da fundação do arraial de Sant'anna, o erário começou a receber o quinto do ouro das Minas de Goiás<sup>1</sup>. O quinto, segundo a Ordenação do Reino, era uma decorrência do domínio real sobre todo o subsolo. Como senhor do reino – direito senhorial - , o rei tinha o direito exclusivo e inalienável a todos os metais; não querendo realizar a exploração diretamente, cedia as seus súditos este direito, exigindo em troca o quinto do metal “fundido e apurado”, a salvo de todos os gastos.(PALACIN, 1976, p.59)

Com a diminuição da extração do ouro em Goiás o arraial de Sant'anna já não era interessante para a exploração da Coroa Portuguesa e dava-se início a várias conversas, principalmente pela liderança política de interesse de mudança da capital do estado de Goiás para outro lugar.

A escolha do lugar para ocupação, como foi o caso da antiga Vila Boa de Goiás “à época da mineração Arraial de Sant'anna que pertencia a Capitania de São Paulo, passando logo depois a Capitania de Goiás”, e na década de 1930 data que remete as iniciativas para mudança da capital de Goiás para Goiânia. Palacin (1976) descreve esses momentos vividos no Brasil.

No século XVIII, assiste-se no Brasil a esse processo que depois se repetiria na Califórnia, África do Sul, Austrália e Alaska. Suas fases são quase fatais: descobrimento, um período de expansão febril, caracterizado pela pressa e semi-anarquia; depois, um breve, mais brilhante, período de apogeu, e, imediatamente, quase sem transição, a súbita decadência, prolongada, as vezes, como uma lenta agonia. Tal é o ciclo do ouro.

---

<sup>1</sup>O quinto era um imposto cobrado pela extração do ouro e metais preciosos e enviados a Coroa de Portugal. Corresponhia a 20% (um quinto) do metal extraído. O que gerou muitas revoltas dentre elas a “Inconfidência Mineira”. (Quinto do Ouro. Artigo de Karine Ferreira Brito. Disponível em : <https://www.infoescola.com/brasil-colonia/quinto-do-ouro/>. Acesso em 11 de setembro 2018).

Primeiro foi a vez de Minas. Pelo ano de 1690, um grupo de paulistas descobria ouro nos sertões ao norte da Capitania de São Paulo, já antes transitados pelos bandeirantes. Os descobrimentos se sucederam rápidos: Ouro Preto, Rio das Velhas, Mariana, Rio das Mortes, alto Rio Doce...Logo acorreram para lá multidões de aventureiros, movidos pela “sede insaciável de ouro”, como diz Antonil, que escrevendo nos primeiros anos do século XVIII, calcula já em mais de trinta mil almas os habitantes das minas. “Cada ano, acrescenta, vem nas frotas quantidades de Portugueses e estrangeiros, para passarem às minas. Das cidades, vilas, recôncavos, e sertões do Brasil vão brancos, pardos e pretos, e muitos índios de que os paulistas se servem. A mistura é de todas condições de pessoas: homens e mulheres; moços e velhos; pobres e ricos; nobres e plebeus, seculares, clérigos, e religiosos de diversos institutos, muitos dos quais não tem no Brasil convento nem casa”. (Palacin, 1976, p.15 e 16)

Essa narração demonstra que a mineração assim como outras formas de exploração pela qual o Brasil passou desde a sua ocupação pelos povos europeus que colonizaram e extraíram matérias naturais que enriqueceu o reinado de Portugal e depois a Espanha. Com a entrada dos negros vindos da África somam-se aos povos que já viviam no território brasileiro brotando daí uma herança cultural diversificada e que está presente em toda a nação.

O estado de Goiás teve seu caminho aberto para a ocupação populacional pela ganância com que as bandeiras procuravam por outras jazidas de ouro que pudessem enriquecer ainda mais o império português.

Situado entre Minas-São Paulo e Mato Grosso, o ouro goiano não podia ficar oculto por muito tempo. Os paulistas, para quem vagar pelo deserto se tinha constituído numa segunda natureza, não podiam deixar de tentar a exploração deste território ainda virgem na busca de novos “descobertos”. (Palacin, 1976, p. 16)

E, tendo que descobrir novos leitões que pudessem surtir a coroa portuguesa, o meio pelo qual se fazia para chegar até os lugares acontecia com as viagens feitas pelas chamadas bandeiras que eram uma espécie de organização ou associação de homens ordenados pela coroa portuguesa. O século XVII marca uma truculência por parte dos jesuítas que estivera junto com os bandeirantes com o propósito de escravizar os índios e também de tentar evangelizá-los a doutrina cristã.

A penetração durante o século XVII, partindo do Pará e subindo o Tocantins e o Araguaia, deveu-se principalmente, aos missionários. Como os bandeirantes, os jesuítas também iam á busca de índios. Como eles, tampouco se fixaram em território goiano. Procuravam tão só “descer” as tribos para suas aldeias do Pará, sempre necessitadas de transfusões de sangue novo, para compensar as continuas baixas. Seguiam nisto uma

política antiga, dos primeiros dias da colônia, formulada, já explicitamente no fim do século XVI: não estabelecer aldeias, nem missões, senão em regiões já colonizadas pelos portugueses. “A experiência continuada nos tem ensinado, escrevia o provincial dos jesuítas Beliarte em 1592, que não pode prosperar a evangelização, se os neófitos não habitam onde se encontrem sujeitos ao domínio português”. (Palacin, 1976, p. 20 e 21)

No entanto, os critérios que eram observados pelos interesses na exploração dos recursos minerais de alguns lugares era a questão natural, sendo o primeiro deles os recursos hídricos, a vegetação, o clima e a formação do relevo. Embora os rios fossem o principal meio onde poderia ser extraído os minerais valiosos.

As bandeiras representaram a entrada para a ocupação e formação do eixo populacional no território nacional. Foram responsáveis pela criação de cidades sejam no sertão ou em áreas litorâneas, nas conquistas geográficas que ganhavam novos espaços a serem preenchidos dando forma populacional e dando as primeiras construções não somente de edificações tanto dos que iriam ordenar os lugares para moradias dos trabalhadores e dos “senhores”, instalações das igrejas jesuítas. Não existe uma apologia de desbravadores e heróis, haja vista o grande interesse em retirar da natureza o que alimentaria a economia da coroa portuguesa, com níveis de desvalorização de povos que serviram com a força braçal sendo vistos como mão de obra necessária e indispensável para os serviços.

Não foi uma conquista somente com interesses de subtrair os metais preciosos (ouro e pedras preciosas), como também as bandeiras conseguiram dar um sentido de ocupação para novos lugares que criaram ao longo do tempo uma determinada paisagem, deram vida ao espaço.

Dessa forma as bandeiras faladas por Vidal e Souza (1997, p.45) é a de que a marcha feita pelos bandeirantes foram para demarcar “os limites geográficos” e os atos resultantes da comitiva possibilitaram “estender o avanço da nacionalidade”. Embora essas conquistas tenham surgido com o objetivo inicial de uma delimitação política no território nacional, haja vista que o país vivia sobre o jugo de Portugal, sendo que o fim da dominação de Portugal ocorreu no ano de 1822, com a Proclamação da Independência Política do Brasil.

Assim, a ocupação de Goiás foi vista como uma oportunidade de favorecer a economia de Portugal, porém por outro lado fez com que a expansão de áreas internas do território nacional fosse popularizada. Segundo Vidal e Souza (1997) o bandeirante

ou a bandeira via em busca de outro Brasil, ainda não habitado por outros povos, haja vista não se esquecer que o país tem os povos indígenas que viviam no país.

No entanto, essa marcha pelo Brasil não cumpre de forma aleatória: a orientação horizontal se faz em sentido preciso, realizando um percurso obrigatório do qual depende o efeito nacionalizante da bandeira. Parte-se do litoral rumo ao interior, o bandeirante se afasta da costa em busca de outro Brasil. Marchar para Oeste é cumprir a disposição adquirida para a conquista da independência que se faz internando-se pelo país adentro. (Vidal e Souza, 1997, p. 46)

Com o interesse e propósito de expandir e ocupar regiões brasileiras afastadas da costa litorânea e conhecer, habitar e urbanizar as que estão no interior do país, dando novas formas na construção de novos espaços, onde encontra-se a inserção e interação de determinadas culturas, de formas de socialização e de sobrevivência. Argumenta Vidal e Souza (1997) o seguinte sobre as bandeiras.

As bandeiras vão ao sertão, prolongando o conhecimento do território, abrem caminhos de passagem para ondas posteriores de viajantes. Traçam o mapa do Brasil, alongando-o até o encontro com os países limítrofes. Deixam à história um amplo espaço palmilhado, propriedade andada e depois assegurada legalmente como geografia nacional. Com o fim das expedições, resta do período heróico a face de um extenso horizonte-sertão para dentro, em contraste com a estreita faixa litorânea. Eis o resultado da bandeira para o país: um vasto território garantido em sua quase totalidade desde o período colonial. Bandeira que tinha menos fome de terras que apetite territorial. Nascida no planalto para “conquistar a base física para o nosso destino como povo e como nação”. (Vidal e Souza, 1997, p. 47)

Passando-se a efervescência pela retirada do ouro em Goiás, e sendo a antiga Vila Boa (atual Cidade de Goiás), a partir do ano de 1830, os marechais passaram a enumerar vários problemas observados que abrangia desde os aspectos naturais e de expansão urbana.

Vários nomes recebeu a primeira capital do estado de Goiás, cuja ocupação se deu pela “bandeira povoadora de Bartolomeu Bueno, Superintendente das Minas, funda em 1727, no Sopé da Serra Dourada, o arraial de Sant’Ana, 1727[...]” (Palacin, 1976, p.11).

Dez anos depois, 1737, o Conde de Sarzendas, Governador da Capitania de São Paulo, resolve conhecer o arraial e fundar as minas, ocasião que escolhe o nome de Vila Boa e fala de observações feitas do local que vão desde a distância, “200 léguas” como também o de “manifestar-se os “inconvenientes da localização de Sant’Ana.” (Palacin, 1976, p. 12)

Em 1821, o arraial de Sant'Ana passa a ser considerado como cidade e o seu nome mais uma vez é mudado e passa a chamar-se "Cidade de Goiás", (Palacin, 1976, p.12). Porém, a cidade antes com a categoria de Capitania, em 1749, período que esteve sob o primeiro governador, o Conde dos Arcos, já manifestava a ideia de mudança apresentando dificuldades acerca do lugar sendo as queixas sobre o clima e comunicações. Em 1863, Couto de Magalhães descreve dificuldades e descontentamento de se manter o arraial como a capital do estado, apresentando vários problemas que transcreverei o seu discurso pelo qual Palacin (1976) o menciona em uma de suas publicações:

Quanto a salubridade, não conheço, entre todos os lugares por onde tenho viajado (e não são poucos) um onde se reúnam tantas moléstias graves. Quase se pode asseverar que não existe aqui um só homem são... Quanto às condições comerciais, eu não me estenderei. Basta ver o que há, para desanimar-se. Por mais desagradável que possa parecer ao leitor a proposição seguinte, eu a exaro: o comércio aqui vive exclusivamente dos empregados públicos e da força da linha. Os meios de transportes são imperfeitos, a situação da cidade, encravada entre serras, faz com que sejam péssimas e de difícil trânsito as estradas que aqui chegam. Em uma palavra...

Goiás não só não reúne as condições necessárias para uma capital, como ainda reúne muitas para ser abandonada. (PALACIN, 1976, p. 13)

Em outros estados da federação, como em Sergipe, 1855 e Minas Gerais, 1897, as novas sedes administrativas eram construídas, (PALACIN, 1976, p.14) o que dava reforço da necessidade de instalação e para o próprio crescimento populacional e de meios que os centros urbanos têm e são aplicados na urbanização das novas capitais.

Com a nomeação do Interventor do Estado, Pedro Ludovico Teixeira, em 21 de novembro de 1930, que reforçou a necessidade de mudança da capital sendo consideradas não somente dificuldades geográficas como também as de crescimento econômico, sendo apontadas questões como sanitárias pela ausência de esgoto e a falta de água, os problemas de comunicações, a abertura de estradas para integração como outros eixos econômicos do país, apontando várias impossibilidades de crescimento populacional e econômico.

Goiânia nasce em meio a um cenário financeiro pelo qual passa o estado de Goiás com muitas dificuldades, considerado de situação endividado, "Estado pobre", sendo interpretado por muitos que o dinheiro para construir a nova capital deveria atender a todos os municípios, garantindo atendimento emergencial com a "criação

de grupos escolares, instalação de serviços de luz e força, abastecimento de água, estradas de rodagem (PALACIN, 1976, p. 39).

Antes da construção dos mercados, as feiras eram os locais que os moradores tinham para comprar alimentos e muitos que iam para vender os produtos, improvisadamente, levavam os produtos e os vendiam em carrinhos de construção, nos carros de bois ou até mesmo em barracas montadas.

Figura 1 - Ranchos onde funcionava a feira livre de Goiânia em 1936. O transporte dos produtos comercializados na feira era feito com auxílio de animais como jegues e cavalos ou com carros de boi, cobertos com couro.



Foto: s/r. Data: 1936.

Acervo: Gerência de Patrimônio Cultural - Secretaria Municipal de Cultura

Em Goiânia, o primeiro mercado data da década de 1940 com sua instalação na rua 4 no Setor Central, onde atualmente é o Edifício Parthenon Center, sendo transferido anos depois para novo prédio com entradas para o público pela rua 3 e Avenida Anhanguera no Setor Central.

Cita a dissertação de REBELLO (2006) sobre o mercado público localizado no Setor Central de Goiânia.



O Mercado Central de Goiânia, situado no Núcleo Pioneiro de Goiânia e fundado em 1941, cinco anos após a transferência da capital, é um espaço pioneiro e que, pois, é parte da memória e da construção da identidade local. (REBELLO, 2006, p.39)

Existe uma citação de um depoimento de um pioneiro de Goiânia, Jorge da Cunha Bastos, registrado no livro Memória cultural: ensaios da história de um povo, no qual ele faz referência ao lugar onde fazia suas compras alimentícias:

- E o abastecimento, com relação a mantimentos, onde se comprava?
- Eu comprava sempre no Mercado Municipal, onde hoje é aquele prédio, ali na rua 4. Isso quando eu vim para Goiânia. Em Campinas eu comprava em armazém. (MEMÓRIA CULTURAL, 1985, p.124 e125).

Os mercados públicos assumiam a função de abastecer as residências, os comércios de refeições ou lanches, como também um lugar de socialização dos moradores e frequentadores e os vendedores dos produtos comercializados.

Figura 2 - Comercialização de produtos alimentícios no Mercado Municipal de Goiânia. No local em que existia o mercado, atualmente, está o Edifício Parthenon Center. Rua 4, nº515, Setor Central.



Foto: Hélio de Oliveira. Data: s/r.

Acervo: Gerência de Patrimônio Cultural - Secretaria Municipal de Cultura.

## 1.2 – Goiânia surge no período da Marcha para Oeste

Goiânia tem o início de sua história de construção como capital do estado de Goiás durante a década de 1930, mesmo período histórico no país marcado pela “Marcha para Oeste” que teve como objetivo avançar no que configura urbanizar novas regiões e lugares que não tinham tido sido ocupados, com o interesse de integrá-las ao “Brasil”. Sendo, nesse caso, a mesma década que o estado de Goiás entre outros estados da nação, dando-os a interpretação de pertencerem ao Brasil.

A integração, que grupos discutiam e projetavam para que os estados brasileiros passassem a integrar, surgiu com a ideia de pertencimento à nação, tendo sido liderada por um ideal nacionalista que resultou na participação de intelectuais brasileiros que deveriam apresentar soluções para o crescimento nas várias áreas importantes para o desenvolvimento de um país, segundo Pereira (1997):

Intelectuais de expressão, entre eles Ricardo,<sup>3</sup> que tinham como proposta a reconstrução da cultura brasileira sobre bases nacionais e a revisão crítica de nosso passado histórico e de nossas tradições culturais, envolveram-se mais profundamente com o pensamento nacionalista. (PEREIRA, 1987, p. 116)

A ideia de pertencer a nação surgia com força do ponto de vista econômico e político, porém mesmo que a participação nos grupos de discussões tenha sido de intelectuais que conjuntamente com questões sócios-econômicas pensavam também em uma nova construção que contemplasse a diversidade cultural brasileira.

[...] O discurso do poder pretendia criar um sentimento de co-participação do povo brasileiro no sentido de uma unidade ético-cultural, econômica, política e principalmente no pertencimento desse povo à nação brasileira. (PEREIRA, 1987, p.116/117)

Havia o que ainda em regiões interioranas de estados brasileiros como o próprio estado de Goiás e região norte do país, onde existe a maior quantidade de etnias indígenas em que são utilizados termos de convergência como diz Pereira (1987, p. 117), “Brasil civilizado e o Brasil Nativo”.

No entanto, este movimento “Marcha para o Oeste” não tinha a proposta de resolver questões sociais no país, porém surgiu com interesses políticos que visavam o alcance de um “plano nacional” sendo assim analisado por Rebello (2006), que diz o seguinte:

A Revolução de 1930 foi o movimento mais significativo dos anos 30. De caráter político-militar, originou-se da união entre a classe dominante

descontente, os políticos e tenentes derrotados nas eleições de 1930 que resolveram por fim ao sistema oligárquico, que caracteriza a Primeira República, ocorrida entre 1889 e 1930 (FERREIRA, 1989). (REBELLO, 2006, p. 32)

Muitos autores consideram que no cenário nacional, a Revolução de 1930, é considerada de pouca expressão no Estado de Goiás, devido ser uma região do país que enfrentava dificuldades de comunicação. Rebello (2006) fala desse momento em que o idealizador da mudança da capital de Vila Boa para Goiânia é citado.

Em Goiás, esse movimento oposicionista não havia tido força, sendo que a participação efetiva do estado limitou-se à ação pessoal do Dr. Pedro Ludovico Teixeira, que, por sua vez, articulou-se ao movimento revolucionário, sobretudo com Minas. No dia 4 de outubro de 30 reuniu 120 (cento e vinte) voluntários no Triângulo Mineiro e tentou invadir a região sudoeste de Goiás, porém o grupo dispersou-se e Pedro Ludovico acabou sendo preso. (REBELLO, 2006, p. 33)

Esse período conhecido como “Marcha para o Oeste” marca o início do governo da presidência no Brasil dirigida por Getúlio Vargas, sendo esse um de seus programas de ação.

### **1.3 - Goiânia a capital de Goiás**

Goiânia foi projetada para *50.000 habitantes*<sup>2</sup> (MONTEIRO, p. 77) quando elaborado o projeto na década de 1930 pelo urbanista Atílio Correa Lima, representante da firma P. Antunes Ribeiro e Cia, do Rio de Janeiro (MONTEIRO, p. 74), porém essa metrópole chega no século XXI (no ano 2000 a população era de 1.093.0007 de habitantes) e chega no ano de 2016 com população estimada de um milhão e quatrocentas mil pessoas, conforme dados do IBGE.

Para conhecer sobre os aspectos culturais presentes em uma sociedade, geralmente procura-se saber sobre a história de sua fundação, os povos que migraram e ocuparam o lugar formando determinadas comunidades, os elementos que constituem a geografia, sendo esses e outras características observadas e fontes que descrevem as diversidades encontradas que são muitas vezes específicas e determinantes.

<sup>2</sup>A informação de Goiânia ter sido projetada para 50.000 mil habitantes consta no Art. 13<sup>a</sup> do Decreto nº 3.547, de 6 de julho de 1933.

E dada a necessidade de mudança da capital do Estado de Goiás, Vila Boa, no século XX que apontava sinais da necessidade de novo local para implantar a nova capital, já no século XIX, como narra Ofélia Monteiro que *ela foi lançada pela primeira vez em 1830* (MONTEIRO, p.3) mas é também de lá que vem a bagagem cultural que temos de Patrimônio Cultural, de nossa história, dos costumes, dos usos e das manifestações culturais que herdamos.

Não podemos deixar de rememorar que a história capaz de descrever o povo goiano é valiosa pela sua composição e miscigenação caracterizada no povo brasileiro, porém própria pela sua particularidade que é atribuída ao povo, ao lugar onde esse povo está, aos seus objetos, às suas práticas culturais, para a *salvaguarda das culturas populares*<sup>3</sup>, conforme estabelece o Decreto nº 3.551, de 04 de agosto de 2000, para que sejam registrados como Patrimônio Cultural Brasileiro.

O “Núcleo Pioneiro de Goiânia” até os dias atuais enfrenta dificuldades para a preservação e conservação de edificações e monumentos que compõem as construções das primeiras décadas, além de ser a área central da cidade destinada para residir a chefia do governo do estado, Rebello (2006) diz:

O local escolhido para o núcleo pioneiro foi delimitado às margens do córrego Botafogo, nas terras das Fazendas Criméia, Vaca Brava e Botafogo, pertencentes ao município de Campinas. Para construir a cidade, Pedro Ludovico contratou a firma Coimbra Bueno e Cia.

Da prancha de Atílio, linhas modernistas de influência francesa traçaram três avenidas abertas em leque para definir dois centros distintos para a cidade: administrativo e o comercial. O sistema viário foi representado por avenidas largas com sistemas de estacionamento definidos nos sentidos de criar ambiente propício para o comércio. Projetou-se um setor industrial próximo à estação ferroviária. Destinou-se para a zona residencial uma área distante do movimento do centro.

Distribuiu-se por toda região jardins e bosques. Delimitou-se de forma acentuadamente definida os setores: central, norte, sul, oeste e leste. Da consultoria de Godói, após a saída de Abílio do programa para construção da nova capital, a cidade ganhou ares do urbanismo inglês. (REBELLO, 2006, p. 34-35)

---

<sup>3</sup>Salvaguarda definição em consonância com a Convenção da Unesco para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial, ratificada pelo Brasil em 1º de março de 2006, que define como patrimônio imaterial “as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas – junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhe são associados – que as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos reconhecem como parte de seu patrimônio cultural”. (IPHAN)

O “Núcleo Pioneiro”, o Setor Central de Goiânia, abrigou as pessoas que chegavam de cidades do interior em busca de novas oportunidades que atendessem necessidades fundamentais para o convívio social e sobrevivência.

Goiânia cresce como os centros urbanos existentes no país e conseqüentemente acompanhando a expansão da metrópole, tendem a ser evidentes e existentes problemas sociais e econômicos que descrevem desigualdades e desumanidades entre as pessoas que constroem a história da cidade. Sejam esses os trabalhadores e trabalhadoras braçais ou intelectuais, todos são personagens cidadãos e cidadãos importantes nos processos migratórios e construtores do lugar.

Dessa forma, o Núcleo Pioneiro se destaca por ser um lugar de importantes construções, muitas delas atualmente tombadas como Patrimônio Cultural do Município de Goiânia, e alguns como o Prédio Grande Hotel e a Antiga Estação Ferroviária, edificações no estilo Art Déco, que devem também ser preservados.

Segundo Rebello (2006), a região central é uma área de interesse pública de preservação histórica e arquitetônica, embora enfrente forte descaso por parte do poder público e da sociedade, que talvez desconheça a necessária conservação e cuidado que se deve ter com o que possibilita identificar não somente o lugar, mas as pessoas, vejamos:

No contexto formado pelo Núcleo Pioneiro estão as edificações e costumes que sustentam a memória sócio-cultural de Goiânia dos primeiros anos, garantindo-lhe uma identidade própria, distinta das outras comunidades goianas dentro do cenário nacional: o Jockey Clube de Goiás, o Café Central, o comércio dos mascates, as procissões religiosas, o *footing* na Avenida Goiás e finalmente, o Mercado Central, [...]” (REBELLO, 2006, p.37)

Assim, edificações com suas especificidades foram planejadas estando entre elas o mercado público central, que juntamente com cinco mercados públicos de Goiânia pertencem a um grupo econômico que gera emprego e renda, socialização e abrange além do lugar, hábitos e costumes de determinado povo.

## Capítulo II – Mercados Públicos

### 2.1 Primeiras construções e o primeiro mercado público de Goiânia

Os espaços da cidade vão tomando forma atendendo, ou muitas vezes, com tendências de seguir modelos de arquitetura estudadas ou modismos de outros lugares, como é o caso específico de Goiânia, que no momento de sua fundação o modelo escolhido mesmo que tenha sido projetado para as construções, avenidas e jardins foi o modelo inglês e francês, feito de uma maneira muito simples sem exuberância. Talvez seja por isso que muitas dessas construções, tendo passado já 85 anos de fundação da capital goiana, não sejam de fato observados ou apreendidos pelos olhares das pessoas que vivem na cidade.

Dessa forma, pensar na construção dos mercados públicos existentes em Goiânia, leva a saber que o primeiro mercado público foi construído no Setor Central, onde também as primeiras edificações que receberiam os moradores, hóspedes, os líderes de governo e profissionais que se tornaram os pioneiros da história de construção da nova capital de Goiás.

Memória Cultural (1985), uma publicação da Prefeitura de Goiânia, em um dos trechos do depoimento de Antônio de Faria Filho cita acerca das primeiras edificações.

Eu não tinha muita crença que fosse para frente a construção da nova Capital, pois o Estado rendia na época seis (06) mil contos de réis, anualmente. Esta renda era usada para despesas normais como: pagamento de funcionalismo, polícia, escolas... etc., afinal despesas normais, além de ser usada na construção da Nova Capital, não era brincadeira não! O Dr. Pedro Ludovico, com a inteligência que teve, e capacidade extraordinária, conseguiu, com o Dr. Getúlio Vargas – eram muito amigos – um auxílio de 5 mil conto de réis, dados em apólices, mas com a condição de o governo do Estado entregar ao governo Federal, me parece, 4 (quatro) edifícios, que são os seguintes: o do Correios e Telégrafos, Delegacia Fiscal, Delegacia do Trabalho e o Tribunal Eleitoral. E com aquele dinheiro eles teriam que construir esses prédios também. Era um amparo do Governo Federal à iniciativa do Governo do Estadual. (Prefeitura Municipal de Goiânia, 1985, p.38)

Como citado no depoimento da década de 1980, pelo olhar observador de quem viu os primeiros prédios sendo construídos e de áreas serem destinadas para atender uma determinada necessidade, mostra que muitas casas foram destruídas e que se pudessem ter permanecido para fortalecer a importância da preservação da história de fundação da cidade e de um espaço construído com características existentes e predominantes de um determinado período. Sendo esse momento de expectativa até mesmo de projeção do estado de Goiás no cenário nacional.

Por outro lado, percebe-se as negociações estabelecidas pelos governos para apropriação do espaço e de colocar a ação projetada pelo Governo de Getúlio Vargas com a Marcha para Oeste, onde são evidentes as construções de prédios federais no “Núcleo Pioneiro”. Assim, o Interventor Federal Pedro Ludovico Teixeira, segundo REBELLO (2006) para efetivar a construção e fundação da cidade de Goiânia fez suas articulações.

Contando, portanto, com o apoio total do governo da república, Pedro Ludovico empregou uma equipe para planejar sistematicamente todo o processo da fundação da nova cidade, inclusive um urbanista, o arquiteto Atílio Correia Lima, e um consultor, o engenheiro Aramando Augusto de Godoi.

O local escolhido para o núcleo pioneiro foi delimitado às margens do córrego Botafogo, nas terras das Fazendas Criméia, Vaca Brava e Botafogo, pertencentes ao município de Campinas. Para construir a cidade, Pedro Ludovico contratou a firma Coimbra Bueno e Cia.” (Rebello, 2006, p. 34)

E sobre o nascimento de Goiânia, Bernardo Élis Fleury de Campos Curado (Bernardo Élis) em depoimento colhido por funcionários da Prefeitura de Goiânia fala sobre as residências.

É nesse ritmo que a 20 de novembro de 1935 instalaram-se o Poder Judiciário e a municipalidade de Goiânia, ambos criados em ato oficial anterior, com retumbantes festividades. Pessoas vindas de Goiás não escondiam a admiração pelo que via feito e realizado.

O Palácio, o Grande Hotel, a Secretaria da Fazenda, os três edifícios federais da Praça Cívica estão quase prontos; na rua Vinte ergue-se um conjunto de residências, o mesmo acontecendo na rua Sete; em diversos pontos da cidade, nas ruas e avenidas que se perdem no descampado, sorriam belas residências asseadas, totalmente diferentes dos pesados e desconfortáveis casarões coloniais. (Prefeitura Municipal de Goiânia, 1985, p. 50)

E, com a instalação da nova capital goiana, o depoimento de Bernardo Élis traz também uma citação a respeito do comércio de alimentos que o Governo de Pedro Ludovico Teixeira trouxe nos primeiros anos da cidade.

Em Goiânia, o Governo instalou-se em duas casas da Rua Vinte. Os prédios governamentais estavam inconclusos. Essas casas serviriam mais tarde de sede para a Faculdade de Direito. Numa ficou o Palácio do Governo, na outra a Secretaria Geral.

Aqui as condições de vida eram precárias e difíceis. O Governo teve que providenciar as mais simples coisas. Para garantir o alimento, organizou uma granja que fornecia leite, ovos, aves e verduras ao tempo muito vasqueiros<sup>4</sup>. (Prefeitura Municipal de Goiânia, 1985, p. 5<sup>i</sup>)

As feiras e mercados públicos atendem necessidades básicas de sobrevivência humana ao terem produtos essenciais para o consumo como grãos e hortaliças comercializados ou até mesmos trocados entre os feirantes.

E, sendo o Setor Central a área onde a história política e a urbanização vai se consolidando e dando a forma projetada para a capital goiana. Assim, o primeiro mercado público de Goiânia funcionou inicialmente como feira, sendo instalada na Rua 4 no Setor Central, para atender aos moradores.

Em 1941 deixa de existir a feira e constrói-se o Mercado Público de Goiânia, que pelo depoimento de um pioneiro que trabalhou como Inspetor de alunos no Colégio Lyceu de Goiânia e Carteiro do correios e telégrafos, senhor Jorge da Cunha Bastos, dizendo sobre o comércio de Goiânia nos primeiros anos de fundação sendo dada a resposta para perguntas feitas durante a comunicação com técnicos da Prefeitura de Goiânia.

- O comércio aqui em Goiânia era sortido?
- Havia muitos comerciantes, como: Alencastro Veiga, na rua 3; a Relojoaria Arantes na Rua 7 e muitas outras. Outro dia, encontrei com o Ricardo Arantes, ele me abraçou muito e disse que tinha saudades daquele tempo nosso, quando eu era o carteiro dele. Nós carteiros, brigávamos muito por causa do distrito, pois o distrito que tinha comércio sempre dava um presentinho para a gente, na época do Natal. Os comerciantes sempre davam um presentinho: era meia, outra vez camisa, uma calça, nós não podíamos dispensar isso.
- E o abastecimento, com relação a mantimentos, onde se comprava?
- Eu comprava sempre no Mercado Municipal, onde hoje é aquele prédio, ali na rua 4. Isso quando eu vim para Goiânia. Em Campinas eu comprava em armazém. (Prefeitura Municipal de Goiânia, 1985, p. 124 e 125)

---

<sup>4</sup>Segundo Dicionário Online de Português a expressão “vasqueiros” tem como adjetivo: escasso, raro, difícil.



Figura 3 - Antigo Mercado Municipal de Goiânia. Atualmente no local existe o Edifício Parthenon Center. Rua 4, nº515, Setor Central.



Foto: Hélio de Oliveira. Data: 1964.

Acervo: Gerência de Patrimônio Cultural - Secretaria Municipal de Cultura.

Goiânia surgiu, então, na efervescência de interesses políticos e econômicos para que ocupados e urbanizados outros estados do país. Esse esforço teve como um dos propósitos no caso específico de Goiânia, causar uma divulgação para autoridades públicas e personalidades consideradas importantes ou de destaque na sociedade brasileira à época de que soubessem que no centro-oeste do país havia sido fundada a mais nova capital, no ano de 1933.

No entanto, um dos primeiros prédios construídos na cidade, no Setor Central, tendo sido iniciado a construção no ano de 1933, localizado em uma das principais avenidas, Avenida Goiás com rua 3, o Edifício Grande Hotel, não poderia negar os traços da arquitetura que evidencia várias e importantes resgates e memórias da história da fundação de Goiânia. Essas edificações, na sua maioria no Setor Central, foram construídas com elementos da arquitetura denominadas de estilo *art déco*, sendo que atualmente algumas fachadas são tampadas por propagandas comerciais, o que tem feito com o que o poder público faça estudo para viabilizar uma maneira de que esses prédios escondidos sejam vistos, para que assim também haja conscientização para a preservação e conservação dos bens culturais.

Em seus trabalhos sobre Goiânia, Wolney Unes (2001), fala sobre *Art déco* e traz uma definição do termo.

O termo *art déco* aparece pela primeira vez apenas em 1966, em uma mostra retrospectiva, *Les Années 25*, no Musée des Arts Décoratifs de Paris. Nessa mostra foram lembrados os diversos estilos do período entre-guerras, *De Stijl*, *Bauhaus*, *Deutsches Werk*, entre outros, buscando-se evidenciar os elementos que uniram essas diversas tendências, o que acabou por firmar o conceito de *Art décoratif*, ou simplesmente *Art déco*. Em especial, nessa retrospectiva, comemorava-se um evento de 1925: a Exposition Internationale des Arts Décoratifs et Industriels Modernes. (UNES, 2001, p. 27)

Pelas linhas presentes nesse tipo de arquitetura que pode ser observado nas edificações que estão livres das propagandas que escondem muitas das construções do início da capital e que trazem elementos *Art déco*. Assim, segundo CABRAL (2008), no glossário do livro *Iconografia Documentação Histórica e Fotográfica do Acervo Artístico no Município de Goiânia* esse estilo tem a seguinte definição:

Corrente estética surgida na segunda década do século XX. Baseado no cubismo e nas pesquisas da Bauhaus, este novo estilo decorativo e de desenho representa uma ruptura da linha tradicional, influenciando a estética dos quarenta anos seguintes. (CABRAL, 2008, p.151)

Dessa forma os mercados públicos são os locais de compra de alimentos e que foi com o passar dos anos agregando outras necessidades e novidades como também passaram a comercializar utilidades para casa ou comércio, ferramentas, roupas dentre outros que tem procura em determinadas datas na cidade ou estações, sendo observado isso com frutas e verduras.

Ademais, acerca da funcionalidade dos mercados públicos na cidade, Pintaudi (2006) fala da seguinte maneira:

Até então, nas cidades, os mercados eram os locais importantes para o abastecimento de toda a sorte de produtos, já que concentravam espacialmente a atividade, além do que significavam momentos de trocas não materiais que 'abasteciam' outras esferas da vida em sociedade." (PINTAUDI, 2006, p. 84)

O segundo mercado público foi construído na Rua 74, no Setor Central, tem o nome de "Mercado Popular" e os moradores o conhecem ou denominam de "Mercado da 74", nele um diversificado comércio de lojas como pastelarias, bares, bancas de verduras, grãos e outros produtos, funcionou como forma de garantir aos moradores abastecimento alimentar.

O Mercado Popular foi inaugurado no ano de 1957, é uma das edificações da cidade tombada como Patrimônio Cultural pelo Município de Goiânia. Atualmente mantém pouco comércio de abastecimento de gênero alimentícios, e a

Prefeitura de Goiânia, por meio da Secretaria Municipal de Cultura realiza projeto cultural que tem como objetivo apresentações musicais que acontecem na área interna do mercado. Essa ação tem demonstrado que se houver a iniciativa para projetar ações que deem funcionalidade ao lugar, de ocupar os espaços urbanos que não podem ser abandonados.

## 2.2 - Alguns conceitos sobre mercado público

Conceituar mercado público leva a pensar e observar como esse equipamento desempenha funções diversificadas, dependendo do lugar em que for instalado, haja vista que há diferentes sociedades, há diversidade cultural no Brasil.

O vocábulo sobre mercado é por Rebello (2006) dito da seguinte maneira:

O vocábulo mercado, do latim *mercato*, tem o significado usual de um lugar onde se vendem comestíveis e outros gêneros; uma feira; povoação onde há grande movimento comercial; ou um centro de comércio. (REBELLO. 2006, p. 44)

Esses espaços públicos principalmente por oferecerem gêneros alimentícios têm circulação de comerciantes, de compradores e trabalhadores, além de desenvolverem tradições que são específicas de algumas sociedades e lugares.

Ainda sobre o conceito de mercado Rebello (2006) diz:

Vale salientar que os mercados públicos são espaços democráticos onde a população se encontra para desfrutar das iguarias e das diversas opções assim, estes não consolidam apenas como local destinado a todas as classes sociais, que buscam produtos de qualidade, mas também enquanto parte dinâmica da memória da história das cidades. A corroboração disto está, via de regra, na consolidação dos mercados centrais como patrimônio histórico e cultural em várias capitais. (REBELLO. 2006, p. 44)

As feiras deram origem aos mercados públicos pela sua função de abastecer, pelas movimentações das pessoas que frequentam esses espaços públicos de socialização. Assim, segundo Silva (2014) “A palavra *feira* deriva-se do latim *feria* que significa dia festivo,...”, o que leva a observar que muito tem a relativizar a movimentação como se fossem mesmo de festa, tanto para os vendedores quanto para os compradores. O fato de adquirir parece dar certa euforia às pessoas.

No entanto, ainda segundo Silva (2014) as atividades e funções que as feiras exercem na cidade e para a sociedade é que deram forte influência para o surgimento dos mercados públicos.

A feira é uma atividade praticada há milhares de anos em todo o mundo. Existem feiras espalhadas por todo o Brasil, porém, é no Nordeste onde elas mais se evidenciam. O desenvolvimento das feiras resultou no aparecimento de novas formas de comercialização, entre elas o mercado público.

Os mercados começaram a surgir na Europa Ocidental por volta do séc. XVIII por influência dos *mouros* que eram povos localizados ao noroeste da África e consistiam fundamentalmente aos grupos étnicos berberes e árabes. Estes povos caracterizavam-se por expor seus produtos em excesso causando uma ideia de circularidade entre odores, cores e outros elementos. (SILVA, 2014, p. 21)

Quanto a questão de que o Nordeste é uma das regiões que mais evidenciam a existência de mercados, esses espaços públicos tanto as feiras como os mercados estão mesmo de fato presentes em todo o país, tendo como uma das maiores referências culturais a “Feira de Caruaru”, no estado de Pernambuco, Registrado como Patrimônio Cultural (DOSSIE IPHAN 9, 2009).

A pequena feira transformou a área central do povoado, agregando valores econômicos, sociais e culturais, estreitando cada vez mais a ligação da vida cotidiana do lugar com a Feira de Caruaru.

Com o passar dos anos, a Feira se firmou como um lugar de socialização, de permanente construção de identidades e de exposição de sabedoria e criatividade populares. A Feira de Caruaru, na verdade, são muitas feiras que compõem um Lugar de referência viva da história do agreste pernambucano. Sintetizando a riqueza cultural do Nordeste, o maior centro de comércio popular do interior da região conta com 30 mil feirantes.

A Feira de Caruaru é também lugar de cultura, de memória e de continuidade de saberes, fazeres, produtos e expressões artísticas tradicionais – que continuam vivos no comércio de gado e dos produtos de couro, nos brinquedos reciclados, nas figuras de barro do Mestre Vitalino, nas redes de tear, nos utensílios de flandres, no cordel, nos poetas e repentistas, nas bandas de pífanos, nas gomas e farinhas de mandioca, nas flores, ervas e raízes medicinais. (DOSSIE IPHAN 9, 2009, p.15)

Em Goiânia existem dois mercados no Setor Central, sendo o primeiro construído no ano de 1941, na rua 4 no Setor Central, e que atualmente funciona em edificação construída na rua 3, próximo ao Núcleo Pioneiro da cidade e onde residiram as pessoas consideradas de destaque socioeconômico da sociedade goianiense, formado por médicos, empresários, fazendeiros, entre outros. Já o segundo construído no ano de 1957, também no Setor Central, em uma das ruas que codifica o lugar como “Bairro Popular”.

No entanto, os que frequentadores do Mercado Público Municipal e do Mercado Popular da Rua 74 desfrutam de serviços diferenciados seja gastronômicos, alimentício, artesanal entre outros, seja da economia ou artístico todos devem que porém não deixa de atender todas as classes sociais e ser um lugar democrático e, por outro lado é preciso que a sociedade valorize esses espaços.

Figura 4 - Imediações do primeiro Mercado Municipal de Goiânia - inaugurado em 1941 com o intuito de organizar e expandir a comercialização de produtos alimentícios oriundos de uma feira que funcionava no local.



Foto: s/r. Data: s/r.

Acervo: Gerência de Patrimônio Cultural - Secretaria Municipal de Cultura.

Assim como o Mercado Popular da rua 74 foi tombado como patrimônio cultural da cidade de Goiânia, uma das formas de preservação e a tentativa de que o poder público juntamente com a sociedade civil busque que a memória e a história desses espaços e da sua cidade sejam conhecidas pelas gerações presentes e futuras.

O Mercado Popular (Mercado da Rua 74) e o Mercado Municipal de Goiânia foram construídos no Setor Central, os demais mercados existentes como o Mercado de Campinas, Mercado Setor Pedro Ludovico, Mercado Vila Nova, Mercado Centro Oeste. Somente foram revitalizados quatro e passaram a funcionar de acordo com a necessidade da comunidade local, porém há muitas ações que sejam feitas para ocupação desses espaços, o que poderia, se houvesse interesse do poder público de efetivar políticas públicas para a cidade, o trabalho, a cultura, a saúde, com vistas ao fortalecimento da economia local e atrair o turismo.

No Brasil, em diferentes estados os mercados públicos como: Mercado Municipal de São Paulo, Mercado de Belém, Mercado de Salvador, Mercado Público de Porto Alegre, todos esses mercados são conhecidos por ideais de permanência de preservação da memória de seu passado e que se diferenciam pelas singularidades de suas funções diferentes de outros equipamentos existentes na cidade. Segundo Rebello (2006, p.46) “Daí a importância de sua revitalização, com remanescente estrutura espacial distinta das formalidades dos espaços dos modernos hipermercados e *Shopping Centers*.”

Mesmo havendo uma dinâmica no espaço geográfico, contudo existem atualmente no comércio, mercados públicos que mantêm serviços e produtos, nesse aspecto de serem parte da história do lugar, pois a edificação e as atividades desenvolvidas dentro e nas calçadas dos mercados os fazem manter vivos e permanecerem no cotidiano das pessoas. Essas edificações e a sua funcionalidade permanece viva e se reproduz socialmente.

Nesse contexto, é preciso ver as palavras ditas por Pintaudi (2006):

“O mercado público é forma de intercâmbio de produtos encontrada em cidades da antiguidade e se hoje tem continuidade no espaço, isto certamente se deve ao fato de poderem dialogar com outras formas comerciais mais modernas. Todas as culturas adotaram essa forma de troca de produtos e o fato de se realizar esporadicamente, periodicamente ou de maneira perene e com local apropriado para esse fim, dependia das mercadorias que ali se trocavam e da necessidade de se realizar a troca 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. Em Roma, no *fórum* do imperador Trajano, funcionou um mercado, a partir de 113 d.C, que dispunha de 150 lojas, distribuídas em cinco andares. Roma tinha então, aproximadamente, um milhão de habitantes e era o centro do império que naquele momento se encontrava com sua maior extensão.” (PINTAUDI, 2006, p.84)

E também sobre a centralização do comércio em um mesmo lugar Pintaudi (2006) diz ainda que:

“O mercado público foi, desde os primórdios do capitalismo, uma forma de centralizar o comércio num determinado lugar, o que facilitava o controle sobre as trocas de mercadorias que ali se efetuavam, como também sobre as fontes abastecedoras de produtos.” (PINTAUDI, 2006, p. 86/87)

Embora os mercados públicos se mantenham no mesmo lugar, muitos já se adaptaram a necessidades comerciais atuais visando oferecer produtos ofertados para o turismo. Isso se dá também pelo motivo de permanência na sociedade, haja vista que tende a competir com redes de supermercados e outros espaços comerciais. Esses espaços sobrevivem se recriando tanto nos artigos e produtos

expostos a venda como também querendo ser ocupados para as demandas presentes. É preciso reflexões que pensem a ocupação dos museus como manutenção também de sua memória.

### 2.3 - A diversidade cultural e o conceito de cultura

O conceito de cultura é por excelência objeto de estudo da antropologia, que procura explicá-lo sem fazer juízo de valor no que se refere à existência de cultura superior ou inferior, ou mesmo pelo desenvolvimento intelectual tanto pela educação como por se ter instrução escolar que, para alguns campos do saber classificam como pessoa culta (a escolarizada) e inculta (a que não é escolarizada).

Mesmo que os seres humanos sintam as mesmas necessidades biológicas ou tenham sentimentos e ações emotivas, demonstrem atitudes e comportamentos que os distinguem e diferenciam como seres pensantes, os modos de viverem em sociedade são características distintas e próprias de cada povo.

Dessa forma, a diversidade cultural de cada povo fez com que fosse reelaborado o conceito de cultura na história do pensamento antropológico, sendo o primeiro a elaborar o Antropólogo Edward Tylor (1832 a 1917), no século XIX, devido as observações de pesquisas e pela vivência experimental com diferentes modos de vida dos povos. Segundo Laraia (2001, p. 28) Tylor fala da seguinte maneira sobre cultura:

Em 1871, Tylor definiu cultura como sendo todo o comportamento aprendido, tudo aquilo que independe de uma transmissão genética, como diríamos hoje. (LARAIA, 2001, p. 28)

Partindo-se desse ponto de observação a antropologia diz que não há um consenso sobre o conceito de cultura, o que faz com ocorra uma distinta variação feita pelas correntes teóricas que datam do século XIX que vem reelaborando-o. Posteriormente a Edward Tylor, muitos outros antropólogos reelaboraram o conceito de cultura fazendo com que surgissem os chamados manuais de antropologia que são rotulados de: evolucionismo, funcionalismo, estruturalismo e interpretativismo.

Um dos melhores observatórios que temos para falar desses termos é a própria sociedade brasileira, o povo brasileiro que descreve uma diversidade cultural tão fantástica, pois uma nação formada por povos indígenas, povos africanos e povos europeus, cada um com diferentes costumes, hábitos, expressões culturais, enfim com especificidades culturais bastante distintas.

Dessa variedade de expressões culturais, muitas vezes, cada um dos povos dá à sua própria cultura um juízo de valor de se auto valorizar, de ser referência, se exaltam em comparação à cultura de outros povos. Por outro lado, é necessário ter o



cuidado com esse tipo de comportamento, pois o etnocentrismo demonstra um ponto de vista preconceituoso e produz atitude discriminatória em relação ao “outro”, ao “novo”, ao “diferente”.

Ao fazer um paralelo da constituição do povo brasileiro, notamos que cada um dos povos tem a sua própria cultura, herdada de seus ancestrais e que suas expressões culturais perpetuam com o passar dos anos, tornando-se patrimônio cultural, embora sofram alterações pelas e nas gerações futuras.

No entanto, a existência da diversidade cultural brasileira é tão heterogênea e rica culturalmente que é de fundamental importância para o exercício da relativização cultural da sociedade.

## **Capítulo III – Mercados Públicos de Goiânia**

### **3.1 - Levantamentos dos Mercados Públicos de Goiânia**

Os mercados públicos constituem-se em espaços que movimentam a economia local e socializam as pessoas que trabalham e contribuem economicamente.

As construções dos mercados, rompendo a estrutura aberta e inexistente de pequenas salas ou boxes como são chamados os espaços para exposição e vendas de mercadorias.

Goiânia tem sete mercados públicos, construídos em diferentes regiões da cidade, o que positivamente favoreceu os moradores que residem mais próximos a esses espaços, sendo dois mercados no Setor Central, um no Setor Campinas, um no Setor Pedro Ludovico, um na Vila Nova, um no Setor Centro-Oeste e o “Mercado Aberto” que está localizado na Avenida Paranaíba, no Setor Central, porém esse por ter característica e comercialização informal de confecção não está incluso nos estudos.

Segundo dados que constam no arquivo da Secretaria Municipal de Planejamento e Urbanismo (SEPLANH), órgão da Prefeitura de Goiânia, em pastas com identificações precárias e sem formatação adequada, sendo que um dos poucos registros que existe diz que “os mercados públicos foram criados mediante leis específicas”, entre as décadas de 1940 a 1970.

A Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico (SEDEM) é o órgão responsável que administra a permissão de uso, “onde os permissionários

Figura 5 - Mercado Municipal de Goiânia – Localizado na Rua 3 Setor Central



Foto: Azenaide Lopes Pereira

Data: 10/11/2018.

Acervo: Azenaide Lopes Pereira

desenvolvem suas atividades nas áreas de abastecimento alimentar, comercialização de bens e prestação de serviços”, (segundo dados obtidos no arquivo da biblioteca da SEPLANH).

### **1) O primeiro mercado público de Goiânia**

O Mercado Público Central como é assim chamado, está localizado na Rua 3 no Setor Central. A edificação compreende três andares com salas ou boxes onde funcionam comércio de lanches, refeições, artesanatos, raízes, frutas, doces e queijos, castanhas, açougues, utilidades domésticas, entre outros produtos e comidas típicas como arroz com pequi e empadão.

A primeira edificação funcionou na rua 4, tendo sido demolido para que o lugar abrigasse a construção do edifício Parthenon Center, um dos prédios que por muitos anos funcionou a Câmara Municipal de Goiânia.

No trabalho de pesquisa feita por REBELLO (2006), cujo recorte foi o Mercado Público Central de Goiânia, elementos importantes foram apontados que caracterizam a identidade cultural do goiano.

Outros fatores de grande destaque são as atrações comerciais, em que a compra é uma atividade importante do turismo. O resultado esperado é obter lucros e na do capital investido. A principal preocupação do setor comercial é quanto a estrutura dos custos e a sazonalidade . Em síntese, as atrações são importantes para o turismo. As mesmas devem ser desenvolvidas de forma equilibrada gerando tanto ao local quanto ao turista uma satisfação tendo como base um turismo sustentável.

De acordo com o tema estudado, é possível perceber que o Mercado Central de Goiânia tem como atrativo o recurso artificial cultural apresentado de forma evidente na gastronomia típica goiana e no artesanato, que atrai tanto a população local quanto aos turistas. O Mercado Central sobrevive através do setor comercial que se aplica a economia, a qual depende da estrutura de custos e a sazonalidade.” (Rebello, 2006, p. 25)

Figura 6 - Bancas de produtos no Mercado Municipal de Goiânia



Foto: Azenaide Lopes Pereira Data: 10/11/2018.

Acervo: Azenaide Lopes Pereira

Figura 7 - Movimentação de pessoas no Mercado Municipal de Goiânia



Foto: Azenaide Lopes Pereira

Data: 10/11/2018.

Acervo: Azenaide Lopes Pereira

## 2) Mercado Centro Oeste

O Mercado Centro Oeste está localizado à rua P 25, 464, Setor Centro Oeste. Juntamente com os mercados que foram reformados (Mercado Pedro Ludovico e Mercado de Campinas), no início dos anos 2000, o Mercado Centro Oeste foi incluído na proposta com o objetivo de “criar uma identidade visual e uniformização das salas”, o que não aconteceu. Essas informações constam no precário arquivo da biblioteca da SEPLANH.

Ademais é muito triste ver edificações como o Mercado Centro Oeste que certamente proporcionou aos moradores a comercialização de produtos alimentares, de cosméticos, raízes, entre outros produtos ou serviços como o de cabeleireiro. Sem a intervenção do poder público na recuperação de espaços feitos para os cidadãos e que estão sem ocupação abrigando pessoas que se refugiam nesses espaços tanto de dia como à noite.

Figura 8 - Entrada desativada do Mercado Centro Oeste (Inexiste identificação na fachada)



Foto: Azenaide Lopes Pereira Data: 10/11/2018.

Acervo: Azenaide Lopes Pereira



Figura 9 – Vista lateral do Mercado Centro Oeste (salas desativadas)



Foto: Azenaide Lopes Pereira Data: 10/11/2018.

Acervo: Azenaide Lopes Pereira

### 3) Mercado Bairro Popular

A expressão de Mercado Bairro Popular leva a pensar em estar se falando de um bairro que nele se encontram ações sociais populares dos moradores ou que tenha sido e seja formado por parte da população da cidade.

O Mercado Bairro Popular é tombado como patrimônio cultural da cidade de Goiânia. O mercado funciona na rua 74, Setor Central. Devido a sua localidade é também conhecido como “Mercado da rua 74”. Foi fundado na década de 1950, e sua função era de comercializar produtos para necessidades básicas.

Figura 10 - Pessoas utilizando os serviços - Mercado Bairro Popular (Mercado da 74)



Foto: Azenaide Lopes Pereira Data: 10/11/2018.

Acervo: Azenaide Lopes Pereira



Figura 11 - Mercado Bairro Popular (conhecido como Mercado da 74)



Foto: Azenaide Lopes Pereira Data: 10/11/2018.

Acervo: Azenaide Lopes Pereira

Atualmente o Mercado Bairro Popular na área de circulação possui um palco montado para apresentações musicais promovidas pela Secretaria Municipal de Cultura. Músicas dos mais variados ritmos e gêneros.

Esse é o único dos mercados que tem atividade cultural realizada, uma forma de ocupar e de despertar nos cidadãos o conhecimento desses espaços públicos que indiretamente fazem a socialização, geram emprego, oferecem produtos variados.

É preciso que a preservação da edificação continue, haja vista a excepcionalidade do bem cultural.

#### 4) Mercado Público Municipal do Bairro da Vila Nova

O Mercado Público Municipal do Bairro da Vila Nova está em uma das áreas de Goiânia tendo sido projetado para os moradores que trabalhavam na construção e urbanização de Goiânia. Está localizado nas 3ª, 4ª, 5ª e 7ª Avenidas, tendo sido edificado sobre parte da Praça Boaventura Moreira de Andrade, no Bairro Vila Nova. A área construída do prédio é de 3.899,24 metros quadrados e o objetivo era a comercialização de gêneros alimentícios.

Figura 12 - Mercado Público Municipal do Bairro Vila Nova (conhecido como Mercado da Vila Nova)



Foto: Azenaide Lopes Pereira Data: 10/11/2018.

Acervo: Azenaide Lopes Pereira

Com a reforma do Mercado Vila Nova que aconteceu conjuntamente com outros mercados da cidade, parte da proposta de recuperação desses espaços públicos ocorreu nos primeiros anos de 2000. Abriga 92 salas comerciais. O projeto previa ocupar a área interna para funcionar um “Pólo Artesanal”, onde artesãos poderiam ensinar e vender seus produtos, essas informações foram subtraídas do arquivo da SEPLANH.

Figura 13 - Barracas no Mercado Público Municipal do Bairro Vila Nova (Mercado da Vila Nova)



Foto: Azenaide Lopes Pereira Data: 10/11/2018.

Acervo: Azenaide Lopes Pereira

## 5) Mercado Setor Pedro Ludovico

O Mercado do Setor Pedro Ludovico situa-se à Avenida Circular e Praça Manoel Guarda, no Setor Pedro Ludovico. Possui diversas salas comerciais que oferecem serviços desde atendimento de Loteria da Caixa Econômica Federal, vendas de produtos eletrônicos, roupas, produtos de higiene e cosméticos, relojoaria, consertos de utensílios domésticos, açougues e salões de beleza com entradas externas.

O Mercado do Setor Pedro Ludovico foi criado no ano de 1968, tendo sido reformado nos primeiros anos de 2000 onde foram uniformizadas as lojas e identidade visual para o mercado, segundo dados que consta no arquivo da SEPLAM.

Além das salas disponíveis para os permissionários existe um salão espaçoso para passagem da comunidade. Apresenta comércio diversificado desde lanches até utilidades domésticas e perfumaria.

Figura 14 - Mercado Municipal Pedro Ludovico (entrada principal Avenida Circular)



Foto: Azenaide Lopes Pereira Data: 10/11/2018. Acervo: Azenaide Lopes Pereira

Figura 15 - Mercado Municipal Pedro Ludovico (lojas área externa)



Foto: Azenaide Lopes Pereira Data: 10/11/2018.  
Acervo: Azenaide Lopes Pereira



## 6) Mercado de Campinas

Criado por lei no ano de 1954, o Mercado de Campinas, localizado à Avenida Benjamin Constant, no Setor Campinas foi o terceiro a ser construído na capital. Segundo dados encontrados no arquivo da Secretaria Municipal de Planejamento Urbano, são setenta e dois (72) permissionários, estando divididos entre lojas ou bancas, sendo diversificada a comercialização como lanches, refeições, utilidades domésticas, peças para decoração, lojas de tecidos e de calçados, remédios naturais e raízes, artesanato, entre outros.

Na sua entrada pela Av. Assis Chateaubriand, é por uma escada que o destaca e diferencia dos outros mercados públicos, tendo sido “preservada com a proposta de reforma as características originais e a requalificação de uso da área interna”, conforme dados que consta no arquivo da SEPLANH. O projeto de reforma teve início no ano de 2001.

Figura 16 - Mercado Municipal de Campinas



Foto: Azenaide Lopes Pereira Data: 10/11/2018.

Acervo: Azenaide Lopes Pereira

### 3.2 - A relevância dos mercados públicos como patrimônio cultural

As funções que as feiras e conseqüentemente os mercados públicos desenvolvem não somente nos grandes centros urbanos, como também em pequenas cidades, como a Cidade de Goiás (Patrimônio Cultural Mundial da Humanidade, pela UNESCO); a cidade de Trindade - Goiás. Além de construções que são registros da arquitetura local e das formas de abastecimento, trocas, vendas e de socialização vividas por muitas gerações. São nos mercados que se pode encontrar ou observar o patrimônio cultural numa junção, onde estão o patrimônio de natureza material, a edificação.

Já o patrimônio cultural de natureza imaterial, que são as formas de fazer encontradas na culinária, no artesanato, nas raízas encontradas nas bancas de raízes, entre outros modos que identificam a cultura goianiense e goiana. Como fala FONSECA (1997) que mesmo com o crescimento da cidade muitos aspectos identificam as pessoas que pertencem ao seu lugar de origem.

Em meados do século passado, a contemporaneidade, os processos e a produção passaram a incorporar a preocupação patrimonial, tal fato acarretou no aumento da quantidade de bens tangíveis e intangíveis, de modo que o patrimônio cultural passou a configurar-se como um dos fatores fundamentais no planejamento e ordenamento do crescimento das cidades. Além disso, o patrimônio cultural passou a ser visto como um instrumento de asseveração da identidade de um grupo, passando a ser valorado (FONSECA, 1997, p 27).

A preocupação com a reformas durante os anos de 2000, talvez tenha sido já se imaginando o resgate desses espaços importantes desde as suas construções para a economia local.

Essas reformas logo após terem sido concluídas, e ao que parece, não cumpriram as propostas feitas para criação de pólo artesanal, espaços para feiras e exposições, o que de fato contribuiria para fortalecer não somente o comércio, mas também as expressões e produções artísticas nas suas várias linguagens, o que evidência e caracteriza a identidade cultural e o cotidiano da população da cidade.

A respeito do Mercado Público Central, o primeiro a ser construído em Goiânia, REBELLO (2006) escreve assim:

No Brasil, a preocupação com o patrimônio, em seu desenvolvimento, foi dividida em duas etapas. Primeiramente, o caracterizado de pedra e cal que eram os monumentos religiosos, prédios, enfim, as obras feitas de tijolos. Já, em um segundo momento, Aloísio Magalhães (1985) caracterizou os bens imateriais, ou seja, os bens intangíveis, que são as lendas, as festas, as religiões, as formas de medicina popular, a música, os vocabulários, a culinária, os provérbios, as técnicas, os contos, os ditos e outros.

Fazendo uma relação com o Mercado Central de Goiânia, o mesmo possui os bens materiais que são a estrutura física e o que é vendido de modo geral (Doces, queijos, carnes, peixes, calçados, raízes, entre outros) e os bens imateriais que é o saber fazer das empadinhas de camarão, do pastel, da mistura de temperos, da medicina popular (que são as variedades de raízes que são utilizadas para a cura, os contos, encontros e as vivências), enfim, dos bens vendidos de forma geral.

O Mercado Central, portanto, possui suas especificidades com iguarias que refletem a cultura goiana. [...]” (Rebello, 2006, p. 19)

Este foi o primeiro mercado originado pela necessidade de vender produtos alimentícios, que atendessem os moradores da cidade que iniciava as primeiras construções e o ideal de crescimento urbano nos estados da região Centro-Oeste do Brasil. Nos mercados também se observa o cotidiano das pessoas, o lugar de trabalho de muitas pessoas, de suas sobrevivências.

Hoje, os mercados públicos são lugares que passam pelas dinâmicas de mudanças da sociedade, uma vez que, outros equipamentos ou lugares tem assumido

funções de comércio, em parte, encontradas nos mercados. Assim, os mercados, se adequam às transformações e adaptações pelas quais a sociedade passa.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Articular a ideia de estudar sobre o surgimento dos Mercados Públicos ou Mercados Municipais de Goiânia com o objetivo de falar sobre a história, conceito e identificá-los, e conseqüentemente obter conhecimento para preservar, conservar, promover, difundir esses espaços que compõe o conjunto de edificações importantes na cidade de Goiânia.

O resultado do trabalho também apresenta importância pela sua relevância como um bem cultural de natureza material e imaterial, haja vista serem os mercados lugares para compras, desde gêneros alimentícios a artesanato.

Os Mercados Públicos permanecem há mais de 50 anos e pelos serviços atualmente oferecidos, embora não existam políticas públicas tanto para a permanência desse patrimônio cultural que visem ações culturais e na área do turismo e também a conservação e preservação das edificações. Ao que parece ao conversar com permissionários que se sentem esquecidos principalmente as pessoas que tem bancas ou boxes nos mercados de Vila Nova e Centro Oeste.

E, dada a importância que há pela historicidade e espacialidade dessas edificações em áreas urbanas é preciso que o poder público, juntamente com toda a sociedade, ao elaborar as políticas públicas para a cultura, valorize e preserve os bens culturais que trazem a identificação de quem somos e como somos. E, a cultura que torna próprios do povo brasileiro, sendo preciso então que se promova a difusão, produção, valorização, reconhecimento, conhecimento de hábitos, práticas, costumes, modos de fazer e de lugares e a preservação do patrimônio cultural.

No entanto, são as pesquisas e estudos que também possibilitam e criam uma ponte de conhecimento capaz de mostrar que as origens e adaptações contemporâneas nos mercados públicos oportunizarão a permanência e continuidade desses lugares, no espaço urbano, e assim, conhecer, valorizar e reconhecer o cotidiano dos goianienses.



## REFERÊNCIAS

BISPO, Raphael. Artigo. Selecionar, disputar e conservar: práticas de comunicação social e constituição da memória nacional pelo Iphan. Revista CPC, São Paulo, n.11, p. 33-59, nov. 2010/abr.2011. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/cpc/article/view/15671>, acesso em: 21 de maio de 2018 às 15:57.

BRITO, Karine Ferreira. "Quinto do Ouro". Disponível em : <https://www.infoescola.com/brasil-colonia/quinto-do-ouro/>. Acesso em 11 de setembro de 2018.

CARVALHO, Leandro. "História de Goiás"; *Brasil Escola*. Disponível em: <http://brasilecola.uol.com.br/historiab/historia-goias.htm>. Acesso em 11 de setembro de 2018.

CONSTITUIÇÃO FEDERAL DO BRASIL. Acesso disponível: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). ed acesso no dia 22 de dezembro de 2018.

GOIÂNIA. Prefeitura Municipal. Assessoria Especial de Cultura. Memória cultural: ensaios da história de um povo – Goiânia, 1985. 368p. : Il.

LARAIA, Roque de Barros. Cultura: um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Zahar, 1984 (também disponível **para download** no endereço: [file:///D:/Downloads/cultura\\_um%20conceito%20antropol%C3%B3gico.pdf](file:///D:/Downloads/cultura_um%20conceito%20antropol%C3%B3gico.pdf))

MATEUS. disponível em: [ttp://bdm.unb.br/bitstream/10483/15448/1/2016\\_MateusEurichArrais\\_tcc.pdf](ttp://bdm.unb.br/bitstream/10483/15448/1/2016_MateusEurichArrais_tcc.pdf) acesso em 30/10/2018.

MONTEIRO, Ofélia Sócrates do Nascimento. Como Nasceu Goiânia, [1938]. Empresa Gráfica da "Revista dos Tribunais"]. Reedição 1979.

IPHAN, Dossiê 9. Feira de Caruaru. \_ Brasília, DF: Iphan, 2009. Il6 p. : il. Color. ; 25 cm.

PALACIN, Luiz. Goiás 1722-1822. 2ª Ed. Goiânia, Oriente, 1976. 224p.

PEREIRA, Eliane M. C. Manso. Artigo: "O Estado Novo e a Marcha para Oeste". História Revista, 2(1): 113-129, jan./jun., 1997). Disponível: <https://www.revistas.ufg.br/historia/article/view/17483>. Acesso em: 17 de outubro de 2018 às 16:23.

PINTAUDI, Silvana Maria. "Os Mercados Públicos: Metamorfoses de um Espaço na História Urbana. CIDADES, v. 3, n. 5, 2006, p. 81-100. Disponível em: <http://revista.fct.unesp.br/index.php/revistacidades/article/view/505/537> acesso em 29 de outubro de 2018 às 14h34.

VIDAL E SOUZA, Candice. "A pátria geográfica: sertão e litoral no pensamento social brasileiro / Candice Vidal e Souza. – Goiânia: Ed. da UFG, 1997. 171p.

REBELLO, Alexandra X. P. Revitalização do Mercado Central de Goiânia. / Alexandra X. C. Rebello. – Goiânia, 2006. 97p.

SILVA, Jossandro Araújo da. Uma análise sócio-espacial do mercado público do Bairro da Torre – João Pessoa, PB / Jossandro Araújo da Silva. – João Pessoa, 2014. 59p. : il. Monografia (Bacharelado em Geografia) – Universidade Federal da Paraíba.

Periódicos Consultados:

Jornal O Popular, Goiânia.

Edições: 09/01/1983; 20/06/2004.

Consultas feitas:

Biblioteca pública da Gerência de Patrimônio Artístico e Cultural da Secretaria Municipal de Cultura/Prefeitura de Goiânia. Instalada na Av. Parque Atheneu nº 1477, Parque Atheneu- Goiânia – GO.

Biblioteca pública da Secretaria Municipal de Planejamento Urbano, Paço Municipal - Avenida Lozandes, Parque Lozandes – Goiânia – GO.

IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais. Disponível em <[www.cidades.ibge.gov.br/xtras/temas.php?lang=&codmun=520870&idtema=130&search=goias](http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/temas.php?lang=&codmun=520870&idtema=130&search=goias)> acesso dia 29/05/2017 às 09h32.

