



MERCADOS PÚBLICOS COMO PATRIMÔNIO CULTURAL: UM ESTUDO DA CIDADE DE GOIÂNIA (GO)

PUBLIC MARKETS AS CULTURAL PATRIMONY: A STUDY OF THE CITY OF GOIÂNIA (GO)

Azenaide Lopes Pereira – Universidade de Brasília – Brasília – DF – Brasil

azenaidep@gmail.com

Sidelmar Alves da Silva Kunz – Universidade de Brasília – Brasília – DF – Brasil

sidel.gea@gmail.com

Maira Vieira Amorim Franco – Universidade de Brasília – DF – Brasil

maira.vaf@gmail.com

RESUMO: O conceito de mercado público como suporte de preservação de patrimônio cultural revela que os espaços destinados a gerar economia, subsistência e socialização, produzindo também cultura, geram por sua vez a historicidade e revelam os modos como as pessoas fazem ou criam objetos, artefatos, músicas, comidas, entre outros elementos que caracterizam a identidade cultural de determinado lugar. Este trabalho tem por objetivo realizar uma análise documental histórica, no sentido de abordar a história do surgimento dos mercados públicos na cidade de Goiânia, considerando que esses espaços são partes vivas da cultura e da história da comunidade, sobretudo com uma função socioeconômica para a sociedade, e que precisam de políticas voltadas para a preservação desses patrimônios culturais. Metodologicamente, fez-se necessária uma análise documental histórica, tendo como fontes arquivos públicos de Órgãos da Prefeitura de Goiânia e do IPHAN/DF, e a revisão bibliográfica de diferentes temas: Mercado público, Marcha para Oeste, fundação de Goiânia, feiras e patrimônio cultural, entre outros. Buscou-se, desse modo, contribuir para a discussão de políticas públicas que implementem ações de valorização dos mercados e a continuidade das atividades, oferecendo condições de trabalho para os permissionários que dele tiram seu sustento.

Palavras-chave: Espaço Público. Mercado Público. Patrimônio Cultural.

ABSTRACT: The concept of the public market as a support for the preservation of cultural heritage, revealed to us that these spaces designed to generate economy, subsistence and socialization, also produce culture, in turn generate historicity and the ways in which people make or create objects, artifacts, music, food, among others and that characterize the cultural identity of people in a given place. Methodologically, historical documentary analysis was necessary, having as sources public archives of the Government of Goiânia and IPHAN/DF, and bibliographic review of different themes: Public market, March to the West, foundation of Goiânia, fairs and cultural heritage, between others. This work aims to carry out a historical documentary analysis in order to address the history of the emergence of public markets in the city of Goiânia, considering that these spaces are living parts of the community's culture and history, especially with a socioeconomic function for society and who need policies aimed at the

preservation of these cultural heritages. We consider contributing to the discussion of public policies that implement actions to enhance the markets and the continuity of activities by offering working conditions for licensees who make their living.

Keywords: Public place. Public Market. Cultural Heritage.

INTRODUÇÃO

Desde que um seleto grupo de intelectuais da era modernista do país, como o escritor Carlos Drummond de Andrade, o arquiteto Lúcio Costa e o advogado e jornalista Rodrigo M. F. de Andrade notaram a importância de preservação, conservação e divulgação (inicialmente) de edificações, lugares e monumentos, entende-se que a memória nacional dos bens culturais constitui 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. Para Bispo (2011), a narrativa feita por esses intelectuais construiu a visão de memória coletiva, observando-se que essa construção somente é possível nas relações sociais, haja vista que as lembranças estão associadas com as histórias das pessoas, de grupos e das sociedades. Assim sendo, o conceito de memória coletiva desenvolvido por Halbwachs (*apud* BISPO, 2011, p. 37) defende que:

O conceito de “memória coletiva” do autor aponta para a importância das trocas e interações entre indivíduos de uma sociedade em seus atos de rememorar, bem como sua adesão afetiva que o compartilhar de lembranças provoca entre esses sujeitos. (BISPO, 2011, p. 37).

Nesse sentido, existem lugares na cidade que têm significados importantes e contextualizam com a memória histórica; lembranças são compartilhadas e mostram rotinas do cotidiano de pessoas que estão inseridas em um recorte espacial. Isso pode ser observado nas atividades produzidas ou adquiridas para a sobrevivência social e familiar de seus moradores e das pessoas que buscam saciar vontades diferenciadas.

Dentre os vários lugares na cidade, nota-se que o mercado público tem uma singularidade própria, mas que ao mesmo tempo é plural na cidade. Nesse caso específico, o Mercado Municipal de Goiânia é um espaço de tradições e costumes enraizados na população local, com grande variedade de ofícios e saberes que são expostos nesse bem cultural. Por meio dos seus protagonistas, que lhe dão sentidos e

recordações, mantém-se e se revela viva a permanência de objetos, de saberes e de aromas lá encontrados.

Os ofícios e saberes expostos em dezenas de compartimentos subdivididos, denominados de boxes, têm a ver com tradições e costumes e são contextos de diversidade cultural e da categoria do patrimônio de natureza imaterial¹.

Segundo Florêncio (2016, p.7) o “patrimônio cultural forma-se a partir de referências culturais”. Isso porque estão presentes e constituem as histórias vividas e formadas no convívio familiar, onde possivelmente são reproduzidos muitos conhecimentos, crenças e saberes, numa perspectiva de alcance e continuidade às próximas gerações.

Assim, metodologicamente, optou-se por realizar uma análise documental histórica, tendo como fontes documentos da Secretaria Municipal de Planejamento Urbano da Prefeitura de Goiânia, do IPHAN (DISTRITO FEDERAL, 2009). Recorreu-se também a autores como Bispo (2011), Laraia (1984), Pintaudi (2006), entre outros.

Este artigo apresenta, inicialmente, o histórico da transferência da capital de Goiás para Goiânia, e como este movimento vivido durante a década de 1930, conhecido como Marcha para Oeste, foi um fator político determinante na ocupação e urbanização dos estados do Centro-Oeste, especificamente Goiás (PEREIRA, 1997).

Aborda-se também a respeito da instalação do primeiro mercado público e seus desdobramentos políticos na demarcação de espaços públicos e privados da época. São apresentados os atuais mercados públicos da cidade de Goiânia, retratando a importância histórica, econômica e social dessas instalações para a comunidade e para os permissionários que neles trabalham.

Entende-se que o aspecto abordado neste trabalho – o conceito de mercado público como suporte de preservação de patrimônio cultural – evidencia que os espaços destinados para gerar economia, subsistência e socialização, produzindo também cultura, geram por sua vez a historicidade e os modos como as pessoas fazem ou criam objetos, artefatos, músicas, comidas, entre outras, e que caracterizam a identidade cultural das pessoas de determinado lugar. Busca-se, portanto, contribuir para a discussão de políticas públicas que implementem ações de valorização dos mercados e a

¹ Patrimônio de Natureza Imaterial é o conceito adotado por alguns países, sob uma perspectiva antropológica de cultura. Essa natureza, assim denominada, é identificada e documentada como parte do patrimônio, e se faz necessário pensar nas formas de sua manutenção e permanência às próximas gerações. Contempla as manifestações culturais que se dividem nos saberes, as celebrações, formas de expressão e lugares. Vários documentos homologados no Brasil reconhece, institui e regulamenta seu essa categoria como importantes suas práticas de grande importância para cultura local e nacional. Vale citar entre vários documentos a Constituição Federal do Brasil, artigos 215 e 216, o Decreto nº 3.551, de 04 de agosto de 2000, entre outros que estruturam e sistematizam a preservação de conhecimentos protagonizados pelos detentores e produtores da diversidade cultural existente.

continuidade das atividades, oferecendo condições de trabalho para os permissionários que dele tiram seu sustento.

Dessa forma, o Mercado Público de Goiânia é um lugar que causa interesse de visitação e passeio, tanto pelos moradores da cidade quanto pelas pessoas que estão apenas de passagem e procuram conhecer nesses espaços um pouco das tradições locais. Contudo, o mercado tem uma importância que não se refere somente à sua localização, que tem elementos de relevância com a história da cidade, com as práticas e hábitos que a comunidade local tem, mas também com a memória cultural que vai sendo construída ao longo do tempo.

Breve Histórico da Mudança da Capital Goiana

A cidade de Goiânia surgiu logo após os séculos de efervescência do ciclo de ouro e pedras preciosas no Brasil. O arraial de Sant'anna (antiga Vila Boa, atual Cidade de Goiás), primeira capital do estado de Goiás, compõe historicamente uma das minas de exploração aurífera no país entre os séculos XVIII e XIX, período em que os estados de Minas Gerais e Goiás sofreram 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 Goiás². 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 os seus súditos este direito, exigindo em troca o quinto do metal “fundido e apurado”, a salvo de todos os gastos. (PALACIN, 1976, p. 59).

A escolha do lugar para ocupação passou pela 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 iniciaram as iniciativas para a mudança da capital de Goiás para Goiânia. Palacin (1976) descreve esses momentos vividos no Brasil:

² O quinto era um imposto cobrado pela extração do ouro e metais preciosos e enviados à Coroa de Portugal. Correspondia a 20% (um quinto) do metal extraído. Isso 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).

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, às vezes, como uma lenta agonia. Tal é o ciclo do ouro.

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. 15-16).

Essa narrativa demonstra que a mineração foi uma das formas de exploração pela qual o Brasil passou desde a sua ocupação pelos povos europeus, que extraíram matérias naturais, favorecendo o enriquecimento do reinado de Portugal e depois da Espanha. Destarte, o ouro goiano não ficaria escondido por muito tempo, os paulistas não deixariam de explorar o território ainda virgem, pois vagar pelo deserto se tornou, para eles, uma segunda natureza (PALACIN, 1976). E, tendo que descobrir novos leitões que pudessem surtir agrado à Coroa portuguesa, o meio pelo qual se fazia para chegar até os lugares era com as viagens feitas pelas chamadas bandeiras: uma espécie de organização ou associação de homens ordenados pela própria Coroa. O século XVII marca uma truculência por parte dos jesuítas que estiveram junto com os bandeirantes com o propósito de escravizar os índios e de tentar evangelizá-los à 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 contínuas 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. 20-21).

Dessa forma, as bandeiras – ou como Vidal e Souza (1997, p.45) falam, a marcha dos bandeirantes – serviram demarcar “os limites geográficos”. Os atos resultantes dessas comitivas possibilitaram “estender o avanço da nacionalidade”. 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 vinha em busca de outro Brasil, ainda não habitado por outros povos, haja vista não se esquecer da existência dos povos indígenas 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).

A primeira capital do estado de Goiás recebeu distintos nomes. A sua ocupação se deu pela “[...] bandeira povoadora de Bartolomeu Bueno, Superintendente das Minas, que funda em 1727, no Sopé da Serra Dourada, o arraial de Sant’Ana, 1727[...]”. (PALACIN, 1976, p. 11). Em 1821, o arraial de Sant’Ana passou a ser considerado como cidade, o seu nome mais uma vez foi mudado e passou a se chamar Cidade de Goiás (PALACIN, 1976, p. 12). Entretanto, a cidade, antes com a categoria de Capitania, em 1749, período que esteve sob a administração do primeiro governador, o Conde dos Arcos, já manifestava a ideia de mudança, apresentando dificuldades acerca do lugar, sendo as queixas relacionadas ao clima e às comunicações. Em 1863, Couto de Magalhães descreveu dificuldades e descontentamento de se manter o arraial como a capital do Estado, apresentando vários problemas, mencionados por Palacin (1976, p. 13) 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 à necessidade de instalação de meios próprios dos centros urbanos e aplicados na urbanização das novas capitais.

O movimento conhecido como Marcha para Oeste marcou o início da presidência no Brasil dirigida por Getúlio Vargas, sendo esse um de seus programas de ação. A ideia de pertencer à nação surgia com força do ponto de vista econômico e político. A participação nos grupos de discussões foi composta de intelectuais que, conjuntamente com questões socioeconômicas, pensavam em uma nova construção que contemplasse a diversidade cultural brasileira. No entanto, o movimento Marcha para o Oeste não tinha a proposta de resolver questões sociais no país, pois surgiu com interesses políticos que visavam ao alcance de um plano nacional, sendo assim analisado por Rebello (2006):

A Revolução de 1930 foi o movimento mais significativo dos anos 30. De caráter político-militar, originou-se da união entre a classe dominante 18 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 (REBELLO, 2006, p. 32).

No Estado de Goiás esse movimento não teve muita expressão, sendo esse período descrito no cenário nacional com um dos lugares que enfrentavam dificuldades de comunicação, além da participação ter sido considerada pequena. Rebello (2006, p. 33) fala desse momento em que o idealizador da mudança da capital de Vila Boa para Goiânia é citado:

Em Goiás, esse movimento opositor 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 intentou invadir a região sudoeste de Goiás, porém o grupo dispersou-se e Pedro Ludovico acabou sendo preso. (REBELLO, 2006, p. 33).

Goiânia a capital de Goiás

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, Goiânia foi projetada para 50 mil habitantes. Porém, conforme dados do IBGE, essa metrópole chegou ao século XXI (no ano 2000 a população era de 1.093.0007 de habitantes), em 2016, com a população estimada em 1,4 milhão de pessoas.

Sobre a necessidade de mudança da capital do Estado de Goiás, Vila Boa, no século XX, já no século XIX havia sinais da necessidade de um novo local para implantar a nova capital. Ela foi lançada pela primeira vez em 1830, mas é também de lá que vem a bagagem cultural que se tem de Patrimônio Cultural, da história, dos costumes, dos usos e das manifestações culturais herdadas.

É importante o envolvimento do poder público, que elabora, promove, divulga e imprime na sociedade os modelos de políticas públicas efetivas, considerando a participação das pessoas enquanto cidadãos na promoção de preservação, conservação e proteção do patrimônio cultural do país. A Salvaguarda é um dos instrumentos previstos em lei como garantia de proteção e reconhecimento e valorização do bem cultural.

A expressão Salvaguarda contém em si as recomendações e medidas de preservação da história, memória, identidade e patrimônio das comunidades e detentores da cultura tradicional e popular. Na 32ª reunião da Conferência Geral da Convenção das Nações Unidas para a Educação, Ciência e a Cultura, conhecida como Convenção da Unesco para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial, realizada em Paris, no ano de 2003, foram ratificadas as recomendações e conseqüentemente as definições que constam nas medidas pelo Brasil por meio do Decreto nº 5753, de 12 de abril de 2006³. Ocorreu, naquele momento, a tradução do texto “Convenção para a

³ A expressão “Salvaguarda” consta no site do Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, como também por meio de endereço eletrônico da Casa Civil, da Presidência da República do Brasil, Planalto Nacional. Podem ser acessados respectivamente pelos endereços <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/234> e http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/decreto/D5753.htm.

Salv guarda do Patrimônio Cultural Imaterial”, pelo Ministério das Relações Exteriores, cujo sentido é escrito no artigo 2º, que define como sendo patrimônio cultural 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, 2006, p. 4).

“Núcleo Pioneiro de Goiânia” é a denominação utilizada para se referir ao lugar escolhido para as primeiras construções administrativas e comerciais, como também para o traçado das principais avenidas do Setor Central. Essa região (ou lugar) foi assim descrita por Rebello (2006):

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)

Já para as autoras Almeida e Araújo, o núcleo pioneiro de Goiânia é mencionado ganhando destaque o plano urbanístico e o estilo arquitetônico escolhido para as primeiras casas e prédios públicos, à época:

Por outro lado, é nesse espaço, definido por um traçado urbano valoroso pela peculiaridade de representar as ideias urbanísticas do início do século XX, que se encontra um expressivo conjunto de edifícios em Art Déco, ambos, objeto do tombamento federal.

[...]

Em Goiânia, dentre os bens tombados destacam-se os componentes do Plano Urbanístico inicial: vias, organização de quadras, edifícios e o núcleo urbano histórico de Campinas. No núcleo pioneiro destaca-se a Praça Cívica que faz parte do desenho urbano do plano original de Goiânia, possui edifícios que fizeram parte dessa região germinal da cidade, incluindo-se entre os bens do conjunto urbanístico e arquitetônico Art Déco (ALMEIDA; ARAÚJO, 2007, p. 3)

Com o entendimento de que os acontecimentos de época e as edificações e monumentos deveriam ser preservados, havia uma adesão de que essas lembranças também deveriam ser preservadas. Assim, fez-se um grupo de intelectuais que atuava no Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico e Nacional (SPHAN), atual Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico e Nacional (IPHAN), 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.

No livro intitulado *Memória Cultural (GOIÁS, 1985)*, uma publicação da Prefeitura de Goiânia, foram coletados depoimentos de pioneiros que vivenciaram os primeiros anos de construções na nova capital goiana. Em um dos trechos do depoimento de Antônio de Faria Filho, ele narra acerca das primeiras edificações:

Na rua 20 fizeram, a partir da rua 15, seguindo no sentido Catedral, oito ou dez casas, onde o governo se instalou. Inicialmente veio a Secretaria Geral, o próprio Dr. Pedro ocupou uma daquelas casas, sendo que dessas oito edificações, existem somente duas (02) hoje; foram derrubadas quando não deviam ter sido. Aquelas casas deviam ser patrimônio histórico de Goiânia. Enfim, foram derrubadas, como têm sido derrubadas muitas outra por aí!

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.

Desta época para cá, as coisas começaram a aparecer, como se estivessem rebentando pipoca, um ali outra acolá! Eram casas que estavam surgindo. Fizeram o núcleo na rua 71, 10 casas, dessas 10, eu adquiri uma, por 6 contos de réis, pagando prestação, era muito longe.” (GOIÁS, 1985, p. 38)

As negociações estabelecidas pelos governos visavam à apropriação do espaço e buscavam colocar a ação projetada pelo Governo de Getúlio Vargas com a Marcha para Oeste em execução efetiva, com as construções de prédios federais no chamado “Núcleo Pioneiro”, mencionado anteriormente. Assim, o Interventor Federal Pedro

Ludovico Teixeira, segundo REBELLO (2006), fez articulações para concretizar a construção e a fundação da cidade de Goiânia.

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)

Sobre o nascimento de Goiânia, Bernardo Élis 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. (GOIÁS, 1985, p. 50)

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 vasqueiros⁴. (GOIÁS, 1985, p. 56)

O planejamento da cidade incluiu também espaços destinados ao comércio que pudessem atender aos moradores que se instalavam gradativamente. Assim, em 1941,

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

deixou de existir a feira e foi construído o Mercado Público de Goiânia. Destaca-se o depoimento de um pioneiro que trabalhou como Inspetor de alunos no Colégio Lyceu de Goiânia e como Carteiro do correios e telégrafos, senhor Jorge da Cunha Bastos, sobre o comércio de Goiânia nos primeiros anos de fundação:

- 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. (GOIÁS, 1985, p. 124-125)

No entanto, ainda segundo Silva (2014), as atividades e funções que as feiras exercem na cidade e para a sociedade surtiram forte influência no 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 à 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 (DISTRITO FEDERAL, 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. (DISTRITO FEDERAL, 2009, p.15)

No Brasil, em diferentes estados, os mercados públicos – como o Mercado Municipal de São Paulo, o Mercado de Belém, o Mercado de Salvador, o Mercado Público de Porto Alegre – 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*”. Nesse contexto, é preciso ver as palavras ditas por Pintaudi (2006, p.84):

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)

Sobre a centralização do comércio em um mesmo lugar, Pintaudi (2006, p. 86/87) 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 às necessidades comerciais atuais e visam oferecer produtos ofertados para

o turismo. Isso se dá também pelo motivo de permanência na sociedade, haja vista que tendem a competir com redes de supermercados e outros espaços comerciais. Esses espaços sobrevivem se recriando, tanto nos artigos e produtos colocados à venda quanto na busca por ocupação para as demandas presentes. É preciso haver, portanto, reflexões e projetos que planejem a apropriação desses espaços e promovam a manutenção de sua memória.

Mercados Públicos de Goiânia

As edificações, com suas especificidades, foram planejadas, estando entre elas o Mercado Público Central. Este, juntamente com cinco mercados públicos de Goiânia, pertencem a um grupo econômico que gera emprego, renda e socialização, abrangendo, além do lugar, hábitos e costumes do povo goiano.

Antes da construção dos mercados, as feiras eram os locais que os moradores tinham para comprar alimentos e vender seus produtos. Improvisadamente, levavam os produtos e os vendiam em carrinhos de construção, nos carros de bois ou até mesmo em barracas montadas. O transporte dos produtos comercializados na feira era feito com o auxílio de animais e vinham cobertos com couro, como ilustrado na Figura 1.

Figura 1 - Ranchos onde funcionava a feira livre de Goiânia em 1936.



Fonte: Goiás (1936).

O primeiro Mercado Público de Goiânia (Figura 2), denominado de Mercado Municipal 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, entre outros produtos comercializados. Era comum a troca de um produto por outro entre os próprios comerciantes.

Figura 2 - Comercialização de produtos alimentícios no Mercado Municipal de Goiânia.



Fonte: Goiás (1936).

Este mercado foi instalado na Rua 4 no Setor Central, onde atualmente é o Edifício Parthenon Center, sendo transferido anos depois para um novo prédio, com entradas para o público pela Rua 3 e Avenida Anhanguera no Setor Central.

Rebello (2006, p. 39) fala que “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”. Nota-se que o autor caracteriza o mercado mencionando elementos importantes de um lugar que agrega sentidos e valores culturais para a sociedade goianiense.

Portanto, os mercados não assumem somente a característica de oferecer ao público um comércio variado e diversificado de produtos, como também indiretamente fazem a socialização. Em uma breve citação, Jorge da Cunha Bastos, registrado no livro Memória cultural: ensaios da história de um povo, 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. (GOIÁS, 1985, p. 124-125).

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.

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

Os mercados públicos foram criados mediante leis específicas entre as décadas de 1940 e 1970. As informações sobre eles constam no arquivo da Secretaria Municipal de Planejamento Urbano e Habitação (SEPLANH), órgão da Prefeitura de Goiânia, em pastas com identificações precárias e sem formatação adequada, em poucos registros existentes sobre o tema em Goiânia. Apresenta-se, na sequência, quais são esses mercados, suas condições de funcionamento e onde estão localizados.

- 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 comércios 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.

No trabalho de pesquisa feito por Rebello (2006), cujo recorte foi o Mercado Público Central de Goiânia, foram apontados alguns elementos importantes 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)

- 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.

- Mercado Bairro Popular

O Mercado Bairro Popular é tombado como patrimônio cultural da cidade de Goiânia. Funciona na Rua 74, Setor Central. Devido à sua localidade é também conhecido como “Mercado da Rua 74”. Foi fundado na década de 1950, e sua função era comercializar produtos para necessidades básicas. Atualmente, o Mercado Bairro Popular na área de circulação onde tem um palco montado para apresentações musicais promovidas pela Secretaria Municipal de Cultura, com músicas dos mais variados ritmos e gêneros.

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

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

-
- 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 e foi 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.

- Mercado Setor Pedro Ludovico

O Mercado do Setor Pedro Ludovico se situa à Avenida Circular e Praça Manoel Guarda, no Setor Pedro Ludovico. Possui várias salas comerciais que oferecem diversos 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. Nessa época foram uniformizadas as lojas e desenvolvida nova identidade visual para o mercado, segundo dados do arquivo da SEPLANH.

- 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, possui 72 permissionários, estando dividido entre lojas ou bancas. A comercialização é diversificada: lanches, refeições, utilidades domésticas, peças para decoração, tecidos, calçados, remédios naturais e raízes, artesanato, entre outros.

Além de construções que registram a arquitetura local e as formas de abastecimento, trocas, vendas e as formas de socialização vividas por muitas gerações, nos mercados se pode encontrar e observar o patrimônio cultural em sua junção com o

patrimônio de natureza material, a edificação. Assim, são importantes as funções que as feiras e conseqüentemente os mercados públicos desenvolvem não somente nos grandes centros urbanos, mas também em pequenas cidades, como na Cidade de Goiás (Patrimônio Cultural Mundial da Humanidade, pela UNESCO) e na cidade de Trindade (GO).

O patrimônio cultural, de natureza imaterial, é caracterizado pelas formas peculiares de fazer encontradas na culinária, no artesanato, nas raizadas comercializadas nas bancas de raízes, entre outros modos que identificam as culturas goianiense e goiana. Fonseca (1997) assevera 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 respeito do Mercado Público Central, Rebello (2006, p. 19) escreve:

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).

Destaca-se que este foi o primeiro mercado construído em Goiânia, originado pela necessidade de vender produtos alimentícios que atendessem os moradores da cidade que iniciavam as primeiras construções e o ideal de crescimento urbano nos estados da região Centro-Oeste do Brasil.

Nos mercados se observa o cotidiano das pessoas, o lugar de trabalho de muitos cidadãos, de onde resultam as suas sobrevivências. Hoje, os mercados públicos são lugares que passam pelas dinâmicas de mudanças da sociedade, uma vez que outros equipamentos ou lugares têm assumido funções de comércio, muitas deles, inclusive, encontrados nesses espaços. Assim, os mercados públicos se adequam às transformações e adaptações pelas quais a sociedade passa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Articulou-se a ideia de estudar sobre o surgimento dos Mercados Públicos ou Mercados Municipais de Goiânia com o objetivo de falar sobre a sua história, seu conceito e identificá-los. Buscou-se, conseqüentemente, obter conhecimento e gerar reflexões sobre o que deve ser feito para preservar, conservar, promover e difundir esses espaços.

O resultado deste trabalho também apresenta importância pela relevância desses mercados como um bem cultural de natureza material e imaterial, haja vista serem lugar para compras, desde gêneros alimentícios a artesanato, e para a divulgação e promoção da cultura local.

Dada a importância da historicidade e da 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, como somos e a cultura que torna próprio o povo brasileiro. É preciso que se promova a difusão, a produção, a valorização, o reconhecimento, o conhecimento de hábitos, as práticas, os costumes, os modos de fazer e dos lugares, bem como a preservação do patrimônio cultural.

As pesquisas e os estudos também possibilitam e criam pontes de conhecimento capazes de mostrar as origens e adaptações contemporâneas dos mercados públicos. Tais estudos contribuem para oportunizar a permanência e a continuidade desses espaços no espaço urbano, e assim, conhecer, valorizar e reconhecer o cotidiano dos goianienses.

Dessa forma, é importante escrever mais capítulos da história desse legado e deixar o registro de memória das sociedades, dando real valor às artes e à cultura, que é multicultural como a diversidade cultural do povo brasileiro.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Maria G.; ARAÚJO, Márcia de. Núcleo Pioneiro de Goiânia: um patrimônio intelegível? X EREGEO Simpósio Regional de Geografia. Abordagens Geográficas do Cerrado: paisagens e diversidades. Catalão (GO), 06 a 09 de setembro de 2007. Campus Catalão. Universidade Federal de Goiás. Disponível em:

https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/215/o/Araujo_marcia_n_cleo_pioneiro.pdf.

Acesso em 21/08/2021, às 14:47.

BISPO, Raphael. 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 mai.2018.

BRITO, Karine Ferreira. **“Quinto do Ouro”**. Disponível em: <https://www.infoescola.com/brasil-colonia/quinto-do-ouro/>. Acesso em: 11 set. 2018.

DISTRITO FEDERAL. IPHAN. **Dossiê 9**. Feira de Caruaru. Brasília, 2009. Il6 p. : il. Color. 25 cm.

GOIÁS. Gerência de Patrimônio Artístico e Cultural da Secretaria Municipal de Cultura / Prefeitura de Goiânia. s/r. Goiânia, 1936.

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

IPHAN. Portaria nº 200, de 18 de maio de 2016. BAE – Boletim Administrativo Eletrônico do IPHAN nº 1172 – Edição Semanal de 20/05/2016. Disponível em: http://portal.iphan.gov.br/uploads/legislacao/portaria_n_200_de_15_de_mairo_de_2016.pdf. Acesso no dia 20/08/2021, às 21:58.

IPHAN. Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial. MISC/2003/CLT/CH/14. 17 páginas. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/ConvencaoSalvaguarda.pdf>. Acesso no dia 20/08/2021, às 23:12.

IPHAN. Instituto do Patrimônio Artístico e Nacional (Brasil). Educação Patrimonial: inventários participativos: manual de aplicação / Instituto do Patrimônio Artístico e

Nacional; texto: Sônia Regina Rampim Florêncio et. al. – Brasília-DF, 2016. 134 p.: il. Color.; 21 cm.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura**: um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Zahar, 1984. Disponível em: file:///D:/Downloads/cultura_um%20conceito%20antropol%C3%B3gico.pdf. Acesso em: 11 set. 2018.

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

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

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 out. 2018.

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. 97 p.

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

Azenaide Lopes Pereira - Especialista em Educação e Patrimônio Cultural e Artístico pela Universidade de Brasília. E-mail: azenaidep@gmail.com

Sidelmar Alves da Silva Kunz - Doutor em Educação pela Universidade de Brasília e Pesquisador do Inep. E-mail: sidel.gea@gmail.com

Maira Vieira Amorim Franco – Doutoranda em Educação pela Universidade de Brasília e Professora da SEEDF. E-mail: maira.vaf@gmail.com

Recebido para publicação em 04 de maio de 2021.

Aceito para publicação em 21 de julho de 2021.

Publicado em 30 de setembro de 2021.