



**COMÉRCIO E MEMÓRIA URBANA:**  
UM ESTUDO DO BAIRRO DE CAMPINAS EM GOIÂNIA

DANIELE SEVERINO DE SOUZA GODINHO

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS  
FACULDADE DE ARTES VISUAIS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PROJETO E CIDADE

DANIELE SEVERINO DE SOUZA GODINHO

**COMÉRCIO E MEMÓRIA URBANA:  
UM ESTUDO DO BAIRRO DE CAMPINAS EM GOIÂNIA**

GOIÂNIA  
2018





---

**TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAR  
VERSÕES ELETRÔNICAS DE TESES E DISSERTAÇÕES  
NA BIBLIOTECA DIGITAL DA UFG**

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD/UFG), regulamentada pela Resolução CEPEC nº 832/2007, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a Lei nº 9610/98, o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou *download*, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

**1. Identificação do material bibliográfico:**     **Dissertação**     **Tese**

**2. Identificação da Tese ou Dissertação:**

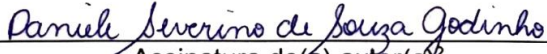
Nome completo do autor: Daniele Severino de Souza Godinho

Título do trabalho: COMÉRCIO E MEMÓRIA URBANA: UM ESTUDO DO BAIRRO DE CAMPINAS EM GOIÂNIA


**3. Informações de acesso ao documento:**

Concorda com a liberação total do documento  SIM     NÃO<sup>1</sup>

Havendo concordância com a disponibilização eletrônica, torna-se imprescindível o envio do(s) arquivo(s) em formato digital PDF da tese ou dissertação.

  
Assinatura do(a) autor(a)<sup>2</sup>

Ciente e de acordo:

  
Assinatura do(a) orientador(a)<sup>2</sup>

Data: 16 / 03 / 2018

---

<sup>1</sup> Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. A extensão deste prazo suscita justificativa junto à coordenação do curso. Os dados do documento não serão disponibilizados durante o período de embargo.

Casos de embargo:

- Solicitação de registro de patente;
- Submissão de artigo em revista científica;
- Publicação como capítulo de livro;
- Publicação da dissertação/tese em livro.

<sup>2</sup> A assinatura deve ser escaneada.

DANIELE SEVERINO DE SOUZA GODINHO

**COMÉRCIO E MEMÓRIA URBANA:  
UM ESTUDO DO BAIRRO DE CAMPINAS EM GOIÂNIA**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Projeto e Cidade da Faculdade de Artes Visuais da Universidade Federal de Goiás, como requisito para obtenção do título de mestre em *Projeto e Cidade*, sob orientação da professora Dra. Adriana Mara Vaz de Oliveira.

GOIÂNIA

2018

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

Godinho, Daniele Severino de Souza  
Comércio e Memória Urbana: um estudo do bairro de Campinas em Goiânia [manuscrito] / Daniele Severino de Souza Godinho. - 2018. 203 f.: il.

Orientador: Profa. Dra. Adriana Mara Vaz de Oliveira.  
Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Artes Visuais (FAV), Programa de Pós-Graduação em Arquitetura - Projeto e Cidade, Goiânia, 2018.

Bibliografia. Anexos.

Inclui siglas, fotografias, tabelas, lista de figuras, lista de tabelas.

1. Bairro de Campinas. 2. Comércio. 3. Memória urbana. 4. Paisagem. 5. Goiânia. I. Oliveira, Adriana Mara Vaz de, orient. II. Título.

CDU 72



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS  
FACULDADE DE ARTES VISUAIS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PROJETO E CIDADE  
Campus Samambaia, Av. Esperança, s/nº - Campus Universitário – CEP: 74.690-900, Goiânia/GO.  
Fones: (62) 3521-1413 [www.fav.ufg.br/projetoecidade](http://www.fav.ufg.br/projetoecidade)

Ata nº 01/2018 da reunião da banca examinadora da defesa de dissertação de **DANIELE SEVERINO DE SOUZA GODINHO** - Aos dezesseis dias do mês de março do ano de dois mil e dezoito (16/03/2018), às 14h00min, na sala 19 da Faculdade de Artes Visuais da UFG, Campus Samambaia, foi realizada a sessão pública de avaliação da dissertação intitulada “Comércio e Memória Urbana: um estudo do bairro de Campinas em Goiânia”, em nível de Mestrado, área de concentração em Projeto, Teoria, História e Crítica, linha de pesquisa em História e Teoria da Arquitetura e da Cidade, de autoria de DANIELE SEVERINO DE SOUZA GODINHO, discente do Programa de Pós-Graduação em Projeto e Cidade da Universidade Federal de Goiás. A banca examinadora foi composta pela Profa. Dra. Adriana Mara Vaz de Oliveira (PPGPC/UFG), orientadora e presidente da sessão; pela Profa. Dra. Marcia Metran de Mello (PPGPC/UFG) e pela Profa. Dra. Elane Ribeiro Peixoto (UnB). A sessão foi aberta pela presidente da Banca Examinadora, Adriana Mara Vaz de Oliveira, que fez a apresentação formal dos membros da Banca. A palavra a seguir, foi concedida à autora da dissertação que, em 20 minutos procedeu à apresentação de seu trabalho. Terminada a apresentação, cada membro da Banca arguiu a examinanda. Terminada a arguição, procedeu-se à avaliação da defesa. Tendo-se em vista o que consta na Resolução nº. 1488/2017 do Conselho de Ensino, Pesquisa, Extensão e Cultura (CEPEC), que regulamenta o Programa de Pós-Graduação em Projeto e Cidade, a dissertação foi considerada APROVADA, com as seguintes observações da banca examinadora:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_


\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Cumpridas as formalidades de pauta, a presidência da mesa encerrou esta sessão de defesa de dissertação e, para constar, eu, Rafael Argôlo Coelho, secretário do Programa de Pós-Graduação em Projeto e Cidade, lavrei a presente Ata que depois de lida e aprovada, será assinada pelos membros da Banca Examinadora em quatro vias de igual teor.

  
Profª. Dra. Adriana Mara Vaz de Oliveira  
Presidente – PPGPC/UFG

  
Profª. Dra. Marcia Metran de Mello  
PPGPC/UFG

  
Profª. Dra. Elane Ribeiro Peixoto  
UnB

## **AGRADECIMENTOS**

Aos meus pais, José Mário e Maria José, por sonharem meus sonhos comigo. Por nunca medirem esforços em fazer o melhor por mim.

À minha irmã, Fernanda, pelas palavras de apoio e o companheirismo de sempre.

À Thompson, meu incentivador. Obrigada por me acompanhar inúmeras vezes em Campinas. Obrigada por me apoiar, ser compreensivo e paciente nessa etapa.

Aos meus familiares, em especial aos meus primos.

À minha querida Adriana Mara Vaz de Oliveira, por ter me orientado e incentivado com maestria na elaboração desta dissertação, ao longo desses dois anos. Obrigada pela paciência, dedicação, por ser exemplo e inspiração.

Aos professores Márcia Metran e Pedro Britto, pelas valiosas contribuições no exame de qualificação.

À coordenação e secretaria do Programa de Pós-Graduação em Projeto e Cidade da UFG, pelo apoio a todos nós alunos.

Aos meus colegas de mestrado, em especial Cristina, que compartilharam dos mesmos sentimentos ao longo desse percurso.

Às minhas queridas Ana Isabel, Camila e Analu.

Aos sr. Khalil e sr. Joaquim, pelas horas de conversa e valiosas contribuições que me permitiram realizar esta dissertação.

A todos os campineiros que, de alguma forma, contribuíram para eu me apaixonar ainda mais por esse bairro.

Em memória dos meus avós Arlinda Moreira e José Severino.

## RESUMO

Considerando a vocação comercial do bairro de Campinas, que é antiga e vem da sua fundação, objetiva-se analisar os fatos que contribuíram para a formação do comércio do bairro, em Goiânia, avaliando o que permanece como memória urbana. Adotam-se como objeto central das investigações as áreas comerciais desse bairro, observando as transformações na paisagem urbana. Para tanto, procede-se a pesquisas em arquivos que revelaram diversas fontes para este estudo, como o Instituto Histórico e Geográfico de Goiás e Arquivo Histórico Estadual de Goiás. Também foram de muita valia os documentos encontrados na Secretaria Municipal de Planejamento e Urbanismo (SEPLAM) e no Centro de Documentação e Biblioteca da SEPLAM, como fotografias, mapas, decretos e recortes de jornais. Além dos arquivos públicos, foram acessadas as imagens históricas de Campinas, cedidas pelos fotógrafos Hélio de Oliveira e Eduardo Bilemjian (representado por seu neto Eliézer Bilemjian). Além do trabalho com as fontes primárias, realizaram-se levantamentos de campo mediante leituras da paisagem do comércio do bairro, formal e informal, além de exercícios de etnografia urbana, com o intuito de auxiliar na apreensão da dinâmica do lugar. A essas fontes também se somam depoimentos e memórias de moradores e comerciantes de Campinas. Desse modo, observa-se que tanto a Avenida 24 de Outubro quanto o Mercado Municipal de Campinas, avenida-âncora e lugar de tradições do bairro, respectivamente, permanecem na memória urbana.

**Palavras-chave:** Bairro de Campinas, comércio, memória urbana, paisagem, Goiânia, Avenida 24 de Outubro, Mercado Municipal de Campinas, Sala 19, Feira Campinas.

## **ABSTRACT**

Considering the commercial vocation of the neighborhood of Campinas, which is old and comes from its foundation, it aims to analyze the facts that contributed to the formation of the commerce of the neighborhood, in Goiânia, evaluating what remains as urban memory. The commercial areas of this neighborhood are taken as the central object of the investigations, observing the transformations in the urban landscape. To do so, we proceed to research in archives that revealed several sources for this study, such as the Historical and Geographical Institute of Goiás and the State Historic Archive of Goiás. Also found in the Municipal Secretariat of Planning and Urbanism (SEPLAM) and in the Documentation and Library Center of SEPLAM, such as photographs, maps, decrees and newspaper clippings. In addition to the public archives, the historical images of Campinas were provided by photographers Hélio de Oliveira and Eduardo Bilemjian (represented by his grandson Eliezer Bilemjian). In addition to working with the primary sources, field surveys were carried out through readings of the formal and informal neighborhood trade, as well as exercises in urban ethnography, with the aim of helping to apprehend the dynamics of the place. To these sources are also added testimonials and memories of residents and merchants of Campinas. Thus, it is observed that both Avenida 24 de Outubro and the Municipal Market of Campinas, anchor-avenue and place of neighborhood traditions, respectively, remain in the urban memory.

**Keywords:** Neighborhood of Campinas, commerce, urban memory, landscape, Goiânia, Avenida 24 de Outubro, Mercado Municipal de Campinas, Room 19, Campinas Fair.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Núcleo pioneiro de Campinas. ....	31
<b>Figura 2:</b> Igreja, convento e lojas comerciais de Campinas, final da década de 1940. ....	32
<b>Figura 3:</b> Igreja Matriz de Nossa Senhora da Conceição, 1954. ....	33
<b>Figura 4:</b> Igreja de São José, construída em 1901. ....	35
<b>Figura 5:</b> Colégio Santa Clara, 1928. ....	37
<b>Figura 6:</b> Projeto de fachada Colégio Santa Clara, década de 1930. ....	37
<b>Figura 7:</b> Colégio Santa Clara, década de 1930. ....	38
<b>Figura 8:</b> Praça Coronel Joaquim Lúcio e coreto (1935). ....	39
<b>Figura 9:</b> Grupo Escolar Pedro Ludovico. ....	39
<b>Figura 10:</b> Avenida 24 de Outubro (1935). ....	39
<b>Figura 11:</b> Praça Coronel Joaquim Lúcio e Campinas Hotel. ....	39
<b>Figura 12:</b> Plano da Nova Capital do Estado de Goiás – Goiânia, 1933-1935 ....	43
<b>Figura 13:</b> Auto Posto Amazonas, Avenida Anhanguera esquina com José Hermano. ....	45
<b>Figura 14:</b> Campinas e Goiânia, 1937. ....	46
<b>Figura 15:</b> Plano de Urbanização de Goiânia, 30 de julho de 1938. ....	47
<b>Figura 16:</b> Grande Hotel, 1954. ....	49
<b>Figura 17:</b> Teatro Goiânia, 1952. ....	50
<b>Figura 18:</b> Estação Ferroviária de Goiânia, 1952. ....	51
<b>Figura 19:</b> Residência dos padres Redentoristas, inaugurada em 1949, hoje denominado Instituto de Educação em Artes Professor Gustav Ritter. ....	52
<b>Figura 20:</b> Instituto de Educação em Artes Professor Gustav Ritter. ....	52
<b>Figura 21:</b> Colégio Santa Clara, década de 1940. ....	53
<b>Figura 22:</b> Colégio Santa Clara reformado e ampliado, década de 1948. ....	54
<b>Figura 23:</b> Colégio Santa Clara. ....	54
<b>Figura 24:</b> Campinas antes do Decreto 1.198, na década de 1980, com várias vilas em seu entorno. ....	58
<b>Figura 25:</b> Principais acessos viários de Campinas. ....	59
<b>Figura 26:</b> Avenida 24 de Outubro, esquina com Praça Coronel Joaquim Lúcio, início da década de 1930. ....	71
<b>Figura 27:</b> Comércio da Av. 24 de Outubro, meados década de 1930. ....	72
<b>Figura 28:</b> Anúncio da venda de lotes no SETOR CAMPINAS DE GOIÂNIA. ....	73
<b>Figura 29:</b> Planta do loteamento do Setor Campinas de Goiânia. ....	74
<b>Figura 30:</b> Projeto de uma “face de fachada” a reconstruir-se, 17 fev. 1936. ....	76
<b>Figura 31:</b> Projeto de fachada e aumento de dois compartimentos, 16 out. 1936. ....	76
<b>Figura 32:</b> Projeto de frente para casa na Avenida 24 de Outubro, 19 jan. 1937. ....	77

<b>Figura 33:</b> Projeto de fachada para casa na Avenida 24 de Outubro, 21 abr. 1937. ....	77
<b>Figura 34:</b> Reforma de fachada em estabelecimento comercial na Avenida 24 de Outubro, s/d.....	78
<b>Figura 35:</b> Projeto de reconstrução, casa na Avenida 24 de Outubro, 6 jun. 1937. ....	79
<b>Figura 36:</b> Projeto com acréscimo de área, salão para comércio e fachada, 7 out. 1937....	79
<b>Figura 37:</b> Projeto com nome do estabelecimento, 23 mar. 1936 e 29 jan. 1937. ....	79
<b>Figura 38:</b> Calçamento da Avenida 24 de Outubro e lojas comerciais, 1937.....	81
<b>Figura 39:</b> Avenida 24 de Outubro, 1940. ....	82
<b>Figura 40:</b> Avenida 24 de Outubro, 1952. ....	83
<b>Figura 41:</b> Avenida 24 de Outubro, 1958-1960. ....	84
<b>Figura 42:</b> Avenida 24 de Outubro, 1972. ....	85
<b>Figura 43:</b> Avenida 24 de Outubro, 1975. ....	85
<b>Figura 44:</b> Avenida 24 de Outubro, 1980. ....	86
<b>Figura 45:</b> Avenida 24 de Outubro, 1998. ....	87
<b>Figura 46:</b> Avenida 24 de Outubro, 2004. ....	87
<b>Figura 47:</b> Anúncio publicitário de grandes estabelecimentos de alfaiataria.....	88
<b>Figura 48:</b> Anúncio publicitário da casa de saúde e empresa de transporte.....	89
<b>Figura 49:</b> Anúncio publicitário de esgotos sanitários e telhas. ....	89
<b>Figura 50:</b> Anúncio publicitário dos postos de combustíveis ....	89
<b>Figura 51:</b> Anúncio publicitário de alfaiataria.....	89
<b>Figura 52:</b> Anúncio publicitário das Casas Pernambucanas.....	90
<b>Figura 53:</b> Anúncio publicitário da Eletro-Mecânica Importadora de Goiás. ....	90
<b>Figura 54:</b> Anúncio publicitário da Casas Aguiar.....	91
<b>Figura 55:</b> Anúncio publicitário dos Móveis Tupy. ....	91
<b>Figura 56:</b> Anúncio publicitário de alfaiataria.....	92
<b>Figura 57:</b> Anúncio publicitário de tipografia e papelaria. ....	92
<b>Figura 58:</b> Anúncio publicitário de casa de saúde. ....	92
<b>Figura 59:</b> Anúncio publicitário dos Móveis Tupy e Banco. ....	93
<b>Figura 60:</b> Anúncio publicitário da recapagem de pneus.....	93
<b>Figura 61:</b> Anúncio publicitário do Palácio dos Bilhares. ....	94
<b>Figura 62:</b> Anúncio publicitário do comércio na capital em 1937, no Palco do Cine Campinas. ....	97
<b>Figura 63:</b> Anúncio publicitário da Escola Técnica de Comércio de Campinas e antiga escola. ....	99
<b>Figura 64:</b> Setorização do comércio por manchas de cores.....	107
<b>Figura 65:</b> Comércio de games e importados. ....	108

<b>Figura 66:</b> Comércio de produtos agropecuários. ....	109
<b>Figura 67:</b> Comércio de selarias e couro. ....	109
<b>Figura 68:</b> Comércio de autopeças. ....	110
<b>Figura 69:</b> Comércio de couro.....	110
<b>Figura 70:</b> Comércio de bijuterias. ....	111
<b>Figura 71:</b> Comércio de móveis usados e refrigeração. ....	111
<b>Figura 72:</b> Comércio de malharias. ....	112
<b>Figura 73:</b> Comércio atacadista. ....	112
<b>Figura 74:</b> Comércio de vestidos de noivas. ....	113
<b>Figura 75:</b> Comércio de instrumentos musicais.....	113
<b>Figura 76:</b> Comércio da Av. Anhanguera. ....	114
<b>Figura 77:</b> Avenida 24 de Outubro: ponto inicial e final do percurso – 2017.....	118
<b>Figura 78:</b> Contrastes das fachadas na Avenida 24 de Outubro. ....	119
<b>Figura 79:</b> Vendedores chamando clientes para lojas, com propaganda em caixa de som. .....	119
<b>Figura 80:</b> Caixas de som instaladas junto aos postes de iluminação pública.....	120
<b>Figura 81:</b> Ambulantes que vendem peças de vestuário.....	121
<b>Figura 82:</b> Banca com endereço fixo.....	122
<b>Figura 83:</b> Edificações com alturas similares. ....	123
<b>Figura 84:</b> Prestadores de serviço alocados nos pavimentos superiores dos edifícios.....	123
<b>Figura 85:</b> Carrinho de meias e roupas íntimas e maleta com óculos de sol. ....	126
<b>Figura 86:</b> Ambulantes comercializam roupas íntimas e caldo de cana. ....	127
<b>Figura 87:</b> Intensificação da presença do comércio informal.....	127
<b>Figura 88:</b> Ambulantes em frente às Lojas Marisa e que usam Kombi como apoio para exposição. ....	128
<b>Figura 89:</b> Bancas em frente à igreja e em frente à clínica popular.....	129
<b>Figura 90:</b> Bancas fechadas em frente à agência de um Banco Bradesco e banca de lanches em frente ao Mercado Municipal de Campinas. ....	129
<b>Figura 91:</b> Ambulantes de sucos, água de coco e frutas.....	130
<b>Figura 92:</b> Modelo de carrinho com doces em compota e ambulantes sem ponto fixo.....	130
<b>Figura 93:</b> Mapa de localização da loja na Feira Campinas. ....	146
<b>Figura 94:</b> Papel de presente personalizado.....	147
<b>Figura 95:</b> Variedade de produtos.....	150
<b>Figura 96:</b> Brinquedos.....	150
<b>Figura 97:</b> Diversidade de brinquedos e produtos.....	150
<b>Figura 98:</b> Fachada da Feira Campinas.....	152

<b>Figura 99:</b> Vista lateral da Feira Campinas. ....	152
<b>Figura 100:</b> Preços escritos à mão.....	153
<b>Figura 101:</b> Produtos comercializados atualmente.....	154
<b>Figura 102:</b> Produtos comercializados atualmente.....	154
<b>Figura 103:</b> Itens comercializados nos dias de hoje.....	156
<b>Figura 104:</b> Fachada da loja reformulada no final do ano de 2017.....	157
<b>Figura 105:</b> Vista aérea do primeiro Mercado Central de Goiânia em 1964. ....	158
<b>Figura 106:</b> Vista da área interna do Mercado Central de Goiânia em 1950. ....	158
<b>Figura 107:</b> Mercado Central. ....	160
<b>Figura 108:</b> Mercado da Vila Nova.....	160
<b>Figura 109:</b> Mercado Centro Oeste.....	161
<b>Figura 110:</b> Mercado Municipal Pedro Ludovico. ....	161
<b>Figura 111:</b> Mapa de localização do Mercado Municipal de Campinas. ....	162
<b>Figura 112:</b> Casas sendo demolidas para dar início à construção do mercado e construção do Mercado de Campinas em 1954. ....	163
<b>Figura 113:</b> Exterior e interior do Mercado de Campinas em 1954. ....	163
<b>Figura 114:</b> Propaganda do Armazém “Brasil”. ....	163
<b>Figura 115:</b> Planta esquemática do Mercado Municipal de Campinas com tipos de produtos comercializados, sem escala. ....	165
<b>Figura 116:</b> Imagem aérea do mercado no início dos anos 2000.....	167
<b>Figura 117:</b> Mercado de Campinas no início dos anos 2000.....	167
<b>Figura 118:</b> Um dos acessos ao mercado e parte da fachada, que também tinham algumas lojas externas.....	168
<b>Figura 119:</b> Especiarias, fumo. ....	169
<b>Figura 120:</b> Especiarias, fumo. ....	169
<b>Figura 121:</b> Diversidade de itens de palha.....	169
<b>Figura 122:</b> Chapéus de palha.....	169
<b>Figura 123:</b> Mercado antes da requalificação. ....	170
<b>Figura 124:</b> Mercado antes da requalificação. ....	170
<b>Figura 125:</b> Estruturas provisórias externas ao mercado, no período da requalificação....	171
<b>Figura 126:</b> Estruturas provisórias externas ao mercado, no período da requalificação....	171
<b>Figura 127:</b> Estrutura da cobertura antes da requalificação. ....	172
<b>Figura 128:</b> Estrutura da cobertura após requalificação.....	172
<b>Figura 129:</b> Lojas existentes. ....	172
<b>Figura 130:</b> Demolição das lojas existentes. ....	172
<b>Figura 131:</b> Mercado da 74 após requalificação.....	173

<b>Figura 132:</b> Mercado de Campinas após a requalificação.....	174
<b>Figura 133:</b> Planta do Mercado Municipal de Campinas após requalificação com tipos de produtos comercializados, sem escala. ....	175
<b>Figura 134:</b> Fachada da Sala 19, 2006. ....	180
<b>Figura 135:</b> Arborização ainda presente na paisagem, 2005. ....	181
<b>Figura 136:</b> Variedade de utensílios domésticos comercializados na Sala 19, 2005. ....	182
<b>Figura 137:</b> Variedade de utensílios domésticos comercializados na Sala 19, 2005. ....	183
<b>Figura 138:</b> Fachada da Sala 19 após a requalificação.....	184
<b>Figura 139:</b> Diversidade de utensílios da Sala 19. ....	185
<b>Figura 140:</b> Diversidade de painéis em alumínio da Sala 19.....	185
<b>Figura 141:</b> Peças para conserto de fogão, minuciosamente separadas. ....	186
<b>Figura 142:</b> Peças para conserto de fogão, minuciosamente separadas. ....	187

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b> - Recenseamento de 1920 .....	29
<b>Quadro 2</b> - Levantamento de estabelecimentos comerciais e de serviços .....	94
<b>Quadro 3</b> - População estrangeira em Goiás segundo.....	101
<b>Quadro 4</b> - Setorização do comércio por ruas.....	114

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

ASSECAMP	Associação dos Empresários de Campinas
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IHGG	Instituto Histórico e Geográfico de Goiás
MIS	Museu da Imagem e do Som de Goiás
SEDEM	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico
SEPLAM	Secretaria Municipal de Planejamento e Urbanismo

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	17
<b>1 CAPÍTULO   CAMPINAS: UM BAIRRO DE GOIÂNIA</b> .....	21
1.1 Reflexões sobre cidade e bairro .....	21
1.2 Campininha das Flores: o povoado que precede Goiânia .....	25
1.2.1 <i>Os Padres Redentoristas, as Irmãs Franciscanas e o Colégio Santa Clara</i> .....	32
1.3 De cidade a bairro: a construção da nova capital .....	38
1.3.1 <i>Inovação na arquitetura</i> .....	48
1.3.2 <i>O bairro ao longo do tempo</i> .....	55
<b>2 CAPÍTULO   CAMPINAS E SEU COMÉRCIO</b> .....	61
2.1 A cidade e o comércio .....	61
2.1.1 <i>A paisagem como forma de leitura do espaço urbano</i> .....	65
2.2 O comércio e a paisagem de Campinas: um pouco de história .....	70
2.2.1 <i>Transformações da paisagem na Avenida 24 de Outubro (década 1930 até anos 2000)</i> .....	80
2.2.2 <i>Comércio e publicidade nos jornais</i> .....	88
2.2.3 <i>Influência dos imigrantes árabes</i> .....	99
2.3 O comércio de Campinas dos dias atuais .....	104
2.3.1 <i>Avenida 24 de Outubro</i> .....	115
2.3.2 <i>Comércio informal</i> .....	124
<b>3 CAPÍTULO   O QUE RESISTE AO TEMPO: MEMÓRIA E COMÉRCIO</b> .....	133
3.1 As questões da memória .....	133
3.1.1 <i>Memória urbana: o comércio de Campinas</i> .....	139
3.1.2 <i>Memória da cidade: Feira Campinas, Mercado Municipal de Campinas e a Sala 19</i> .....	142
3.1.2.1 Feira Campinas .....	144
3.1.2.2 Mercado Municipal de Campinas .....	157
3.1.2.2.1 Sala 19 .....	176
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	190
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	193
<b>ANEXO</b> .....	201

## INTRODUÇÃO

Campinas é um bairro de Goiânia, mas antecede a cidade. Outrora foi um povoado autônomo, fundado no século XIX, e foi fundamental para a construção da nova capital de Goiás. Sede provisória do governo estadual, por algum tempo, deteve a concentração das atividades urbanas da nova cidade em construção. Com o passar do tempo, Goiânia assume o protagonismo, e o bairro de Campinas permanece como centralidade comercial e de perpetuação das tradições goianas.

As inquietações a respeito do bairro de Campinas iniciaram-se ainda na graduação, mas a ligação afetiva é anterior. Em 2006, como resultado de um trabalho monográfico de graduação sobre o bairro em questão, estudou-se aspectos da memória do lugar, em que se identificou o comércio como uma permanência. Desse modo, nesta dissertação, decidiu-se aprofundar os estudos sobre o comércio campineiro como aspecto da sua formação e memória.

Várias foram as perguntas que nos conduziram pelo comércio campineiro. A vocação comercial do bairro é antiga, vem da sua fundação, mas como ela se sedimenta? A construção de Goiânia interfere nessa vocação? Ao longo do tempo, o comércio manteve-se como atividade principal do bairro? O que acarretou as mudanças de uso residencial para uso comercial? Quais foram as transformações ocorridas na paisagem urbana em decorrência do comércio ao longo do tempo? No presente aparecem mais inquietações que nos provocam. A segmentação de setores do comércio é muito marcante em Campinas. Como exemplo, identifica-se a concentração de lojas de locação de vestidos de noivas, de lojas de tecidos, de bijuterias, de móveis de escritório, e assim por diante, gerando uma identidade própria para o bairro. Portanto, questionamos: por que será que ocorreu a especialização em Campinas? Quando essa característica começou a ganhar importância? Quando ela teve início? Diante do passado e do presente, como o comércio aparece na memória daquele lugar? Existem pontos comerciais que se mantêm na memória de seus moradores? O Mercado seria um deles? Ou seria uma rua, como a Avenida 24 de Outubro? A falta de estudos acadêmicos acerca de Campinas, principalmente no que se refere à Avenida 24 de Outubro e ao Mercado Municipal de Campinas, importantes centros comerciais do bairro, impulsionou essa empreitada.

Diante de todos esses questionamentos, o enfoque deste trabalho visa analisar os fatos que contribuíram para a formação do comércio do bairro de

Campinas, em Goiânia, avaliando o que permanece como memória urbana. Adotam-se como objeto central das investigações as áreas comerciais desse bairro, observando as transformações na paisagem urbana.

O interesse pelo comércio do bairro conduziu aos arquivos que revelaram diversas fontes para este estudo. O Instituto Histórico e Geográfico de Goiás foi perscrutado porque possui um acervo com periódicos e outras fontes diversas. O Arquivo Histórico Estadual de Goiás contém uma diversidade de documentos oficiais, periódicos e também projetos arquitetônicos sobre o bairro de Campinas. Igualmente foram de muita valia os documentos encontrados na Secretaria Municipal de Planejamento e Urbanismo (SEPLAM) e no Centro de Documentação e Biblioteca da SEPLAM, como fotografias, mapas, decretos e recortes de jornais.

Afora essas fontes dos arquivos públicos, foram acessadas as imagens históricas de Campinas, cedidas pelos fotógrafos Hélio de Oliveira e Eduardo Bilemjian (representado por seu neto Eliézer Bilemjian). Essas imagens ajudam na compreensão das transformações por que passou a paisagem do bairro ao longo dos anos, complementada pela leitura atual do lugar.

Além do trabalho com as fontes primárias, realizaram-se levantamentos de campo por meio de leituras da paisagem do comércio do bairro, formal e informal, além de exercícios de etnografia urbana, com o intuito de auxiliar na apreensão da dinâmica do lugar. Mapas da setorização do comércio do bairro são derivados desses levantamentos *in loco*.

À diversidade das fontes somam-se depoimentos e memórias de moradores e comerciantes de Campinas, que contribuem para a compreensão do comércio do lugar. O objetivo é reconhecer a memória comercial do bairro. Recuperar a memória de um lugar significa encontrar pessoas que tenham ali compartilhado acontecimentos. A meta é reter a memória individual das pessoas e colocá-las em contraposição, visto que se inserem nas lembranças dos grupos que as compõem. A história oral eterniza o presente, como explica Alberti (2013, p. 30):

A entrevista de história oral permite também recuperar aquilo que não encontramos em documentos de outra natureza: acontecimentos pouco esclarecidos ou nunca evocados, experiências pessoais, impressões particulares etc. nos dias atuais, em que é mais fácil dar-se um telefonema, passar um e-mail, ou viajar rapidamente de um lugar para outro, muitas informações são trocadas prescindindo-se da forma escrita (ou então, no caso da troca de e-mails, deixando-se de preservá-los) – informações inéditas que podem ser resgatadas durante uma entrevista de história oral e confrontadas com outros documentos escritos e/ou orais.

Conforme a mesma autora, a história oral não busca ineditismo em suas informações e nem mesmo serve para preencher os vazios dos arquivos de documentos escritos ou iconográficos. A história oral contribui para o estabelecimento de “uma postura com relação à história e às configurações socioculturais, que privilegia a recuperação do vivido conforme concebido por quem viveu” (ALBERTI, 2013, p. 31). Isso significa que não se pode desvincular a história oral da biografia e memória. Além disso, o processo de recordar acontecimentos e impressões é variável de pessoa para pessoa, “conforme a importância que se imprime a esse acontecimento no momento em que ocorre e no(s) momento(s) em que é recordado” (ALBERTI, 2013, p. 31).

A dissertação divide-se em três capítulos. O primeiro capítulo aborda a história de Campinas. Inicia-se com reflexões conceituais sobre cidade e bairro, com a intenção de compreendê-los como reflexos das ações de seus habitantes, por períodos de tempo diferentes. Com base em tais definições, produz-se o histórico de Campininha das Flores, que foi um povoado que surgiu em 1810, foi elevada à categoria de vila em 1907 e à de cidade em 1914. A cidade teve a contribuição dos Padres Redentoristas e das Irmãs Franciscanas, provindos da Alemanha. Essa cidade vai receber diversas transformações em sua paisagem e um acelerado crescimento em virtude da construção da nova capital, Goiânia. Sua arquitetura também passou por inovações. Ao longo do tempo viveu mudanças em seus aspectos físicos e culturais, e aos poucos perdeu sua autonomia e foi incorporada como mais um dos bairros da capital.

O segundo capítulo trata do comércio de Campinas ao longo do tempo, por intermédio de algumas reflexões conceituais sobre as relações entre cidade e comércio, além de abordagens sobre a paisagem e a etnografia como formas de leitura do espaço urbano. A vocação comercial sempre esteve presente em Campinas, mas a construção de Goiânia acarretou transformações na sua paisagem, principalmente nas áreas comerciais. Muitas residências tiveram seus usos alterados para comércio, e as fachadas e plantas dos edifícios passaram por alterações e modernização, tentando reproduzir o que estava sendo feito nos edifícios da nova capital, aproximando-se da linguagem *art déco*. A publicidade de periódicos das décadas de 1930 a 1960 também foi analisada, com o intuito de identificar o tipo de comércio e prestação de serviços nesse período, bem como sua localização. No início

da construção da capital, os imigrantes árabes também tiveram significativa influência no comércio do bairro e deixaram vestígios até os dias atuais. A formação e consolidação do comércio do bairro, assim como a sua segmentação, são avaliadas pelo mapeamento e leitura da paisagem atual, focalizando as atividades comerciais formais, assim como os informais.

O terceiro e último capítulo aborda a memória urbana e a memória da cidade do bairro de Campinas. Identificam-se comércios que refletem a memória do comércio de Campinas, dando enfoque especialmente à Avenida 24 de Outubro, que é considerada o logradouro "âncora comercial" do bairro, bem como ao Mercado Municipal de Campinas, um marco para o comércio do bairro. Nesses locais foram identificados dois estabelecimentos comerciais, que resistem ao tempo e contribuem para avaliações sobre a memória urbana do bairro. Na Avenida 24 de Outubro, o comércio analisado foi a loja Feira Campinas e a Sala 19 do Mercado Municipal de Campinas. Uma das ferramentas que auxiliam na perpetuação da memória é a história oral, metodologia que foi aplicada por meio de entrevistas realizadas com os proprietários das lojas. A importância do comércio para o bairro e para a cidade pode ser aferida por esses lugares, que registram as suas memórias e história, e perpassam o tempo.

# 1 CAPÍTULO | CAMPINAS: UM BAIRRO DE GOIÂNIA

## 1.1 Reflexões sobre cidade e bairro

A cidade é uma construção no tempo, uma criação humana (ROSSI, 1995). Em função disso, ela é uma obra coletiva que tem consciência e memória. Os motivos originais permanecem em sua construção, mas, ao mesmo tempo, o seu desenvolvimento os modifica e os torna mais precisos (ROSSI, 1995). Para Mayol (2013, p.45), “a cidade é, no sentido forte, 'poetizada' pelo sujeito: este a refabricou para o seu uso próprio desmontando as correntes do aparelho urbano; ele impõe à ordem externa a sua lei de consumo do espaço”. Os modos como o usuário se apropria da cidade no dia a dia, desde seus trajetos e as relações com os vizinhos e comerciantes, se acumulam e se combinam, produzindo um lugar que é o reflexo dessas pessoas. Dessa forma, às pedras da cidade somam-se as ações humanas.

Nesse mesmo sentido, Lynch (1997, p. 2) diz:

A cidade não é apenas um objeto perceptível (e talvez desfrutado) por milhões de pessoas de classes sociais e características extremamente diversas, mas também o produto de muitos construtores que, por razões próprias, nunca deixam de modificar a sua estrutura. Se em linhas gerais, ela pode ser estável por algum tempo, por outro lado está sempre se modificando nos detalhes. [...]. Não há resultado final, mas apenas uma contínua sucessão de fases [...].

Lynch (1997, p. 101) completa sua definição de cidade assinalando que se trata de “uma organização mutável e polivalente, um espaço com muitas funções, erguido por muitas mãos num período de tempo relativamente rápido”, ou seja, a cidade constrói-se e reconstrói-se por seus habitantes diversas vezes ao longo dos anos, gerando múltiplas paisagens.<sup>1</sup>

Rossi (1995, p.1) avalia que a cidade pode ser entendida como arquitetura:

Ao falar de arquitetura não pretendo referir-me apenas à imagem visível da cidade e ao conjunto de suas arquiteturas, mas antes à arquitetura como construção. Refiro-me à construção da cidade no tempo. Considero que esse ponto de vista, independente de meus conhecimentos específicos, pode constituir o tipo de análise mais abrangente da cidade; ela remete ao dado último e definitivo da vida da coletividade: a criação do ambiente em que este vive.

Rossi (1995, p. 66) ainda afirma que “a cidade, na sua vastidão e na sua beleza, é uma criação nascida de numerosos e diversos momentos de formação [...] a possibilidade de ler a cidade com continuidade reside em seu preeminente caráter

---

<sup>1</sup> No Capítulo 2 tratar-se-á acerca da paisagem como forma de leitura do espaço urbano.

formal e espacial”. A cidade, considerada uma grande obra, pode ser compreendida pelos seus trechos e seus diversos momentos (ROSSI, 1995). Nessa perspectiva, o autor apreende a cidade na complexidade das relações coletivas e privadas: sociedade e indivíduo. Assim, a estrutura espacial é somada à análise dos sistemas políticos, sociais, econômicos e históricos.

Rossi (1995, p. 3) desenvolveu um método de análise para os estudos urbanos. Esse método é propiciado pela “teoria dos fatos urbanos, pela identificação da cidade como artefato e pela divisão da cidade em elementos primários e em área-residência”. A cidade divide-se em esfera pública e privada, elementos primários e área-residência, como já referido. Rossi (2005, p. 3) ainda completa:

[A cidade] é intimamente ligada à arquitetura da cidade, porque essa arquitetura é parte integrante do homem, é a sua construção. A arquitetura é a cena fixa das vicissitudes do homem, carregada de sentimentos de gerações, de acontecimentos públicos, de tragédias privadas, de fatos novos e antigos. O elemento coletivo e o elemento privado, sociedade e indivíduo, contrapõem-se e confundem-se na cidade, que é feita de inúmeros pequenos seres que procuram uma acomodação e, junto a ela, formando um todo com ela, em seu pequeno ambiente mais adequado ao ambiente geral.

Esses elementos primários, quando participam da evolução da cidade no tempo de maneira permanente, podem ser identificados como fatos constituintes da cidade. “A união desses elementos com áreas em termos de localização e de construção, de permanências de plano e de edifícios, de fatos naturais ou de fatos construídos, constitui um conjunto que é a estrutura física da cidade” (ROSSI, 1995, p. 115). Vale assinalar que esses elementos são capazes de acelerar o processo de urbanização de uma cidade.

Rossi (1995) considera a cidade como sendo a união de três elementos urbanos, que ele classifica como elementos primários, em função das três principais funções que o conjunto urbano exerce: a residência, as atividades fixas – incluindo a rede terciária – e o tráfego. As cidades possuem, de forma geral, um centro complexo e com características diferentes entre si, o que traz particularidades para cada uma delas. As atividades terciárias localizam-se em partes, nesse centro, e também junto a residências. O que caracteriza a cidade, do ponto de vista geral entre essas partes, é a existência de uma rede terciária complexa e polinuclear. Só se pode compreender esse centro conhecendo a sua estrutura e suas particularidades (ROSSI, 1995). Essas atividades fixas compreendem lojas, edifícios públicos e comerciais, universidades, hospitais, escolas etc.

Não existe cidade sem história, sem memória, e a sua morfologia o atesta. Cidades são depósitos de histórias e possuem relação com a imaginação coletiva. Os homens se expressam na matéria e por isso mesmo se veem nela.

Com base em suas origens, a cidade pode ser descrita como uma estrutura especialmente equipada para armazenar e transmitir os bens da civilização e suficientemente condensada para admitir a quantidade máxima de facilidades num mínimo espaço, mas também capaz de um alargamento estrutural que lhe permite encontrar um lugar que sirva de abrigo às necessidades mutáveis e às formas mais complexas de uma sociedade crescente e de sua herança social acumulada (MUMFORD, 2008).

Uma cidade é composta de vários bairros, podendo eles apresentar semelhanças ou diferenças. Cada bairro da cidade tem uma história única e contribui para a formação da cidade. Alguns se destacam mais por seu uso comercial, outros pelo uso residencial, e assim por diante. Podem ter características peculiares e únicas, o que os diferencia uns dos outros.

Sobre o bairro propriamente dito, Lamas (1993, p. 74) afirma que, “além de uma forma e um tamanho, a escala bairro seria a escala intermediária entre a escala da rua e a escala da cidade, correspondendo ainda à dimensão urbana”.

Na visão de Rossi (1995, p. 70), o bairro “é um setor da forma da cidade, que está intimamente ligado à sua evolução e à sua natureza, constituído por partes e à sua imagem. Temos dessas partes uma experiência concreta”. Ainda como discutido por Rossi (1995, p. 70), dentro do aspecto da morfologia social, “o bairro é uma unidade morfológica e estrutural; é caracterizado por uma certa paisagem urbana, por um certo conteúdo social e por uma função; portanto, uma mudança num desses elementos é suficiente para fixar o limite do bairro”. Para o autor, a função social do bairro também é determinante na sua caracterização e distinção dentro da cidade, ainda que relacionado a toda a estrutura urbana.

Mayol (2013, p. 40), numa visão mais sociológica, assim descreve o bairro:

[...] um domínio do ambiente social, pois ele constitui para o usuário uma parcela conhecida do espaço urbano na qual, positiva ou negativamente, ele se sente reconhecido. Pode-se, portanto, apreender o bairro como esta porção do espaço público em geral (anônimo, de todo o mundo) em que se insinua pouco a pouco um *espaço privado particularizado* pelo fato do uso quase cotidiano desse espaço. A fixidez do habitat dos usuários, o costume recíproco do fato da vizinhança, os processos de reconhecimento – de identificação – que se estabelecem graças à proximidade, graças à coexistência concreta em um mesmo território urbano, todos esses elementos “práticos” se nos oferecem como imensos campos de exploração em vista de

compreender um pouco melhor esta grande desconhecida que é a vida cotidiana. (Grifo do autor).

Nesse sentido, para Mayol (2013), o bairro também pode ser considerado como o domínio no qual espaço e tempo contribuem para o transeunte que deseje se deslocar caminhando, desde o momento em que sai de sua casa. “É o pedaço de cidade atravessado por um limite distinguindo o espaço privado do espaço público: é o que resulta de uma caminhada, da sucessão de passos numa calçada” (MAYOL, 2013, p. 41). O autor refere-se, portanto, à evidente conexão entre o particular e o público. E completa: “o bairro pode ser considerado como a privatização progressiva do espaço público. [...] O bairro constitui o termo médio de uma dialética existencial entre o dentro e o fora” (MAYOL, 2013, p.42).

Além disso, diz Mayol (2013, p. 43):

O bairro é o espaço de uma relação com o outro como ser social, exigindo um tratamento especial. Sair de casa, andar pela rua, é efetuar de tudo um ato cultural, não arbitrário: inscreve o habitante em uma rede de sinais sociais que lhe são preexistentes (os vizinhos, as configurações dos lugares etc.). A relação entrada/saída, dentro/fora penetra outras relações (casa/trabalho, conhecido/desconhecido) [...]. É sempre uma relação entre uma pessoa e o mundo físico e social.

O bairro ainda é considerado por Mayol (2013, p. 50) como “um universo social que não aprecia muito a transgressão; esta é incompatível com a suposta transparência da vida cotidiana, com sua imediata legibilidade”. O bairro passa a ser um palco onde os personagens, a cada momento, podem ser identificados graças às atividades que eles exercem: a mãe de família, a criança, o comerciante (MAYOL, 2013). E ainda complementa que o bairro é um objeto de consumo, do qual o usuário se apropria como espaço público. Isso se dá pela percepção por parte dos usuários sobre o conhecimento dos lugares, trajetos realizados diariamente, relações com os vizinhos e comerciantes. Todos esses fatores se acumulam e se combinam, produzindo um lugar de reconhecimento para esse usuário.

Desse modo, de uma maneira simplificada, o bairro pode ser considerado uma “área com características homogêneas reconhecido por indicadores que se mantêm contínuos ao longo da região e descontínuos no restante do espaço urbano”, segundo conceitua Lynch (1997, p. 115).

Nosso olhar volta-se para Campinas, que de cidade tornou-se bairro da nova capital de Goiás, Goiânia, perdendo sua autonomia e passando por significativas

transformações na sua história e paisagem. Campinas é a construção coletiva que se objetiva verificar, especialmente, em relação à sua vocação comercial.

## 1.2 Campininha das Flores: o povoado que precede Goiânia

Campininha, Campinas das Flores de Nossa Senhora da Conceição ou ainda Campininha das Flores, esses são alguns dos nomes presentes na história e na memória desse lugar que viria a ser posteriormente um bairro de Goiânia.

As origens de Campinas localizam-se em 1810, quando o alferes meia-pontense<sup>2</sup> Joaquim Gomes da Silva Geraes, à procura de minas de ouro no Rio Anicuns, resolveu se fixar na região e formar uma fazenda, atraído pela beleza incomparável daquelas terras<sup>3</sup> (CAMPOS, 1985). Como era usual no século XIX, o proprietário doou uma porção de terras para uma igreja dedicada à Nossa Senhora da Conceição, por volta de 1813, segundo Moreira (2014), que recorreu aos registros no livro de óbitos nº 1 de Campinas. A partir da formação do patrimônio religioso, algumas famílias de São Paulo e Minas Gerais se mudaram para o local, nomeando-o de Campininha das Flores. Campinas se destacava por suas belas paisagens e por ter uma terra rica. “Se situou numa vasta e pitoresca campina, de onde extraiu o nome que perpetuou. Dentro de seu território corria o límpido Córrego Cascavel” (MOREIRA, 2014, p. 23).

Conforme Moreira (2014), os moradores do povoado eram basicamente agricultores e criadores de gado. Os produtos primários de Campinas tinham um mercado interno certo. Em 1824 eram contabilizadas apenas onze casas e a capela dedicada à Nossa Senhora da Conceição. A elas somavam-se três engenhos, trinta e quatro roças e uma fazenda de gado. Estima-se que a população do povoado, até aquele momento, era de aproximadamente 45 pessoas. Dentre eles, havia pessoas vindas de municípios próximos e algumas famílias de São Paulo, Minas Gerais e até mesmo seis estrangeiros, de descendência africana, portuguesa e italiana. Como se encontrava no caminho da capital de Goiás, os transeuntes, que iam ao centro administrativo da província paravam naquele povoado para retomar as energias, reabastecer e seguir adiante (MOREIRA, 2014).

---

<sup>2</sup> Meia Ponte, atual cidade de Pirenópolis, era um arraial aurífero de Goiás, que se mantém durante o século XIX.

<sup>3</sup> Nos dias de hoje, não sobrou quase nada das belezas naturais existentes.

Essa foi a primeira fase de urbanização da Campininha, caracterizada apenas como pouso e abrigo. A produção agropecuária era somente para o abastecimento do povoado, e este teve pouco desenvolvimento ao longo desse período. Antes da vinda dos Padres Redentoristas, Mons. Ignácio Francisco de Souza (apud SANTOS, 1978), que exerceu a função de pároco em Campinas em 1891, reconheceu que o local era um pequeno povoado sem maior destaque, antigo e pobre e com comércio inexpressivo. Em seu estudo, Santos (1978) assinala a procedência, do período entre os anos de 1836 e 1900, dos habitantes de Campinas: naturais de Goiás, 61%; de Minas Gerais, 37,5%; e de outras províncias ou estrangeiros, 1,5%.

No final dos anos 1800, na segunda fase de urbanização, os caminhos para acessar a capital de Goiás se alteraram, mas Campinas continuou como rota para quem vinha do sul de Goiás, em decorrência da proximidade com a linha férrea. Nesse sentido, Campinas atraiu pessoas de várias regiões do Brasil. Pequenos comerciantes, agricultores e criadores de gado vieram habitar a região. Entretanto, o que impulsiona o seu crescimento é a chegada em Campinas, em 1894, dos Padres Redentoristas da Congregação do Santíssimo Redentor da Baviera, sul da Alemanha. Estabeleceram-se no povoado para cuidar da romaria do Divino Espírito Santo que acontecia em Barro Preto.<sup>4</sup>

Naquele momento, o povoado tinha por volta de quatrocentos habitantes e crescia em ritmo lento. E, conforme depoimento de Padres Redentoristas, possuía em torno de trinta casas edificadas (SANTOS, 1978). Todas apresentavam uma arquitetura pobre e a igreja estava a ponto de ruir, com seu entorno rodeado de mato (MOREIRA, 2014). Os Redentoristas ainda salientaram que “Campininha era apenas um arraial, sem comunicações, sem conforto, longe do mundo civilizado, com apenas dois arremedos de ruas: a de baixo e a de cima, alguns casebres de adobe, a igreja bem pequena” (SANTOS, 1978, p. 50). Essa situação coaduna-se com a descrita por Marx (1991, p. 52), que, ao refletir sobre a realidade dos pequenos povoados, dos arraiais e dos aldeamentos, mais próximos ou afastados das vilas e poucas cidades coloniais brasileiras, avalia que era limitada ao essencial, apresentando “um modesto casario em torno de uma igrejinha, um terreiro por vezes relativamente vasto, poucas ruas ou ruelas e becos”.

---

<sup>4</sup> Barro Preto é a antiga nomenclatura que se refere à cidade de Trindade, GO.

Os padres introduziram novos costumes e alteraram a vida do lugar e de toda a região. A contribuição dos religiosos marcaria para sempre a vida dos campineiros. Ali construíram o seu primeiro convento e uma segunda capela em 1900 (CAMPOS, 1985). Desse momento em diante, a casa dos padres passou a ser o ponto de parada de todos aqueles que transitavam para a capital ou até mesmo ao sul de Goiás.

Oliveira (2003b) relata que, por volta de 1896, o fluxo comercial e de pessoas que vinham de Minas Gerais e iam até a capital de Goiás era preferencialmente por Campinas, com a ampliação da linha de ferro até a cidade de Araguari, MG, que distava aproximadamente 265 quilômetros de Campinas, como anteriormente citado. Por esse motivo, houve desenvolvimento comercial e populacional do povoado, contribuindo para sua elevação à categoria de vila em 1907 e à de cidade em 1914. Como a cada ano a linha férrea era aumentada, o acesso ao povoado era facilitado, pois encurtava a distância entre as cidades do Triângulo Mineiro e Campinas.

Vale assinalar que as ferrovias tiveram um importante papel na expansão comercial, dada a busca por mercados consumidores potenciais no interior do Brasil. “Em Goiás, essa ligação se seu através da conexão dos trilhos da Mogiana com a Estrada de Ferro de Goiás, realizada em 1911, interligando o Triângulo Mineiro ao sudeste goiano” (NUNES, 2000, p. 72). O abastecimento de produtos para o comércio, em 1909, era feito em Araguari, MG, ponto final da estrada de ferro (como já referido anteriormente), o que significava que as mercadorias percorriam longas distâncias em lombos de burro até chegar à cidade.

Esse aumento do fluxo de pessoas pelo povoado de Campinas provavelmente acarretou o surgimento de doenças até então desconhecidas do local. A que causou mais danos na sua população foi a varíola. O arraial foi afetado por surtos dessa doença três vezes: 1904, 1910 e 1926. O mais conhecido deles foi o de 1904, conforme detalhado em relatório feito pelo delegado sanitário Laudelino Gomes de Almeida, médico contratado pelo governo para controlar a epidemia. A “bexiga”, como era chamada o surto, colocou em prova a caridade dos Padres Redentoristas. Almeida (1904, p. 1)<sup>5</sup> descreve como o surto de varíola teria se iniciado:

Surgia festeiro e alegre o ano de 1904. Infelizmente, porém, não havia janeiro decorrido por completo, quando um homem, alquebrado de forças, arrastando-se febril, e com erupção pelo corpo, abrigara-se em uma meia-água aberta numa casa em arcabouço, possuindo só a cobertura e uma parte

---

<sup>5</sup> Trata-se de manuscrito que se encontra no acervo do Arquivo Histórico Estadual de Goiás em documentos diversos (Caixa 01. Campinas 1839-1910).

onde morava uma família, marido e mulher, em frente a um paiol de milho de propriedade do senhor Deocleciano Antônio da Silva, moço distinto, por todos os motivos, atual subdelegado de polícia, cargo que exerce com geral aplauso e onde se conduz com fidalguia, negociante e exemplar pai de família. Nesta casa estive o viajante um dia, transferindo-se depois para o paiol. No outro dia, soube-se chamar o forasteiro José Alves, e ser praça do exército, procedente do Rio de Janeiro, com destino à Capital Goyana para incorporar-se ao destacamento ali postado. Passou-se isso em 8 de janeiro. No dia 17 do mesmo mês, melhor, prosseguiu em sua jornada, acompanhado de uma mulher de cor preta. O seu corpo tinha sido invadido por uma erupção que começava a secar. A varíola, pela primeira vez transportada para essas paisagens, era então desconhecida completamente e as pessoas, que viram e trocaram palavra com o doente, acreditaram-no vítima de umas cataporas bravas, que diziam estavam grassando concomitantemente com a coqueluche pelas redondezas.

Apesar das doenças, o comércio do povoado foi se sedimentando em decorrência da sua localização e do aumento do fluxo de pessoas. Daquele momento em diante, dois nomes tiveram muita relevância para o comércio na Campininha: Licardino Oliveira Ney,<sup>6</sup> que veio de Minas Gerais e se estabeleceu na cidade em 1908, e Honestino Guimarães, advogado e farmacêutico, vindo de Bela Vista.

Licardino Oliveira Ney (1975), em sua autobiografia, afirma que quando iniciou suas atividades no comércio, em 1909, Campinas possuía apenas duas casas comerciais, sendo os proprietários Coronel José Rodrigues de Moraes Filho e Joaquim Lúcio Tavares, que viria, posteriormente, a ser o sogro de Licardino. Joaquim Lúcio, fazendeiro e comerciante, convidou Licardino para ser seu sócio na loja, de pronto aceite. Licardino dedicou especial atenção ao comércio. Inclusive, tentou atrair clientes fazendeiros, pois estes tinham mais poder de compra que os fregueses da cidade. A freguesia era conquistada mediante esforços e muita propaganda. Segundo seu relato, domingo era o dia em que mais negócios se faziam. Era costume agradar o freguês com um cafezinho servido no balcão.

A loja, que nos dias de hoje poderia ser considerada um bazar ou armazém de secos e molhados, vendia de tudo um pouco, conforme Ney (1975, p. 21): “maná, ruibarbo, sal de Glaubert, sal amargo, pílulas grãos de saúde, de Reuter, ferragens, chapéu, calçados, sal, arame e ferro em barra. Havia até balança para pesar os sais da farmacopeia brasileira”. Dada a sua grande importância no ramo do comércio, Licardino Ney foi nomeado, posteriormente à construção de Goiânia, para o cargo de

---

<sup>6</sup> Licardino de Oliveira Ney foi comerciante e morador de Campinas, GO, desde 1908. Foi nomeado Prefeito por meio do Decreto nº 671, de 2 de fevereiro de 1931. “O interventor Federal neste Estado resolve exonerar, a pedido, o Dr. José do Egypto Tavares do cargo de prefeito de Campinas e nomear para substituí-lo o Cel. Licardino de Oliveira Ney - Palácio da Presidência do Estado de Goyaz, 02/02/1931 (Dr. Pedro Ludovico Teixeira/José Honorato da Silva e Sousa)” (NEY, 1975, p.30).

deputado da Junta Comercial.<sup>7</sup> Foi um homem empreendedor, construiu a primeira casa de alvenaria em Campinas em 1920, que foi considerada uma novidade na época, pois a maioria das construções existentes era de adobe (NEY, 1975).

Posteriormente, Honestino Guimarães mudou-se de Bela Vista para Campinas. Inicialmente, montou um armazém de secos e molhados, do qual acabou desistindo, e então abriu uma farmácia. Honestino Guimarães também era funcionário público, exercendo o cargo de subpromotor público de Campinas. Solicitou exoneração em 23 de fevereiro de 1914, pois estava de mudança para Anápolis.<sup>8</sup>

Somente no início do século XX é que apareceram os primeiros registros em fontes oficiais sobre o comércio em Campinas. Conforme o recenseamento do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 1920, o distrito de Campinas já possuía 4.428 habitantes brasileiros e 17 estrangeiros, e o mesmo recenseamento, embora não apresente o total da população urbana, indica as atividades profissionais, separadas por sexo:

**Quadro 1** - Recenseamento de 1920

Atividade	Homens	Mulheres
Agropecuária	797	88
Indústria	40	4
Comércio	16	1
Profissional liberal	19	2
Serviço doméstico	04	1
Administração	03	0
Transportes	01	0

Fonte: Relatório paroquial (apud SANTOS, 1978).

Observa-se que a agropecuária ainda era a atividade preponderante, seguida da indústria e do comércio. As indústrias, nesse período, eram compostas principalmente de beneficiamento de arroz, fábricas de cerâmicas e madeireiras. Os profissionais liberais já estavam presentes, o que denota a conformação de uma cidade de fato.

<sup>7</sup> A Junta Comercial é um órgão governamental que registra atividades relativas a empresas e sociedades empresariais. Cada estado tem sua Junta Comercial própria com o acervo de registros de empresas em todas as cidades daquele estado. Dr. Pedro Ludovico Teixeira, então governador do Estado, nomeou os senhores comerciantes Licardino de Oliveira Ney, Agnelo Arlinton Fleury Curado, Abel Gomes Pinto e Antenor Berquó para o cargo de deputado da Junta Comercial, pelo Decreto nº 1.831, de 27 de março de 1937 (NEY, 1975).

<sup>8</sup> Informação retirada do manuscrito enviado por Honestino Guimarães ao Sr. Dr. Olegário Pinto, que foi presidente do Estado de Goiás de 1913 a 1914, em 23 de fevereiro de 1914. Este documento encontra-se no Arquivo Histórico Estadual de Goiás, Campinas, Caixa 01, 1839-1910.

Em relação à população da cidade, reconhece-se que com a vinda de mais religiosos houve um incremento dela. Além dos padres alemães, como já mencionado, também chegaram à pequena cidade em 1921 as Irmãs Franciscanas, igualmente provindas da Alemanha, para fundar o Colégio Santa Clara, em 1922. Ainda que não computada no recenseamento de 1920, a vinda das freiras indica a relevância que o lugar estava adquirindo na região.

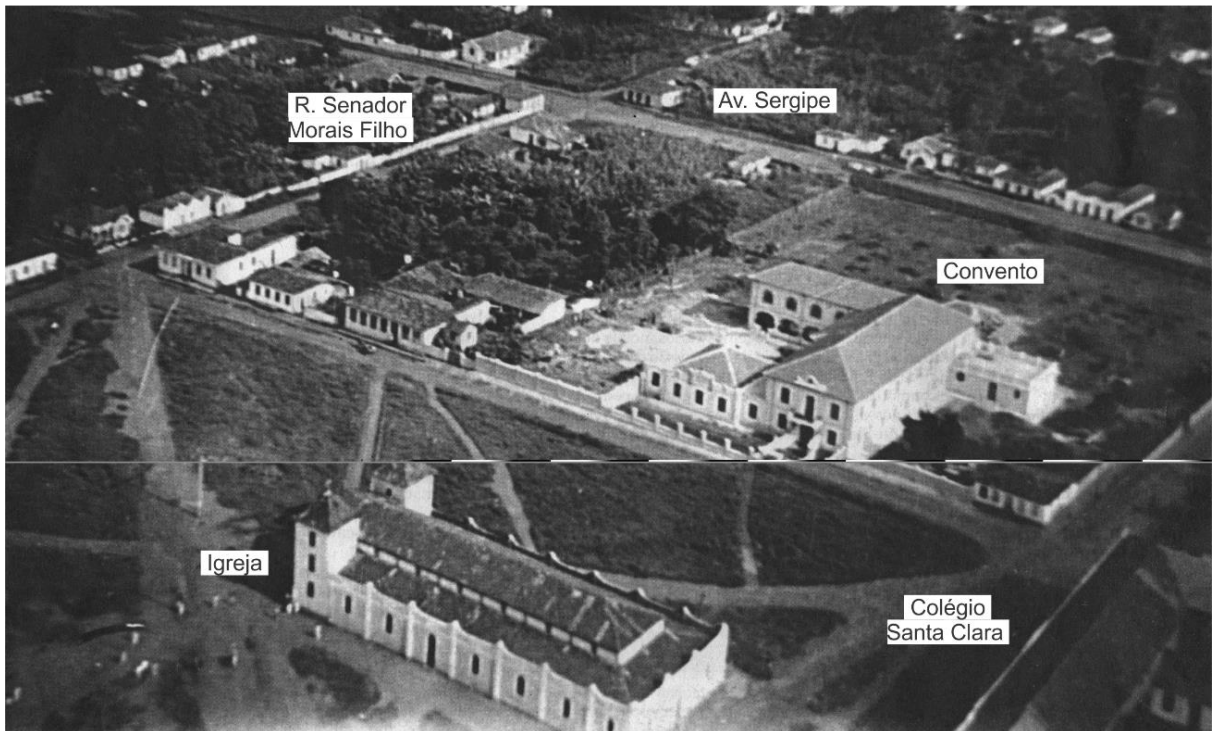
Acerca da paisagem urbana daquele momento, verifica-se, por meio de imagens fotográficas, que o comércio se concentrou nas proximidades dos edifícios religiosos. É possível observar algumas lojas comerciais no entorno da igreja, do convento (atual Centro Cultural Gustav Ritter) e do colégio das Irmãs Franciscanas. Nota-se que o comércio se localizava na Rua Senador Moraes Filho e na atual Avenida Sergipe, no perímetro antigo da cidade. Essa avenida era a única a fazer a ligação com Trindade, possuindo um fluxo maior de pessoas (Figura 1 e 2), e foi se tornando um local ideal para a instalação de casas comerciais. Notam-se construções que possuem duas, três e até quatro portas voltadas para a rua, o que permite concluir que eram casas comerciais. As residências apresentavam somente uma porta de acesso para a rua. As janelas também se abriam para ela.



- |                          |                               |
|--------------------------|-------------------------------|
| ● Núcleo urbano pioneiro | - - Limite de Campinas        |
| ① Igreja                 | ③ Colégio Santa Clara         |
| ② Convento               | ④ Praça Coronel Joaquim Lúcio |

**Figura 1** - Núcleo pioneiro de Campinas<sup>9</sup>  
 Fonte: Google Earth, editado pela autora, 2017.

<sup>9</sup> O traçado viário e o núcleo pioneiro de Campinas são patrimônios culturais, em nível federal, pela Portaria n.º 507, de 18 de novembro de 2003, e Processo n.º 1500 T/2002, Decreto-Lei n.º 25/1937.



**Figura 2** - Igreja, convento e lojas comerciais de Campinas, final da década de 1940.  
 Fonte: Acervo Hélio de Oliveira, editado pela autora, 2017.

Nesse momento inicial, a paisagem da cidade foi se alterando devagar. Vale o registro de que o conjunto urbano seguiu a ordem de qualquer cidade colonial brasileira, ou seja, em que se destacam edifícios religiosos, o urbano e o arquitetônico, com edifícios residenciais e comerciais constituindo a massa edificada, sem grandes distinções, morfologicamente semelhantes.

Naquele primeiro século de existência, Campinas era um povoado com poucas pessoas e construções. Passou por momentos de estagnação, sem modificações significativas. A vinda dos Padres Redentoristas e, posteriormente, das Irmãs Franciscanas, foi um evento de significativa importância à pequena cidade.

### 1.2.1 *Os Padres Redentoristas, as Irmãs Franciscanas e o Colégio Santa Clara*

Como mencionado, o povoado da Campininha, em 1824, possuía uma pequena capela dedicada à Nossa Senhora da Conceição. Em 1836, a capelinha, que ainda não tinha padre permanente, é elevada à categoria de Capela Curada, sendo o padre Basílio Antônio de Santa Bárbara de Almeida o seu primeiro vigário. Em 1843 passa à categoria de Paróquia autônoma de Bonfim<sup>10</sup> e se torna um referencial

<sup>10</sup> Bonfim é a antiga nomenclatura que se refere à cidade de Silvânia, GO.

polarizador de fiéis que estavam em busca da santa missa, de graças e penitências, celebrações de casamentos, batizados e festas religiosas tradicionais (GOMES, 2012). Mais tarde, essa capela viria a ser a Matriz de Nossa Senhora da Conceição (Figura 3).



**Figura 3** - Igreja Matriz de Nossa Senhora da Conceição, 1954.  
Fonte: OLIVEIRA, 2012, p. 173.

Antes de tratar sobre a Matriz de Nossa Senhora da Conceição, é necessário entender o papel do Santuário de Barro Preto (atual Santuário Basílica do Divino Pai Eterno) e a contribuição dos religiosos nesse contexto. Como já referido antes, os Padres Redentoristas vieram da Alemanha para dar maior assistência religiosa à romaria de Barro Preto, que crescia a cada ano. Contudo, acabaram escolhendo Campinas para morar. Em 1980, o fazendeiro Constantino Xavier Maria e sua família, vindos de Minas Gerais, fixaram-se na região onde é hoje Trindade. No local, construíram uma capela para devoção a Santíssima Trindade, após a descoberta de um medalhão<sup>11</sup> em suas terras. Com a participação cada vez maior de devotos de

<sup>11</sup> Certo dia, durante o trabalho no campo, a enxada de Constantino Xavier acertou algo rígido, que não se parecia com uma simples pedra. Era um belíssimo medalhão de barro, de aproximadamente 8 cm, onde estava representada a Santíssima Trindade coroando a Virgem Maria. Desde a descoberta do medalhão, por volta de 1840, os devotos do Divino Pai Eterno saem de vários lugares com um destino: o Santuário Basílica do Divino Pai Eterno, em Trindade, GO, um lugar de paz, onde os fiéis buscam sentido para a vida, alívio para as dores e agradecem as graças recebidas, segundo o portal do Santuário. Disponível em: <<http://paieterno.com.br/site/romaria/historia/>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

vários pontos do estado, a romaria foi ficando mais significativa. Em 1850, dona Ana Rosa, esposa de Constantino Xavier, assinou uma escritura para doação de terras à igreja. Em 1911 os Padres Redentoristas construíram uma igreja no local da capela existente, para dar continuidade à prática da devoção à Santíssima Trindade, administrar e orientar a romaria. Cabe o registro de que em 16 de julho de 1920 o distrito de Trindade se separa de Campinas, emancipando-se (MOREIRA, 2014).

Gomes (2012) destaca que, com a nomeação do bispo Dom Eduardo Duarte da Silva para Goiás, em 1891, Campininha das Flores começou a ter maior importância em relação a Barro Preto e à Cidade de Goiás, que era a então capital do Estado. O bispo, em viagem à Europa em 1893, solicitou, junto a várias congregações, religiosos para cristianizarem as romarias no interior do Brasil. Para tal missão, o bispo conseguiu sacerdotes bávaros, do sul da Alemanha. Os primeiros missionários alemães foram os padres Gebardo Wiggerman, João da Mata Spath e Miguel Siebler, juntamente com o diácono Lourenço Hubbauer e os irmãos coadjutores Norberto Ulrico, Geraldo e Floriano, além do padre Vicente Grilhisl (MOREIRA, 2014).

A chegada dos Padres Redentoristas na Campininha em 1894, conforme estudos de Gomes (2012), contribuiu significativamente, como já referido, para o crescimento do povoado. Os religiosos residiam próximos ao Córrego Cascavel, onde construíram o Convento São José – que já não existe mais – e uma nova igreja, que mais tarde levaria o mesmo nome<sup>12</sup> (Figura 4). Dedicaram-se aos ofícios religiosos da paróquia e ficaram responsáveis pelas missões religiosas em Campinas e Trindade.

Campinas e Trindade receberam grandes melhoramentos com a atuação dos religiosos. Dos vários benefícios realizados, podem ser elencadas a instalação, em 1921, da primeira usina hidrelétrica em Campinas e a edição do primeiro jornal. Em 1922, colaboraram com as Irmãs Franciscanas na fundação do Colégio Santa Clara e introduziram a primeira motocicleta em Campinas. Em 1924 foi a vez da instalação do primeiro telefone do Estado entre Campinas e Trindade, bem como do relógio na torre da igreja (MOREIRA, 2014). Além disso, podem ser citadas a implantação da primeira serraria e ainda de novas técnicas de pastagem, moendas de cana, moinhos de trigo e milho, e a fabricação de vinho. Empenharam-se intensamente para conseguir uma

---

<sup>12</sup> A Igreja de São José fazia parte do antigo convento dos Padres Redentoristas, que depois veio a se tornar Seminário São José. Foi tombada como patrimônio cultural, em âmbito estadual, pelo Processo do CEC n.º 302/81 (2.100-2.299/82), Despacho n.º 1.096, de 18 de outubro de 1982.

linha regular de automóvel entre Roncador<sup>13</sup> e Trindade (MOREIRA, 2014). Todas essas atividades influenciaram direta ou indiretamente no desenvolvimento comercial da pequena cidade.



**Figura 4** - Igreja de São José, construída em 1901.  
Foto: Daniele Severino, 2017.

De acordo com Moreira (2014), o padre Matias Prechtel, então Provincial dos Redentoristas na Alemanha, em visita ao convento de sua congregação em Campinas no ano de 1920, observou a necessidade de fundar um colégio dirigido por religiosas, para possibilitar a educação cristã da juventude. Ao mesmo tempo, as religiosas poderiam contribuir e auxiliar os Padres Redentoristas.

Assim, de volta à Alemanha, o padre expôs seu projeto para a Superiora Geral das Irmãs Franciscanas, fazendo o pedido para liberação de algumas irmãs para realização do empreendimento. Após a superiora pedir um tempo para refletir e aconselhar-se, ao final do mesmo ano, consente em fundar uma Casa da Congregação em Goiás (MOREIRA, 2014).

---

<sup>13</sup> Roncador é a antiga nomenclatura para o atual município de Urutaí, GO, posicionado na rota da linha férrea do estado.

Conforme Moreira (2014), quatro religiosas, Irmãs Franciscanas da Terceira Ordem, se ofereceram para vir ao Brasil: Maria Vordemayer, professora de trabalhos manuais; Maria Benedita Tafelmeier, professora licenciada em pedagogia; Maria Ludmilla Schoropp, costureira, e Maria Willibalda Maier, responsável pelos trabalhos domésticos. As voluntárias receberam as primeiras noções de língua portuguesa ainda na Alemanha, com o padre brasileiro Miguel Poce, que estudava na cidade.

As irmãs deixaram a Alemanha, com destino a Goiás, em agosto de 1921, e a travessia marítima teve a duração de dezessete dias. Permaneceram algumas semanas em Aparecida do Norte, para estudar a língua, os métodos de ensino, os costumes da nova terra e manter contato com o povo. No dia 10 de outubro do mesmo ano, partiram para Goiás, onde chegaram no dia 16 de outubro, na última estação da linha férrea: Roncador. O percurso entre Roncador e Campinas foi feito de automóvel, que era uma novidade na época. As irmãs foram recebidas com muito carinho pela população de Campinas que estava posicionada no Largo da Matriz (MOREIRA, 2014).

A casa em que as irmãs se instalaram era o local onde posteriormente seria construído o Colégio Santa Clara (MOREIRA, 2014). Em janeiro de 1922 o curso primário foi aberto. Na imagem (Figura 5), nota-se a casa onde as irmãs moravam e, ao lado, o primeiro bloco do colégio, com a arquitetura um pouco diferenciada. As edificações foram construídas com paredes de adobe, telha colonial, janelas e portas de madeira, ainda que o colégio apresente janelas maiores e um pequeno frontão com uma espécie de óculo e um desenho diferenciado das aberturas logo abaixo. No momento da fundação da nova capital Goiânia, em 1933, era o único colégio existente. Depois vieram outros. De 1922 a 1967 o colégio manteve aberto um internato, tendo recebido moças de todo o Estado. No colégio havia uma formação de alto nível: se aprendiam francês, desenho, artes manuais, tricô, entre outras atividades.



Figura 5 - Colégio Santa Clara, 1928.  
Fonte: Colégio Santa Clara (2017).

Na década de 1930, um padre chamado Antônio Lisboa fez um projeto para adaptar a fachada do colégio (Figura 6). Nota-se que, nessa década, um dos edifícios do colégio possuía somente um pavimento, tendo sido feito seguindo o projeto do padre. Já o outro possuía dois, ambos com platibandas nas fachadas frontais. Existia uma mureta de alvenaria que fechava o lote, acusando um afastamento das vias públicas e a criação de um pequeno jardim. A fachada do edifício térreo era bem elaborada, continha vários elementos decorativos, aproximando-se de uma linguagem eclética. Ao lado, lembrando suas origens vernaculares, existia uma casa nos moldes tradicionais, com telhado aparente, e se posicionava na testada do lote. Não havia ainda calçadas nem pavimentação nas ruas (Figura 7).



Figura 6 - Projeto de fachada Colégio Santa Clara, década de 1930.  
Fonte: Colégio Santa Clara (2017).



**Figura 7** - Colégio Santa Clara, década de 1930.  
Fonte: Colégio Santa Clara (2017).

É inegável a contribuição dos Padres Redentoristas e das Irmãs Franciscanas ao povoado da Campininha. Muitos deles viveram até os seus últimos dias na Campininha, outros foram transferidos de paróquia e colégio para outras cidades, e ainda houve casos em que voltaram para a Alemanha. Eles não mediram esforços para que o povoado se desenvolvesse, aplicando seus conhecimentos em muitas áreas, realizando obras que ainda podem ser encontradas por lá. Ao conjugar religião, educação e inovação, esses religiosos ajudaram a fortalecer o comércio de Campinas.

### 1.3 De cidade a bairro: a construção da nova capital

Em 1930, os moradores da Campininha levavam uma vida pacata, como em qualquer cidade do interior do Brasil. Na Cidade de Goiás, a então capital do Estado, o interventor federal Pedro Ludovico Teixeira decidiu mudar a capital de lugar e para isso urgia escolher um local para a construção da nova cidade (OLIVEIRA, 2003b). Gonçalves (2002, p. 25) avalia que “o Interventor estava comprometido com o progresso e o desenvolvimento econômico do Estado. A modernidade que se instalou em Goiás nos anos 30 nada mais era do que reflexo da era Vargas”. Manso (2001, p.32) ainda pontua que “a eclosão de um movimento nacionalista e integrador, de inspiração getulista, denominado Marcha para o Oeste foi de extrema importância para o intento mudancista”. E completa:

A Marcha para o Oeste era um programa governamental que buscava o avanço capitalista para o interior do País, consolidando os planos político-econômicos de Vargas e Pedro Ludovico. Como movimento civilizador, deixou uma herança agrária e urbana que permeia todo o processo sociocultural da capital e fundamenta a criação de símbolos capazes de traduzir sua heterogeneidade e de construir, com a nova capital, a representação de sua face mais dinâmica, de sua existência mais justificada: a modernidade. (MANSO, 2001, p. 34).

Goiânia nasceu diante da Marcha para o Oeste e se utilizou de Campinas para apoio em sua construção. No ano de 1931, Licardino Oliveira Ney (NEY, 1975) foi nomeado prefeito de Campinas, permanecendo no cargo até 1935, data em que Campinas passa a ser bairro da nova capital. Foi uma figura muito atuante, tendo contribuído de forma significativa para o crescimento da cidade de Campinas. Das obras públicas que foram executadas durante seu mandato, podem ser destacados: a praça Coronel Joaquim Lúcio e o coreto (Figura 8), o Grupo Escolar Pedro Ludovico (depois Henrique Silva (Figura 9), a Cadeia Pública (situada na praça Coronel Joaquim Lúcio), a avenida 24 de Outubro (Figura 10). Das obras particulares, construiu o Campinas Hotel (Figura 11), com dois pavimentos, localizado na praça Coronel Joaquim Lúcio, e o edifício Oliveira Ney, com três pavimentos, todos em alvenaria, apontando a influência da nova capital.



**Figura 8** - Praça Coronel Joaquim Lúcio e coreto (1935).  
Fonte: NEY, 1975.



**Figura 9** - Grupo Escolar Pedro Ludovico.  
Fonte: NEY, 1975.



**Figura 10** - Avenida 24 de Outubro (1935).  
Fonte: Eduardo Bilemjian (foto gentilmente cedida por Eliézer Bilemjian).



**Figura 11** - Praça Coronel Joaquim Lúcio e Campinas Hotel.  
Fonte: Eduardo Bilemjian (foto gentilmente cedida por Eliézer Bilemjian).

Em 1932, o interventor Pedro Ludovico Teixeira decretou a mudança de capital, nomeando uma comissão<sup>14</sup> para a escolha do lugar. O dia 3 de janeiro do mesmo ano foi escolhido pela comissão para definir os possíveis locais que atenderiam à construção da nova capital. Quatro localidades foram indicadas: Pires do Rio, Bonfim, Batá (Ubatan) e Campinas. Para tanto, dever-se-ia levar em consideração que essas localidades possuísem os requisitos básicos para sustentar a nova capital, como abundância de água, bom clima, topografia adequada e proximidades com a estrada de ferro (CHAUL, 1999). A comissão analisou as várias regiões, até ser escolhida Campinas, por suas características favoráveis, como estar em uma grande planície.

Situada numa extensa e vasta planura, na altitude de 700 (setecentos) metros sobre o nível do mar, circundada pelos rios “Meia Ponte” e “Anicuns” e o ribeirão “Cascavel”, Campinas oferece todos os requisitos topográficos indispensáveis para a construção de uma linda cidade moderna e salubérrima. Depois de termos examinado atentamente a topografia local, dentro de um raio de 12 (doze) quilômetros, notamos que a posição mais apropriada para a construção da nova Capital se acha em rumo 130 (cento e trinta) graus de Campinas e a mais ou menos sete quilômetros de distância, num belíssimo planalto [...] Considerando que Campinas se acha situada no ponto cêntrico da parte mais povoada do Estado e a sua topografia das mais apropriadas e belas para construção de uma cidade urbanamente moderna, entre um vasto perímetro de terras de ótimas culturas todas cobertas com matas de superior qualidade e que enormemente facilitarão a construção da nova cidade; a Subcomissão é de parecer que a nova Capital seja construída em Campinas ou Bonfim. (MONTEIRO, 1980, p. 42).

Foram enviados então, ao interventor, uma ata e o relatório elaborado pela comissão técnica, confirmando Campinas como local adequado e escolhido para ser a futura capital, tendo em vista sua localização e topografia. O presidente da comissão sugeriu ao interventor que ouvisse a opinião de um dos mais competentes urbanistas brasileiros, Armando de Godoy,<sup>15</sup> que esteve em Campinas acompanhado dos engenheiros Benedito Neto de Velasco e Americo de Carvalho Ramos (MONTEIRO, 1980). Após essa visita, o urbanista e sua equipe assim concluíram:

Campinas está de fato situada em uma magnífica região, indiscutivelmente, preparada pela natureza para servir de sede a uma moderna cidade [...] Uma das circunstâncias que mais deveriam ter influído [...] foi a de se encontrar a

---

<sup>14</sup> O Decreto-Lei nº 2.737, de 20 de dezembro de 1932, foi o primeiro ato que materializou a ideia da transferência, assinado pelo interventor federal Pedro Ludovico Teixeira, nomeando uma comissão para escolher o local onde seria edificada a nova capital goiana. Esta comissão foi presidida por Dom Emanuel Gomes de Oliveira, bispo de Goiás, e composta por João Argenta (engenheiro urbanista), Colemar Natal e Silva (advogado), Laudelino Gomes de Almeida (médico e diretor do Serviço Sanitário), Jerônimo Fleury Curado (engenheiro do estado), Antônio Augusto de Santana e Gumercindo Ferreira (comerciantes) e Antônio Pirineus de Souza (coronel do Exército).

<sup>15</sup> Armando Augusto de Godoy foi um dos pioneiros da discussão do planejamento urbano no Brasil (MONTEIRO, 1980, p. 67).

pequena distância da linha férrea que penetra no Estado, distância que pode ser vencida em Campinas [...], e a de estar no local em questão no centro da zona mais próspera e habitado do Estado de Goiás. O referido local é como que o centro de gravidade da mencionada zona, de onde provêm os recursos e os elementos de vida do Estado. [...] Graças à sua suave declividade que se nota nas formosas ondulações nos arredores de Campinas, o problema dos esgotos será resolvido sem exigir consideráveis dispêndios. É outrossim necessário que se faça referência à fertilidade dos terrenos do que ora me ocupo. Pude constatar-la visitando algumas lavouras existentes no local. Vi alguns milharais já nas vésperas de se fazer a colheita. [...] Em suma, as plantações e o gado que pude ver indicam que os terrenos são magníficos para a cultura de cereais, algodão, fumo, frutas e para a pecuária. Em Campinas há uma propriedade pertencente a missionários alemães que nela cultivam várias frutas, inclusive a uva [...]. (MONTEIRO, 1980, p. 60).

Em maio de 1933, o interventor Pedro Ludovico publicou o Decreto nº 3.359, definindo que a região às margens do Córrego Botafogo, que compreendia as fazendas Criméia, Vaca Brava e Botafogo, do município de Campinas, fosse o local escolhido para a construção da nova Capital. O mesmo decreto deu o prazo de dois anos para a concretização da transferência da Capital, que seria estendido por mais um ano posteriormente.

Em 2 de agosto de 1935 foi editado um dos mais importantes decretos-lei, o de número 327, para a vida estadual. Esse decreto determinava a criação do município de Goiânia, com sede na cidade com mesmo nome, assim como o estabelecimento da Comarca de Goiânia, que ficou subordinada ao Distrito de Campinas, por meio da fusão de Campinas, Hidrolândia e parte de territórios de Anápolis, Bela Vista e Trindade. Nesse momento, a cidade de Campinas passou à categoria de Distrito de Goiânia (CAMPOS, 1985). Assim, Campinas torna-se o apoio à construção da nova capital:

Campinas [...] era um lugarejo típico das cidades coloniais instaladas à beira das estradas e desenvolvidas ao redor do largo da matriz. Em 1932, Campinas contava com 14.300 habitantes (absorvidos dos municípios de Hidrolândia e Campinas), malha urbana definida e um pequeno centro comercial. Escolhido o local para a construção da nova capital, ao interventor restava um novo desafio: a obtenção de terras que margeassem a área escolhida nas proximidades da antiga cidade de Campinas, que em 1936 se viu transformada em bairro de Goiânia. Os terrenos não edificadas da cidade de Campinas pertenciam, principalmente, ao patrimônio da Igreja Católica, enquanto a zona rural adjacente ao núcleo urbanizado, excetuada a área leste que fora alienada ao estado, pertencia a particulares. (MANSO, 2001, p. 80).

A maioria das terras para a nova cidade foi obtida por meio de doações ou compras. Cinquenta alqueires de terra foram doados por Andreino Morais e sua esposa Bárbara de Sousa Morais. Estes proprietários da Fazenda Botafogo permutaram e receberam terras anexas a sua propriedade, formando assim o

perímetro da nova capital (CHAUL, 1999). Manso (2001) pontua que, além desses cinquenta alqueires doados ao governo estadual para a implantação de Goiânia, mais um alqueire foi doado à sede do Bispado, local onde se encontra hoje a Catedral Metropolitana de Goiânia. As doações foram escrituradas em 28 de abril de 1933, na cidade de Campinas, que nesta época era pertencente à comarca de Bela Vista de Goiás. Um dos primeiros industriais do novo município, Andreilino Rodrigues de Moraes, foi quem muito contribuiu para o desenvolvimento do local. Manso (2001, p. 90) refere que ele:

Instalou cerâmicas e serrarias, criou o serviço de extração de pedras e areias – materiais indispensáveis às primeiras construções – estabeleceu transporte entre Goiânia e a então cidade de Campinas, que, juntamente com Joaquim Lúcio Tavares de Moraes, ajudou também a fundar.

Nesse meio-tempo, em cumprimento ao Decreto nº 3.547, de 6 de julho de 1933, o arquiteto e urbanista Attilio Corrêa Lima desenvolveu e entregou ao interventor Pedro Ludovico Teixeira, em 10 de janeiro de 1935, o primeiro relatório de organização e criação do projeto para a nova capital. Nesse relatório, ele revela sua opção aos princípios clássicos para se conceber a cidade, bem como que o traçado proposto obedeceu à configuração do terreno, à necessidade do tráfego, ao zoneamento e loteamento. Cada item foi cuidadosamente justificado, tornando-se a ligação da proposta do arquiteto e urbanista para o núcleo central de Goiânia.

Para a elaboração do projeto de Goiânia, Attilio tomou como inspiração exemplos de cidades europeias e norte-americanas, como “Versalhes, Karlsruhe e Washington, ou seja, um a fonte explicitamente barroca. O elemento comum mais notável entre elas era a convergência de vias para um ponto central” (MELLO, 2006, p. 39). Nesse plano para a nova capital, já é possível observar a cidade de Campinas à esquerda, fazendo ligação com o núcleo central de Goiânia principalmente pela Avenida Anhanguera. É possível observar também que existem duas demarcações no traçado da cidade de Campinas, que indicam ser a Praça da Matriz e também a Praça Coronel Joaquim Lúcio (

Figura 12).

Alguns dos detalhes importantes do projeto proposto por Attilio, segundo Manso (2001), foram no sentido de que o plano tirou o máximo proveito da topografia do terreno, sendo que o traçado adotado favorecia a drenagem por gravidade. O urbanista também se referiu às três avenidas – Goiás, Araguaia e Tocantins – que se convergiam ao centro cívico e administrativo, como avenidas de caráter monumental,

por conta das alamedas, e com caráter pitoresco, dada a grande arborização que era prevista em passeios e canteiros centrais.

Desse modo, na perspectiva do projeto moderno para a nova capital, segundo Manso (2001), a cidade se dividiria em: centro administrativo, setor comercial, zona residencial: urbana e suburbana, zona residencial operária, zona industrial, além de áreas verdes, aeroporto, traçados iniciais dos setores oeste e leste. Ainda diz a autora:

A estrutura urbana de Atílio Corrêa Lima para Goiânia privilegiou as grandes perspectivas, estabeleceu o centro administrativo como o elemento fundamental na composição, sendo visto de todos os pontos da cidade. No conjunto de vias radiais importantes que para ele convergem, a Avenida Goiás, eixo norte-sul da composição urbana de Goiânia, é a via de maior destaque, sendo tratada como uma grande alameda. No extremo norte desta avenida, situada na parte mais baixa da cidade, localiza-se a zona industrial – junto da estação ferroviária, de modo a possibilitar o seu crescimento ao longo da via de trens. O setor comercial distribuiu-se no cruzamento com a Avenida Anhanguera. Concebido pelo autor como a “área mais central da cidade, onde gravita o comércio, onde a construção é mais densa”, seu traçado em malha ortogonal privilegia o tráfego de veículos e as áreas de estacionamento. (MANSO, 2001, p. 101, grifo do autor).



- |                             |                               |                 |
|-----------------------------|-------------------------------|-----------------|
| ● Núcleo urbano de Campinas | ① Igreja                      | ③ Aeroporto     |
| ● Núcleo urbano de Goiânia  | ② Praça Coronel Joaquim Lúcio | ④ Setor Central |

**Figura 12** - Plano da Nova Capital do Estado de Goiás - Goiânia, 1933-1935, Arquiteto Urbanista Atílio Corrêa Lima.

Fonte: Acervo de imagens SEPLAM, editado pela autora, 2017.

Essa distribuição da zona comercial proposta por Attilio, pela Avenida Anhanguera, vai contribuir para o surgimento de novos edifícios e galpões comerciais nesse trecho. Essa avenida, por muito tempo, foi a única que fez ligação direta com Campinas.

Esses detalhes no projeto de Attilio muito se diferenciavam do que já era existente no traçado de Campinas. O traçado urbano de Campinas era composto por uma malha reticulada com quadras e lotes regulares, que desprezava a topografia do terreno, sem afastamentos frontais e laterais, sem setorização específica em que casas e comércios compartilham indistintamente o espaço, sugerindo o desenvolvimento do núcleo no entorno do largo da igreja, corroborando um desenho urbano tradicional.

Por causa de vários problemas, tais como a urgência da mudança da capital e a previsão de que as obras não se realizariam no prazo determinado, o governo rescindiu o contrato com a firma administrada por Attilio Corrêa Lima e convidou a construtora Coimbra Bueno e Pena Chaves Cia. Ltda. para o acompanhamento do das obras da nova cidade. Em 1935, o sócio Roberto Pena Chaves retirou-se, por não concordar com o contrato firmado para a construção da capital, e então os irmãos goianos, engenheiros residentes na Capital Federal, Jerônimo e Abelardo Coimbra Bueno tornaram-se os únicos proprietários da empresa construtora Coimbra Bueno & Cia. Ltda. (MANSO, 2001). Manso (2001, p. 177) explica o que se deu a partir desse momento:

Os Coimbra Bueno empenharam-se em submeter à avaliação de uma comissão de especialistas o plano de Attílio para Goiânia. Entendiam eles que a realização de Goiânia deveria ser consagrada como uma das maiores obras da engenharia nacional, como uma demonstração da capacidade realizadora do povo goiano. Tratava-se da fundação de uma capital em bases novas e mais modernas, sendo necessário haver ampla discussão entre os técnicos e os profissionais da engenharia brasileira. O apelo dos engenheiros visava provocar debate entre os órgãos e os técnicos mais bem reputados do país.

Desse modo, foram sugeridos ao interventor alguns nomes de técnicos que estariam aptos a participar dessa comissão, dentre os quais se encontrava Armando Augusto de Godoy, pela segunda vez. Em 1936, no período inicial de implantação do Plano de Urbanização de Goiânia, o anteprojeto de Attilio Correia Lima passou a ser estudado e analisado por Armando Augusto de Godoy, que então elaborou diretrizes para adaptações e modificações a serem realizadas no anteprojeto do plano de

urbanização de Goiânia (MANSO, 2001). As reformulações do plano ficaram prontas em 1937, como relata Mello (2006, p. 42):

Nele, só foram mantidos o Núcleo Central e o Setor Norte do projeto original de Atílio, pois era tarde para mudanças, já que as obras em andamento se baseavam nesses projetos. As transformações pretendidas, porém, eram plenas de sentido, Godoy empenhou-se na realização de um sonho: projetar e ver materializada uma cidade-jardim brasileira: Goiânia.

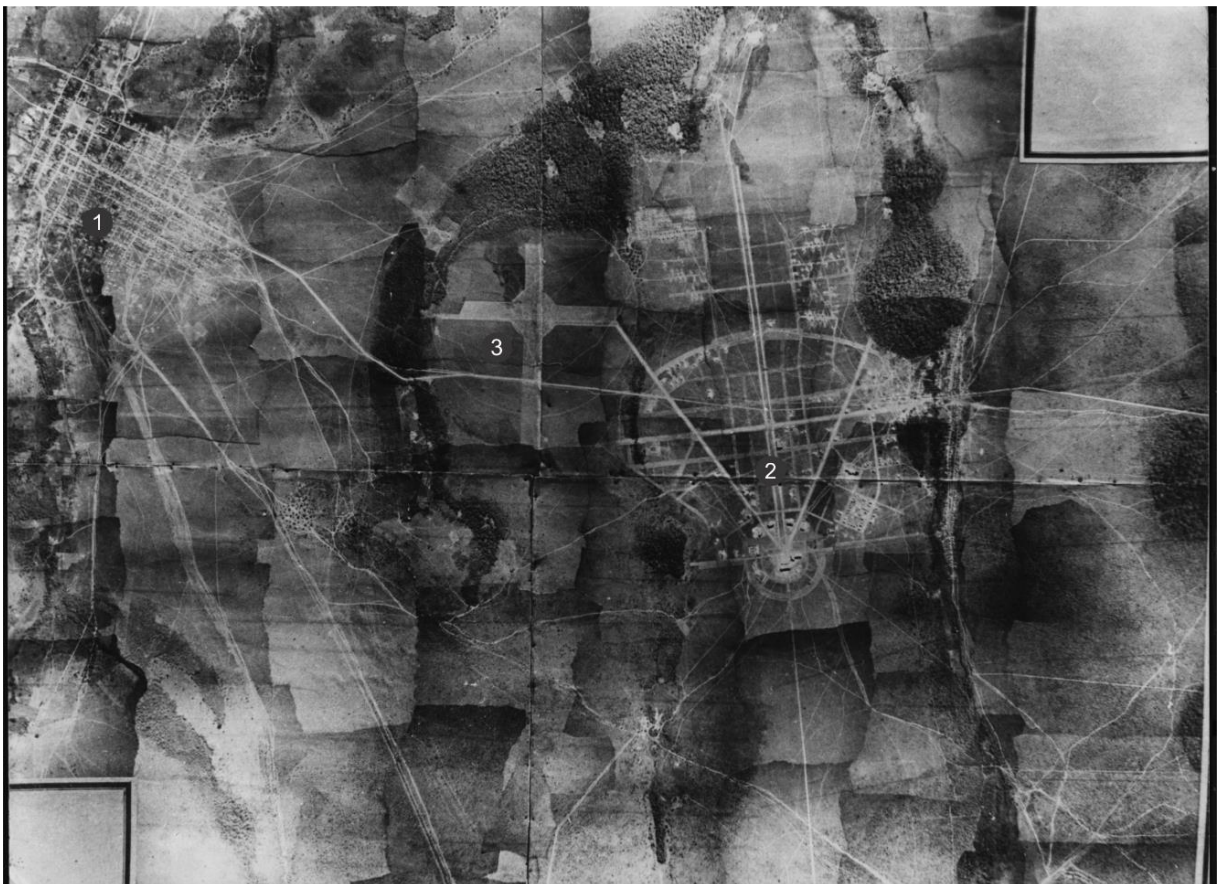
Simultaneamente, as obras para a construção de Goiânia, conforme Oliveira (2003b, p. 14), tiveram um grande impacto sobre a então cidade de Campinas, que passou por muitas transformações. Com a construção da nova cidade, vieram mais pessoas de vários estados e até mesmo de outras nacionalidades. Hotéis, postos de gasolina, casas comerciais foram construídos para atender às novas demandas que a construção de uma nova cidade exigia (Figura 13). Afirma Gonçalves (2002a, p.102):

A Avenida 24 de Outubro passou a configurar-se como a principal via e artéria de ligação com a nova capital. Era a mais importante Avenida de Campinas. Ao mesmo tempo, caracterizava-se como um grande canteiro de obras, necessitando de infraestrutura [...]. Os postes de energia elétrica e iluminação apareciam em um dos lados e no meio da pista. Ao longo da avenida surgiam toscas edificações, verdadeiros casarões com telhados coloniais de quatro águas e telha francesa. Eram os primeiros estabelecimentos comerciais, postos de gasolina e residências. Até o final da década de 30 esta configuração não sofreu maiores transformações, a não ser por alguns edifícios que começaram a imprimir um certo ar *déco* às fachadas.



**Figura 13** - Auto Posto Amazonas, Avenida Anhanguera, esquina com José Hermano.  
Fonte: Acervo Hélio de Oliveira, 2017.

Segundo Manso (2001, p. 80), com o passar dos anos e o crescimento de Goiânia, Campinas incorporou-se ao traçado da capital e, em 1935, oficialmente deixou de ser cidade-satélite, como havia sido definida no plano de Godoy, para se tornar bairro de Goiânia (Figura 14). As terras que não estavam edificadas na cidade de Campinas pertenciam à Igreja Católica ou então a particulares, segundo a mesma autora. Pode-se observar o quanto Campinas se encontrava adensada e com um traçado mais bem definido do que Goiânia, no ano de 1937, que começava a sua implantação. O aeroporto também era um divisor físico entre Campinas de Goiânia.



① Campinas    ② Goiânia    ③ Aeroporto

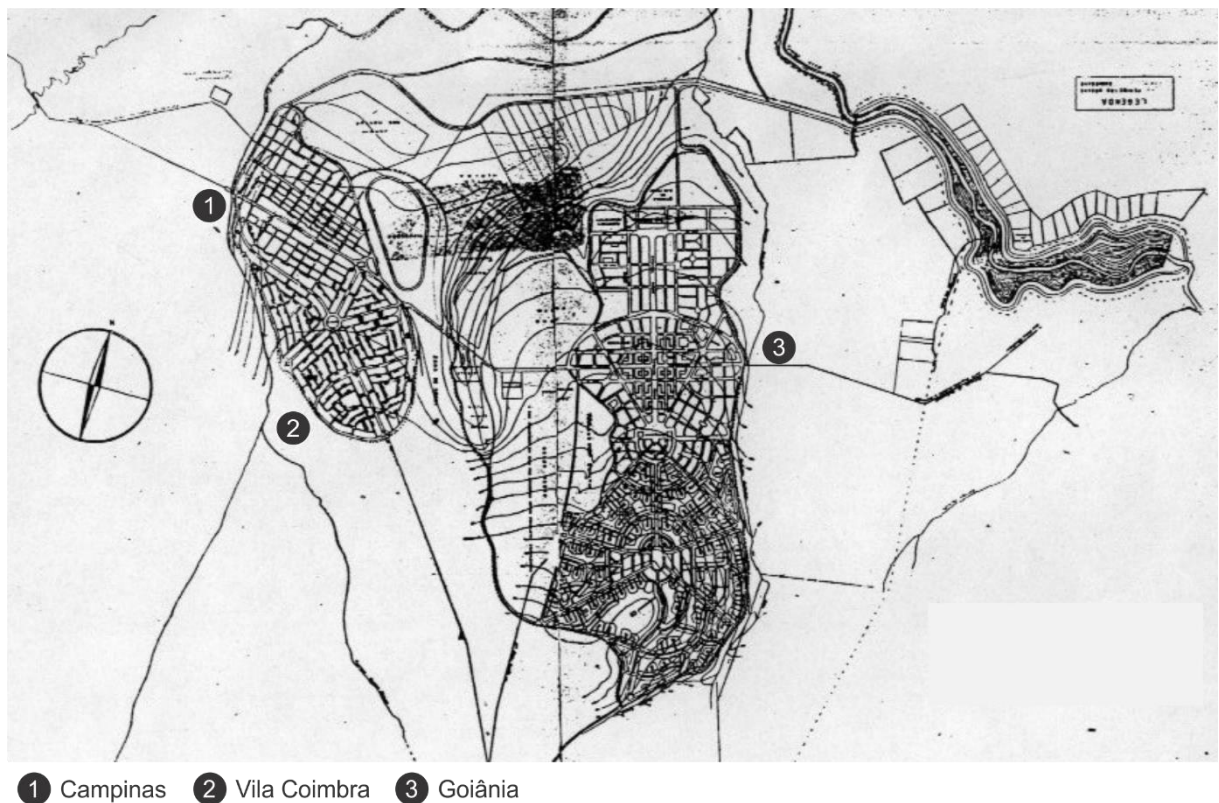
**Figura 14** - Campinas e Goiânia, 1937.

Fonte: Acervo de imagens SEPLAM, editado pela autora, 2017.

Campinas, ao longo dos anos, teve seus limites físicos alterados como definiram alguns decretos e planos diretores. Conforme Campos (1985, p. 46), “em 1938, o Distrito de Goiânia é dividido em duas zonas, sendo a primeira constituída por Goiânia e a segunda por Campinas” (Figura 15).

De acordo com Gonçalves (2002b), os irmãos Coimbra Bueno estiveram à frente de muitos empreendimentos imobiliários. A Vila Coimbra, que foi incluída no

Plano de Urbanização de Goiânia, foi um deles. O loteamento foi incluso no Decreto-Lei 90-A como bairro de Campinas – que havia sido transformada em cidade-satélite da nova capital –, após pressão dos irmãos ao interventor. O Decreto-Lei nº 11 diz que até 1949 eram proibidos os parcelamentos de novos loteamentos, o que fez com que Pedro Ludovico rescindisse o contrato com a Construtora Coimbra Bueno. A Vila Coimbra começou a ser implantada a partir do ano 1947, durante o governo de Jerônimo Coimbra Bueno, e em 1951 já se encontrava habitada.



**Figura 15** - Plano de Urbanização de Goiânia, 30 de julho de 1938.  
 Fonte: Acervo de imagens SEPLAM, editado pela autora, 2017.

Artigo do jornal *O Popular* de 19 de julho de 1943 estampou um anúncio do novo loteamento que era denominado “Setor Campinas de Goiânia”, ou Vila Coimbra, com as seguintes informações, que reforçam ainda mais Campinas como um bairro da nova capital e dão indícios de seu comércio pulsante e oportunidades, por conta de sua inclusão na planta urbanística do novo loteamento:

A exemplo do que aconteceu com os terrenos de outros setores em Goiânia, é de se presumir, sem nenhum receio de exagero ou otimismo, que a venda de lotes no Setor Campinas de Goiânia os suplante em êxito, não só por constituir uma operação fácil de aquisição como também pela situação privilegiada daquela zona que é um estímulo a emprego de capital. Não é necessário alinhar números nem fazer gráficos para demonstrar que a economia de V. S. é alcançada de maneira mais dura exatamente com a despesa com a habitação. Foi assim no passado como o é hoje, no presente.

E no futuro? Garanta-o adquirindo um dos excelentes lotes no "SETOR CAMPINAS DE GOIÂNIA", assegurando assim a tranquilidade de sua família [...].

Campinas dava o apoio necessário para a construção da nova capital, tanto no quesito moradia como também no fornecimento de materiais de construção necessários e mão de obra. Por esses motivos, Campinas teve sua ocupação acelerada, e em pouco tempo áreas entre o bairro e Goiânia foram sendo loteadas, diminuindo o vazio que existia entre elas, além de surgirem várias ocupações.

Gonçalves (2002b), descrevendo como se deu o surgimento da Vila Operária, no final dos anos 1930, também bairro de Goiânia, refere que o bairro foi uma nova área de ocupação espontânea que começou a se formar nos limites de Campinas, tendo em vista o alto preço do aluguel que era praticado no bairro, por causa do comércio, tornando inviável a moradia para algumas famílias. Gonçalves (2002b, p. 102) refere que as primeiras casas foram construídas próximas à "área onde mais tarde foram construídos o Estádio Antônio Accioly e Cemitério Santana, exatamente onde o bairro de Campinas terminava, no limite da Avenida Perimetral com a Rua Senador Jaime, próximo à Avenida Pará". Não somente a Vila Operária surgiu nos arredores de Campinas. Vários outros bairros foram preenchendo as lacunas existentes entre Campinas e Goiânia, e também muitos outros surgiram nas suas redondezas, em resposta ao rápido crescimento e, como já dito, aos altos valores de aluguéis praticados em Campinas. Geralmente, esses setores começavam como ocupações irregulares e as primeiras construções eram precárias, tendo em vista o baixo poder aquisitivo dessas pessoas (GONÇALVES, 2002b).

### 1.3.1 *Inovação na arquitetura*

Além da expansão territorial e do desenho inovador, a nova capital trouxe novidades na arquitetura dos edifícios. O estilo *art déco* foi, segundo Mello (2006), em Goiânia, uma maneira de exprimir a modernização conquistada pela mudança da capital, que também tinha a intenção de mostrar uma linha divisória entre o Estado atrasado e novos tempos de progresso e desenvolvimento. Além do *art déco*, outras linguagens arquitetônicas estiveram presentes nos primeiros edifícios de Goiânia, como a eclética, com algumas manifestações como o normando, entre outros, e o neocolonial.

O *art déco*, conforme Mello (2006), foi uma manifestação do início do século XX que nasceu das artes decorativas e recorreu a fontes heterogêneas e preexistentes. Nos anos 1930 e 1940, o estilo *art déco* tornou-se um modelo difundido em praticamente todo o território brasileiro e ficou conhecido como “estilo 1925”, em virtude de uma exposição ocorrida em Paris nesse ano, denominada Exposição Internacional das Artes Decorativas e Industriais Modernas. Alguns anos depois, a nova capital que começava a ser construída teve as suas principais obras seguindo essa linguagem. Em consequência da pouca verba, da falta de mão de obra qualificada e do isolamento da capital, o estilo *art déco* ficou mais presente nos detalhes de alguns edifícios. Para essa arquitetura, o efeito visual de uma obra não precisava obedecer a uma ordem de racionalidade.

Alguns edifícios são marcos desse momento da cidade, tais como o Grande Hotel, o Cineteatro Goiânia e também a Estação Ferroviária de Goiânia. O Grande Hotel (Figura 16) foi o primeiro edifício construído para hospedar políticos, empresários, engenheiros e outros visitantes que chegavam à nova capital. Foi projetado por Attilio Correa Lima e sua construção se iniciou em 1933. Era o local onde ocorriam eventos e reuniões de pessoas importantes que tinham necessidade de estar em Goiânia (MONTEIRO, 1980).



**Figura 16** - Grande Hotel, 1954.  
Fonte: OLIVEIRA, 2008, p.53.

Já o Cineteatro Goiânia (Figura 17), projetado por Jorge Félix de Souza em coautoria com José Amaral Neddermeyer – que vai ter uma significativa atuação em

projetos para Campinas –, também estava contemplado no plano urbanístico de Attilio Corrêa Lima e foi inaugurado em 1942, no Batismo Cultural de Goiânia. Mello (1996, p.72) pontua:

No desenho do Cineteatro Goiânia percebe-se uma forte inspiração nos “Odeons” britânicos, os cinemas que marcaram um estilo a partir dos anos 30, dando-lhes um semblante especial que se espalhou pelo mundo [...] Se julgarmos [...] sob o ponto de vista da estética *Déco*, podemos considerá-lo uma obra prima do estilo.



**Figura 17** - Teatro Goiânia, 1952.  
Fonte: OLIVEIRA, 2008, p.101.

A Estação Ferroviária de Goiânia (Figura 18) também foi um marco do estilo *art déco* e foi o último edifício construído nesse estilo arquitetônico na cidade. O projeto foi assinado pelo escritório RFFSA. Foi desativada na década de setenta (COSTA, 2006). Observa-se nela um jogo de volumes marcado pela verticalidade da torre de relógio ao centro e também um escalonamento desses volumes.



**Figura 18** - Estação Ferroviária de Goiânia, 1952.  
Fonte: OLIVEIRA, 2008, p.65.

As construções existentes em Campinas, já referenciadas anteriormente, eram tradicionais, mas, com a edificação de Goiânia, passaram por reformas, e as novas acompanhavam a linguagem estilística e construtiva dos edifícios da capital. Algumas delas são o convento dos Padres Redentoristas<sup>16</sup> e o Colégio Santa Clara.

O convento dos Padres Redentoristas foi construído em 1949, com estilo neocolonial. Possuía um recuo frontal, e ao seu lado existia uma casa tradicional (Figura 19), com portas e janelas em madeira, cobertura em telhas para capa e bica, e com a sua fachada principal faceando a testada do lote. Também é possível identificar que a telha do convento é do tipo francesa, com significativa inclinação. A Figura 20 retrata o convento nos dias atuais, e percebe-se pouca ou quase nenhuma mudança nas características físicas. O seu uso mudou de institucional para educacional, e hoje abriga um instituto de educação em artes, oferecendo aulas gratuitas de música e dança para a população.

---

<sup>16</sup> Hoje, Centro Cultural Gustav Ritter – edifício e terreno (antiga casa dos Padres Redentoristas) – é patrimônio cultural em nível estadual, pelo tombamento instituído pelo Decreto n.º 4.943, de 31 de agosto de 1998, publicado no *Diário Oficial* n.º 18.009, de 3 de setembro de 1998.



**Figura 19** - Residência dos Padres Redentoristas, inaugurada em 1949, hoje denominado Instituto de Educação em Artes Professor Gustav Ritter.  
Fonte: Matriz de Campinas (2017).



**Figura 20** - Instituto de Educação em Artes Professor Gustav Ritter.  
Foto: Daniele Severino, 2017.

O Colégio Santa Clara foi o que mais passou por mudanças estéticas. A Figura 21, da década de 1940, evidencia um dos edifícios edificados, agora com dois pavimentos. Seu telhado possuía beirais nas laterais esquerda e direita, e a fachada frontal era composta por uma parede mais alta que escondia o telhado, exercendo a função de platibanda. As portas e janelas eram de madeira e vidro. Existia uma mureta com cerca de setenta centímetros de altura com uma grade sobreposta a ela

trabalhada em ferro, que fazia o fechamento frontal do edifício. O edifício vernacular, antes existente (Figura 5), foi demolido para a construção de um novo bloco, tendo em vista o aumento da procura por vagas. Observam-se uma imagem de Santa Clara ao centro do edifício e as inscrições com o nome do colégio.



**Figura 21** - Colégio Santa Clara, década de 1940.  
Fonte: Colégio Santa Clara, 2017.

Na década de 1940 (Figura 22), o novo edifício já estava pronto para atender à maior demanda de alunos, dada a construção da nova capital. O edifício antigo foi mantido, mas com algumas características modificadas. Junto à mureta e grade existentes, plantou-se uma cerca-viva. Também foi acrescentada uma cobertura com pilares para dar proteção ao acesso da porta principal no edifício já existente. Até os dias de hoje o acesso à escola se dá pelo mesmo local. A imagem de Santa Clara permanece ao centro do edifício, bem como as inscrições com o nome do colégio. O outro edifício, já com características *art déco*, destoava do bloco antigo. Não era possível visualizar o telhado do edifício, em consequência da sua platibanda. As janelas eram no modelo basculante horizontal, de ferro e vidro. Vários detalhes de ornamentação na fachada e na cobertura do edifício podem ser vistos. O fechamento do lote se dava por uma mureta baixa com pilares e uma grade entre eles.



**Figura 22** - Colégio Santa Clara reformado e ampliado, década de 1948.  
Fonte: Colégio Santa Clara, 2017.

Os anos se passaram, e os dois edifícios sofreram mais modificações. Atualmente (Figura 23), os dois possuem uma mesma linguagem em suas fachadas. O edifício mais antigo foi o que mais sofreu alterações, se adequando ao outro. Em todas as janelas foram instalados brises verticais.



**Figura 23** - Colégio Santa Clara.  
Foto: Daniele Severino, 2017.

Os edifícios passaram por um alinhamento na altura de sua platibanda e também foram utilizadas as mesmas cores em suas fachadas, ficando assim padronizados. O fechamento do lote se dá somente por grades, e foram aplicados

revestimentos que imitam pedras até e altura do peitoril das janelas do térreo no bloco mais novo, e na altura da porta no bloco mais antigo. A imagem de Santa Clara ainda existe, mas foi relocada para o vão recuado que liga os dois blocos, e se encontra protegida atrás de um vidro.

Esses dois edifícios passaram por modernização de sua construção e fachada, buscado se adequar à novidade trazida pela nova capital, o estilo *art déco*. Não só eles, como também a Praça Coronel Joaquim Lúcio e as edificações residenciais e comerciais de seu entorno – como Campinas Hotel – passaram pelo mesmo processo. No caso do grupo escolar Pedro Ludovico, o edifício foi demolido para dar lugar a novas construções. Iniciavam-se as primeiras transformações na paisagem do bairro. Essas mudanças nos edifícios comerciais serão tratadas no próximo capítulo.

### 1.3.2 O bairro ao longo do tempo

Campinas passou, ao longo dos anos, por mudanças em seus aspectos culturais e físicos. A construção da nova capital acarretou transformações na paisagem do bairro e também deu origem a uma certa disputa entre os campineiros e goianienses. Conforme Oliveira (2003b, p.14), “vieram pessoas estranhas, construíram-se hotéis, postos de gasolina, grandes casas comerciais. Assim, o comércio de Campinas era muito mais desenvolvido do que o de Goiânia, o que persistiu até a década de 1960”.

Os campineiros ficaram animados com a construção da nova capital e passaram a compartilhar de sinais de modernidade advindos da cidade nova. No início dos anos 1940, iniciou-se em Goiânia uma prática que estava em moda nas grandes cidades brasileiras denominada *footing*, de origem francesa (OLIVEIRA, 2003).

Também conhecido como vai-e-vem, consistia em passeios, geralmente de jovens, aos domingos, após o término da primeira sessão do cinema (por volta das dezoito horas) e ia até o início da noite. O vai-e-vem é uma prática, por excelência, urbana. Surgiu da admiração dos franceses por suas modernas avenidas retas e arborizadas (*boulevards*). (OLIVEIRA, 2003b, p. 20).

O mesmo autor relata que o que chama a atenção para esse vai-e-vem, no entanto, foi que ele não se iniciou em Goiânia, mas na Praça Coronel Joaquim Lúcio em Campinas. Somente após a inauguração do Cineteatro Goiânia, em 1942, é que essa prática passou a ser de fato realizada na capital.

Na década de 1950, segundo Melo (1998), muitos equipamentos de lazer ainda existiam em Campinas e eram usados pelos moradores de toda a cidade, como a piscina do Peclat, um clube, que se localizava próximo ao Córrego Cascavel; bem como o campo da Feirinha, que era um trecho de uma quadra onde se realizava a feira livre de produtores rurais duas vezes por semana, e que era utilizado nos outros dias como campinho de futebol pelas crianças e que existia antes mesmo da criação do campinho do Atlético, hoje Estádio Antônio Accioly. Este campinho também recebia o circo e exposições de gado. Em Campinas existiam diversos bares, dentre eles: o Bar do Fiore, ponto de parada do time do Atlético; e o Bar do Chico, que também comercializava sorvetes. Campinas dispunha de casas para exibição de filmes – Cine Campinas, Cine Avenida, Cine Eldorado, que já não existem –, bem como de prostíbulos, com destaque para o de Maria Branca, Virgulina, Maria Bonita e Etelvina. Essas casas de “tolerância” concorriam com os bares de Goiânia (OLIVEIRA, 2003b).

O bairro de Campinas contribuiu para o surgimento de diversos loteamentos entre os anos 1945 e 1955. Nessa época, era considerada uma importante centralidade. Campinas era visto como um bairro autônomo e independente de Goiânia, em razão da intensa atividade comercial nela praticada. A quantidade de residências no bairro, até a década de 1950, era maior que a dos setores Central e Norte do novo plano. O bairro de Campinas atraía pessoas principalmente por sua infraestrutura urbana mais sedimentada. Desse modo, muitos bairros foram surgindo nos seus arredores, sendo ocupados por uma população que não tinha condições de pagar o valor dos aluguéis praticado em Campinas. Os bairros Vila Operária, Fama, Vila Abajá, Vila Santa Helena, Vila São José, Bairro Aeroviário, Vila Aurora, Vila Santa Tereza, além da Vila Coimbra são alguns deles (GONÇALVES, 2002b).

De um modo rápido, o vazio entre Goiânia e Campinas foi desaparecendo. De acordo com o Plano de Urbanização de Goiânia de 1938, havia uma área destinada a um cemitério, denominado Jardim dos Mortos, situado na divisa com Campinas. Este cemitério não foi executado, e na área que lhe fora destinada surgiram os setores Vila Abajá, Vila Xavier, Vila Santa Helena, Vila Irany e outros pequenos bairros. No espaço vazio entre Campinas e o Setor Aeroporto formou-se o Setor dos Funcionários. “No início dos anos 60, o bairro já se encontrava bastante adensado. O Córrego Capim Puba ainda era seu limite natural” (GONÇALVES, 2002b, p.139). Esses pequenos bairros se referiam a Campinas como se fosse o bairro antigo, sendo simbolicamente

incorporados a ele. Sendo assim, a área de influência do bairro se fortaleceu e se solidificou.

Ao longo dos anos, várias outras pequenas vilas e bairros foram surgindo no entorno de Campinas, e mais tarde foram incorporadas ao bairro. O Decreto nº 1.198 aprovou a “Planta Urbanística do Setor Campinas”, em 13 de outubro de 1986, dada a inexistência de planta urbanística e de projeto que aprovasse o loteamento “Setor Campinas”. Para a elaboração do decreto consideraram-se a falta de documentos, as dimensões e confrontações dos lotes de Campinas sem exatidão, assim como a numeração de quadras e dos lotes muitas vezes repetida. Também se levaram em conta incoerências entre documentos de cartórios e documentos da prefeitura, nos quais os lotes não possuíam as mesmas medidas. Para facilitar ao município essa identificação de lotes e quadras, visando lançar impostos corretamente e viabilizar transações imobiliárias, a numeração de quadras e lotes passou por reorganização. Considerou-se ainda a necessidade em delimitar o Setor Campinas, englobando esses pequenos setores que surgiram em seu entorno e partes de quadras limítrofes com outros setores. Segue parte do referido Decreto:

Art. 1º - Fica aprovada a Planta Urbanística do loteamento “Setor Campinas, contida no Processo nº 072.077-2/85, elaborada pelo Instituto de Planejamento Municipal de Goiânia – IPLAN e pela Secretaria de Finanças do Município.

Art. 2º - As dimensões e confrontações dos lotes e limites das quadras do loteamento “Setor Campinas” são as constantes nos documentos “Descrição de Lotes” e “Composição e Descrição das Quadras”.

Art. 3º - Ficam incorporadas ao Setor Campinas as Vilas Maria, Ana Maria, Benjamin Gomes, Pará e Cintra, inclusive a faixa de domínio da Estrada de Ferro Goiás, desde o Córrego Cascavel até a Vila Abajá: parte das quadras dos Setores Coimbra e Funcionários e a área localizada entre as Vilas Maria e Ana Maria, conhecida como Setor Bonfim.

Parágrafo Único – As quadras não numeradas receberão o número da quadra mais próxima, acrescido de uma letra, e as quadras integrantes das Vilas Cintra, Benjamin Gomes e Pará terão a numeração de suas quadras adequadas às quadras do Setor Campinas [...]

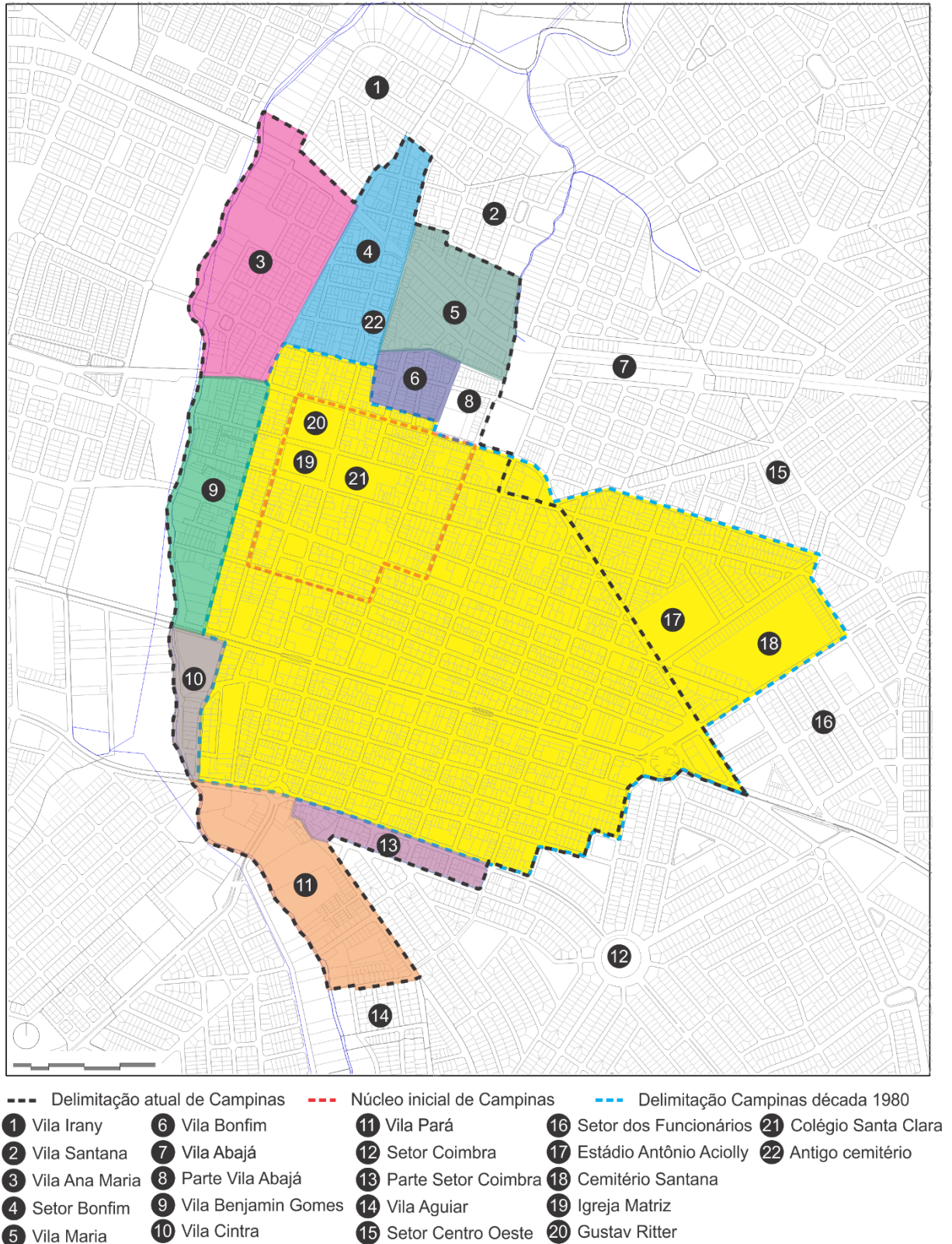
Art. 11º - O Setor Campinas está situado na área urbana de Goiânia, à margem direita do Córrego Cascavel, tendo como acesso viário principal as Avenidas Anhanguera, 24 de Outubro e Castelo Branco [...].<sup>17</sup>

Essa nova configuração do bairro é apresentada no mapa que segue (Figura 24):

---

<sup>17</sup> Disponível em:

<[http://www.goiania.go.gov.br/Download/legislacao/diariooficial/1986/do\\_19861016\\_000000820.pdf](http://www.goiania.go.gov.br/Download/legislacao/diariooficial/1986/do_19861016_000000820.pdf)>  
Acesso em: 24 jan. 2017.

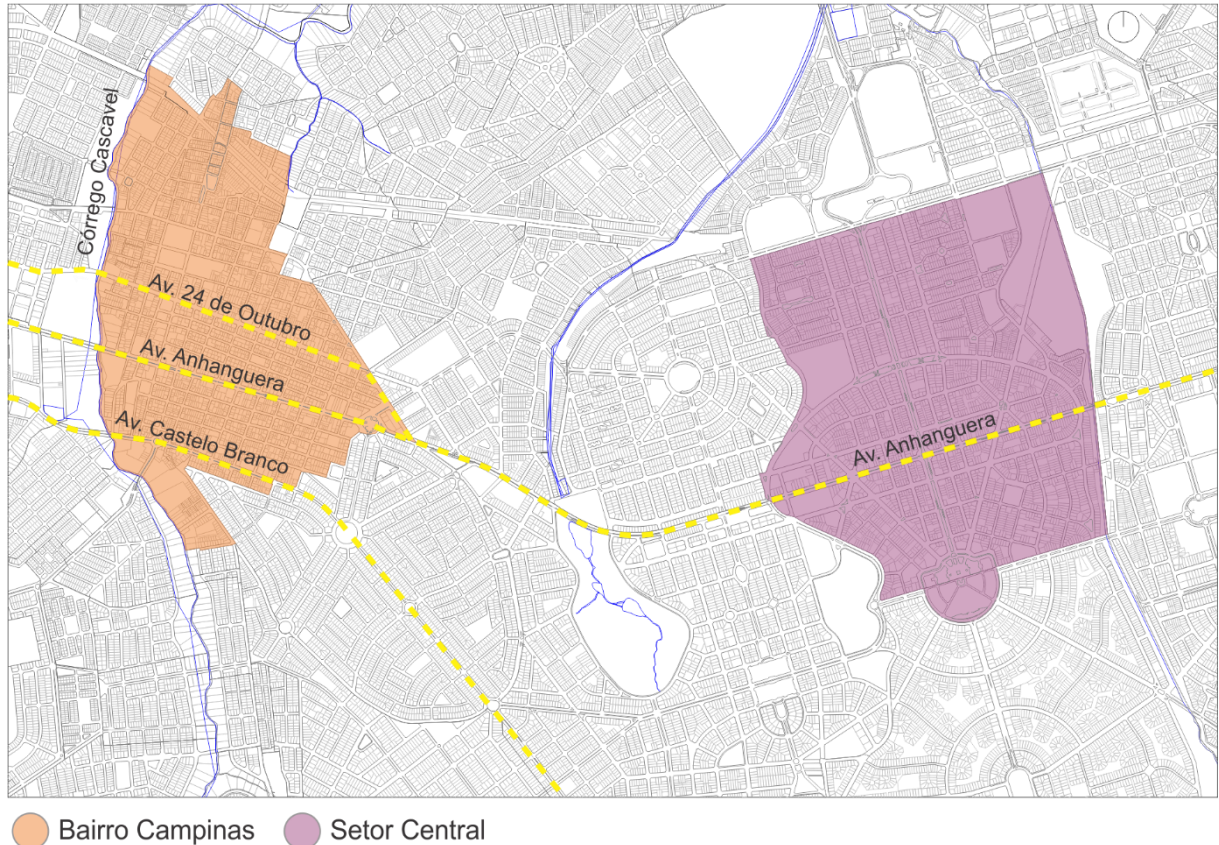


**Figura 24** - Campinas antes do Decreto nº 1.198, na década de 1980, com várias vilas em seu entorno.

Fonte: SEPLAM, editado pela autora, 2017.

O Cemitério Santana e o Estádio Antônio Accioly, que antes faziam parte do bairro, se incorporaram ao Setor dos Funcionários e ao setor Centro-Oeste,

respectivamente. As principais ruas e avenidas de acesso ao bairro podem ser identificadas no mapa a seguir (Figura 25), bem como sua localização diante do núcleo inicial de Goiânia. A Avenida Anhanguera ainda permanece como a principal via de acesso que liga os dois bairros.



**Figura 25** - Principais acessos viários de Campinas.  
Fonte: SEPLAM, editado pela autora, 2017.

Ao longo do tempo, os bairros que derivaram de Campinas ou são limítrofes a ele reforçaram a sua centralidade, principalmente no que diz respeito ao comércio. As alterações espaciais e administrativas não modificaram a vocação primeira do bairro: o comércio. O bairro de Campinas tem em seu comércio uma identidade marcante que não é percebida em nenhum outro setor de Goiânia. Essa característica o destaca principalmente por sua variedade de comércio varejista, visto que a atividade comercial está estreitamente relacionada ao lugar em que ela se encontra. Assim, as mudanças que ocorrem durante o processo de evolução do comércio também atingem de forma direta o espaço. Na visão de Rossi (1995, p. 66), pode ser considerado como “aqueles bairros ou partes da cidade que adquiriram características próprias”.

De acordo com o IBGE (2017), a atividade comercial se subdivide em duas partes distintas: o comércio atacadista e o comércio varejista. O primeiro funciona basicamente como centro de distribuição de mercadorias para o próprio comércio varejista, para que este último atenda a sua finalidade específica, que é fornecer ao público em geral os produtos necessários. O comércio pode ainda ser classificado, segundo sua organização: em formal, quando a atividade comercial se realiza por meio de empresa juridicamente constituída para tal fim, com registro, razão social e endereço definido; e em informal, quando é realizado pelos camelôs.

O surgimento e o crescimento da atividade comercial estão diretamente relacionados ao surgimento e o grau de prosperidade das próprias cidades, daí ser caracterizada como uma atividade tipicamente urbana. Em Campinas observamos a presença de comércio atacadista e varejista, que atende à população de Goiânia e também cidades vizinhas. Essas atividades são de grande importância para o bairro e para os moradores dali, que em sua maioria são os próprios donos das lojas.

## 2 CAPÍTULO | CAMPINAS E SEU COMÉRCIO

### 2.1 A cidade e o comércio

O comércio sempre exerceu grande fascínio nas pessoas. Para realização da troca é necessário o encontro. E neste encontro não apenas as mercadorias serão permutadas, como também “idéias, palavras, experiências e sensações fazem parte do encanto [...]”, afirma Vargas (2001, p.11). No início, não era possível renunciar o espaço físico para a materialização da troca, como explica Vargas (2001, p. 20):

A necessidade do encontro para a realização da troca vai levar a atividade comercial a procurar os lugares mais propícios a esse encontro, os quais coincidem com o cruzamento de fluxo de pessoas ou com os locais onde as demais atividades sociais acontecem pelos mais diversos motivos: religião, política, diversão, cultura.

O comércio pode ser definido como a sistematização da troca. Deaecto (2002) diz que a transformação de atos ocasionais aos quais se submetiam todos os membros da sociedade nesta função em especial, com grandes dificuldades, ora é atribuída a apenas alguns indivíduos e absorve todas ou quase todas as atividades existentes no meio social. O comércio se faz profissão ao concretizar unicamente ou principalmente a preparação e a realização das trocas.

Ao longo de diferentes períodos da história humana, as relações comerciais se tornam cada vez mais claras. Segundo Vargas (2001), existem indícios de troca de produtos desde o período paleolítico. Como exemplo, havia trocas de conchas, que eram consideradas itens de luxo e representavam, em certa medida, uma forma de comércio.

Entretanto, as relações comerciais fortaleceram-se nas cidades. As cidades surgiram a partir do momento em que os homens se tornaram sedentários e necessitaram produzir para sobrevivência. Além daquilo que necessitavam para sobreviver, com o desenvolvimento das técnicas, produziam um excedente agrícola que passou a ser comercializado, fomentando as relações comerciais (CARLOS, 2003).

Independente das cidades surgidas antes ou no mesmo período, as da Grécia vão ter um importante destaque no que diz respeito às relações comerciais. O comércio era realizado entre cidades com diferentes costumes e exigia-se uma padronização de tratamento e também que os compromissos fossem cumpridos. Desse modo, as atividades comerciais fortaleceram-se. Já no início da era cristã, o

comércio era considerado um mal inevitável e poderia ser justificado até o ponto em que o comerciante sustentasse sua família ou beneficiasse seu povo. O lucro não passava de uma retribuição ao trabalho e buscava um justo preço (VARGAS, 2001).

As cidades estão intimamente ligadas ao comércio. Carlos (2003, p. 63) explica:

A cidade, desaparecida em função do fechamento do comércio mediterrâneo, começa a renascer a partir do século XI. Ela se instala primeiramente em torno dos burgos centrais povoados por mercadores, aos quais se juntam artífices e servos. Os mercadores são agrupados nas guildas, que juntamente com o mosteiro e a Igreja constituem os elementos formadores da cidade medieval. A cidade nasce no momento em que a economia autossuficiente do feudo do início da Idade Média transforma-se em uma economia monetária, com um comércio em expansão. Como a vida de relações é fundamental para a existência da cidade, as primeiras que vão surgir onde o comércio tem expansão mais rápida: na Itália e Holanda. Começam a surgir cidades nos cruzamentos de estradas e nas embocaduras dos rios, locais de maior facilidade de circulação. As cidades têm, também, a necessidade de proteção, o que as obriga igualmente à busca de zonas fortificadas.

Entre os séculos XI e XII, com o surgimento das cruzadas, o comércio ampliou seu alcance e diversificação de produtos, visando a uma população que crescia. As cruzadas eram guerras que tinham por finalidade a incorporação de territórios, e envolviam o combate aos muçulmanos. Elas eram oportunidades comerciais, pois despertavam uma crescente classe de comerciantes por todo o continente. “Intensificavam a procura de mercadorias estrangeiras e com isso arrebatavam a rota do Mediterrâneo das mãos dos muçulmanos, convertendo-a outra vez na maior rota comercial entre o Oriente e o Ocidente” (CARLOS, 2003, p. 64). A mudança na forma espacial da agricultura autossuficiente feudal para as cidades deveu-se em particular à reativação do comércio como fonte de riqueza, como explica Carlos (2003, p. 64):

Com a introdução da economia monetária surge uma nova divisão do trabalho que acompanha o crescimento das cidades. A indústria que antes era caseira, ganha agora maior especialização. A produção do excedente, a possibilidade da troca e o uso do dinheiro dão aos artesões oportunidade de abandonar a agricultura e viver de seu próprio ofício.

Com o desenvolvimento do comércio, das cidades e das populações urbanas, ocorre uma mudança de valores. Carlos (2003, p. 65) evidencia que “a terra passa a dividir com o comércio o papel de fonte de riquezas. O comércio começa a se impor e a organizar um espaço compatível com seus valores e modo de vida”.

Ainda para Carlos (2003), a cidade é sempre uma organização dinâmica, de alto poder concentracional, que cria, a cada momento, uma produção espacial que lhe seja peculiar. As cidades administrativas e episcopais do início da Idade Média são,

por exemplo, caracterizadas por ruelas tortuosas e arredores fortificados. As cidades que surgem depois, ao contrário, possuem ruas largas, planos regulares permitindo o tráfego, e suas atividades ultrapassam as antigas muralhas feudais. O ressurgimento da cidade aparece como um elo responsável pela dissolução do modo de produção feudal e da transição deste para o capitalismo, pois na medida em que o destrói, ultrapassa-o. Nasce uma nova classe, formada de comerciantes, que se instalam especialmente em pontos estratégicos concentrados (rotas de comércio e entroncamentos), formando aglomerados, os quais são criados por um novo modo de relações e por uma nova classe: a burguesia. A cidade não surge de uma simples mudança da população do campo, ela envolve um processo mais profundo (CARLOS, 2003).

A cidade vai ganhando expressão à medida que nela vai se desenvolvendo a manufatura e para ela vai convergindo a grande massa de trabalhadores expulsos do campo. Essa massa de trabalhadores possui um duplo sentido. Para o modo de produção nascente vão fornecer mão de obra barata trabalhando nas manufaturas; ao tornarem-se assalariados, permitem a criação de um mercado interno. (CARLOS, 2003, p. 65).

Ainda acerca da Idade Média, Vargas (2001, p. 27) aponta que o cenário das atividades comerciais começava a se alterar e discrimina três pontos que merecem destaque: “ascensão da classe burguesa e a justificativa da atividade comercial, a importância do comércio externo como valorização das economias nacionais e a valorização do trabalho em relação ao ócio”. Desse modo, a atividade comercial vai assumindo o protagonismo nas atividades da cidade.

Vargas (2001) ainda menciona que durante a Renascença surge uma nova classe: os burgueses. Estes tinham um impulso aquisitivo, e as atividades que lhes eram ligadas, como as atividades comerciais, bancárias e eventualmente industriais, foram universalmente admitidas.

A grande importância adquirida pelo comerciante resulta não apenas da sua participação no processo produtivo, mas, também, pela atuação do comércio interno e externo na riqueza dos “Estados nacionais e formação” e pela posição social alcançada por todos aqueles que se dedicavam à atividade mercantil. (VARGAS, 2001, p. 29).

A partir do século XVI houve uma forte aliança entre os comerciantes e os Estados nacionais. Importantes figuras de companhias comerciais, que detinham monopólio sobre certas regiões, possuíam forte prestígio político. No final do século XVIII, com as revoluções industriais – têxtil, do carvão e do aço – e, mais intensamente e partir do século XX, com a revolução tecnológica, o comércio assume uma posição

secundária com relação à indústria, no sistema produtivo. Apenas na década de 1970, houve um saturamento do mercado internacional, e com a invenção do sistema industrial de produção flexível e o avanço nas comunicações e transportes, o comércio recupera sua prioridade (VARGAS, 2001). A maneira de comercializar e a sofisticação das técnicas vão responder pela melhor colocação dos produtos industrializados, gerando inclusive novas necessidades para se manter o setor. O comércio passou também a ser virtual e, “ao mesmo tempo que prescinde do espaço físico, vai precisar retornar às suas origens como atividade social devidamente integrada com as demais (lazer, cultura, diversão, alimentação, etc.) (VARGAS, 2001, p. 31).

Deaecto (2002, p. 91) define o comércio do século XIX:

[...] uma atividade universal, cujas formas de organização vinham se delineando desde a Época Moderna. As empresas modernas de comércio passam a contar com uma série de dispositivos, como as letras de câmbio, créditos, notas promissórias, seguros, sociedades anônimas, etc. [...] os negociantes estavam propensos a uma maior especialização e profissionalização de suas tarefas. Não era mais possível, por exemplo, colocar em termos de igualdade as diferentes relações de poder e de atribuições que envolviam a prática comercial. No âmbito do comércio atacadista, houve uma tendência à concentração de capital, o que significava, em linhas gerais, a formação de grandes empresas, que se expandiam através de suas filiais pelos grandes centros de consumo, associando-se, às vezes, a determinados grupos financeiros ou às companhias de navegação. O mesmo não se daria no comércio varejista, dominado como foi por empresas de pequeno e médio porte. Ao contrário do que ocorria com as lojas de departamento, nascidas em meados do século XIX, as pequenas unidades de comércio se multiplicavam nas grandes cidades, atendendo às diferentes classes sociais.

Para Carlos (2003) ocorre, com o desenvolvimento do comércio, e conseqüentemente das cidades e das populações urbanas, uma mudança de valores. A terra passa a dividir com o comércio o papel de fonte de riquezas. O comércio começa a se impor e a organizar um espaço compatível com seus valores e modo de vida.

Ao concentrar e aglomerar as pessoas intensificam-se as possibilidades de troca e colaboração entre os homens, potencializando sua capacidade produtiva. Quando há a possibilidade de obter parte dos produtos necessários à sobrevivência por meio da troca, configura-se a especialização do trabalho e instaura-se um mercado. A cidade, ao aglomerar num espaço limitado uma grande população, cria o mercado. Hoje a imagem da cidade como centro de produção e consumo domina totalmente a cidade. Nas cidades não há quase nenhum espaço que não seja investido pelo mercado. No nosso entorno existe uma espécie de consumismo, criado

pela multiplicação dos objetos e das mercadorias, presentes no cotidiano da cidade. Muitos deles estão acumulados em nossas casas, expostos nas vitrines que ocupam as ruas e sendo exibidos pela publicidade nas centenas de mensagens diárias emitidas pelas propagandas de televisão (ROLNIK, 1995).

Um outro fator é que a dinâmica das áreas urbanas faz com que os estabelecimentos comerciais sempre estejam mudando as características iniciais de uso e de projeto. Pode-se observar que em centros de comércio não planejado existe uma arquitetura de transição. Sobre o comércio não planejado Vargas (2001, p.103) diz:

[...] a rua, espaço público por natureza, é o ponto central para o desenvolvimento do comércio não planejado, sempre lembrado como áreas tradicionais de compra. E foi da observação desse desenvolvimento espontâneo, encontrado nos primórdios dos *bazaars* árabes, na ágora, fóruns e praças, que o comércio planejado buscou suas regras e conceitos para administração varejista moderna, para criar e recriar os atributos urbanos que, naturalmente, viabilizam o comércio tradicional, como será possível verificar por meio da análise do desenvolvimento varejista através do tempo.

No bairro de Campinas, inserido na cidade de Goiânia, o comércio estruturou-se ao longo do tempo, trazendo as características intrínsecas dessa atividade, sejam elas formais ou informais. Segundo Campos (1985, p.15), como Campinas se encontrava no caminho da capital de Goiás, os transeuntes, que iam ao centro administrativo da província, paravam naquele povoado para retomar as energias, reabastecer e seguir adiante. Já existia ali nesse cruzamento de fluxo de pessoas um pequeno comércio para abastecimento local que vendia de tudo, e que também passava a atender esses viajantes. Essa vocação permaneceu ao longo do tempo. Hoje, o comércio de Campinas é forte, setorizado por tipos de produtos, possui grande variedade, dispõe comércio informal, enfim, merece ser esquadrihado com maior atenção, o que se inicia com o seu reconhecimento na paisagem do bairro.

### *2.1.1 A paisagem como forma de leitura do espaço urbano*

Pensar a cidade significa refletir sobre o espaço urbano. Para Carlos (2003, p.70), “a paisagem urbana é a forma pela qual o fenômeno urbano se manifesta, o espaço urbano pode até ser apreendido”. O espaço urbano é uma relação social que se materializa formal e concretamente em algo passível de ser apreendido, entendido e apropriado. Desse modo a cidade é a dimensão concreta, vinculada à dinâmica do desenvolvimento. Logo, pensar o urbano significa pensar a dimensão do humano.

Carlos (2003, p. 71) ainda diz que não se pensa em cidade como matéria e sim como fruto de trabalho das pessoas e do capital: “o urbano enquanto produto de produção e reprodução histórico é ao mesmo tempo realidade presente e imediata e a sociedade urbana em seu devir”.

Para Santos (2012, p.53), a paisagem compreende dois elementos: “1. Os objetos naturais, que não são obra do homem nem jamais foram tocados por ele. 2. Os objetos sociais, testemunhas do trabalho humano no passado, como no presente”. E completa:

A paisagem nada tem de fixo, de imóvel. Cada vez que a sociedade passa por um processo de mudança, a economia, as relações sociais e políticas também mudam, em ritmos e intensidades variados. A mesma coisa acontece em relação ao espaço e à paisagem que se transforma para adaptar às novas necessidades da sociedade. (SANTOS, 2012, p. 54).

A paisagem pode ter formas com mais ou menos durabilidade. Sendo assim, o "seu traço comum é ser a combinação de objetos naturais e de objetos fabricados, isto é, objetos sociais, e ser o resultado da acumulação da atividade de muitas gerações" (SANTOS, 2012, p. 53).

Santos (2012, p. 53) define como exemplo de paisagem “uma região produtora de algodão, de café ou de trigo. Uma paisagem urbana ou uma cidade de tipo europeu ou de tipo americano”. Um centro urbano de negócios e as diferentes periferias urbanas. Isto é, tudo é paisagem.

A paisagem passa apenas por mudanças parciais. Alguns dos seus elementos, por um lado, não mudam, pelo menos em aparência; já a sociedade passa por um processo de mudança. São as testemunhas do passado. Considerada em um ponto determinado no tempo, uma paisagem representa diferentes momentos do desenvolvimento de uma sociedade.

A paisagem é o resultado de uma acumulação de tempos. Para cada lugar, cada porção do espaço, essa acumulação é diferente: os objetos não mudam no mesmo lapso de tempo, na mesma velocidade ou na mesma direção. A paisagem, assim como o espaço, altera-se continuamente para poder acompanhar as transformações da sociedade. A forma é alterada, renovada, suprimida para dar lugar a uma outra forma que atenda às necessidades novas da estrutura social. [...] (SANTOS, 2012, p. 54).

Landim (2004, p. 38) reforça o que diz Santos (2012), quando apresenta que “somente seremos capazes de realmente apreender, entender e reconhecer a cidade por meio de sua paisagem se nesta estiverem presentes elementos remanescentes de outros tempos”.

Para o melhor entendimento dessas mudanças pelas quais a paisagem passa, Santos (2012, p. 59) indica que a noção de tempo é fundamental, pois “a sociedade é atual, mas a paisagem, pelas suas formas, é composta de atualidades de hoje e do passado”. Sendo assim, as formas têm influência nesse movimento, posto que a sociedade leva em conta as heranças do passado. Tanto a paisagem quanto o espaço são resultados de movimentos superficiais da sociedade, uma realidade de funcionamento único, um mosaico de relações, de formas, funções e sentidos.

Santos (2014, p. 67) incrementa sua definição de paisagem:

Tudo o que nós vemos, o que nossa visão alcança, é a paisagem. Esta pode ser definida como o domínio do visível, aquilo que a vista abarca. É formada não apenas de volumes, mas também de cores, movimentos, odores, sons etc. [...] A dimensão da paisagem é a dimensão da percepção, o que chega aos sentidos. Por isso o aparelho cognitivo tem importância crucial nessa apreensão, pelo fato de que toda nossa educação, formal ou informal, é feita de forma seletiva – pessoas diferentes apresentam diversas versões de um mesmo fato.

Para Santos (2012, p. 68), o processo de percepção da paisagem “é sempre um processo seletivo de apreensão. Nossa tarefa é a de ultrapassar a paisagem como aspecto para chegar ao seu significado”.

Nesse sentido, Landim (2004, p. 28) retrata a paisagem urbana:

[...] a paisagem urbana configura-se e qualifica-se basicamente por meio desses elementos: o suporte físico, ou seja, o relevo, o solo, o subsolo e as águas, a cobertura vegetal original ou não, as estruturas urbanas ou massas de edificações e sua relação dialética com os espaços livres, o uso do solo, os loteamentos e o clima com suas alterações de ciclo diurno/noturno e as estações do ano. Contudo, a paisagem urbana não é delimitada apenas por esses elementos. Ela é uma imagem, uma criação mental e social; está na mente das pessoas, nas relações de uso que se estabelecem entre os cidadãos, e entre estes e os elementos citados. A paisagem não é formada apenas de volumes, mas também de cores, movimentos, odores e sons.

Milton Santos (2014) conceitua a paisagem urbana como mais heterogênea, já que a cidade possui diversos tipos e níveis de produção. Por esse motivo é que o espaço é usado de forma desordenada. A paisagem não é criada de uma só vez, mas por acréscimos, substituições; a lógica pela qual se fez um objeto no passado era a lógica da produção daquele momento. “Uma paisagem é uma escrita sobre a outra, é um conjunto de objetos que têm idades diferentes, é uma herança de muitos diferentes momentos” (SANTOS, 2014, p. 72). Landim (2004, p. 29) acrescenta que “a produção e construção da paisagem urbana varia de acordo com as técnicas, modos de produção e ainda de acordo com as relações sociais vigentes e cada período”.

Para Santos (2014), os objetos que participam da paisagem podem conter uma datação, eles têm idades. Pela data dos objetos e uma paisagem, poderíamos reconhecer a(s) sua(s) idade(s). Mas isso nem sempre é possível, já que muitas vezes os objetos antigos são suprimidos da paisagem.

Sobre essa supressão de elementos da paisagem, Landim (2004, p. 16) discorre da seguinte forma:

A relativa facilidade encontrada na substituição de elementos originais de épocas passadas se deve especialmente à inexistência de características marcantes desses elementos na paisagem, tornando-os facilmente descartáveis e substituíveis por outras estruturas advindas dos centros de dominação sociocultural e, portanto, pelas novas formas de representação dos valores socioeconômicos vigentes em outros centros maiores, tanto nacionais como internacionais. [...]

A paisagem tem, pois, um movimento que pode ser mais ou menos rápido. As formas não nascem apenas das possibilidades técnicas de uma época; dependem também das condições econômicas, políticas, culturais, etc. A paisagem deve ser pensada paralelamente às discussões políticas, econômicas e também culturais. Desvendar essa dinâmica social é fundamental, pois as paisagens nos restituem todo um cabedal histórico de técnicas, cuja era revela. Mas elas não mostram todos os dados, visto que nem sempre são visíveis (SANTOS, 2014).

Santos (2014, p. 76) também divide a mudança da paisagem em dois tipos:

As mudanças da paisagem podem ser estruturais ou funcionais. Ao passarmos numa grande avenida, de dia ou à noite, contemplamos paisagens diferentes graças ao seu movimento funcional. A rua, a praça, o logradouro, funcionam de modo diferente segundo as horas do dia, os dias da semana, às épocas do ano. [...] A sociedade não mudou, permaneceu a mesma, mas se dá de acordo com ritmos distintos, segundo os lugares, casa ritmo correspondendo a uma aparência, uma forma de parecer. [...]. Já uma mudança estrutural se dá também pela mudança das formas. Quando se constroem prédios de quarentena, em lugar de vinte ou trinta e dois andares, é, via de regra, sinal de que outros também poderão ser construídos, de que temos atividades e gente para enchê-los e justificar a sua construção. [...] Alterações de velhas formas para adequação às novas funções são também uma mudança estrutural.

Nessa mesma perspectiva, Landim (2004, p. 31) descreve que a cidade, pela sua paisagem, é, para quem vive nela, “uma fonte de percepção por meio dos elementos que a compõem”. Para o morador, a paisagem urbana é mais do que a configuração morfológica da cidade, concorrendo para a sua formação, além dos elementos físicos, outros de natureza da percepção. “As cidades constroem-se, mudam e diversificam-se por dois vetores: o espacial, que corresponde ao território, e o temporal, que corresponde à história”.

Na percepção de Landim (2004, p. 16):

Os elementos ditos excepcionais de suas paisagens são os mesmos que identificam morfologicamente trechos importantes das grandes cidades, verdadeiros ícones funcionais e paisagísticos, e que, pela sua adequação ao perfil sociofuncional das cidades em questão, reproduzem-se com os mesmos critérios locais e formais por todo o interior paulista. Podem ser considerados como tais os *shopping centers*, os centros culturais, as rodoviárias e até mesmo as áreas verticalizadas, nessas urbes, restritas a trechos padrão, como áreas centrais e vizinhanças. Esses marcos se contrapõem à homogeneidade do casario, reforçando formalmente os padrões de similaridade. A reprodução de modelos de uso e organização do espaço, está associado um conceito cultural de valor (estético e de uso do espaço urbano). A influência social, cultural e econômica reflete-se na organização do espaço urbano, e, em razão desses reflexos dominantes, reproduzem-se, até com certo sucesso, os elementos presentes nas paisagens dos centros de maior influência. [...]

A paisagem é materialidade, formada por objetos materiais e não materiais, assim como a vida, que é sinônimo de relações sociais, e estas não são possíveis sem a materialidade, que fixa relações sociais com o que passou. Logo, a materialidade construída vai ser fonte de relações sociais, pois uma mesma rua pode servir a funções diferentes em distintos momentos, dependendo da relação social com a qual se identifique (SANTOS, 2014).

Sobre o entendimento de paisagem, em alguns momentos também se faz necessário o entendimento de espaço, pois os significados de paisagem e espaço são considerados complementares e opostos. Santos (2014, p. 79) evidencia essa diferença:

A paisagem é diferente do espaço. A primeira é a materialização de um instante da sociedade. Seria, numa comparação ousada, a realidade de homens fixos, parados como numa fotografia. O espaço resulta do casamento da sociedade com a paisagem. O espaço contém o movimento. Por isso, paisagem e espaço são um par dialético. Complementam-se e se opõem.

O espaço é a resultante de soma e síntese, sempre sendo refeita, da paisagem com a sociedade por meio da espacialidade. A paisagem tem permanência, e a espacialidade é um momento. A paisagem é coisa, a espacialização é funcional, e o espaço é estrutural. A paisagem é relativamente permanente, enquanto a espacialização é mutável, circunstancial, produto de uma mudança estrutural ou funcional. A paisagem antecede a história que será escrita sobre ela ou se modifica para receber uma nova atualidade, uma inovação. A espacialização é sempre o presente, um presente fugindo, enquanto a paisagem é sempre o passado, ainda que recente (SANTOS, 2014).

A cidade é então resultante, em um tempo e contexto determinado, de agentes econômicos, sociais, técnicos e culturais que a produzem. Mas a cidade só pode ser reconhecida e caracterizada por meio da sua paisagem, que está sempre se atualizando em razão dos usos que são atribuídos aos espaços urbanos. Entendendo-se a paisagem urbana como a relação de usos que se fazem do espaço arquitetônico, entende-se também quais atividades econômicas distintas irão, por sua vez, gerar paisagens distintas (LANDIM, 2004).

Entende-se a paisagem como as relações entre o homem e o meio ambiente. Desse modo, o espaço, como campo de trabalho da paisagem, pode ser definido como um reflexo dessa relação homem e meio ambiente. O maior exemplo de como o homem interage com o meio ambiente é refletido no conjunto da cidade. A paisagem seria resultado dos processos naturais no meio ambiente e das condicionantes socioeconômicas e culturais geradas pelo homem (LANDIM, 2004).

Campinas, ao longo do tempo, passou por diversas transformações em sua paisagem, principalmente durante a construção da nova capital. Muitas de suas construções existentes passaram por reformas e alterações nas fachadas. Acumularam-se tempos diferentes. Era o antigo querendo parecer o novo. Era o desejo de ser moderno.

Afora essa primeira modificação da paisagem de Campinas, com a construção de Goiânia, o percurso temporal assinala outras, sobretudo em relação ao seu comércio. A concentração comercial nas grandes e principais avenidas espraia-se para todo o bairro, conformando-o como um *shopping center* aberto, orientado por marcos que resistem ao tempo na sua paisagem.

## 2.2 O comércio e a paisagem de Campinas: um pouco de história

Como mencionado, a paisagem de Campinas passou por diversas mudanças, provocadas, principalmente, pela construção de Goiânia, em 1933. A Campininha, que possuía suas edificações com uso predominantemente residencial e algum comércio aos moldes tradicionais, geralmente anexados às moradias, viveu uma significativa mudança com a ampliação dos estabelecimentos comerciais. A oportunidade de comercializar produtos para a nova cidade que estava sendo construída era bem convidativa e rentável aos olhos dos moradores, que poderiam construir novas salas

ou até mesmo alugar um cômodo comercial com entrada independente da sua residência.

Fotografia de Bilemjian (Figura 26), da década de 1930, aponta o início dessa transformação da paisagem campineira. A praça Coronel Joaquim Lúcio dispunha de várias residências em seu entorno, nos moldes tradicionais. As construções eram inicialmente de adobe e, posteriormente, construídas em alvenaria. Das cinco residências observadas, três delas possuem telhado de barro aparente e com beiral, com duas ou quatro águas e janelas e portas em madeira. Aparentemente, essas casas tradicionais eram também comércio, pois possuíam duas portas para a rua. Contudo, duas das casas têm sua cobertura com telha francesa e foram construídas em alvenaria: a de dois pavimentos e a que possui um alpendre, com entrada lateral. A praça, o coreto e seus canteiros floridos e organizados indicam, assim como as novas casas, a influência de Goiânia.



**Figura 26** - Avenida 24 de Outubro, esquina com Praça Coronel Joaquim Lúcio, início década de 1930.

Fonte: Eduardo Bilemjian (foto gentilmente cedida por Eliézer Bilemjian), 2017.

Na Figura 27 observa-se que algumas edificações já começavam a ter seu uso alterado: à esquerda existe uma oficina mecânica e ao seu lado um estabelecimento comercial denominado Agência Internacional, onde se vendiam produtos para carros, como, por exemplo, capotas. Nesse edifício comercial é visível o telhado de telhas francesas, que na fachada principal ficou coberto por uma platibanda, que também exercia a função de letreiro com o nome e produtos que eram

vendidos no local. Não existia recuo frontal, e às vezes nem recuos laterais, uma novidade. Notam-se diversas árvores ao longo do calçamento, modernidades para uma cidade tradicional. Essa paisagem em transformação, onde o antigo mistura-se ao novo, onde o residencial mescla-se ao comercial, era o que estava sendo produzido em Campinas durante a construção da nova capital. A avenida possuía posteamentos centrais, contribuindo assim para o comércio no período noturno, pois as lojas podiam ficar abertas até mais tarde.



**Figura 27** - Comércio da Av. 24 de Outubro, meados década de 1930.  
 Fonte: Eduardo Bilemjian (foto gentilmente cedida por Eliézer Bilemjian), 2017.

As edificações que dispunham de uso inicialmente residencial passaram a ter seu uso alterado por completo para comercial, ou passaram por reformas, em que novos ambientes foram acrescentados. Esses novos ambientes geralmente possuíam sua fachada principal rente à testada do lote e eram alugados para fins comerciais para estranhos ou traziam uma nova atividade de comércio para a família.

No anúncio publicado no jornal *O Popular*, de 9 junho de 1946, os irmãos Coimbra Bueno já comercializavam lotes em Campinas de Goiânia, aproveitando o fervor do crescimento da nova capital. Apostavam na rentabilidade do dinheiro para quem investisse naquela que era o suporte da construção da nova capital, como

mostra o anúncio da Figura 28. Pode-se observar que treze anos após o início da edificação de Goiânia a imigração era grande e as esperanças no crescimento da nova cidade também.

**200%**

**DE JUROS!**

DEPOSITE SEU DINHEIRO ADQUIRINDO  
TERRENOS NO SETOR CAMPINAS  
DE GOIÂNIA!

Os valores imobiliários em  
Goiânia estão ainda na sua  
infância!

Escolha um dos  
melhores lotes do  
setor Campinas de  
Goiânia

Informações e venda bem como reserva de  
lotes por carta, com os principais corretores:

- SEBASTIAO VIANA — LUIZ TOLEDO
- MOYSE'S PEROTO — FERNANDO COSTA
- WALFREDO C. MAIA — EDUARDO DE FREITAS
- ANTONIO ALVES GUMARAES
- SARKIS KICHICHIAN, em Goiânia.

... e NO DEPARTAMENTO IMOBILIARIO DE:

**COIMBRA BUENO & CIA LDA**  
ENG.º - URBANISTAS - ARO TO  
CONSTRUTORES DA CIDADE DE GOIÂNIA

AV RIO BRANCO, 120 — 8.º ANDAR — FONE 22-5014

**Figura 28** – Anúncio da venda de lotes no Setor Campinas de Goiânia.  
Fonte: *O Popular*, 1946.

O jornal *Folha de Goiaz*, de 19 de julho de 1946, estampa, numa página inteira, um anúncio de venda de lotes no Setor Campinas de Goiânia com uma planta do setor e mais algumas informações:

A exemplo do que aconteceu com os terrenos de outros setores em Goiânia, é de se presumir, sem nenhum receio de exagero ou otimismo, que a venda de lotes no Setor Campinas de Goiânia os suplante êxito, não só por constituir uma operação fácil de aquisição como também pela situação privilegiada daquela zona que é um estímulo a emprego de capital. Não é necessário alinhar números nem fazer gráficos para demonstrar que a economia de V.S. é alcançada da maneira mais dura exatamente com a despesa da habitação. Foi assim no passado como o é hoje, no presente. E no futuro?

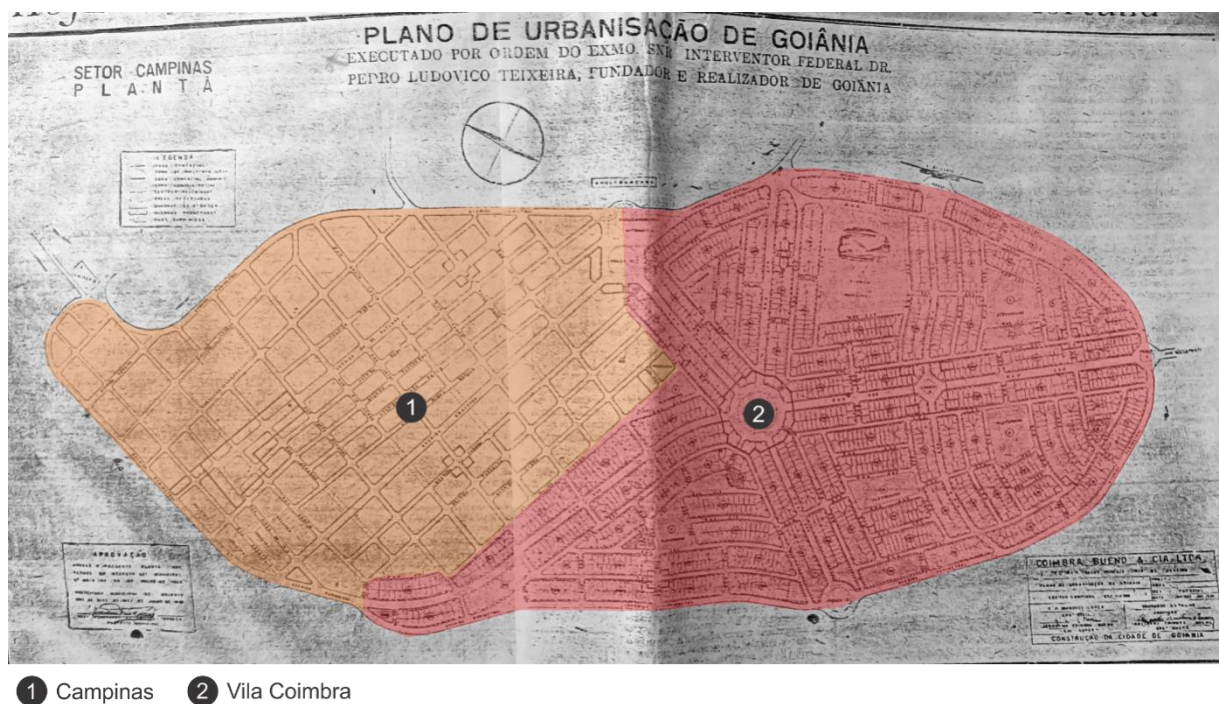
Garanta-o adquirindo um dos excelentes lotes no “SETOR CAMPINAS DE GOIÂNIA”, assegurando assim a tranquilidade da sua família.

Estes lotes que são verdadeiros presentes de COIMBRA BUENO & CIA LTDA., os construtores da cidade de Goiânia, garantem seguro emprego de capital e uma rápida valorização.

Ao alcance de qualquer bolsa, são vendidos com apenas 10 por cento de entrada e 60 prestações mensais.

HOJE custa uma ninharia – AMANHÃ valerá uma fortuna. (FOLHA DE GOIAZ, 1946).

A planta da Figura 29 contempla parte já existente do núcleo inicial de Campinas, bem como a Vila Coimbra. Nota-se que, na área que se refere a Campinas, as quadras não possuem os lotes demarcados. A parte nova, Vila Coimbra, que estava sendo comercializada, contempla quadras com os lotes demarcados.



**Figura 29** - Planta do loteamento Setor Campinas de Goiânia.

Fonte: SEPLAM, *Folha de Goiaz*, 1946, editado pela autora, 2017.

Como mostra matéria do jornal *O Popular*, de 16 de junho de 1946, intitulada “Setor Campinas de Goiânia”, os então engenheiros Coimbra Bueno, que se autodenominavam “os construtores da cidade de Goiânia” e possuíam escritório na cidade do Rio de Janeiro, estavam fornecendo gratuitamente uma sugestão de novas fachadas naquele bairro. A iniciativa que eles propunham visava introduzir novos tipos de fachada, obedecendo a um estilo simples e pouco oneroso, mas imprimindo um sentido de modernidade. Ficaria a critério de cada morador decidir se gostaria de realizar as mudanças em casas já construídas ou ainda em construção.

Ainda na mesma reportagem, lê-se que, “devido ao grande número de construções já locadas (superiores a 100)”, para os compradores que se interessassem na realização das alterações de fachada, era necessário um respaldo nas condições das fundações das casas. Quem tivesse interesse nessas alterações de fachada deveria escrever diretamente para o escritório dos Coimbra Bueno. Deveriam ser anexados junto à solicitação: uma cópia da planta da casa em execução, uma declaração de estar a construção com as fundações respaldadas e uma descrição aproximada do estilo desejado.

Alguns profissionais, além dos engenheiros Coimbra Bueno, tiveram grande destaque no bairro de Campinas. Os que mais atuaram fazendo projetos foram o engenheiro-arquiteto José Amaral Neddermeyer, o escritório técnico BLOCH e o engenheiro civil e construtor Geraldo Rodrigues dos Santos.<sup>18</sup> Isso demonstra a distinção e qualificação da mão de obra na construção, com a inclusão de profissionais do projeto. Para Campinas em especial, isso era novo.

Esse fenômeno de reformas de fachadas ocorrido no bairro foi denominado por Gonçalves (2002b, p.164) como “fachadismo”:

No campo da arquitetura, a linguagem formal, que comumente se convencionou a chamar de *déco*, esgotou-se no final dos anos 40, mas deixou marcas na paisagem urbana da cidade, criando uma identidade própria. Um tipo de arquitetura *déco* que existiu em Goiânia nitidamente apresentou-se como expressão de atividade intelectual mais elaborada, assim como também existiu a incorporação dos seus elementos formais por uma arquitetura vernacular que sobreviveu ao tempo, no fachadismo dos edifícios comerciais da Avenida Anhanguera e da 24 de Outubro.

Alguns projetos mostram essas mudanças de fachadas em Campinas, tanto de estabelecimentos comerciais como residenciais, e tiveram início no final da década de 1930. Os projetos eram nomeados como “Projeto de Frente”, “Projeto de Face” ou “Projeto de Fachada” (Figuras 30, 31, 32 e 33). As intervenções propostas eram superficiais, ou seja, optava-se por modificar somente a fachada do edifício nessa tentativa de modernização, e as modificações em seu interior eram excluídas. Especialmente, as construções mantinham-se tradicionais, mas ganhavam um invólucro “moderno”.

---

<sup>18</sup> Essas informações puderam ser atestadas em diversos projetos originais que se encontram no Arquivo Histórico Estadual de Goiás, em pasta denominada "Plantas e projetos arquitetônicos de Goiânia, 1936", números 27 e 42, e em pasta identificada como "Plantas e projetos arquitetônicos de Goiânia, 1937", números 15 e 69.

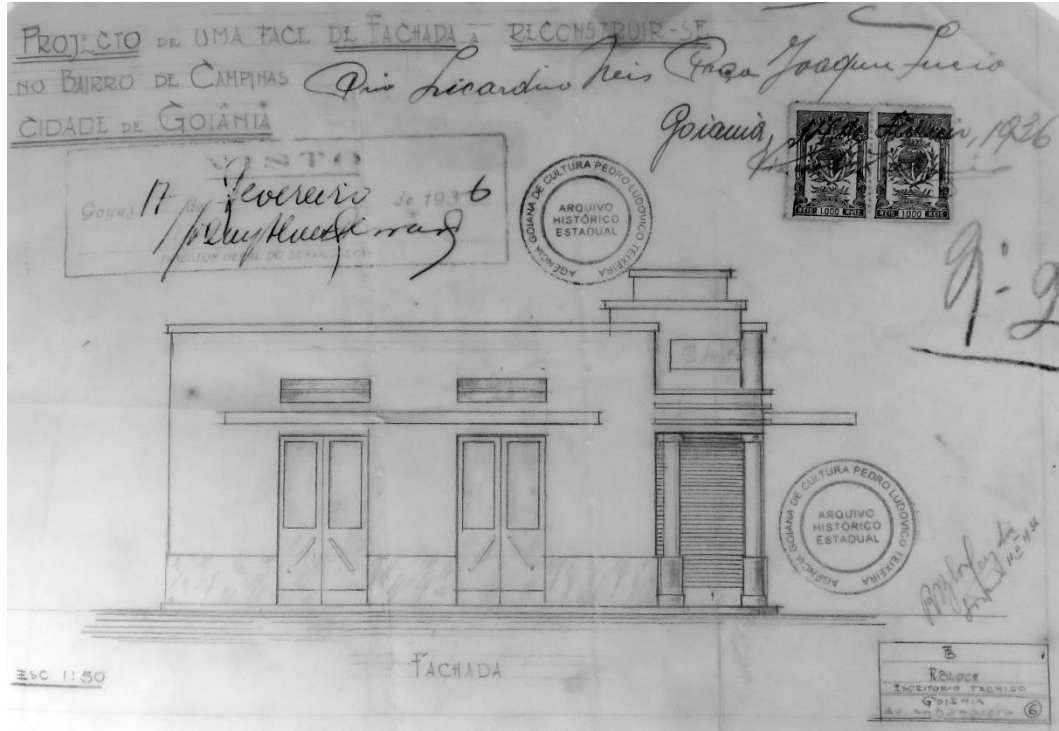


Figura 30 - Projeto de uma “face de fachada” a reconstruir-se, 17 fev. 1936.  
 Fonte: Arquivo Histórico Estadual de Goiás, 2016.

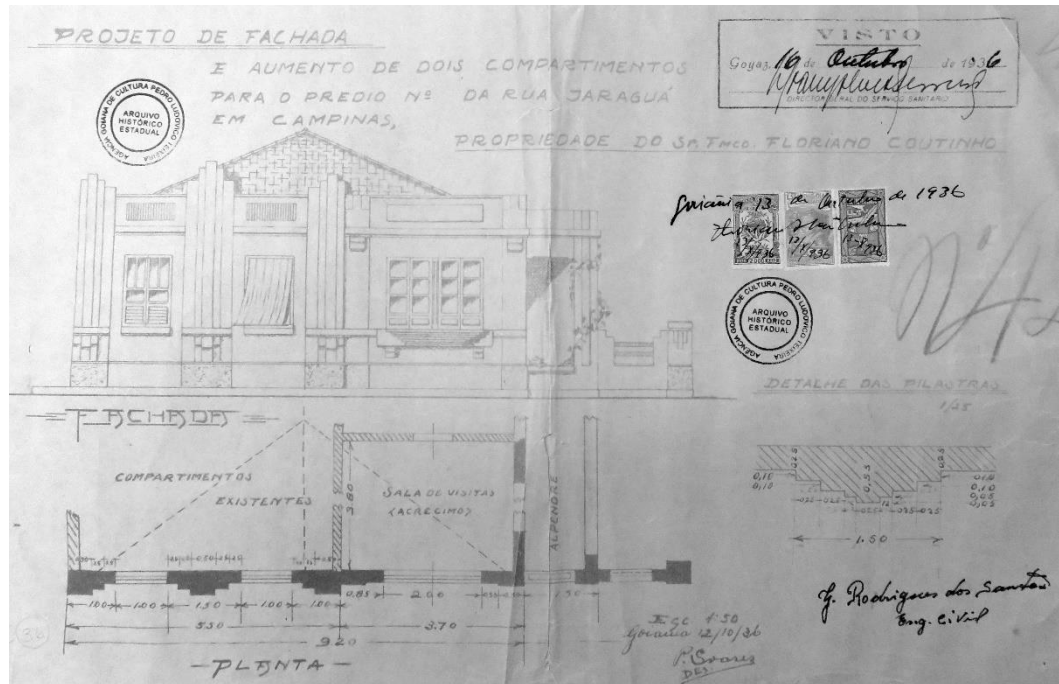


Figura 31 - Projeto de fachada e aumento de dois compartimentos, 16 out. 1936.  
 Fonte: Arquivo Histórico Estadual de Goiás, 2016.

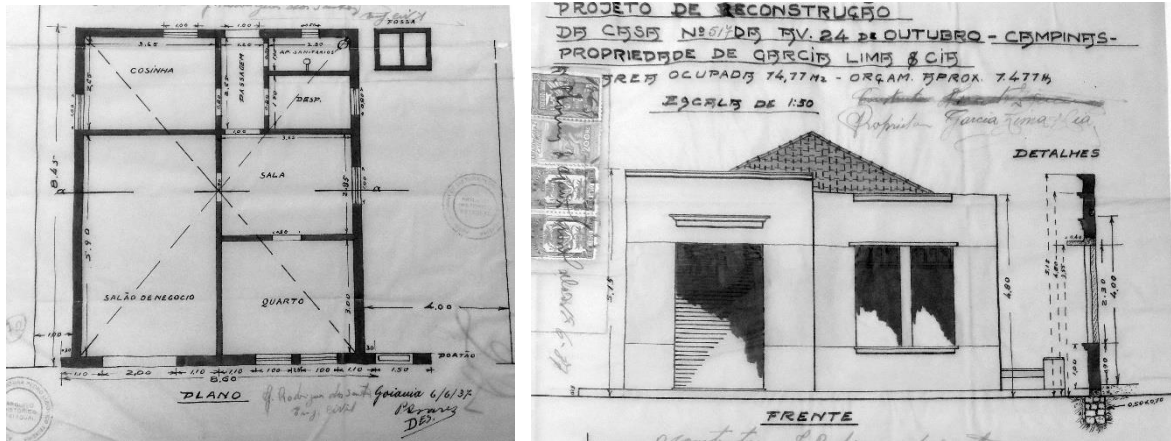


Os projetos trazem em suas fachadas características do estilo *art déco*, que era o mesmo que estava sendo realizado nas construções da nova capital. Muitos moradores das construções existentes, principalmente de edifícios em que o uso era comercial, optaram por realizar esse tipo de reforma de fachada (Figura 34), numa tentativa de modernizar suas construções.

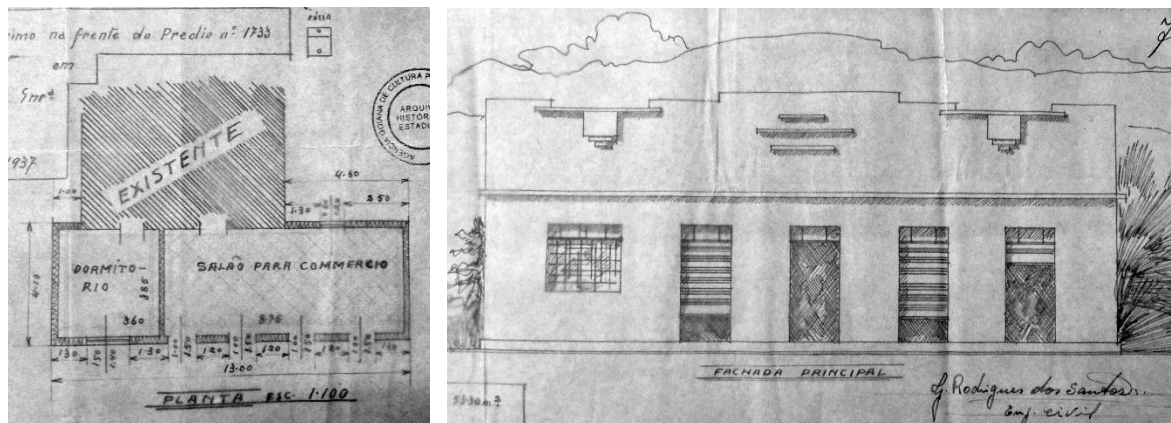


**Figura 34** - Reforma de fachada em estabelecimento comercial na Avenida 24 de Outubro, sem data.  
Fonte: Eduardo Bilemjian (foto gentilmente cedida por Eliézer Bilemjian), 2017.

Ao mesmo tempo, além das fachadas, novos edifícios comerciais e residenciais estavam sendo construídos, e alguns reformados. Os novos edifícios já traziam em seus projetos características do *art déco*. E à maioria dos reformados, tais características eram acrescentadas na área construída, também compartilhando a mesma linguagem. Muitas casas deixaram de exercer a função residencial para transformarem-se em comerciais. Outras construíram novos cômodos em suas frentes para aluguel ou então para trabalho da própria família. Nesse caso, as famílias moravam nos fundos (Figuras 35 e 36).

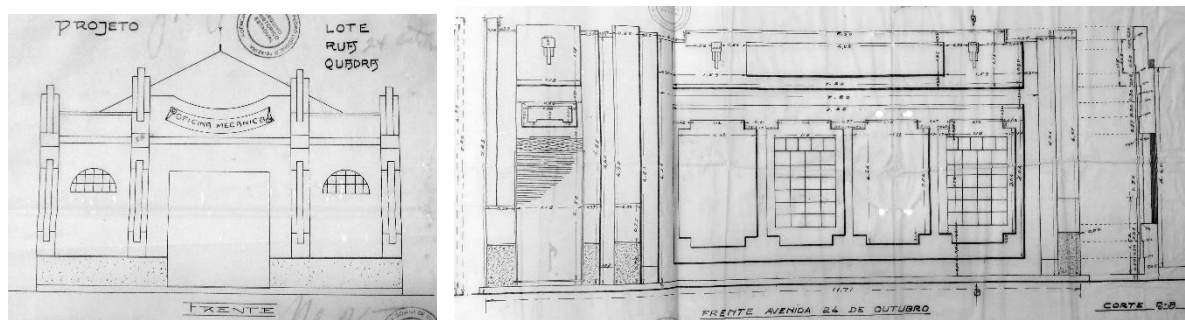


**Figura 35** - Projeto de reconstrução, casa na Avenida 24 de Outubro, 6 jun. 1937.  
Fonte: Arquivo Histórico Estadual de Goiás, 2016.



**Figura 36** - Projeto com acréscimo de área, salão para comércio e fachada, 7 out. 1937.  
Fonte: Arquivo Histórico Estadual de Goiás, 2016.

Os edifícios comerciais apresentavam o nome do estabelecimento pintado diretamente sobre a parede de alvenaria, em suas fachadas principais, sendo previsto em projeto. Ou então a platibanda da fachada destinava-se para esse fim (Figura 37).



**Figura 37** - Projeto com nome do estabelecimento, 23 mar. 1936 e 29 jan. 1937.  
Fonte: Arquivo Histórico Estadual de Goiás, 2016.

Todas essas transformações que ocorreram com os edifícios foram a primeira e significativa mudança na paisagem de Campinas e no seu comércio. A necessidade de imitar o que estava sendo feito em Goiânia foi rebatido diretamente nas edificações. A mudança de uso e o aumento dos aluguéis propiciaram o surgimento de novos

bairros no entorno de Campinas. Muitas das massas de vegetação, antes existentes, passaram a não existir mais com as novas construções e os projetos de acréscimos que se efetivaram. Os espaços livres foram sendo ocupados por novas construções, sem afastamentos frontais e laterais, tornando a paisagem cada vez mais árida.

### *2.2.1 Transformações da paisagem na Avenida 24 de Outubro (década de 1930 até anos 2000)*

A Avenida 24 de Outubro, primeira avenida comercial do bairro, passou por diversas transformações em sua paisagem ao longo das décadas. O que causou essas mudanças foi o comércio que aos poucos se instalou por lá. A avenida surgiu nos arredores da Praça Coronel Joaquim Lúcio e, posteriormente, foi crescendo, no sentido Goiânia. Sua ligação direta com a capital impulsionou esse desenvolvimento, dado o grande fluxo de pessoas que transitavam por lá (e ainda transitam), o que favoreceu a predominância de estabelecimentos comerciais variados. Essa avenida já passou por mudanças estruturais e funcionais, como diz Santos (2014).

No ano de 1937, as edificações da avenida já se encontravam em sua maioria com seus usos e fachadas já completamente alteradas para uso comercial. Já não é notada arborização ao longo da via (Figura 38). Os calçamentos estavam sendo construídos, os postes elétricos estavam locados ao centro da via de rolagem e eram de madeira. Todos os postes possuíam dois braços com iluminação noturna, um para cada lado da pista. Eles intuitivamente serviam de guia para as duas mãos da pista. A avenida não possuía asfalto, era de chão batido. Também é possível observar um posto de gasolina na esquina. As edificações não possuíam recuo frontal nem lateral, e também eram compostas por fachadas com platibanda, que escondia o telhado e evitava que a água da chuva escoasse pela calçada. O gabarito das edificações mantinha um padrão de altura com um pavimento.



**Figura 38** - Calçamento da Avenida 24 de Outubro e lojas comerciais, 1937.  
Fonte: Eduardo Bilemjan, arquivo SEPLAM, 2016.

Na década de 1940, o calçamento da Avenida 24 de Outubro já havia sido concluído, o que facilitava aos consumidores terem acesso às diversas lojas que se encontravam ao longo da via. Nota-se que começavam a existir edifícios com alturas diferentes, neste caso, de dois pavimentos. As lojas possuíam em sua fachada principal pinturas na própria parede com nome dos estabelecimentos, bem como a identificação dos produtos que eram vendidos. Além disso, placas que também indicavam o nome das lojas eram instaladas nas fachadas no sentido perpendicular, facilitando a leitura dos pedestres e dos transeuntes motorizados (Figura 39).



**Figura 39** - Avenida 24 de outubro, 1940.  
Fonte: Autor desconhecido. Acervo MIS| GO, 2016.

Na década de 1950, a Avenida 24 de Outubro estava repleta de árvores de médio porte em ambos os lados da via, escondendo as fachadas dos edifícios. Alguns trabalhadores encascalhavam e regularizavam a pista com terra e, ao fundo, encontrava-se uma máquina compactadora de terra. Os postes elétricos continuavam locados ao centro da pista de rolagem, mas a iluminação só pode ser observada em alguns deles, e não mais em todos, como ocorria antes. Os edifícios comerciais continham as mesmas características já relatadas com relação à pintura nas fachadas e às placas. Nota-se que as paredes possuíam uma meia pintura colorida na parte de baixo, e acima era da cor branca, o que destacava ainda mais os escritos. A avenida estava visivelmente mais adensada (Figura 40).



**Figura 40** - Avenida 24 de Outubro, 1952.  
Fonte: OLIVEIRA, 2012, p. 161.

Na década de 1960, com uma paisagem já bem diferente da anterior, a Avenida 24 de Outubro estava sendo preparada para receber encascalhamento, com máquina de compactação do solo disposta ao longo da via. Tambores foram dispostos para impedir o trânsito de carros. Os postes foram retirados do centro da pista de rolagem e colocados nos dois lados das calçadas, provavelmente em decorrência do aumento do fluxo de veículos. Ainda existiam nas calçadas os posteamentos antigos de madeira, mesclados com os novos postes que eram em concreto e possuíam uma altura maior. A iluminação noturna para os carros era feita por luminárias que se encontravam com a fiação elétrica dispostas e interligadas a cada poste nas calçadas, ficando assim suspensas somente pelos fios elétricos e locadas ao centro da pista (Figura 41).



**Figura 41** - Avenida 24 de Outubro, 1958-1960.  
Fonte: Autor desconhecido. Arquivo SEPLAM, 2017.

Na década de 1970, a paisagem da Avenida 24 de Outubro continuou sendo transformada (Figura 42 e Figura 43). Deu-se início ao processo da retirada das árvores, pois elas, além de atrapalharem o comércio, impediam o alargamento da via. Poucas foram as que restaram, resultando na aridez ainda hoje reconhecível. Notam-se edifícios com gabaritos mais altos, e também se vê uma modificação nas fachadas das lojas. O que antes era representado pela pintura, agora passa a esconder a edificação: as fachadas pintadas em chapa ou em outros materiais. As calçadas possuíam pisos trabalhados, e um intenso fluxo de pessoas nelas já pode ser observado. Os veículos participam com representatividade nas ruas, sendo permitido estacionar nos dois lados da via. A avenida também já está asfaltada. Lojas como o Bazar do Estudante, que vendia materiais escolares, e Super Lar, que comercializava utensílios para casa, além de lojas de tecidos, estavam locadas na avenida.



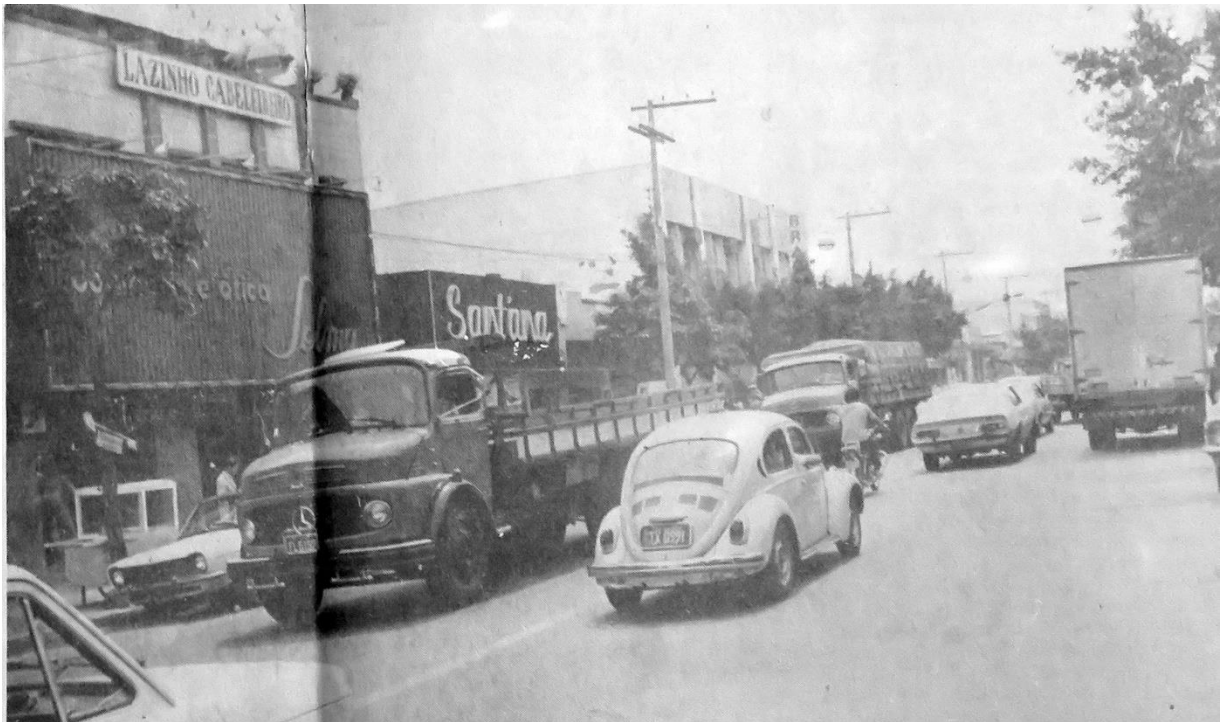
**Figura 42** - Avenida 24 de Outubro, 1972.  
 Fonte: OLIVEIRA, 2012, p. 163.



**Figura 43** - Avenida 24 de Outubro, 1975.  
 Fonte: Jornal *O Popular*, 9 nov. 1975. Arquivo SEPLAM, 2017.

Na década de 1980, a paisagem se encontrava bem similar à da década anterior. Nota-se um fluxo de caminhões transitando pela Avenida 24 de Outubro, bem como carros e motocicletas. Poucas árvores ainda restavam nas calçadas. As

fachadas das lojas encontravam-se cada vez maiores, escondendo os edifícios (Figura 44).



**Figura 44** - Avenida 24 de Outubro, 1980.

Fonte: FOLHA DE GOIÁZ, 17 dez. 1980. Arquivo SEPLAM, 2017.

Nas décadas de 1990 e anos 2000 (Figura 45 e Figura 46), a paisagem era bem árida. Quase não se observam árvores ao longo da avenida. O comércio estava consolidado. Quase não se veem mais edificações para o uso residencial ao longo da via. A questão da mobilidade urbana passa a ser um problema até então não resolvido na Avenida 24 de Outubro e no bairro como um todo. As fachadas das lojas disputam entre si, por meio dos tamanhos e das cores. A movimentação de pedestres é pulsante. Conforme Galli (2007, p. 25), “em 2007, o comércio campineiro conta aproximadamente com 600 atacadistas de secos e molhados e têxtil de malhas, redes de lojas de eletrodomésticos e móveis, além de uma variedade enorme de outros comércios varejistas”.



**Figura 45** - Avenida 24 de Outubro, 1998.  
 Fonte: DIÁRIO DA MANHÃ, 27 maio 1998. Arquivo SEPLAM, 2017.



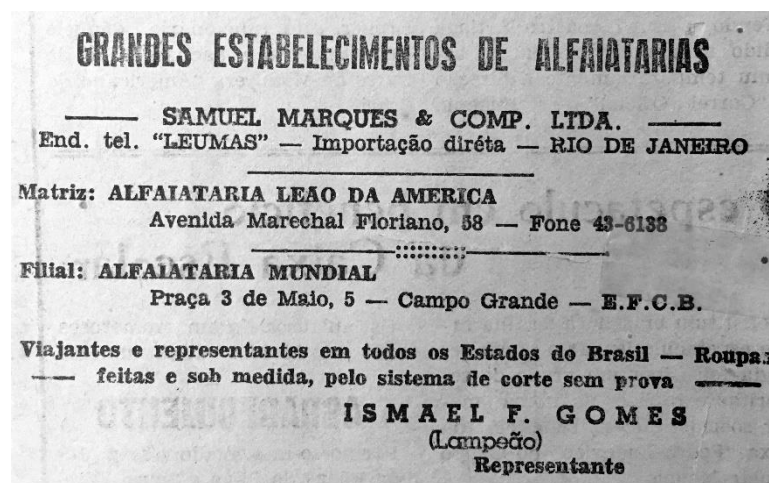
**Figura 46** - Avenida 24 de Outubro, 2004.  
 Fonte: DIÁRIO DA MANHÃ, 5 dez. 2004. Acervo SEPLAM, 2017.

São notórias as diversas modificações pelas quais a paisagem da Avenida 24 de Outubro passou ao longo dos anos. Os registros fotográficos possibilitam essa leitura particular da paisagem. Por meio dessas imagens, as transformações são capturáveis e passíveis de observações. No bojo de todo o trabalho, as imagens agregam valor às análises e permitem que se vislumbre a compreensão das alterações do bairro.

### 2.2.2 Comércio e publicidade nos jornais

A publicidade<sup>19</sup> nos periódicos analisados, que variam do final da década de 1930 até o início da década de 1960, reafirma que a grande concentração comercial do bairro já estava localizada na Avenida 24 de Outubro. Os anúncios publicitários nos periódicos ainda possibilitaram a catalogação dos tipos de comércio e serviços que eram oferecidos naquela época.

No final da década de 1930, foram identificados estabelecimentos de alfaiataria (Figura 47), e em Campinas, na Avenida Anhanguera,<sup>20</sup> a Alfaiataria Leão da América, que fabricava roupas feitas sob medida.



**Figura 47** - Anúncio publicitário de grandes estabelecimentos de alfaiataria.  
Fonte: O POPULAR, 19 out. 1939.

Havia uma oferta diversificada de prestação de serviços na década de 1940 (Figuras 48, 49, 50 e 51), tais como: médicos, roupas feitas sob medida, postos de combustíveis, oficinas mecânicas, lavagem e lubrificação de carros, enrolamento de motores elétricos, transmissão de anúncios de publicidade por amplificador, loja que vendia telhas e esgotos sanitários – o que leva a concluir que novas construções estavam sendo feitas –, venda de *tickets* de ônibus que faziam o trecho Campinas-Goiânia e outros destinos –, dado que reforça essa independência entre Campinas e Goiânia.

<sup>19</sup> O emprego do termo publicidade está em sua destinação: o fim comercial. A publicidade é uma propaganda de caráter comercial. Eugênio Malanga (1979, p. 11) traz uma definição clássica: “arte de despertar no público o desejo de compra, levando-o à ação”. Na publicidade objetiva-se a venda, a divulgação comercial de um produto ou serviço ao qual ela se refere, por meio de peças publicitárias, que podem ser: anúncios em periódicos, *outdoors*, *jingles*, filmes para televisão etc., destinados a um público específico. Mas essa divulgação deve provocar a ação de consumo, além de tornar esse produto ou serviço conhecido.

<sup>20</sup> A Avenida Anhanguera já foi denominada Avenida Amazonas e Avenida Marechal Floriano.

**Casa de Saude**  
« DR. CARNEIRO »  
Propriedade e orientação do Dr. José Carneiro  
**OPERADOR E CLINICO**  
Formado pela Universidade de Rio de Janeiro  
CONSULTAS DAS 8 AS 11 E DE 13 AS 16 HORAS  
Avenida Bala 596 - Campinas - Goiania - Estado de Goiaz

**Empresa Transporte Goiania**  
GOIANIA — CAMPINAS — AV. 24 DE OUTUBRO  
— PRESTESA — SEGURANÇA — ECONOMIA —

**Figura 48** - Anúncio publicitário da casa de saúde e empresa de transporte.  
Fonte: O POPULAR, 8 ago. 1940.

**Esgotos Sanitarios**  
MANILHAS E CONEXÕES  
Fabricadas e vidradas a sal, de acordo com as exigências dos CÓDIGOS SANITARIOS  
**Ceramica Tocantins**  
Caixa Postal, 40 — Fone, 1-286  
Avenida Pernambuco, 151 — (CAMPINAS)

**TELHAS**  
DE PRIMEIRA QUALIDADE  
**Cr\$ 800,00**  
POR MILHEIRO POSTO NO OBRA  
**CERÂMICA TOCANTINS**  
Fone 1-286 — Av. Pernambuco, 154 — GOIANIA (Campinas)

**Figura 49** - Anúncio publicitário de esgotos sanitários e telhas.  
Fonte: O POPULAR, 7 nov. 1946.

**POSTO TEXACO — Albino Ribeiro**  
Gasolina, Querosene, Lubrificantes, etc.  
Atende-se a qualquer hora da noite.  
Tem sempre em estoque toda e qualquer marca de óleo, inclusive os afamados produtos Texaco. — Avenida 24 de Outubro, 428 — Caixa Postal, 42 — Tel. 1416 — GOIANIA — Bairro de Campinas — Estado de Goiaz.

**POSTO SHELL**  
— DE —  
**Miguel Hamú & Cia.**  
Concessionários dos afamados caminhões REO — Oficina mecânica — Lavagem e lubrificação — Peças e acessórios em geral — Rádios RCA, bicicletas, etc  
Av. 24 de Outubro, 763 — Fone 14-73 — Caixa Postal, 23  
GOIANIA — BAIRRO DE CAMPINAS

**Figura 50** - Anúncio publicitário dos postos de combustíveis  
Fonte: O POPULAR, 21 ago. 1948; 5 out. 1947.

**Alfaiataria Siqueira**  
GRANDE SORTIMENTO DE CASEMIRAS E LINHOS  
CONFECCOES DE LUXO  
FEITIO DE CASEMIRA Cr\$350,00  
FEITIO DE LINHO Cr\$200,00  
AVENIDA 24 DE OUTUBRO 123

**Figura 51** - Anúncio publicitário de alfaiataria.  
Fonte: FOLHA DE GOIAZ, 10 ago. 1949.

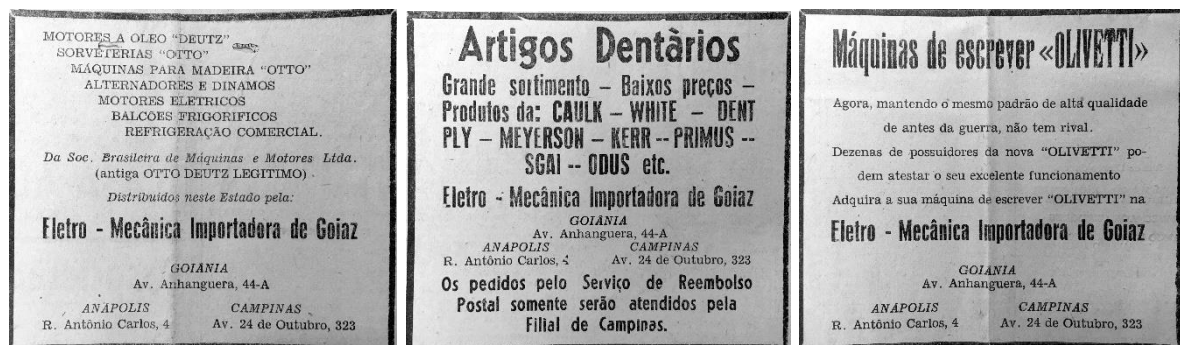
Na década de 1940 também já existia uma grande loja de rede no bairro. As Casas Pernambucanas possuíam dois endereços. Um localizava-se em Campinas, na Avenida 24 de Outubro, e o outro em Goiânia, na Avenida Anhanguera. A loja em Campinas já não existe mais, mas a da Avenida Anhanguera permanece até os dias de hoje. Inicialmente vendia somente tecidos e depois passou a comercializar itens de moda, do lar, têxteis, de decoração, eletrônicos e produtos financeiros. Uma curiosidade é que as Casas Pernambucanas decidiram acompanhar de perto a

expansão industrial do país e a formação de novas cidades, na primeira metade do século passado. No interior do Brasil adentro, a empresa utilizou porteiras de fazendas, cercas, troncos de árvores, grandes pedras, morros e lonas de circo, entre outros pontos, para divulgar a sua chegada<sup>21</sup> (Figura 52).



**Figura 52** - Anúncio publicitário das Casas Pernambucanas.  
Fonte: O POPULAR, 8 ago. 1940 e Lojas Pernambucanas.

Havia também duas grandes importadoras, que comercializavam muitos tipos de produtos. Eram elas a Eletro-Mecânica Importadora de Goiás e as Casas Aguiar. A Eletro-Mecânica Importadora de Goiás (Figura 53) tinha seu endereço localizado na Avenida 24 de Outubro, n. 323. Somente importava produtos mediante solicitações feitas por seus clientes. Portanto, não dispunha, para venda, de itens à pronta entrega. Importava desde artigos dentários e máquinas de escrever Olivetti, como também motores a óleo “Deutz”, sorveterias “Otto”, máquinas para madeira “Otto”, alternadores e dínamos, motores elétricos, balcões frigoríficos e equipamentos para refrigeração comercial. Eram produtos necessários a uma cidade em formação. Tanto as marcas Deutz quanto a marca Otto ainda existem até hoje.



**Figura 53** - Anúncio publicitário da Eletro-Mecânica Importadora de Goiás.  
Fonte: O POPULAR, 30 nov. 1947.

<sup>21</sup> Disponível em: <<http://www.pernambucanas.com.br/institucional-pernambucanas/sobre-nos/>>. Acesso em: 30 jan. 2018.

Já as Casas Aguiar, além de importar uma infinidade de produtos, possuíam uma grande loja e realizavam a venda direta ao consumidor, com significativas ofertas, segundo o anúncio (Figura 54). Localizava-se na Avenida Marechal Floriano, número 319, atual Avenida Anhanguera. Suas publicidades ocupavam, geralmente, uma página inteira dos periódicos. Comercializava os seguintes produtos: perfumes, óleos corporais, brilhantinas (gel para cabelo), loções, batons, brins, linhos, tecidos estampados de algodão, tecidos de algodão liso, cretones, atoalhados, riscado para colchão, tricolines, capas, cobertores, toalhas, colchas, aviamentos, casimiras, sedas, calçados, camisas, máquinas de costuras, bicicletas, pilhas.



**Figura 54** - Anúncio publicitário das Casas Aguiar  
Fonte: O POPULAR, 2 out. 1952.

Observa-se que havia diversidade, na década de 1950, de produtos colocados à venda: tecidos de variados tipos (Figura 57), principalmente seda, algodão, linhos, casimiras e tricolines, armarinhos para alfaiates, além de relógios suíços, camisas, chapéus, calçados, perfumes, óleos corporais, batons, brins.

Uma loja de móveis também chamou a atenção, em virtude do seu tempo de existência, quinze anos, e também do seu tamanho. Existiam duas unidades – uma loja e depósito –, todas em Campinas (Figura 55).



**Figura 55** - Anúncio publicitário dos Móveis Tupy.  
Fonte: VOZ DO CAMINHO, jul. 1959.

Na prestação de serviços identificaram-se: alfaiataria (Figura 56), execução e impressão de trabalhos gráficos (tipografia) (Figura 57), papelaria, mobiliários, operações bancárias e de câmbio, reforma e recapagem de pneus. Essas atividades indicam a existência de uma vida urbana em ascensão, possibilitada, entre outros, pelos meios de transporte e comunicação.



Figura 56 - Anúncio publicitário de alfaiataria.  
Fonte: ARAGUAIA, 21 fev. 1954.



Figura 57 - Anúncio publicitário de tipografia e papelaria.  
Fontes: ARAGUAIA, 21 fev. 1954; O MENSAGEIRO, jul. 1958.

Também existia a Casa de Saúde Dr. Rassi (Figura 58), de propriedade do médico F. Raul Rassi. A família desse médico, de descendência árabe, se destaca na área médica até os dias de hoje.

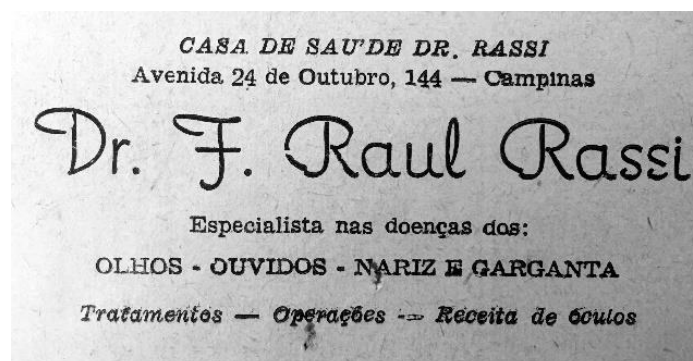


Figura 58 - Anúncio publicitário de casa de saúde.  
Fonte: O MENSAGEIRO, jul. 1958.

Também os bancos se instalaram em Campinas. A Avenida 24 de Outubro era o lugar de preferência deles. Como se nota, também existia um endereço em Goiânia (Figura 59). Os bancos apresentam um fluxo grande de pessoas, que entram e saem deles todos os dias, contribuindo, assim, para o comércio do local onde estão inseridos.



**Figura 59** - Anúncio publicitário dos Móveis Tupy e Banco.  
Fonte: O DECETÊ GOIANO, abr. 1959.

A marca B.R. Goodrich<sup>22</sup> foi criada em 1870, sendo a primeira companhia de pneus da América do Norte. Os pneus dessa marca eram considerados de luxo e a sua durabilidade era maior que a os concorrentes. No anúncio de recapagem de pneus (Figura 60), o desenho pitoresco de um pneu sorrindo, com os dizeres “tranquilometragem”, indica que o cliente dessa marca, ou que tivesse seu serviço de recapagem realizado pela empresa, poderia ficar despreocupado com a quilometragem por mais tempo. Esse tipo de prestação de serviço, na década de 1950, provavelmente indica que havia um grande fluxo de caminhões na região.

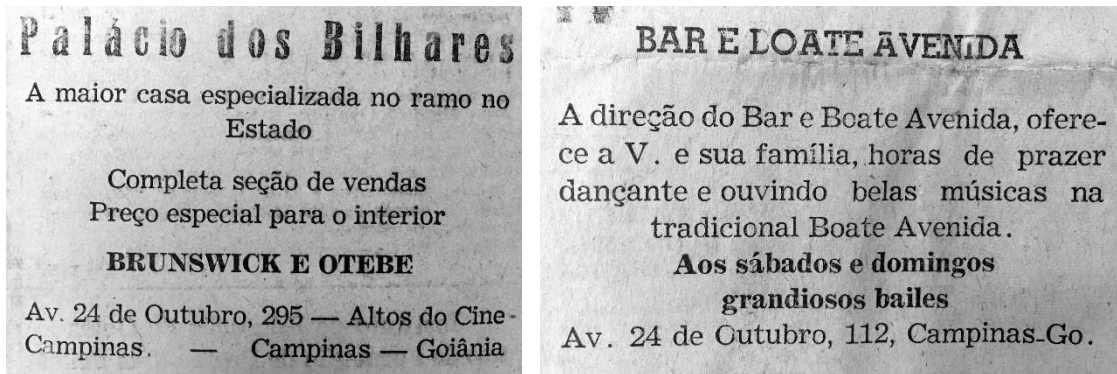


**Figura 60** - Anúncio publicitário da recapagem de pneus.  
Fonte: VOZ DO CAMINHO, jul. 1959.

Também foram identificados nos anúncios dos periódicos (Figura 61), na década de 1960, produtos e prestadores de serviço que eram comercializados, tais como mesas de bilhar, bar com música ao vivo e bailes, que remetem a momentos

<sup>22</sup> Informações retiradas do site <<http://www.pneusbfgoodrich.com.br/>>. Acesso em: 10 dez. 2017.

diversão. Brunswick e Otebe eram as marcas comercializadas no Palácio dos Bilhares.



**Figura 61** - Anúncio publicitário do Palácio dos Bilhares.  
Fonte: O POPULAR, 2 fev. 1960.

Algumas lojas foram estabelecidas em Campinas e em Goiânia, o que mostra certa independência dos dois lugares. Até esse momento, o comércio de Campinas ainda não se encontrava segmentado por tipos de produtos que eram comercializados. Essa variedade de produtos e prestação de serviços, e também a procura por parte dos consumidores, foi tornando o comércio do bairro cada dia mais consolidado.

Num total de trinta e quatro anúncios publicitários de estabelecimentos comerciais e de serviços, dezesseis se referiam à Avenida 24 de Outubro, que é considerada a avenida-âncora do bairro, como pode ser visto no Quadro 2, que segue:

**Quadro 2** - Levantamento de estabelecimentos comerciais e de serviços

Periódico	Data	Nome da loja	Produtos	Endereço
<i>O Popular</i>	19 out. 1939	Grandes estabelecimentos de alfaiatarias: Alfaiataria Leão da América Representante: Ismael F. Gomes (Lampeão)	Roupas feitas sob medida, pelo sistema de corte sem prova	Av. Marechal Floriano, 58
<i>O Popular</i>	8 ago. 1940	Casa de Saúde Dr. Carneiro Propriedade e orientação do Dr. José Carneiro	Operador e Clínico	Av. Baía, 596
		Casas Pernambucanas	Tecido	Av. 24 de Outubro
		Casa Ernesto	Relógio Suíço	Av. Anhanguera
		Empresa Transporte Goiânia	Trecho Goiânia-Campinas	Av. 24 de Outubro
<i>O Popular</i>	26 jan. 1941	Kanji	Camisas	Av. 24 de Outubro, 295

		Casa Nova Aurora	Tecidos de seda e algodão Camisas Chapéus Calçados Amarinhos	Rua Porto Nacional esquina da Av. Baia
<i>O Popular</i>	7 nov. 1946	Cerâmica Tocantins	Esgotos sanitários Manilhas e conexões Telhas	Av. Pernambuco, 154
<i>O Popular</i>	5 out. 1947	Posto Shell de Miguel Hamú e Cia.	Oficina mecânica Lavagem e lubrificação Peças e acessórios em geral Rádios RCA Bicicletas	Av. 24 de Outubro, 763
<i>O Popular</i>	30 nov. 1947	Eletro-Mecânica Importadora de Goiaz	Máquinas de escrever Olivetti Motores a óleo "Deutz" Sorvetérias "Otto" Máquinas para madeira "Otto" Alternadores e dínamos Motores elétricos Balcões frigoríficos Refrigeração comercial Artigos dentários	Av. 24 de Outubro, 323
<i>O Popular</i>	17 jun. 1948	Oficina Elétrica de Goiaz de Alfredo Marinari	Enrolamento de motores Dínamos Alternadores Transformadores elétricos	Av. São Paulo, 275
<i>O Popular</i>	21 out. 1948	Posto Texaco, de Albino Ribeiro	Posto de gasolina Gasolina Querosene Lubrificantes Óleo 24 horas	Av. 24 de Outubro, 428
<i>O Popular</i>	24 out. 1948	Posto Maldí, de Sebastião Maldí	Posto de gasolina Reforma de Pneus	Praça Coronel Joaquim Lúcio, 6
<i>O Popular</i>	21 nov. 1948	Casa de Saúde Dr. Carneiro Direção do Dr. Newton Wiederhecker	Operações Doenças das senhoras Partos Clínica geral Raio X	Av. Baia, 519
<i>O Popular</i>	19 jun. 1949	Assad Daher Cerealista	Compra qualquer quantidade de arroz, feijão e café	Av. Marechal Floriano, 972
<i>Folha de Goiaz</i>	10 ago. 1949	Alfaiataria Siqueira	Casimiras Linhos Confecção	Av. 24 de Outubro, 123
		Galeria Goiana Tecidos	Algodão Seda Lã Linho	Av. 24 de Outubro, 256
		Expresso Cometa	Venda de passagens	Hotel Avenida e Campinas Hotel

<i>O Popular</i>	2 out. 1952	Casas Aguiar	Perfumes, Óleos corporais Brilhantinas Loções Batons Brins Linhos Tecidos estampados de algodão Tecidos de algodão liso Cretones Atoalhados Riscado para colchão Tricolines Capas Cobertores Toalhas Colchas Aviamentos Casimiras Sedas Calçados Camisas Máquinas de costuras Bicicletas Pilhas	Av. Marechal Floriano, 319
<i>Araguaia</i>	21 fev. 1954	Alfaiataria Pacheco	Casimiras Linhos Tropicais Etc.	Av. 24 de Outubro, 81
		Escola Técnica de Comércio de Campinas	Cursos: Comercial Básico Técnico	Av. Minas Gerais, 228
		Amplificadora "Brasília"	Transmissão de anúncios de propagandas via amplificador	Av. Paraíba, 77
		Tipografia e Papeleria Imperial Gomes Irmãos	Execução rápida e perfeita de qualquer trabalho gráfico	Av. Anhanguera, 50
<i>O Mensageiro</i>	Jul. 1958	Casa de Saúde Dr. Rassi Dr. F. Raul Rassi	Especialista em doenças dos olhos, ouvidos, nariz e garganta. Tratamentos, operações e receitas de óculos	Av. 24 de Outubro, 144
		Tipografia Abajá	Impressos rápidos e perfeitos	Av. 24 de Outubro, 186
<i>O Decetê Goiano</i>	Abril 1959	Banco Comércio e Indústria de Minas Gerais	Operações bancárias em geral e câmbio	Av. 24 de Outubro, 163
<i>Voz do Caminho</i>	Jul. 1959	Armazém "Brasil"	Secos e molhados, preços módicos Entregas em domicílio	Mercado Municipal de Campinas, Sala 24
		Recapagem e vulcanização Canadense de	Pneus em todas as medidas	Av. Anhanguera, 448, esquina

		Afonso Borges e Cia Ltda.		com 24 de Outubro
		Móveis Tupy Gregoris e Cia Ltda.	Móveis, com 15 anos de tradição	Sede: exposição e vendas – Av. 24 de Outubro, 416 Depósito e vendas – Praça Coronel Joaquim Lúcio, 28/40
O Popular	2 fev. 1960	Bar e Boate Avenida	Música ao vivo Bailes	Av. 24 de Outubro, 112
		Palácio dos Bilhares, de Brunswick e Otebe	Mesas de bilhar	Av. 24 de Outubro, 295 Altos do Cine Campinas
O Popular	3 mar. 1960	Império da Borracha	Mangueiras Goodyear	Av. Marechal Floriano, 973

Fonte: Periódicos diversos, identificados por décadas. Org.: Daniele Severino, 2017.

Os anúncios publicitários também eram realizados por meio de pinturas em paredes. O palco do Cine Campinas era um desses locais e as publicidades foram realizadas pelo pintor Caetano Somma<sup>23</sup> (Figura 62).



Figura 62 - Anúncio publicitário do comércio na capital em 1937, no Palco do Cine Campinas. Fonte: Eduardo Bilemjian (foto gentilmente cedida por Eliézer Bilemjian), 2017.

<sup>23</sup> De acordo com a *Enciclopédia Itaú Cultural*, Caetano Somma (Ribeirão Preto, SP, 1909 – Goiânia, GO, 1979) foi pintor, escultor, desenhista, ceramista, músico, poeta e ator. Estudou desenho e modelagem no Liceu de Artes e Ofícios de São Paulo. Em 1938, mudou-se para Goiânia e montou uma oficina-ateliê, onde produziu placas, faixas, letreiros e executou pintura de automóveis. Disponível em: < <http://enciclopedia.itaucultural.org.br/> >. Acesso em: 13 jun. 2017.

Nessa pintura feita por Somma, notam-se vinte e quatro propagandas de diferentes estabelecimentos e prestadores de serviço, e um espaço em branco, pronto para receber mais uma. Algumas delas são mais bem-elaboradas e vêm acompanhadas por desenhos. Outras somente trazem textos. As publicidades que mais usavam esses desenhos se localizavam em Campinas. No palco do Cine Campinas foi possível observar um detalhe escalonado e simétrico nos cantos superiores do espaço, remetendo à linguagem *art déco*, bem como a pintura de algumas flores. A composição das publicidades também era simétrica.

Várias dessas publicidades se referem a comércios e prestações de serviços em Campinas. Os que possuíam endereço na Avenida 24 de Outubro eram: Alfaiate Pedatella, Bar Cine Campinas, Progresso Goiano Materiais para Construções, A Elétrica de Goiás, Drogarias e Farmácias Alexandre, Pacheco Alfaiate, Goiânia Foto, Farmácia São Bento, Padaria Progresso, Fábrica de Móveis Aurora. Já em outras localizações, havia: na rua Jaraguá, Ruy Cruvinel (dentista), na rua Santa Luzia, a Casa Barillari; na Avenida Amazonas (atual Avenida Anhanguera), Oficina de Vulcanização e Recauchutagem Goiás; na Avenida Pernambuco (atual Honestino Guimarães), Fábrica de Banha e Açougue Goiano.

Para amparar as atividades comerciais, fundou-se a Escola Técnica de Comércio de Campinas (Figura 63) em 1951, de propriedade do professor Rubens Carneiro dos Santos, tendo como sócios Claudio das Neves e Alberto Rodrigues Alves, conforme a matéria do jornal *O Popular*, de 3 de outubro de 2014, intitulada “Escola tradicional é alvo de ação”.

A reportagem diz que a escola foi uma das instituições de ensino mais representativas para a história de Goiânia, cujo funcionamento abarcou mais de cinquenta anos. Possuía ensino fundamental, médio e técnico em áreas como administração e contabilidade. Seu primeiro endereço foi a Avenida Minas Gerais, 228, Setor Campinas. Posteriormente, no ano de 1957, a prefeitura de Goiânia doou uma área para a construção de um novo prédio escolar, e a escola teve seu endereço alterado para a Avenida Mato Grosso, 1.122, no mesmo setor. Isso se deveu à grande demanda. Quando a escola abriu suas portas, em 1951, eram cem alunos matriculados. Após cinco anos, esse número passou para quatrocentos estudantes. Com o crescimento da capital e a chegada de famílias migrantes, buscou-se ofertar

mais vagas e para isso era necessária uma maior infraestrutura. Hoje a escola não existe mais, e seu prédio foi adquirido por outro colégio.



**Figura 63** - Anúncio publicitário da Escola Técnica de Comércio de Campinas e antiga escola. Fonte: ARAGUAIA, 21 fev. 1954 (da imagem à esquerda); Foto: Daniele Severino, 2017 (da imagem à direita).

Pode-se observar que na maioria dos anúncios publicitários é fornecido mais de um endereço dos comércios e serviços. Uma das localizações é sempre no bairro de Campinas e o outro, em Goiânia. Nesse sentido, notam-se a importância e a independência que o bairro possuía perante a nova capital, bem como a percepção de que Campinas e Goiânia ainda eram lugares distintos.

Os estabelecimentos comerciais de Campinas ofereciam uma grande diversidade de produtos e também uma diversidade de prestadores de serviços, tanto para atender aos moradores do bairro quanto para atender a toda a cidade de Goiânia, que estava em desenvolvimento. Essa variedade ofertada é uma das características do comércio no bairro ainda nos dias atuais.

### 2.2.3 *Influência dos imigrantes árabes*

Os imigrantes que tiveram maior porcentagem de registros realizados pelo Porto de Santos (SP), entre o período de 1908 e 1939, foram os sírios e libaneses. Eles eram em sua maioria solteiros e do sexo masculino. E em Goiás não foi diferente. Os primeiros sírios e libaneses que vieram, ainda na última década do século XIX, para o estado, eram também, em sua maioria, jovens e solteiros, e geralmente vinham a convite de algum parente que já estava no local (NUNES, 2000).

Antes da Segunda Guerra Mundial, 95% dos sírios e libaneses que chegaram ao Brasil eram cristãos. Conforme Nunes (2000, p. 46), “eram homens solteiros que

tinham entre 10 e 40 anos. Mulheres e intelectuais apareciam em número muito reduzido”. E ainda diz:

Embora a intolerância religiosa tenha sido uma das causas motivadoras das grandes emigrações dos sírios e libaneses, os interesses políticos europeus no Extremo Oriente, em última análise, foram reconhecidamente os fomentadores das discórdias. (NUNES, 2000, p. 31).

O que fez com que esses imigrantes escolhessem Goiás como destino foi, em primeiro lugar, segundo Nunes (2000, p. 60), “a atração econômica exercida pelo Brasil e por Goiás, como local de imensas riquezas e de muitas oportunidades, nelas incluídas as de trabalho, de educação e de melhor padrão de vida”. Em segundo lugar, foram “razões familiares para essa escolha, realçando, de forma explícita, o desejo de manter a unidade familiar”. Por fim, o motivo mais comum, foi o de ordem política. Os árabes tinham esperança de liberdade religiosa e de prosperidade na nova terra.

A rota que os imigrantes percorriam para chegar a Goiás, antes da construção da ferrovia, conforme Nunes (2000), era via a cidade de Uberaba. Eles passavam para Goiás atravessando o Rio Paranaíba, chegando assim a Santa Rita, em Itumbiara, e posteriormente caminhavam para o sul e sudoeste de Goiás.

A produção agrícola em Goiás, até o início do século XX, era basicamente de autoconsumo. Com a penetração da estrada de ferro e das rodovias, a economia goiana passou por um sensível desenvolvimento e Goiás cada vez mais se inseria na economia de mercado. O investimento acelerou o processo de compra e venda de mercadorias. Observou-se um grande crescimento populacional em Goiás, mais a sul e sudeste do Estado, mais precisamente na região cortada pela estrada de ferro, e no sudoeste cortado por estradas de rodagens, que interligavam essas regiões ao mercado nacional (NUNES, 2000). Nunes (2000, p.68) ainda escreve sobre a vinda dos imigrantes árabes e sua relação com a estrada de ferro:

A dinamização econômica do sul, sudeste e sudoeste de Goiás no cenário estadual atraiu ondas de imigrações que ansiavam em participar das oportunidades oferecidas pelas áreas pioneiras. Novas empresas se instalaram nessas regiões ampliando o seu fluxo comercial. As relações comerciais regionais e inter-regionais se incrementaram, desenvolvendo um ativo comércio importador e exportador, surgindo no sudeste expressivos centros comerciais (Ipameri, Catalão, Pires do Rio) que substituíram as cidades do Triângulo Mineiro no controle do comércio regional. Nessa região se concentrou o maior contingente de imigrantes de origem árabe, atraídos pela potencialidade das atividades comerciais. Tais imigrantes acompanharam o alargamento dos trilhos, instalando-se nos pontos mais avançados da Estrada de Ferro de Goiás e estabelecendo com São Paulo um ativo comércio inter-regional.

Segundo Nunes (2000), grande parte dos imigrantes árabes que se encontravam instalados nas cidades servidas pela ferrovia goiana se deslocou na década de 1930 para Anápolis, que nessa época se transformou no maior polo econômico de Goiás. Com a construção de Goiânia, em 1933, novas oportunidades econômicas se criaram, e muitos imigrantes árabes e seus descendentes se transferiram para a nova capital. Em 1940, os imigrantes sírios eram os que representavam a maioria dos estrangeiros que viviam em Goiás, como pode ser observado no Quadro 3, a seguir:

**Quadro 3** - População estrangeira em Goiás segundo as oito principais nacionalidades

<b>Nacionalidade</b>	<b>Goiás</b>
Portugueses	203
Italianos	237
Espanhóis	127
Japoneses	138
Alemães	284
Sírios	657
Poloneses	23
Uruguaios	6
Outros	179

Fonte: *Anuário Estatístico do Brasil*, IBGE, 1947.

A matéria intitulada “A permanência de estrangeiros no país”, publicada no jornal *O Popular*, de 26 janeiro de 1941, informa que o Departamento Nacional de Imigração comunicou aos estrangeiros que eles deveriam comparecer pessoalmente, ou por meio de procurador, ao Palácio do Trabalho com a ficha e número do processo de entrada no país para organização e regularização dos vistos de permanência. Para confirmar essa facilitação que o governo brasileiro estava concedendo aos imigrantes, o jornal *O Popular*, do dia 24 outubro de 1948, na reportagem intitulada “Imigrantes para o Brasil”, menciona que o Serviço de Informações do Itamaraty divulgou uma nota relatando que vistos permanentes seriam concedidos aos indivíduos de ambos os sexos, entre 18 e 60 anos, com boa saúde, boa conduta, sem antecedentes criminais e que não causassem danos à ordem pública e à segurança nacional. Essa nota divulgada reforça que todos os imigrantes vindos ao Brasil teriam garantida sua permanência no país, vivendo legalmente e podendo exercer quaisquer atividades.

A primeira atividade comercial que os imigrantes árabes realizaram foi a de mascate. Chegavam numa localidade com pequena mala contendo objetos de uso pessoal, roupa de muda principalmente, e uma ou duas grandes malas, de couro ou

de papelão prensado, recheadas de mercadorias as mais diversas: cortes de tecido, camisas e cuecas, lenços, meias, véus e grinaldas, estampas, baralhos, relógios, brincos, correntes e outras joias, facas de cozinha, agulhas de costura, caixas de pó de arroz, sabonetes, enfim – de tecido, armarinho e miudezas – o que coubesse em mala de viagem e nos seus bolsos. Saíam às ruas tangendo uma matraca, para anunciar sua presença na cidade (SIQUEIRA, 1993). Deaecto (2002, p.114-115) corrobora essa afirmação:

Percebe-se, pelas memórias deixadas pelos comerciantes sírios e libaneses em São Paulo, que a tradição e o espírito de corpo formado pela unidade familiar contribuíram para que essa colônia se fixasse de forma organizada e promissora no comércio. Muitos mascatearam antes de fixar um estabelecimento próprio. Na verdade, mascates foram quase todos os comerciantes estrangeiros que chegavam ao país sem a cobertura de algum grupo estrangeiro, a exemplo dos negociantes de que tratamos anteriormente. Era a atividade inicial que, segundo os relatos de muitos comerciantes que começaram seus negócios nesse ramo, possibilitava acumular o capital necessário para investir no comércio, atividade sempre rentável.

Os mascates foram importantes agentes de ligação não só entre os atacadistas do Centro e os moradores dos bairros, mas também entre o comércio da capital e os consumidores interioranos. Foram eles, desde longa data, os responsáveis pela interiorização e expansão do comércio, tarefa que provavelmente lhes teria sido facilitada, pelo menos no sentido de haver uma demanda de consumo no interior, devido à característica dispersão geográfica do povoamento do território brasileiro. Pode-se mesmo afirmar que eles cumpriram o papel dos tropeiros de outros tempos, mas agora com o auxílio das redes ferroviárias [...].

Foi nas duas últimas décadas do século XIX que chegaram a Goiás os primeiros imigrantes sírios e libaneses. Eram jovens e possuíam pouco dinheiro. Não tinham formação profissional e não conhecia a língua portuguesa. De todos os grupos de imigrantes, os árabes constituíram o primeiro grupo com grande volume de pessoas com destino especificamente urbano na sociedade brasileira no final do século XIX. Esse pioneirismo trouxe uma série de vantagens aos árabes, com domínio absoluto de determinados setores do comércio varejista e atacadista. Esses imigrantes encontraram uma sociedade em vias de se urbanizar, em que o comércio se constituía como um espaço ideal de inserção profissional. Assumiram lideranças das relações comerciais regionais e inter-regionais, integradas a um ativo mercado importador e exportador (NUNES, 2000).

Com a Marcha para o Oeste a partir de 1930, no governo Vargas, o comerciante árabe passou a assumir o papel de interlocutor entre os produtores agropecuários de Goiás e as indústrias de São Paulo. Essa expansão agrícola do estado, naquele momento, indiretamente “gerou um espaço dinâmico no mercado

goiano, seja exportando gêneros agropecuários, seja importando produtos industrializados: tecidos, calçados, chapéus, aviamentos, perfumarias [...]” e contribuiu para a ocupação dos imigrantes árabes na realização dessas atividades (NUNES, 2000, p. 85).

A construção da nova capital, Goiânia, em 1933, abriu novas perspectivas para o setor imobiliário e também para a construção civil. O fator que contribuiu ainda mais para acelerar a economia foi a chegada da ferrovia em 1952. E os grupos de descendência árabe estavam investindo em todas as áreas. Nunes (2000, p. 104-105) ressalta a importância do Setor Campinas nesse período:

Na década de 50, Campinas se tornou o principal núcleo de atividades econômicas da capital. Quando Goiânia foi construída, Campinas já existia e era um município autônomo e com malha urbana definida e um pequeno centro comercial. É nesse setor que os comerciantes árabes instalaram suas lojas e suas empresas cerealistas. A atual Avenida 24 de Outubro se tornou a principal via do comércio dos imigrantes árabes e de seus descendentes, com suas lojas especializadas em roupas, calçados e miudezas que o tradicional bazar oferecia. Posteriormente, com o desenvolvimento urbano de Goiânia, parte desses estabelecimentos se deslocou para o centro da cidade, fixando-se preferencialmente na Rua 4.

Os primeiros estabelecimentos comerciais dos imigrantes árabes em Campinas destacaram-se por sediar duas funções: a de moradia e a de comércio, este instalado na frente da casa ou no andar térreo, e a residência no andar superior ou nos fundos. Só mais tarde, com a prosperidade econômica, alguns se mudaram para residências mais confortáveis nos setores nobres de Goiânia. Alguns entrevistados alegaram que preferiam continuar morando na Avenida 24 de Outubro, local onde iniciaram seu comércio varejista, mas suas esposas e filhos passaram a exercer pressão sobre eles para que fossem morar em bairros nobres, onde as moças pudessem fazer melhores casamentos.

Em seu livro Nunes (2000) refere-se às firmas de proprietários de origem árabe registradas em Goiás. Menciona que no município de Goiânia foram abertas setenta e cinco empresas entre as décadas de 1930 e 1960. Dessas, pelo menos vinte e cinco no bairro de Campinas. Até a década de 1970 os imigrantes árabes tiveram trajetória de crescimento econômico e também modificaram seus padrões culturais, tendo de se ajustar aos novos ambientes e à nova cultura.

Determinantes no processo da consolidação e crescimento do comércio no bairro de Campinas, os árabes tiveram grande destaque e deixaram suas marcas, principalmente na Avenida 24 de Outubro. Alguns dos produtos que eles comercializavam eram: armarinhos, perfumaria, ferragens, tecidos, cereais, calçados, chapéus, secos e molhados, peças e acessórios para automóveis. Ainda hoje é possível encontrar no bairro resquícios desses povos que são conhecidos por serem comerciantes de sucesso. Muitas das lojas que existem por lá continuam

comercializando esses mesmos tipos de produtos até os dias atuais. Uma delas é objeto de escrutínio deste trabalho e será abordada no Capítulo 3.

### 2.3 O comércio de Campinas dos dias atuais

Enquanto Goiânia estava se consolidando como uma nova cidade, Campinas tornava-se um de seus bairros e já se destacava como centro comercial. Assinala a matéria intitulada “Riqueza no Comércio”, do jornal *Diário da Manhã*, de 31 de agosto de 1998: “Desde o começo da construção da capital goiana no início dos anos 30, os comerciantes fizeram da velha Campininha das Flores o seu local preferido [...]. Campinas era o maior centro comercial e assim permaneceu por décadas”.

Com o surgimento de Goiânia, o Setor Campinas se tornou, de certa forma, a área central da cidade, apresentando uma grande diversidade de comércio e serviços (VAZ, 2002). O bairro já existente era considerado o centro da cidade nascente, pois era lá que a população do município e seu entorno era atendida, como nos informa Campos (1985, p. 54):

Ocorreu que nos primórdios de Goiânia as empresas de comércio atacadista, grandes armazéns<sup>24</sup>, pequenas indústrias de transformação, frigoríficos estabeleceram-se preferencialmente no bairro de Campinas [...]. Aberta a Avenida Amazonas, hoje Anhanguera, ao longo dela, instalaram-se casas especializadas e artigos de couro [...], produtos e implementos agrícolas [...] cujos ramos vêm se diversificando de maneira sempre surpreendente, dando ao bairro aspecto tipicamente comercial.

Na década de 1950, Goiânia passou por uma mudança no seu arranjo comercial e de serviços, decorrente, dentre outros fatores, de seu processo de expansão urbana e do rápido crescimento de sua população. Houve uma descentralização comercial e de serviços do Setor Campinas para o propriamente dito Setor Central (VAZ, 2002). Pode-se considerar que, por um período de tempo curto, o Setor Campinas foi o “centro” da cidade, fato esse que evidencia a sua relevância no processo de construção da capital.

Nos dias de hoje, Campinas atende a uma grande parcela da sociedade goianiense e também às regiões lindeiras, o que caracteriza o comércio do bairro como um subcentro. Villaça (2001, p. 293) define os subcentros como “aglomerações

---

<sup>24</sup> Os armazéns de secos e molhados eram “espaços de encontro, de sociabilidade, de frequência diversa”. Localizavam-se no centro das cidades, em proximidades de pontes, nas beiras de caminhos, “nos bairros mais distantes”. “Eram o local de origem e de final das histórias. Se alguém quisesse saber algo de uma região da cidade, ou de algum morador, ou de algum acontecimento, era só dirigir-se ao armazém do bairro, e ali prostrar-se com os ‘velhos frequentadores’” (OLIVEIRA, 2005, p. 270).

diversificadas e equilibradas de comércio e serviços, que não o centro principal". E complementa:

O conceito de subcentro é empírico, mas tem havido certo consenso quanto a alguns estabelecimentos, como loja de departamento, filiais de lojas do centro, profissionais liberais, cinemas e restaurantes. Tais estabelecimentos, entretanto, devem ser historicamente situados. (VILLAÇA, 2001, p. 294).

O comércio demorou um longo tempo para se formar. Sobre a formação dos subcentros, Villaça (2001, p. 307) assinala que "um subcentro tradicional leva décadas para se constituir e seu impacto se produz lentamente, sendo absorvido lentamente pela vizinhança, que aos poucos também se transforma". Ainda segundo o referido autor, essa adaptação por parte da população no subcentro não ocorre com o *shopping center*. A vizinhança não tem tempo para se adaptar, já que sua criação é rápida e geralmente se localiza em áreas nobres das cidades.

No ano de 2002, conforme dados levantados pelo SEPLAM, Campinas contava com 4.789 estabelecimentos, sendo 3.336 de lojas de comércio (69,6%) e 875 de prestação de serviços (18,27%) e 578 de outras atividades (12,13%). Esse setor torna-se um sucinto popular de grande relevância, pelo fato de atender a uma população com menor poder de compras. Ocupa o segundo lugar como polo comercial, ficando atrás somente do centro de Goiânia. "Mais de 70% da arrecadação do Estado com o comércio vem de Campinas", ressalta a presidente da Associação dos Empresários de Campinas (ASSECCAMP), Margareth Maria Sarmiento, em entrevista concedida ao jornal *O Popular*, em 2010. Ela destaca que Campinas tem ruas destinadas ao comércio de todo tipo de produtos: confecção, secos e molhados, aviamentos, joias, roupas para festas, máquinas, couros, material de pesca e mais uma infinidade de mercadorias. "Essa é uma particularidade de Campinas. Ajuda o cliente a encontrar rapidamente o que precisa", assinala Margareth, na mesma entrevista (2010). Esse volume tem sido mantido ao longo dos anos. Em continuidade, a reportagem do jornal *O Popular* (2010) registra que entidades congregadas de empresários no Setor Campinas estimam um número de cem mil pessoas passando diariamente pelo bairro na época do Natal.

O bairro tem, proporcionalmente, de acordo com o artigo "Densidade comercial afasta moradores", da revista *O Lojista* (2010), uma das maiores arrecadações de Estado. Cerca de cinco mil empresas estão instaladas na região, gerando 80 mil empregos diretos, sem contar a grande quantidade de pessoas da

capital, do interior e de outros Estados, que buscam o bairro diariamente para comprar matéria-prima, gerando outros muitos empregos indiretos.

A segmentação do mercado, uma característica do setor, é apontada como um dos fatores que atraem a população para aquele que é considerado um dos maiores centros comerciais do país. O Setor Campinas é dividido por ruas, concentrando as lojas que vendem um mesmo tipo de produto (Figura 64), com uma enorme diversidade. Há indícios, conforme entrevistas realizadas com comerciantes e também livros de reminiscências, de que essa setorização teve início na década de 1980. O proprietário da Inácio's Pastelaria, que se localiza no Mercado Municipal de Campinas há 39 anos, Carlos Inácio do Nascimento, relata o seguinte sobre essa segmentação:

Vieram muitas pessoas de fora montar lojas, e a maioria eram amigos e parentes. Um montou loja, depois veio outro, mais outro.... Foram montando as lojas lado a lado, do mesmo tipo de produtos, pois viram que estava dando certo.

A senhora Maria Benedita Chagas de Oliveira, 80 anos, nascida em Campinas e moradora do bairro, assim se pronunciou:

Eles foram selecionando, aqui o meu pedaço é só máquinas. Então, os próprios comerciantes, parece que para facilitar, pois vem muita gente de fora fazer compras aqui que fala: "Eu vou para Goiânia para fazer compras". Então vem muita gente de fora: vem gente do Mato Grosso, vem gente do Acre. Vem gente desse fim de Brasil de todo jeito para fazer compras. Então eles vêm para fazer compras e já acham o que querem tudo reunido, há mais facilidade para comprar. Aqui tem a parte mais de tecido, tem a parte de armarinhos, e por aí vai.

Nas avenidas Senador Jaime, Pouso Alto, Alberto Miguel e São Paulo estão localizadas lojas especializadas em eletrodomésticos e móveis usados. Além dessas, existem outras, especializadas em confecções de roupas, lojas de tecidos – especialmente de malharias –, aviamentos e armarinhos, produtos agropecuários, autopeças, joias e bijuterias, calçados, couro, vestidos de noiva, eletrodomésticos e muito mais. Campinas tornou-se referência regional e, em certa medida, nacional. Segundo Correa (2001), esse processo, que pode ser denominado coesão, é caracterizado pela aglutinação de comércio com as mesmas funções, propiciando para o consumidor uma maior comodidade na hora das compras e a facilidade de negociação.



- |                          |                     |                      |                               |
|--------------------------|---------------------|----------------------|-------------------------------|
| ① Camelódromos           | ⑤ Móveis em geral   | ⑩ Confecções         | ⑮ Instrumentos/som/importados |
| ② Produto agropecuário   | ⑥ Autopeças         | ⑪ Bijuterias         | ⑯ Residências                 |
| ③ Varejo em geral        | ⑦ Produtos de couro | ⑫ Malhas             | ⑰ Importados/pesca            |
| ④ Móveis para escritório | ⑧ Secos e molhados  | ⑬ Roupas p/ noiva    | ⑱ Estacionamento/restaurante  |
| -- Limite de Campinas    | ⑨ Aviamentos        | ⑭ Máquina de costura |                               |

**Figura 64** - Setorização do comércio por manchas de cores.  
 Fonte: Google Earth, editado pela autora, 2017.

Predominantemente os camelódromos encontram-se dispostos em torno do terminal da Praça A. São eles: Camelódromo de Campinas, Camelódromo de Campinas 2 e Hipercamelódromo OK. Comercializam uma infinidade de produtos importados, celulares, roupas, brinquedos etc., motivados pelo grande fluxo de pessoas que passam pelo terminal todos os dias. É notável a presença de ambulantes no entorno dos camelódromos e do terminal, alguns em bancas fixas, outros em carrinhos, outros que passam oferecendo seus produtos. Dado o tipo de produtos que vendem, atraíram a vinda de mais lojas de importados e também *games*, que se encontram aos fundos dos camelódromos (Figura 65).



**Figura 65** - Comércio de *games* e importados.  
Fotos: Daniele Severino, 2017.

Campinas abriga também um forte polo agropecuário. Geralmente grandes galpões localizados na Avenida Castelo Branco vendem produtos como rações, remédios, gaiolas, aquários, chocadeiras etc. Algumas lojas comercializam animais, que ficam expostos dentro de gaiolas colocadas nas calçadas, como: pintinhos, marrecos, periquitos, galinha-d'angola, peixes, pássaros importados de várias espécies, *hamsters* etc. Transitando por essa área sempre se esbarra em alguma gaiola com os animaizinhos. Algumas lojas têm trazem, em suas portas de aço, pinturas de animais, compondo as respectivas fachadas (Figura 66).



**Figura 66** - Comércio de produtos agropecuários.  
Fotos: Daniele Severino, 2017.

Nessa mesma avenida, são encontrados ainda artigos em couro e selarias que comercializam botas, chapéus, bolsas, carteiras e também as selas para montaria. Geralmente, trata-se de produtos artesanais que também são vendidos em outros países. No percurso foi notada uma loja diferente das outras, toda em madeira, imitando uma casa de campo, que comercializa produtos de vestimenta masculinos e femininos *country* (Figura 67). Esse tipo de produto se adéqua ao perfil rural do goiano, possibilitando atender às cidades vizinhas, fazendeiros etc.



**Figura 67** - Comércio de selarias e couro.  
Fotos: Daniele Severino, 2017.

Na mesma região estão as lojas de autopeças, que, embora tenham se espalhado por toda a capital, têm como referência o bairro de Campinas. Também se encontram, em grande número, lojas de autopeças nas Avenidas Independência e Anhangüera (Figura 68).



**Figura 68** - Comércio de autopeças.  
Fotos: Daniele Severino, 2017.

Muitas lojas que vendem produtos fabricados em couro, de fabricação própria, se espalham pelas ruas Jaraguá, Quintino Bocaiúva e Rio Verde. Nesse trecho foi possível identificar algumas residências (Figura 69).



**Figura 69** - Comércio de couro.  
Fotos: Daniele Severino, 2017.

Já nas ruas Benjamim Constant, Honestino Guimarães, Ademar Ferrugem e São Paulo o forte é o comércio de joias, bijuterias e folheados, que emprega inúmeras pessoas direta e indiretamente (Figura 70).



**Figura 70** - Comércio de bijuterias.  
Fotos: Daniele Severino, 2017.

Pregões de móveis usados e refrigeração são encontrados na Rua Pouso Alto. Móveis novos para escritório podem ser adquiridos entre as ruas Senador Jaime, Honestino Guimarães e Alberto Miguel (Figura 71).



**Figura 71** - Comércio de móveis usados e refrigeração.  
Foto: Daniele Severino, 2017.

Várias lojas do setor de malhas, tecidos e aviamentos concentram-se nas ruas Minas Gerais, São Paulo e Honestino Guimarães. Lojas de confecções localizam-se entre as ruas Rio Verde e Alberto Miguel (Figura 72). Essas lojas dispõem os rolos de tecido em meio às calçadas, para divulgar as novidades aos clientes. É fácil se perder com tantas opções. Na verdade, esse comércio acentuou-se em decorrência do

aumento das confecções de roupas em Goiânia, que hoje já é um dos polos brasileiros.



**Figura 72** - Comércio de malharias.  
Fotos: Daniele Severino, 2017.

Na rua José Hermano fica o polo atacadista de produtos alimentícios de Campinas. Esse polo tem como vantagem propiciar ao lojista economia no frete e na representação comercial, além de lhe favorecer nas pesquisas de preços, já que as lojas ficam próximas umas das outras. Nesse trecho, a paisagem muda por completo. Os galpões, geralmente de dois pavimentos, se tornam uma grande barreira. As calçadas são bem estreitas e é muito raro se observar vegetação no local (Figura 73).



**Figura 73** - Comércio atacadista.  
Fotos: Daniele Severino, 2017.

Próximo à Praça Joaquim Lúcio e à Igreja Matriz, núcleo inicial do bairro, encontram-se os estabelecimentos de roupas de aluguel para noivos. Lojas de todos os tipos: aluguel de vestidos de noiva e ternos, roupas personalizadas para noivos, e uma infinidade de galerias com esse tipo de produto (Figura 74). Também há lojas de máquinas de costura novas e usadas, de peças e consertos.



**Figura 74** - Comércio de vestidos de noivas.

Fotos: Daniele Severino, 2017.

Também se conta com lojas que comercializam instrumentos musicais, caixas de som, microfones, etc. novos (Figura 75), localizadas entre as ruas Senador Jaime e José Bonifácio.



**Figura 75** - Comércio de instrumentos musicais.

Fotos: Daniele Severino, 2017.

Na Avenida Anhanguera, a paisagem se modifica do restante, pois existe uma barreira física, o corredor de ônibus, que impede a passagem do transeunte de forma livre pela rua. As edificações permanecem em sua maioria com dois pavimentos e às vezes com mais. Nota-se a presença de comércio no térreo e de prestadores de serviços nos pavimentos superiores. Em geral uma escadinha dá acesso direto à rua (Figura 76).



**Figura 76** - Comércio da Av. Anhanguera.  
Fotos: Daniele Severino, 2017.

Em sua maioria, os lotes são integralmente ocupados, chegando até a testada deles, sem recuos frontais e laterais. Isso nos mostra uma paisagem bastante densa, sem a presença de arborização no interior dos terrenos, o que os torna bastante áridos. Em alguns pontos da rua, resta um pouco de arborização, que é muito disputada pelos motoristas e até mesmo pelos transeuntes nas calçadas em seus momentos de descanso ou fuga do sol. Entre os estabelecimentos comerciais, é raro encontrar residências. Elas aparecem pontualmente, mas se concentram fora da área predominantemente comercial. A paisagem segue um ritmo, os edifícios têm uma constante em seu gabarito.

As fachadas não são padronizadas. Cada uma apresenta tamanhos, cores e fontes diferentes, para chamar a atenção dos transeuntes. Paredes com pinturas de gosto peculiar – metade de uma cor, metade de outra, ou revestidas com pastilhas – geram uma paisagem caótica, em meio a carros, ônibus, carros de som, bicicletas, pedestres pelas calçadas do bairro. A segmentação por tipo de produtos pode ser considerada um guia para amenizar o caos.

Pesquisa de preço e negociação com o vendedor são facilitadas quando as lojas se encontram concentradas por segmentos de produtos. Também é possível encontrar mais rapidamente o que se deseja em um só lugar, sem a necessidade de deslocamentos utilizando o carro, e sim andando a pé. A predominância por tipos de produtos dispostos nas ruas e avenidas é como segue (Quadro 4):

**Quadro 4** - Setorização do comércio por ruas

Comércio	Ruas predominantes
Artigos para festa	Ruas José Hermano e Rio Grande do Sul
Autopeças	Avenidas Anhanguera e Independência
Aviamentos	Avenida Anhanguera e Rua Minas Gerais. Confecções – Rua Alberto Miguel

Bijuterias, folheados e joias	Ruas Benjamim Constant, Honestino Guimarães, São Paulo e Ademar Ferrugem
Camelódromos	Praça A
Malhas	Ruas Minas Gerais, Honestino Guimarães, São Paulo e Avenidas Anhanguera, Pará e Rio Grande do Sul
Máquinas de costura	Avenida 24 de Outubro
Móveis em geral	Ruas Pouso Alto, Alberto Miguel e Honestino Guimarães
Móveis para escritório	Rua Senador Jayme
Produtos agropecuários	Avenida Castelo Branco
Produtos de couro	Ruas Quintino Bocaiuva, Rio Verde e Jaraguá
Trajes de noivos e de festas	Ruas José Hermano, Rio Grande do Sul, Jaraguá e Geraldo Ney
Varejo em geral	Avenida 24 de Outubro

Fonte: Organizado por Daniele Severino, 2017.

O forte do varejo campineiro está na Avenida 24 de Outubro, a grande artéria do bairro, do qual se tratará a seguir. Ali, além de uma mistura de lojas de calçados, eletrodomésticos, papelarias e roupas, estão também farmácias e agências bancárias. Na avenida nota-se grande presença do comércio informal. A via tornou-se um dos maiores problemas da expansão urbana da capital, por ser corredor de transporte coletivo e concentrar grande número de veículos e pedestres.

### 2.3.1 Avenida 24 de Outubro

Para Ecléa Bosi (2003, p. 71), “a vida de uma rua densamente povoada é inesgotavelmente rica, se registrarmos os seus sons e movimentos”. Podemos gravar a trilha sonora de uma rua durante vinte e quatro horas – desde a primeira janela que se abre de manhã, a vassoura na calçada, as portas das lojas que se erguem, os passos de quem vai para o trabalho, conversa, cantigas. E continua Bosi (2003, p.72):

Sob essa diversidade há uma ordem e um ritmo cuja seqüência é portadora de um sentimento de identificação. A seqüência de movimentos na calçada segue ritmos que se aceleram e se abrandam em horas certas e vão se extinguindo devagar, quando as janelas se iluminam e as ruas se esvaziam. Depois, as janelas vão-se apagando e fechando, menos alguma que resiste ainda, da qual escapa um som que finalmente silencia.

Bosi (2003, p. 114) refere-se à existência de espaços privilegiados: "A casa da infância, os trajetos do bairro, recantos da cidade, lugares inseparáveis dos eventos que neles ocorreram. A cidade possui alguns focos sugestivos que amparam nossa identidade, percepção e memória".

Segundo a mesma autora, por que deveríamos definir a cidade somente em termos visuais? Ela possui uma trilha sonora compartilhada e vital para seus habitantes, que podem alcançar segurança e equilíbrio no momento em que se descodificam os sons familiares.

O reconhecimento dessas imagens, sons, odores e experiências é possível por meio de uma estratégia de estudo: a etnografia de rua. Essa estratégia baseia-se, conforme as antropólogas Rocha e Eckert (2013), em pesquisas de campo com caminhadas atentas e sem destino fixo, permanência no local de estudo, que no caso é a rua, e no compartilhamento de experiências com seus habitantes. Para se reconhecer esses costumes praticados pelos cidadãos é necessário vivenciar e até mesmo se apropriar do conhecimento que esses habitantes praticam.

A rua, nos exercícios etnográficos, se coloca para nós como um arranjo espaçotemporal, em que a vida social se desenrola nas suas mais diversas formas. São múltiplas facetas da rua que o etnógrafo conhece em sua inserção na pesquisa de campo. Elas são narradas pelas imagens etnográficas da escrita, da foto, do vídeo, que aqui são interpretadas como poética das ruas acomodadas nos ritmos temporais da vida cidadina.

Para melhor compreensão e captação de detalhes na etnografia, utiliza-se de equipamentos como câmeras fotográficas e gravadores, conversas informais ou entrevistas, e tudo que é relevante e passa pelos olhos atentos do observador deve ser anotado em uma caderneta. Esse rigor nas observações etnográficas é que vai mostrar os deslocamentos constantes pelos quais passa o cenário, que é a vida urbana, bem como as diferentes paisagens que possam existir em um mesmo lugar.

Assim, munidos de máquina fotográfica e muita disposição, decidimo-nos por fazer um exercício etnográfico de rua focalizando a Avenida 24 de Outubro.

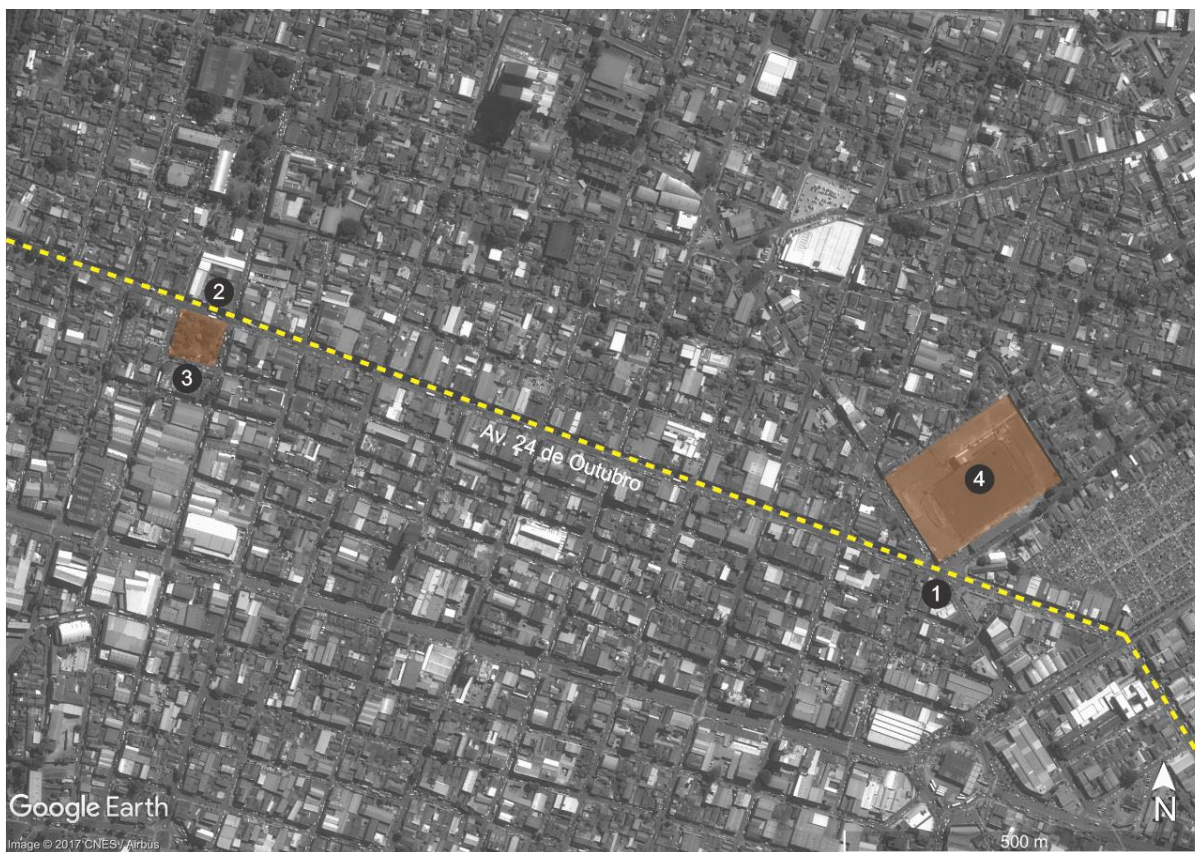
Inicialmente, vale assinalar que a Avenida 24 de Outubro é um local de comércio diversificado e fluxo enorme de pessoas (transeuntes, consumidores, ambulantes etc.) e de veículos. O grande aumento da circulação de automóveis, transeuntes e de lojas comerciais descaracterizou em parte os aspectos cotidianos que sempre foram peculiares no local. Por fazer parte do núcleo urbano pioneiro de Goiânia, essa mesma avenida teve seu traçado considerado um bem patrimonial protegido por Tombamento Federal (Portaria Federal nº. 507/2003). De acordo com o presidente da Associação da Indústria e Comércio de Confecções de Campinas, em

entrevista realizada pelo jornal *Diário da Manhã*, no dia 5 de dezembro de 2004, a Avenida 24 de Outubro “é o maior *shopping* horizontal da América Latina”, com um total de quinhentas lojas em 1,6 km de extensão.

Como já citado, a Avenida 24 de Outubro teve uma grande relevância para o bairro de Campinas, e ao longo dos anos se transformou no grande eixo comercial de ligação com Goiânia. Tudo relacionado ao início do comércio naquele local.

O trecho analisado se iniciou no cruzamento da Avenida 24 de Outubro com a Avenida Perimetral (onde se localiza o campo de futebol do time do bairro), tendo como destino final a tradicional Praça Joaquim Lúcio (local onde se concentram alguns dos edifícios tradicionais do bairro). Esse percurso abrangeu nove quadras, com aproximadamente 1,1 quilômetro de extensão (Figura 77). Num primeiro momento, já foi perceptível o alto barulho produzido pelos carros, ônibus, motocicletas e carros de som. Transeuntes percorrem a avenida a todo o momento. O fluxo de pessoas é intenso pela rua.

Nas duas primeiras quadras, o comércio, em sua grande maioria, é composto de lojas de colchões e móveis e acessórios para bebês. Na sequência, caminhando nas próximas duas quadras, reconhecem-se uma igreja, algumas óticas, perfumarias, lojas de sapatos e roupas, chocolataria, local para empréstimo de dinheiro, perfumaria, enxovais, farmácias. Em seguida, nas próximas duas quadras, lojas de telefonia, um *shopping* (denominado Shopping Oriente, de produtos populares), e tradicionais lojas goianas como Novo Mundo (de eletrodomésticos e móveis) e Fujioka (eletrônicos, fotografia e ótica), Banco Bradesco e Caixa Econômica Federal, Ricardo Eletro, Marisa, várias sapatarias, lotéricas, farmácias. Para finalizar, Banco Itaú, loja de utilidades para o lar, Riachuelo, outras lojas da Ricardo Eletro e do Novo Mundo, Casas Bahia, sapatarias, casas de cosméticos. Muitas dessas lojas ou bancos se repetem ao longo do caminho. Na proporção que se avolumam e diversificam-se os estabelecimentos comerciais, o número de transeuntes aumenta.



- ① Início da caminhada    ② Final da caminhada    ③ Praça Coronel Joaquim Lúcio    ④ Estádio Antônio Accioly

**Figura 77** - Avenida 24 de Outubro: ponto inicial e final do percurso – 2017.

Fonte: Google Earth, editado pela autora, 2017.

As fachadas das lojas dão uma característica diferenciada à paisagem da avenida. São muitas cores, informações e tamanhos diversos. Cada loja deseja chamar mais a atenção do que a outra, pela dimensão de sua fachada e pelas informações nela contidas. Além disso, toda a parte da fiação elétrica se confunde com elas, para quem observa de longe. Ao longo de todo o percurso, verificou-se que são pouquíssimas as lojas cujas fachadas não trazem letreiros informativos, preservando, desse modo, alguma característica da sua configuração anterior (Figuras 78).



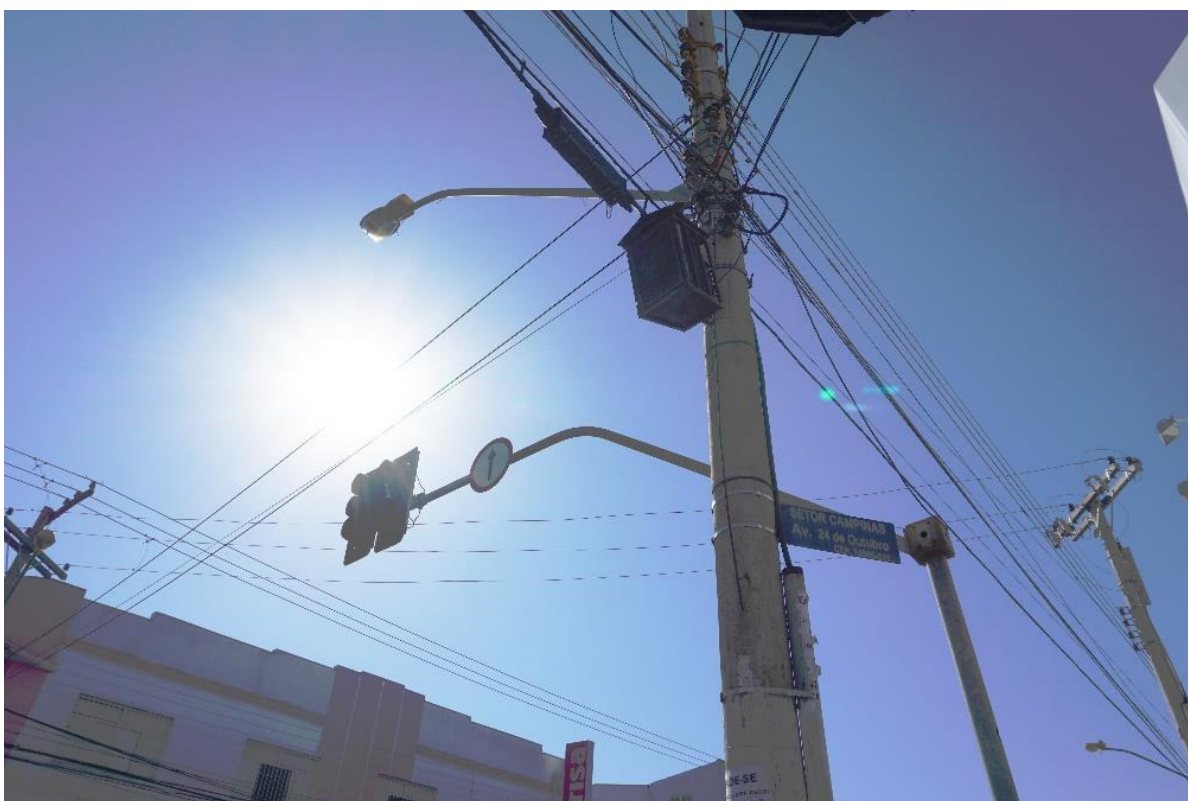
**Figura 78** - Contrastes das fachadas na Avenida 24 de Outubro.  
Foto: Daniele Severino, 2016.

Nas lojas, diferentes formas são usadas para atrair os clientes. Por exemplo, em muitas delas os vendedores ficam na porta da loja convidando o cliente para entrar e olhar os produtos. Alguns deles chegam a sair da loja e vão aos semáforos, com seus microfones em mãos, conversando com os motoristas que ali estão parados e fazendo propagandas (Figura 79). Não se sabe se esse recurso é eficiente, mas gera uma sonoridade especial para a rua.



**Figura 79** - Vendedores chamando clientes para lojas, com propaganda em caixa de som.  
Foto: Daniele Severino, 2016.

Outras lojas valem-se de aparelhagem de som para executar músicas de ritmos variados, em um volume bem alto, durante todo o dia. Chega a ocorrer certa “disputa”, entre as lojas, pela execução de músicas em volume mais alto. O repertório é aquele do gosto popular: sertanejo, forró, sofrência, pop internacional, e por aí vai. Em meio a essa confusão sonora, ainda é perceptível outro tipo de som que pode ser ouvido além da Avenida 24 de Outubro, em várias outras ruas do bairro. Esse som vem de caixas de som espalhadas juntamente aos postes de iluminação elétrica, com músicas e propagandas do comércio no programa Rádio Campinas (Figura 80). Um hábito interiorano insistentemente revivido no bairro.



**Figura 80** - Caixas de som instaladas junto aos postes de iluminação pública.  
Foto: Daniele Severino, 2016.

A via é bastante movimentada durante todo o dia. Veem-se muitos carros de passeio, ônibus, motocicletas e carros de som, que além de movimentarem a avenida, também geram um barulho muito grande, muitas vezes até ensurdecedor. A mistura de todos esses sons nos dá uma sensação total de caos.

Durante uma caminhada notou-se que existe pouca vegetação nas calçadas. Árvores são raríssimas. Elas se encontram espalhadas e em maior concentração mais ao final do percurso, nas proximidades com a Praça Coronel Joaquim Lúcio. Portanto,

os transeuntes criam o hábito de andar pela calçada do “lado” que não tem incidência de sol, especialmente no período da tarde.

Como consequência desse fator natural, os ambulantes também se aglomeram deste mesmo “lado” em sua grande maioria. Eles são muitos ao longo da avenida. Concentram-se não somente na Avenida 24 de Outubro, como também nas ruas perpendiculares a ela. Vendem uma infinidade de produtos. Foram avistados ambulantes que vendem lanches, como cafezinho, biscoito ou pão de queijo. Também se veem aqueles que vendem roupas íntimas e meias. Alguns comercializam as frutas da estação (estes geralmente estão bem próximos às saídas dos bancos), como melancia, mexerica, abacaxi, entre outras. Outros vendem óculos escuros e até mesmo roupas (Figura 81), mercadorias essas expostas em vários manequins colocados na calçada. Água e água de coco também são produtos muito vendidos, assim como salada de frutas. Muitas vezes é até difícil caminhar pela calçada pelo tumulto causado por eles, já que esta não possui uma largura considerável.<sup>25</sup>



**Figura 81:** Ambulantes que vendem peças de vestuário.  
Fonte: Acervo Daniele Severino, 2016.

Outros tipos de comércio de rua, como, por exemplo, bancas com endereço fixo, também são encontrados ali. Geralmente vendem de tudo um pouco: capinhas para celular, controle remoto, bolsas, sapatos, cintos etc., e outras que são bancas de

<sup>25</sup> No próximo item nos aprofundaremos acerca do comércio informal.

revistas. A sensação que se tem quando olhamos para essas bancas é de muita informação em um só lugar (Figura 82). Geralmente essas bancas são protegidas por uma lona, na parte superior e nas laterais, para proteger contra o sol e a chuva.

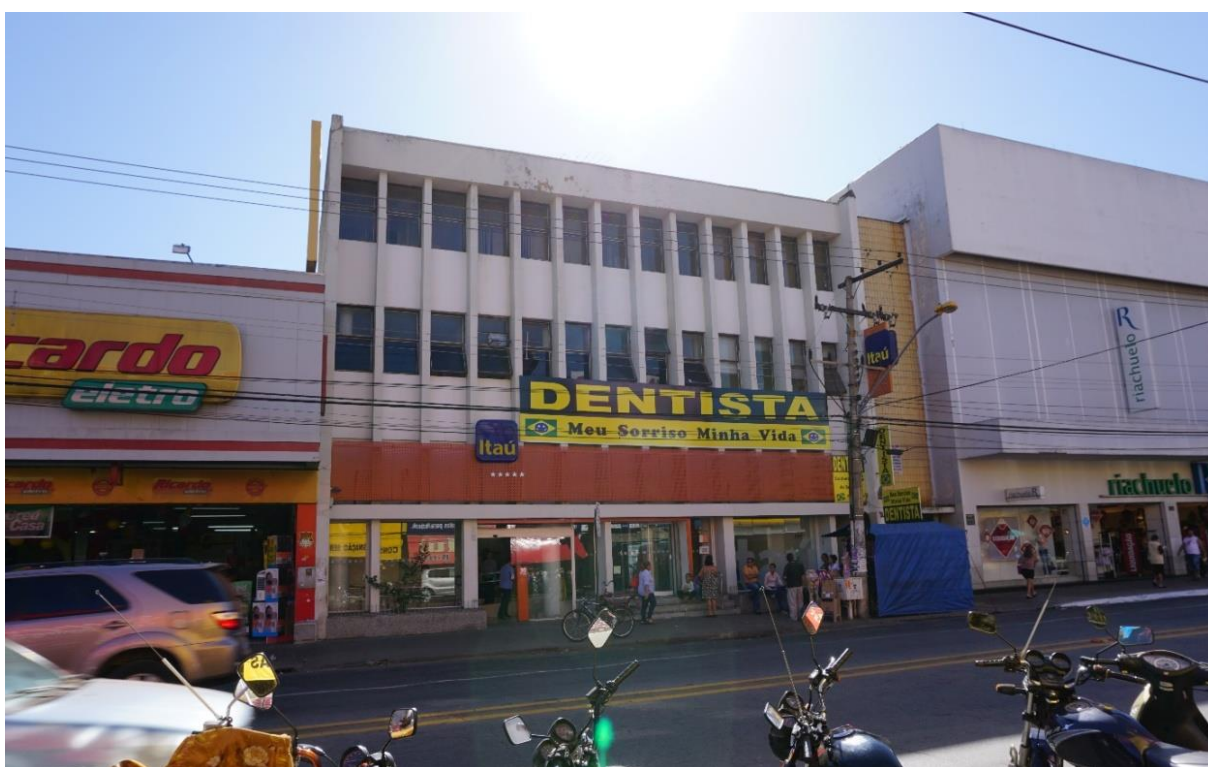


**Figura 82** - Banca com endereço fixo.  
Foto: Daniele Severino, 2016.

No trajeto, são identificadas edificações com altura relativamente baixa, comumente de dois ou três pavimentos (Figura 83). No térreo se encontram lojas comerciais, e nos pavimentos superiores prestadores de serviços, como odontólogos e advogados (Figura 84). Viu-se uma porta que dá acesso a uma das únicas edificações de uso residencial, que ainda se encontra na Avenida 24 de Outubro, camuflada em meio a tantas portas de aço. Algumas lojas são suficientemente compridas, permitindo o acesso a uma das ruas paralelas à avenida, a Avenida Alberto Miguel. Desse modo, o transeunte pode adentrar a loja por duas ruas distintas. A presença de uma infinidade de transeuntes nas proximidades dos bancos também chamou a atenção.



**Figura 83** - Edificações com alturas similares.  
Foto: Daniele Severino, 2016.



**Figura 84** - Prestadores de serviço alocados nos pavimentos superiores dos edifícios.  
Foto: Daniele Severino, 2016.

Muito curiosamente, a câmera fotográfica, na maioria do tempo, causou certa estranheza e chamou muito a atenção dos transeuntes. Muitos olhavam com desconfiança, sem entender o porquê dela. Alguns acharam que era algo relacionado

à reportagem, outros nem questionaram. Alguns fizeram alerta sobre o risco que esse acessório envolto ao pescoço poderia causar, caso não houvesse cuidado.

### 2.3.2 Comércio informal

No setor Campinas, é notável a presença do comércio informal ao longo das ruas. Os ambulantes vendem de tudo, valendo-se de carrinhos ou transitando pelas calçadas, muitas vezes disputando espaços com os pedestres. Em alguns casos, instalam seu carrinho no mesmo ponto, em frente às lojas, gerando uma competição com elas. Geralmente preferem lugares onde o fluxo de pessoas é mais intenso, pois a chance de realizar boas vendas é maior. Em Campinas, os ambulantes se localizam espalhados por toda a área comercial do bairro. Possuem pontos nos locais com mais fluxo de pessoas, em frente a lojas-âncora, próximos a pontos de ônibus e até mesmo em faixas de pedestres, em lugares como a Avenida 24 de Outubro, Praça Coronel Joaquim Lúcio, Praça da Matriz de Campinas, proximidades do Mercado Municipal de Campinas e dos atacadistas, entorno dos camelódromos etc. Ao mesmo tempo, esses ambulantes geram uma paisagem peculiar e diversificada para as ruas, trazendo movimentação, cores, sons, cheiros e muito mais vida às ruas de Campinas.

Os ambulantes se aproveitam da grande movimentação de pessoas pelas ruas do bairro para oferecer seus produtos. Os camelôs – vendedores ambulantes – produzem na cidade um novo uso do mesmo espaço, dotado de características e regras próprias. Neste processo, tornam-se um problema para as administrações municipais, sendo constantemente associados a degradações estéticas e higiênicas da paisagem urbana, bem como à ideia de malandragem e marginalidade, já que não pagam taxas nem impostos e disputam os potenciais fregueses com o comércio formal.

O jornal *Diário da Manhã*, de 23 de novembro de 1988, informa, em artigo intitulado “Inicia a caçada ao camelô sem licença”, a realização, pela Secretaria de Ação Urbana, no final da década de 1980, em Campinas, da chamada “Operação Rapa”. Essa operação consistia na retirada dos vendedores ambulantes sem licença expedida pela Prefeitura. Com as reclamações dos comerciantes estabelecidos no bairro, que diziam sofrer grandes prejuízos provocados pela concorrência desleal, os serviços de fiscalização apreendiam até mesmo os produtos que eram vendidos por

eles. Eles deveriam pagar uma multa, e em caso de reincidência essa mesma multa dobrava de valor.

A reportagem intitulada “Camelôs desafiam fiscais e ocupam calçadas”, do jornal *O Popular*, de 7 de novembro de 2012, evidencia a grande diversidade de produtos que os ambulantes vendem em Campinas. Eles oferecem de tudo um pouco: meias, roupas íntimas, frutas da estação, roupas, lanches etc. O espaço que eles ocupam nas calçadas, e às vezes até mesmo nas ruas, é dividido com os pedestres. A grande maioria dos que se instalam no bairro não possui licença para trabalhar. Vale assinalar que o licenciamento é obrigatório para todos que desejam vender produtos na rua. Como frequentemente ocorrem fiscalizações, o trabalho é feito com receio e atenção, para que os fiscais, ou “rapas”, como são identificados na reportagem, não apreendam suas mercadorias.

A Avenida 24 de Outubro é considerada pelos comerciantes a avenida-âncora do bairro, assim como os arredores do Mercado de Campinas, que é outro ponto comercial potencialmente forte no setor. Aí se observa uma diversidade de tipos de comércio informal, sobretudo na Avenida 24 de Outubro, que é onde os ambulantes estão mais localizados no bairro. Uma grande variedade de modelos de carrinhos é vista nesses locais, em virtude do tipo de produto comercializado. Também se nota que a idade desses vendedores ambulantes varia bastante, encontrando-se desde crianças, a adolescentes, adultos e idosos.

Um dos comércios informais identificados foi o de meias e roupas íntimas. Estava posicionado sob uma das poucas árvores existentes na avenida, justamente por conta do sol e do calor, visto que a respectiva banca não possuía cobertura. O carrinho adaptado para receber vários cabides expõe, em seu nível mais baixo, as meias para crianças, e numa cesta um grande estoque de outros produtos. A mistura de cores dos produtos é bastante chamativa (Figura 85).



**Figura 85** - Carrinho de meias e roupas íntimas e maleta com óculos de sol.  
Foto: Daniele Severino, 2016.

Ao lado desse carrinho, outro ambulante vende óculos de sol e de grau (Figura 85). Quase todos os ambulantes vendedores de óculos evidenciam um mesmo estilo: expõem seus produtos em uma grande caixa de papelão, que serve como suporte para um isopor que é apoiado nele, e onde as hastes são espetadas. Também é disponibilizado espelho para os clientes experimentarem os óculos. O isopor é milimetricamente calculado e perfurado para receber qualquer modelo de óculos.

Afora tal configuração, há ambulantes que vendem óculos carregando uma grande maleta com todos os produtos (Figura 85). Essa maleta, ao ser aberta, permite que o consumidor visualize todos os produtos. É provável que essa adaptação de expositor esteja relacionada ao fato de que ambulantes “ilegais” precisam deixar o ambiente de trabalho até no máximo às 17:00 horas, por causa da fiscalização. Assim, de certa forma, a maleta facilita a fuga da “ilegalidade”.

Nas esquinas da Avenida 24 de Outubro (Figura 86), encontram-se mais duas bancas que vendem meias e roupas íntimas, e também caldo de cana. Nota-se um clima mais árido, sem presença de vegetação. Por esse motivo os carrinhos possuem coberturas. Nesse ponto do comércio campineiro, não parecem existir aquele “calor” característico, a intimidade à primeira vista, o clima amistoso vindo de um sorriso e um aperto de mãos nas relações comerciais.



**Figura 86** - Ambulantes comercializam roupas íntimas e caldo de cana.  
Foto: Daniele Severino, 2016.

Onde se localiza o comércio formal um pouco mais variado com lojas de bolsas e mochilas, lingerie, óticas, lojas de telefonia, o Fujioka e a loja Feira Campinas, que vende artigos de uso pessoal, cama, mesa e banho, os comércios informais também começam a ser mais frequentes próximos a esses estabelecimentos. Isso fica claro na Figura 87.



**Figura 87** - Intensificação da presença do comércio informal.  
Foto: Daniele Severino, 2016.

Um casal de ambulantes, vindos de Itaberaí, cidade distante 90 km de Goiânia, vende café e lanches. Ambos usam aventais brancos, o que confere um ar mais formal e de higiene ao trabalho. Uma mesa forrada se apresenta cheia de guloseimas, e sob ela são guardados a garrafa de café e copos de plástico em algum cantinho. O “ponto” deles está posicionado na calçada em frente à antiga loja da TIM, que hoje se encontra fechada. São, à primeira vista, sérios. Mas, após um elogio ao café, um comentário sobre o calor, a conversa fluiu de forma inesperada.

O ápice da movimentação de ambulantes se dá em frente às grandes lojas e bancos. Nessas calçadas, lojas como Agitu’s Calçados, Marisa, Banco Bradesco geram um alto fluxo de usuários que acabam por consumir um ou outro produto vendido por eles. A Figura 88 mostra um pouco dos comerciantes que possuem seus

pontos nas imediações das Lojas Marisa. A figura 88, inclusive, evidencia um ambulante diferenciado. Em sua banca, além da apresentação comum de qualquer banca de feira, há ainda um “estoque” e um expositor instalados dentro de uma Kombi. O vendedor fica sentado em um banco do lado de fora de sua banca, cantarolando e oferecendo seus produtos a quem passa. A banca consome um espaço maior da calçada, dificultando a passagem das pessoas. Na outra fachada das Lojas Marisa, é perceptível aquele cheiro que instantaneamente mexe com a maioria dos goianos, uma banca de pequi.



**Figura 88** - Ambulantes em frente às Lojas Marisa e que usam Kombi como apoio para exposição.  
Foto: Daniele Severino, 2016.

Como já referido anteriormente, é perceptível que as maiores concentrações de banquinhas estão próximas às lojas com demandas maiores ou onde estão as paradas de ônibus. Lugares esses em que há concentração de possíveis compradores. Os produtos são lançados na linha dos olhos humanos: objetos com cores chamativas, guarda-sóis coloridos e vendedores que se arriscam em repentes e cantorias diversificadas para chamar a atenção de quem está caminhando por ali. A Figura 87 ilustra a movimentação nas imediações da loja Novo Mundo.

Entre os produtos vendidos pelo comércio informal e pelo comércio formal, não há indícios de relação direta. A localização dos ambulantes ocorre com predominância em frente às lojas de departamentos, de eletroeletrônicos, dos bancos e também das casas lotéricas, justamente por esses lugares atraírem um grande fluxo de pessoas no decorrer do dia. Uma particularidade encontrada foi que, em frente aos bancos e lotéricas, geralmente os ambulantes vendem comidas: frutas, açaí, salada de frutas, doces, água de coco, caldo de cana etc., ou seja, produtos para consumo imediato. Em contrapartida, próximo às lojas de eletroeletrônicos e departamentos são comercializadas roupas, meias, roupas íntimas etc.

Algumas bancas possuem endereço fixo (uma delas encontra-se fechada). Por exemplo, uma se localiza em frente à igreja (Figura 89), outra em frente a uma clínica popular (Figura 89) e mais uma, que se encontra fechada, em frente ao Banco Bradesco (Figura 90).



**Figura 89** - Bancas em frente a uma igreja e em frente a uma clínica popular.  
Fotos: Daniele Severino, 2016.

Próximo ao Mercado Municipal de Campinas há também uma banca de lanches (Figura 90) e uma de revistas, ambas fixas. Algumas dessas bancas utilizam-se de artifícios para proteção do sol e da chuva, como, por exemplo, as lonas que são colocadas por cima das bancas e também em suas laterais, fazendo a função de barreira contra intempéries. Geralmente, eles vendem de tudo um pouco: acessórios, recarga e *chip* para celular, cintos, pequenos objetos de decoração, meias, controle remoto, bolsas etc. Aproveitam as paredes das bancas para ali estamparem propagandas dos produtos por eles vendidos e as formas de pagamento que são aceitas.



**Figura 90** - Bancas fechadas em frente à agência de um Banco Bradesco e banca de lanches em frente ao Mercado Municipal de Campinas.  
Fotos: Daniele Severino, 2016.

Há outra questão em relação ao tipo de alimentos vendidos. Goiânia é predominantemente quente e com baixa umidade. Campinas, além disso, sofre com a ausência de vegetação (hoje existem algumas árvores recém-plantadas), e o alto número de veículos intensifica a sensação de secura, aumenta a poeira e poluição. Os ambulantes optam por comercializar comidas mais frias ou leves, como frutas, doces, sucos, água de coco e caldo de cana gelados (Figura 91).



**Figura 91** - Ambulantes de sucos, água de coco e frutas.  
Foto: Daniele Severino, 2016.

Os ambulantes que vendem frutas providenciam que elas sejam molhadas, para manter o frescor e aquele cheiro de frutas saídas do pomar. O que os olhos não veem, o olfato denuncia, o que gera a necessidade de consumir o produto. Na Figura 91, temos o modelo típico dos carrinhos de fruta. Na Figura 92, vê-se um carrinho com doces em compota e outras guloseimas.



**Figura 92** - Modelo de carrinho com doces em compota e ambulantes sem ponto fixo.  
Foto: Daniele Severino, 2016.

Os modelos dos carrinhos dos ambulantes variam bastante. Em sua maioria são carrinhos adaptados de acordo com o produto a ser vendido. Alguns chamam mais a atenção, pois são carrinhos personalizados de alguma indústria, o que caracteriza a terceirização do serviço, como aqueles de suco de laranja (Figura 91), picolé, água de coco (Figura 91), entre outros. Entretanto, no geral, são carrinhos simples. São ambulantes que não têm um ponto fixo e, portanto, transitam pelas calçadas para vender seus produtos. Quem não tem vínculo com esses carrinhos mais elaborados usa a criatividade e o improviso: adaptam caixa de isopor na garupa da bicicleta ou até mesmo carregam a caixa de isopor em um carrinho de carga.

Uma grande concentração de ambulantes foi identificada na saída dos bancos e também em frente às grandes lojas de departamentos de roupas e de eletroeletrônicos. A paisagem se torna confusa, mas ao mesmo tempo consegue ser harmoniosa. As cores das fachadas dos estabelecimentos se misturam com as cores dos produtos vendidos pelos ambulantes. As calçadas já estreitas se tornam apertadas e abarrotadas de carrinhos em determinados pontos do percurso.

Ouve-se dos ambulantes que não possuem ponto fixo e transitam pelas calçadas, empurrando seus carrinhos: “Olha a água”; “Olha o picolé”. Vimos um ambulante vendendo cobertores (Figura 92) nos arredores do Mercado de Campinas. Essa movimentação em meio à calçada estreita do bairro transforma a paisagem em algo bastante dinâmico e recheado de informações. Pessoas caminhando rapidamente para realizar suas atividades corriqueiras, ambulantes empurrando seus carrinhos, ambulantes “estacionados” nas calçadas, muitas vezes o simples ato de caminhar pela calçada são situações que dificultam a circulação no espaço e geram grande disputa. Tudo o que ocorre em meio às calçadas se completa com o que está ocorrendo nas ruas: carros, ônibus, motocicletas enriquecem ainda mais a paisagem com barulhos que nos remetem a uma situação total de caos.

Ao visualizar a grande quantidade de ambulantes pelas calçadas do setor Campinas tem-se a sensação de tumulto. A paisagem desordenada e caótica que eles produzem nas calçadas e nas ruas contribui também para esse sentimento. Os ambulantes ficam antenados a tudo que está acontecendo em sua volta, principalmente por causa da fiscalização que pode aparecer a qualquer momento. A relação do comércio formal com o informal, que vai modificando o espaço e apropriando-se de forma espalhada do que é público, as calçadas, transforma

completamente a paisagem do setor. Sons, cores, cheiros, movimentação frequente de ambulantes são um convite para ver o produto mais de perto e também fazem parte dessa paisagem que está sempre passando por mudanças, pois não é estática.

### 3 CAPÍTULO | O QUE RESISTE AO TEMPO: MEMÓRIA E COMÉRCIO

#### 3.1 As questões da memória

O passado de um lugar é importante por ser único. Pode ser materializado em paisagens, ser preservado por meio de documentos em “lugares de memória”, lugares esses já institucionalizados, ou ainda estar vivo nos saberes, cotidiano dos lugares e das pessoas. Abreu (2017) diz que a busca pelo passado, por nossas origens e raízes, gera a identidade dos lugares. Como o Brasil é um país de cidades novas, são poucas as que apresentam vestígios materiais consideráveis do passado. Segundo o mesmo autor (ABREU, 2017, p. 22), “o passado acompanhou ritmo, o processo de desenvolvimento da sociedade; ele sempre fez parte do presente e da ideia de futuro”, por fazer parte do cotidiano dela.

De um modo geral, não é muito comum encontrar esses vestígios nas cidades brasileiras, até mesmo naquelas que existem há mais tempo. Entretanto, nota-se algo diferente acontecendo no modo como a sociedade tem se relacionado com suas memórias. As cidades brasileiras têm incorporado, nas suas histórias, movimentos de preservação do que restou de seu passado (ABREU, 2017). Sobre essas mudanças refere Abreu (2017, p. 23):

O passado das cidades brasileiras está sendo revalorizado e a preservação/recuperação/restauração do que sobrou das paisagens urbanas anteriores é um objetivo que vem sendo perseguido por inúmeros agentes, destacando-se aí os governos municipais. Mesmo cidades relativamente novas já adotam a prática de preservar os vestígios mais significativos de sua história. E naquelas em que a destruição da herança urbana foi devastadora, grandes têm sido os esforços para salvar e valorizar o que restou. Essas tentativas nem sempre têm sido bem-sucedidas. O desejo de tombar toda edificação que possa ser identificada como "memória urbana" raramente tem sido acompanhado da adoção de medidas que incentivem proprietários e inquilinos a preservar os imóveis tombados.

Abreu (2017, p. 23) ainda ressalta que “independentemente do que estaria por trás desse movimento de preservação da herança (histórica ou construída) do passado, uma coisa se mostra essencial: 'a memória urbana'”. A memória urbana é considerada hoje um item essencial na construção da identidade de um lugar e a intenção principal é que ela seja recuperada. Assim, para o melhor entendimento do que significa o termo, primeiramente convém entender o significado de memória e verificar quais são seus desdobramentos.

Para Maurice Halbwachs (2006), as lembranças se dão de duas maneiras: como memória individual, fazendo parte da personalidade ou da vida íntima de uma

pessoa; ou podem ser classificadas como memórias de uma sociedade, ou seja, memórias coletivas, impessoais. O autor ressalta que a memória coletiva não ultrapassa os limites do grupo. Ela retém do passado tão somente o que ainda está vivo ou o que é capaz de viver do ponto de vista desse grupo (HALBWACHS, 2006). Desse modo, a memória da cidade é coletiva.

Deverá tomar-se cuidado com a memória individual, visto que ela é subjetiva e o resgate da memória das cidades deve ter a ancoragem objetiva. Sendo assim, Abreu (2017, p. 25) assinala:

A memória individual pode contribuir, portanto, para a recuperação da memória das cidades. A partir dela, ou de seus registros, pode-se enveredar pelas lembranças das pessoas e atingir momentos urbanos que já passaram e formas espaciais que já desapareceram. A importância desse resgate para a identidade de um lugar é inquestionável, e é por isso que as "histórias orais" e as "memórias de velhos" vêm hoje se difundindo bastante no Brasil.

Para Halbwachs (2006), as memórias individuais e coletivas se completam, uma vez que a memória individual incorpora e assimila aos poucos todas as contribuições externas, oferecidas pela memória coletiva, apoiando-se nesses elementos para preencher eventuais falhas e tornar as lembranças individuais mais exatas e reais. Assim, a memória individual é influenciada pela coletiva, conforme explica Halbwachs (2006, p. 72):

Ela não está inteiramente isolada e fechada. Para evocar seu próprio passado, em geral a pessoa precisa recorrer às lembranças de outras, e se transporta a pontos de referência que existem fora de si, determinados pela sociedade. Mais do que isso, o funcionamento da memória individual não é possível sem esses instrumentos que são as palavras e as idéias, que o indivíduo não inventou, mas toma emprestado de seu ambiente. Não é menos verdade que não conseguimos lembrar senão do que vimos, fizemos, sentimos, pensamos num momento do tempo, ou seja, nossa memória não se confunde com a dos outros. Ela está muito estreitamente limitada no espaço e no tempo. A memória coletiva também é assim, mas esses limites não são os mesmos, podem ser mais estreitos e também muito mais distanciados.

A memória coletiva, portanto, envolve as memórias individuais, mas não se mistura com elas. A memória coletiva evolui segundo suas leis. Logo, "se às vezes determinadas lembranças individuais também a invadem, estas mudam de aparência a partir do momento em que são substituídas em um conjunto que não é mais uma consciência pessoal" (HALBWACHS, 2006, p.71).

Para o referido autor, a memória coletiva é um conjunto de lembranças construídas socialmente e referenciadas a um conjunto que transcende o indivíduo.

Halbwachs não cansa de enfatizar o caráter familiar, grupal, social, da memória. Sem negar importância à memória individual, para ele a capacidade de lembrar é determinada não pela aderência de um indivíduo a um determinado espaço, mas pela aderência do grupo do qual ele faz parte àquele mesmo espaço: um espaço em que se habitou, um espaço em que se trabalhou, um espaço em que se viveu. Um espaço, enfim, que foi compartilhado por uma coletividade durante um certo tempo, seja ele a residência familiar, a vizinhança, o bairro, o local de trabalho (ABREU, 2017).

Para Le Goff (2000, p. 10), “os fenômenos da memória não são mais do que os resultados dos sistemas dinâmicos de organização, e apenas existem enquanto a organização os mantém ou os reconstitui”. De acordo com o autor (LE GOFF, 2000, p. 57), a memória também pode ser classificada como individual e coletiva: “a memória coletiva não é apenas uma conquista: é também um instrumento e um objeto de poder”, pois nas sociedades em que as memórias são principalmente orais, ou naquelas em que são escritas, o domínio da memória coletiva permite o controle das recordações e da tradição de cada lugar.

Como complemento a essas ideias, vale mencionar as considerações de Michael Pollak, que em seu ensaio intitulado “Memória, esquecimento, silêncio” (1989) dialoga diretamente com a obra de Maurice Halbwachs. O autor entende que a relação do homem com o passado é gerada em meio a conflitos entre a dimensão da memória individual e a coletiva, o que reforça, como já apontado, que a memória individual é gerada na interação com a coletiva.

Os referenciais que estruturam a memória, além de intensificarem as lembranças, se combinam com as memórias pessoais, até se misturarem de maneira que não haja mais distinção entre as lembranças vindas de fora e as lembranças que são individuais. Isso porque “a memória se enriquece com as contribuições de fora que, depois de tomarem raízes e depois de terem encontrado seu lugar, não se distinguem mais de outras lembranças” (HALBWACHS, 2006, p. 98).

Por conseguinte, a memória individual não é imune às influências de outras memórias. Além disso, quanto ao recurso a interferências externas, todas as memórias se limitam no tempo e no espaço conforme seus referenciais. Portanto, conforme Halbwachs (2006), a memória está em permanente mudança, pois é moldada, de certa forma, pelas influências sociais e coletivas a que se expõe. Nesse sentido, a memória é evocada do presente, como assinala Amorim (2012, p.109):

A memória opera por uma ligação com o passado, enriquecendo o presente, selecionando pela lembrança e pelo esquecimento o que se deve rememorar, sendo pleiteada também por fornecer um lugar de pertencimento, uma memória comum.

Ainda nesse sentido, Bosi (2003, p. 31) diz que “a memória opera com grande liberdade escolhendo acontecimentos, não arbitrariamente, mas porque se relacionam através de índices comuns. São configurações mais intensas quando sobre elas incide o brilho de um significado coletivo”.

Ainda Pollak (1989, p. 9) afirma que a memória é uma “operação coletiva dos acontecimentos e das interpretações do passado que se quer salvaguardar”. Em outro ensaio, intitulado "Memória e identidade social" (1992), Pollak nos apresenta três elementos constitutivos da memória: os acontecimentos vividos pessoalmente e os acontecimentos “vividos por tabela”; pessoas e personagens e, por fim, os lugares. Para o autor, a memória embasa-se nesses três elementos, com os quais o sujeito pode ter entrado em contato diretamente ou indiretamente (POLLAK, 1992).

Nesse mesmo sentido, Bosi (2003, p. 53) refere que “a memória é, sim, um trabalho sobre o tempo, mas sobre o tempo vivido, conotado pela cultura e pelo indivíduo”. Bosi (1994, p. 46) ainda diz:

A memória permite a relação do corpo presente com o passado e, ao mesmo tempo, interfere no “atual” das representações. Pela memória, o passado não só vem à tona das águas presentes, misturando-se com as percepções imediatas, como também empurra, “desloca” estas últimas, ocupando o espaço todo da consciência. A memória aparece como força subjetiva ao mesmo tempo profunda e ativa, latente e penetrante, oculta e invasora.

Halbwachs (2006, p. 124) também se refere a alguns aspectos que dão suporte à memória. Entende o tempo e o espaço como “localizadores” das lembranças: “quando nos lembramos, há um contexto de dados temporais a que esta lembrança está ligada de alguma forma”. São esses fatores que possibilitam o surgimento da lembrança.

Na percepção de Bosi (2003), existe uma força da memória coletiva, que é trabalhada pela ideologia, sobre a memória individual do recordador, que ocorre mesmo quando este vivenciou os fatos e poderia, portanto, dar uma descrição diferenciada e viva. Bosi (2003, p. 23) ainda argumenta que “existe, dentro da história cronológica, outra história mais densa de substância memorativa no fluxo do tempo. Aparece com clareza nas biografias; tal como nas paisagens, há marcos no espaço onde os valores se adensam”.

Dessa forma, além das pessoas e dos acontecimentos, os lugares ou as referências espaciais estão presentes em todas as discussões sobre memória. Todas as referências espaciais, como ruas, calçadas, praças, casas, salas, entre outras, fazem parte das memórias individuais; contudo, elas só conseguem representar um conjunto de pessoas, e criar, dessa forma, uma memória coletiva.

É assim que, quando percorremos os bairros antigos de uma cidade grande, sentimos uma especial satisfação quando nos contam a história dessas ruas e dessas casas. São novas informações que nos parecem bastante familiares porque estão de acordo com nossas impressões, não será difícil tomarem lugar no cenário remanescente. Parece-nos que este mesmo cenário, e somente ele, poderia evocá-las, e o que imaginamos não é senão o desdobramento do que já percebíamos. O quadro que se desenrola sob nossos olhos estava carregado de um significado que permanecia obscuro para nós, do qual adivinhávamos alguma coisa. (HALBWACHS, 2006, p. 98).

Em outra forma de interpretação, Nora (1993) diz que a cristalização e a transmissão da memória podem ser garantidas por meio dos lugares de memória, que “são lugares com efeito nos três sentidos da palavra, material, simbólico e funcional, simultaneamente somente em graus diversos”. Nora (1993, p. 21) explica:

Mesmo um lugar de aparência puramente material, como um depósito de arquivos, só é lugar de memória se a imaginação o investe de uma aura simbólica. Mesmo um lugar puramente funcional, como um manual de aula, um testamento, uma associação de antigos combatentes, só entra na categoria se for objeto de um ritual. Mesmo um minuto de silêncio, que parece o exemplo extremo de uma significação simbólica, é ao mesmo tempo o recorte material de uma unidade temporal e serve, periodicamente, para uma chamada centrada da lembrança. Os três aspectos coexistem sempre.

Não se pode apreender a memória, pois o esquecimento, o silêncio e as distorções do passado são parte de sua natureza, e o homem precisa da memória para seguir adiante. Por isso a memória é “aberta à dialética da lembrança e do esquecimento, inconsciente de suas deformações sucessivas, vulnerável a todos os usos e manipulações, susceptível de longas latências e de repentinas realizações” (NORA, 1993, p. 9). São exatamente essas brechas deixadas pela memória que a caracterizam:

A memória é um fenômeno sempre atual, um elo vivo no eterno presente [...]. Porque é afetiva e mágica, a memória não se acomoda a detalhes que a confortam; [...] se alimenta de lembranças vagas, telescópicas, cenas, censura ou projeções [...] A memória emerge de um grupo que ela une [...] se enraíza no concreto, no espaço, no gesto, na imagem no objeto. (NORA, 1993, p. 9).

Os teóricos citados trilham diferentes pensamentos sobre memória, mas convergentes. Halbwachs (2006) e Pollak (1989, 1992) pensam a questão situando a memória em um ponto de vista coletivo, pautados pela afirmação de que a memória

individual sofre interferências das memórias coletivas, na medida em que recorre a referentes externos para estruturar-se. Assim, segundo os autores, existe uma memória coletiva e social. Já na concepção de Nora, existem lugares de memória. Esses lugares podem ser espaços ou objetos, nos quais o homem guarda suas memórias, que podem ser despertadas. Mas o que se deseja discutir não são os lugares de memória definidos por Nora, e sim a memória dos espaços, dos lugares:

Embora a memória seja basicamente um processo interno, a sua projeção não se realiza em um vazio: a memória precisa de espaço para ser ativada e estimulada. Neste sentido, lugares concretos, onde se realizam eventos, acontecimentos históricos ou práticas cotidianas, e representações visuais (mapas ou fotos) e não visuais (literatura, música) podem servir como possíveis referenciais espaciais para a memória. (SEEMANN, 2002-2003, p. 44).

A respeito dessa discussão espacial, Halbwachs (2006, p. 170) ainda diz:

Não há memória coletiva que não aconteça em um contexto espacial. Ora, o espaço é uma realidade que dura: nossas impressões se sucedem umas às outras, nada permanece em nosso espírito e não compreenderíamos que seja possível retomar o passado se ele não estivesse conservado no ambiente material que nos circunda. É ao espaço, ao nosso espaço – o espaço que ocupamos, por onde passamos muitas vezes, a que sempre temos acesso e que, de qualquer maneira, nossa imaginação ou nosso pensamento a cada instante é capaz de reconstruir – que devemos voltar nossa atenção, é nele que nosso pensamento tem de se fixar para que essa ou aquela categoria de lembranças reapareça.

No bojo da discussão entre as memórias e seus quadros espaciais, reporta-se às cidades. Para tal, Rossi (1995, p. 198), a partir de Halbwachs, assim se posiciona:

Gostaria de dizer que a própria cidade é a memória coletiva dos povos; e como a memória está ligada a fatos e lugares, a cidade é o “locus” da memória coletiva. Essa relação entre o “locus” e os cidadãos torna-se, pois, a imagem predominante, a arquitetura, a paisagem; e, como os fatos fazem parte da memória, novos fatos crescem juntos na cidade. Nesse sentido, de todo positivo, as grandes idéias percorrem a história da cidade e a conformam.

Ainda sobre essa questão, Pesavento (2005, p. 14) argumenta:

Habitar uma cidade, viver em espaço urbano é, forçosamente, dotá-la de condições para que nela se exerça a vida para além do tempo do agora, do cotidiano da existência. O presente da cidade, tempo da vida, é um momento no espaço onde se reabilita o passado da *urbs*, material e imaterial, para que nela as pessoas se reconheçam e identifiquem, ancorando suas referências de memória e história. Mas o presente das cidades é também aquele tempo onde se pensa o futuro, se articulam planos e projetos de renovação do espaço, em antecipação, por vezes utópica, de um outro tempo ainda a realizar-se. Uma cidade, pois, inventa seu passado e cria o seu futuro para explicar o seu presente.

A memória urbana e a memória das cidades se apoiam nos princípios da memória individual e coletiva, no sentido de que elas só se arranjam no momento em que se firmam no tempo e no espaço. Abreu (2017, p. 31) faz a distinção entre memória urbana e memória das cidades:

A "memória urbana", que a nosso ver trata do estoque de lembranças do modo de vida urbano *per sí*, sem obrigação de relacioná-las a uma base material particular, a um lugar específico, e a "memória da cidade", que referencia obrigatoriamente essas mesmas lembranças a uma base material precisa, a um determinado lugar.

Assim, memória urbana é o que diz respeito às lembranças do modo de vida urbano. No caso do bairro de Campinas isso pode ser representado pelo comércio, que sempre esteve presente na vida do lugar, caracterizando-se como atividade preponderante. Já a memória da cidade é o que ficou da matéria urbana, se refere aos elementos palpáveis e materiais. Como relata Abreu (2017, p. 31), é o “estoque de lembranças que estão eternizadas na paisagem ou nos registros de um determinado lugar, lembranças essas que são agora objeto de reapropriação por parte da sociedade”. Em Campinas, a memória da cidade pode ser representada por muitos edifícios, mas neste trabalho referendam-se a loja Feira Campinas, localizada na Avenida 24 de Outubro, e a Sala 19, que se encontra no Mercado Municipal de Campinas.

### *3.1.1 Memória urbana: o comércio de Campinas*

O bairro de Campinas evoca o comércio. As atividades comerciais estiveram presentes desde o início de sua formação como povoado e percorreram o tempo, tornando-se a característica mais significativa do bairro da capital goianiense. A memória desse bairro prende-se ao comércio como atividade, ainda que as construções vinculadas a ele tenham sofrido alterações ao longo do tempo. Algumas lojas se destacam como memória desse bairro, por trazerem na sua materialidade resquícios de tempos passados.

A memória é constituída pelo que passou ao longo do tempo. A memória urbana começou com lojas tradicionais (a serem discutidas posteriormente), que perduraram ao longo do tempo, inicialmente no entorno da Praça Coronel Joaquim Lúcio, na Avenida 24 de Outubro, e posteriormente se constituindo de forma mais intensa pelo bairro, no momento em que houve alteração de uso nas edificações,

como a mudança de uso residencial para comercial e também o uso misto, como já visto.

Diversas reportagens em diferentes períodos e datas reafirmam a importância do comércio de Campinas como memória urbana da cidade de Goiânia. O *Diário da Manhã*, de 31 de agosto de 1998, em matéria intitulada “Riqueza no comércio”, mostra que o grande *boom* comercial da região ocorreu graças aos grandes armazéns de secos e molhados, que tiveram início na década de 1930. Os seus proprietários esperavam seus fregueses na porta, e ali mesmo já recebiam um tratamento diferenciado. Nesses estabelecimentos encontrava-se quase de tudo: arroz, feijão, farinha, pimenta-do-reino, sal, óleo de soja, enlatados, querosene, fumo de rolo, pinga, corda, bacalhau, dentre uma infinidade de outros produtos.

Outra curiosidade apresentada pela mesma reportagem é que o comércio era muito vivo, principalmente aos finais de semana. As lojas ficavam abertas aos sábados e domingos. Esses eram os dias mais movimentados, com a vinda dos operários que ajudavam na construção da capital e estavam de folga do trabalho, além dos fazendeiros das redondezas.

O jornal *Diário da Manhã*, do dia 29 de novembro de 1981, na matéria intitulada “De onde vem o poder econômico de Campinas”, informa que, até a década de 1960, o bairro foi o responsável pelo atendimento de grande parte da demanda de mercadorias da população dos bairros mais centrais da nova capital. Os impostos eram baixos e o comércio vendia mais barato, habituando a população local a ali fazer suas compras básicas.

Conforme a mesma reportagem, apesar do desenvolvimento e crescimento da cidade, Campinas ainda conservava em seu comércio características que a distinguiam dos demais pontos comerciais de Goiânia. Tanto as atividades comerciais como as de prestação de serviços (farmácias, armazinhos etc.) cresceram suportadas por esquemas familiares. No início, como povoado, dedicavam-se principalmente ao atendimento das necessidades dos amigos, parentes e conhecidos. Somente após a construção da nova capital o comércio campineiro se expandiu com mais força, e pequenas indústrias que se dedicavam a manufatura de selas, carroças, ferraduras, chapéus foram sendo instaladas no fundo de quintal das casas, mas a maioria não sobreviveu. Esse esquema familiar continuou existindo, não com a fabricação de produtos, e sim na sucessão do comércio de pais para filhos.

Com o passar dos anos, as casas comerciais foram somando-se e multiplicando-se. Da Avenida 24 de Outubro, principal via comercial, se espalharam para outras ruas. Surgiram bares, cinemas, sorveterias, mercearias, atacadistas, lojas de armarinhos, de calçados, roupas e muitas outras. Também apareceram pequenas indústrias, como anteriormente comentado.

Além das reportagens, livros de reminiscências retratam o comércio do bairro. Lembranças sobre casas de comércio, e seus respectivos proprietários, que já não existem mais, são detalhadamente descritas. A Avenida 24 de Outubro e o Mercado Municipal de Campinas são locais mencionados frequentemente nesses relatos. Ortencio (2011, p. 323) faz um apanhado em seu livro *História documentada e atualizada de Campinas*, sobre os estabelecimentos comerciais que tiveram relevância para o bairro:

Bares: Bar do Licardino, Bar Cacique, Bar do Pão Duro, Bar do Chico, Bar do Alceu, Bar do Agenor, Bar Brunswik, Sorveteria e Bar Estrela Dalva, Lídice Bar, Bar Caçula, Bar Maracanã, Bar do Fiori, Bar Brasil, Bar do Júlio, Bar Faiz-Faiz, Bar da Virgilina, Bar do Brechó, Bar Esportivo, Bar do Facundo...  
 Restaurantes e padarias: Restaurante Salerno e Seabra. Padaria Goiás, Padaria Itacolombi, Padaria Nova Suíça, Padaria João dos Sonhos, A Lusitana...  
 Farmácias: Farmácia São Bento, Farmácia Coutinho, Farmácia do Seu Gustavo Belina, Farmácia do Bibiano, Drogaria Alexandre, Farmácia do Augusto, Farmácia Rodrigues, Farmácia Harmonia, Farmácia do João Rassi...  
 Alfaiatarias: Alfaiataria Universal, Alfaiataria do Geraldo Rosa, Alfaiataria Pacheco, Alfaiataria Nobre, Alfaiataria do Filhinho, Alfaiataria do Negrinho...  
 Alta costura: Josephina Bariani, Chica e Lucília, Nenê Fiori, Cauquebe Cury...  
 Estabelecimentos comerciais: Móveis Tupy, Papelaria Rex, Bazar Vienense, Bazar Econômico, Casa Primavera, Casa Nascimento, Bazar Paulistinha, Casa do Daniel, Rainha da Barateza, Loja Brasileira, Nova Aurora, 14 Portas, Progresso Goiano, Armazém Ribeiro, Armazém do Hugo, Casa Magalhães, Casa Central, Casa Batista, Casa Bonach, Casa Mineira, Sapataria Sobrosa, Casa dos Bons Negócios, Tabacaria O Ponto...

Alguns deles ainda existem, outros não. Alguns apareceram nas publicidades dos jornais, como anteriormente apresentados. Mas se encontram na memória dos moradores e comerciantes mais antigos, bem como na de clientes que costumavam frequentar esses estabelecimentos. Essa quantidade de comércio presente nas lembranças das pessoas reforça ainda mais o comércio do bairro como principal elemento que perpassa pela história e ainda é uma característica marcante do bairro. Matéria publicada no *Jornal Cidade Campinas*, de 8 de julho de 2010, assim informa:

O que permanece intacto em 200 anos de história é o bairrismo dos campineiros, os únicos goianienses que enchem o peito de orgulho para falar de seu rincão e defender seus ícones. [...] Foi em Campinas que nasceram muitos dos empreendimentos comerciais que ajudaram a erguer a Goiânia

de hoje. Boa parte deles continua lá, em especial na Avenida 24 de Outubro, a principal artéria do bairro.

Ainda sobre o comércio, Ortencio (2010, p. 331) ressalta:

As lojas, ilusoriamente, lembram baús de piratas, tamanha a diversidade colorida, onde se encontra o que não se imagina. Fica-se perdido no emaranhado de lojas, os carros circulando à procura das escassíssimas vagas para estacionamento. E o interessante, parece que a maioria dos proprietários das pequenas lojas e ateliers é de mulheres, que se tornaram artesãs, fabricando suas próprias especialidades. [...]. Não há nada que se procure e não se encontre. Quando que a gente iria pensar que a coisa chegasse a esse ponto? E se alguém quisesse dar uma chegadinho por lá, que leve disposição nas pernas para caminhar e força nos braços para carregar as sacolas!

Existe um conjunto de lojas, como apresentado no capítulo anterior, que mostra o fortalecimento da memória urbana do comércio de Campinas. A trajetória da vocação comercial do bairro de Campinas está presente na memória urbana do bairro e representa uma tradição e um modo de vida urbano com ênfase específica. É essa especificidade que mantém o bairro, e conseqüentemente, a cidade, como um organismo vivo e cheio de diversidades. A densidade comercial e sua permanência no bairro geram essa vocação que perdura por várias décadas.

### 3.1.2 *Memória da cidade: Feira Campinas, Mercado Municipal de Campinas e a Sala 19*

Memórias da cidade são definidas como os elementos físicos que permaneceram na paisagem da cidade ao longo do tempo. Em São Paulo existe a mercearia Casa Godinho, que tem sua história considerada fundamental no entendimento dos valores da elite paulistana, no início do século XIX. Por meio de estudos realizados por Bianchi (2015, p. 96), “foram desvendados fatos que se fizeram esquecidos, e a mercearia representou um lugar em que se pode ancorar a memória”. A mercearia foi o primeiro lugar oficialmente registrado como bem imaterial da cidade de São Paulo e mantém as mesmas características de quando foi inaugurada. Por esse motivo ela é considerada um lugar de memória, como definido por Nora (1993, p. 7).

A curiosidade pelos lugares onde a memória se cristaliza e se refugia está ligada a este momento particular da nossa história. Momento de articulação onde a consciência da ruptura com o passado se confunde com o sentimento de uma memória esfacelada, mas onde o esfacelamento desperta ainda memória suficiente para que se possa colocar o problema de sua encarnação.

O sentimento de continuidade torna-se residual aos locais. Há locais de memória porque não há mais meios para a memória.

De acordo com Bianchi (2015, p. 96), “os lugares de memória não são apenas locais físicos, são também espaços imaginários em que quase não há preocupação utilitária. Esses locais possuem indícios, marcas e sinais do que se passou”. Conforme depoimento de um frequentador da mercearia, a casa ainda se mantém no mesmo lugar e preservando as mesmas instalações: “as prateleiras de mercadorias em madeira envernizada, no modo antigo, não eram simples decoração, mas o original que excedeu ao tempo” (BIANCHI, 2015, p. 98).

Um outro estabelecimento comercial que também carrega memórias da cidade é a Livraria José Olympio. Na década de 1930 localizava-se em São Paulo e logo depois mudou-se para o Rio de Janeiro, então capital do Brasil e ponto de encontro de intelectuais e artistas (SOARES, 2006). Antigamente, as livrarias eram muito mais do que lojas:

Eram espaços de convívio, de bate-papo, de troca de idéias, em que se encontravam desde o estudante à procura do livro escolar até o bibliófilo à cata de uma raridade. O livreiro era conhecido pelo nome, sabia das preferências de cada um de seus clientes mais assíduos, muitos deles fregueses de caderno. E seu estabelecimento fazia parte da vida da cidade. (SOARES, 2006, p.15).

Sobre a escolha do local para instalação da livraria no Rio de Janeiro, Soares (2006, p. 35) refere que “a loja era adequada à instalação de uma livraria – comprida, com pé direito alto e um portal ladeado por duas vitrines”. Sua localização ideal, a Rua do Ouvidor, sempre foi uma das preferidas de alfarrabistas e livreiros. Era o endereço mais atraente para quem quisesse abrir um negócio. Soares (2006, p. 42) descreve detalhes das instalações:

As paredes foram forradas de estantes que iam do chão ao teto. Os livros espalhavam-se também sobre mesas dispostas nas laterais da loja, criando um grande corredor (que para alguns frequentadores funcionaria como uma boa passarela). Ao fundo, instalou-se o escritório de J.O., de cuja decoração faziam parte as estantes de livros raros e alguns bancos encostados a elas. O resultado foi um ambiente sóbrio e elegante. No portal se lia, em modernas letras de estilo *art déco*: Livraria José Olympio Editora.

Também havia uma funcionária na livraria que, conforme Soares (2006), era responsável por um caderno de contabilidade “paralela”. Ali registravam-se os vales com que socorria os aflitos nas necessidades cotidianas de caixa. Santos (2006, p. 52) ainda conta que a livraria não era um lugar confortável: “era escura, quente e oferecia como assento apenas alguns bancos de madeira. Ali não havia ventiladores,

cafezinho ou água. Mas havia um espaço acolhedor para a prosa, algo que andava em falta”.

No caso do comércio varejista de Campinas, já sabemos que este teve início na Avenida 24 de Outubro. Esse foi o local escolhido por diversos comerciantes para instalação de novos estabelecimentos. Muitos desses comerciantes que eram descendentes árabes, ainda se encontram no bairro e mantêm, nos dias de hoje, tradições e memórias de outros tempos, pois se “consagram [...] os lugares para que a história não caia no esquecimento” (NORA, 1993, p. 9). No Mercado Municipal de Campinas, outro referencial no comércio do bairro, também foi identificada uma loja que carrega memórias de outrora.

Dentre esses lugares, a Feira Campinas e a Sala 19 foram bastante significativas, pois “possuem um aspecto nostálgico e também são um sinal de pertencimento a um grupo” (BIANCHI, 2015, p. 96). Como abordaremos a seguir, as lojas se mantêm no mesmo lugar há anos e preservam muitos de seus costumes, instalações e móveis originais.

A Feira Campinas e a Sala 19 são armazenadores de parte da história do bairro de Campinas e também da cidade de Goiânia, pois são locais onde a “memória se cristaliza e se refugia” (BIANCHI, 2015, p. 99). Fazem parte de histórias e memórias de diversos clientes contemplados há gerações. Ainda que a discussão sobre esses dois estabelecimentos esteja focalizada como memória da cidade, vale dizer que ela também abarca a memória urbana. As edificações resistiram à passagem do tempo. Embora possam ter tido suas formas originais alteradas em momentos pontuais, permitem a comprovação de existência de valores não só relativos aos aspectos formais, ainda que a materialidade exista, mas também valores ligados às práticas sociais, que continuam se perpetuando na cidade.

### *3.1.2.1 Feira Campinas*

Em sua terra natal, no Líbano, a família Tayfour vivia de agropecuária. Pai, mãe e dois filhos comercializavam frutas, leite e queijos. Na época da safra, vendiam grãos, castanhas e cereais como trigo, lentilha e grão-de-bico. A família produzia e vendia, num sistema de produção familiar. Em sua casa havia um cômodo logo na entrada, voltado para a rua, que era usado como ponto para comercialização desses produtos cultivados por eles. Mohamed Tayfour, o filho mais velho, já tinha o hábito

de viajar para vender principalmente uvas, indo para outras cidades e até mesmo outras regiões, entregando o produto. Eram muito cuidadosos e, para agregar valor à fruta, limpavam os cachos, retiravam as uvas que não estavam sadias, colocavam-nas em caixas, e assim eram transportadas e vendidas ao cliente.

Mohamed veio para o Brasil em 1953. Saiu da região em que moravam no Líbano junto com uma leva de outros imigrantes. Na época, alguns optaram pela Argentina e outros pelo Brasil. Como já tinha experiência, tornou-se um bem-sucedido mascate em Goiás. Viajava vendendo seus produtos aos fazendeiros das regiões de Rio Verde, Jataí, Mineiros. Cansado dessa vida de mascate, fixou-se em Goiânia e montou uma banca em uma feira que acontecia aos domingos, numa praça de chão batido, onde hoje é o terminal da Praça A, no bairro de Campinas. Ele comercializava confecções, artigos de cama e mesa, calçados, perfumarias, chapéus. Nessa mesma feira também se comercializava hortifrúti e muitas pessoas a frequentavam.

No ano de 1957, Mohamed resolveu abrir uma loja varejista com endereço fixo, e continuou com a banca na feira, simultaneamente. Vendia os mesmos produtos em ambos os lugares, mas a loja possibilitava uma variedade e estoque ainda maiores. Localizava-se na Avenida 24 de Outubro, esquina com a Rua Rio Verde. Era uma construção de esquina já existente, com portas para as duas ruas. A casa onde a loja localizava-se era antiga – uma das mais antigas do bairro – e sua construção estava a ponto de ruir, de tão precária que se encontrava. Por esse motivo, posteriormente passou para outro endereço.

Dois anos depois da abertura do estabelecimento comercial, em 1959, Khalil Said Tayfour, irmão de Mohamed, mudou-se para o Brasil. Ainda criança, com apenas doze anos e com autorização de seus pais, veio para estudar e ajudar o irmão, na feira e na loja. Ele recorda daquela feira em que ambos trabalhavam no bairro de Campinas e no setor Vila Nova, que posteriormente deu o nome à loja:

A gente tinha um lugar certinho para fazer a banca, então a gente montava a banca aos domingos, íamos de carroça. Montávamos a banca, tinha lona, tinha tudo né, e a gente vendia. Depois passamos a fazer a feira lá na Vila Nova, saíamos daqui de Campinas pra Vila Nova, fazer a feira na Vila Nova. Vendíamos cobertores, calças, camisas. Fiquei lá até 1973. Em 1974 eu entrei para a faculdade, já não dava mais para mim. Aqui ficou uma feira sem muita concorrência. O nome da loja Feira Campinas remete a essa banca que fazíamos no bairro. (TAYFOUR, 2017).

Após onze anos, Khalil e Mohamed mudaram a loja para outro edifício, localizado na Avenida 24 de Outubro, entre as ruas Benjamin Constant e Santa Luzia

(Figura 93). A loja está localizada no atual endereço há cinquenta anos e carrega memórias de outros tempos.



**Figura 93** - Mapa de localização da loja na Feira Campinas.  
Fonte: Google Earth, com modificações da autora, 2017.

Com a abertura da Avenida Anhanguera, no final da década de 1960, e com o incentivo do prefeito para criação de novos estabelecimentos comerciais na área, Mohamed e Khalil fundaram a segunda unidade da Feira Campinas, mas, nesse momento, como atacadista. Foi inaugurada na Avenida Anhanguera em 1967 e funcionou até 1997. Quem cuidava da loja era Mohamed, e após ele se aposentar a loja foi fechada. Essa unidade comercializava os mesmos produtos da loja varejista. Segue relato do Sr. Khalil (2017):

Campinas possuía o mais forte comércio atacadista de antigamente. Quando o Íris abriu a avenida Anhanguera ele sempre incentivava: “abre uma loja que a Anhanguera vai ficar boa”, e realmente ficou boa. Fizemos uma festa na época da inauguração da Anhanguera, eu já tinha a loja lá, eu tinha comprado... feito a loja lá, era em frente ao hospital Santa Rosa, então fizemos... todos os comerciantes, puseram os cavaletes, umas tábuas né, forraram com papelão, com tudo quanto é coisa, e fizeram um banquete... Do

Dergo até a Praça A. Tinha bolo, trouxeram tudo quanto é coisa, mas o trem foi rápido né, então ninguém pensou o tanto de gente que viria... quase não deu para ninguém.

O que restou dessa loja atacadista foi um suporte para bobina de papel de presentes com um papel personalizado (Figura 94), que fica guardado nos fundos da loja existente. É uma lembrança, uma verdadeira preciosidade. Observam-se os dois endereços das lojas e ilustrações de algumas marcas de produtos que eram mais comercializados. Nota-se que, mesmo a unidade da Avenida Anhanguera sendo o atacado, a loja da Avenida 24 de Outubro se manteve como matriz.



Figura 94 - Papel de presente personalizado.

Foto: Daniele Severino, 2017.

Na loja vendia-se de tudo um pouco: confecções Ban-Tan Ramenzoni, malhas Hering, calça americana Far-West,<sup>26</sup> calças US TOP, blusão de couro, capas de chuva

<sup>26</sup> De acordo com Andrade (2016, p. 161, 164, 166, 167, 168, 173), "a personificação do jovem transviado e a divulgação de seu comportamento como um estilo de vida aconteceu nos anos 1950, disseminando-se internacionalmente principalmente por intermédio do cinema norte-americano [...] Foi na década de 1940 e principalmente na de 1950 que 'a figura do adolescente, antes sem especificidade, sofreu grande investimento por parte da mídia', ajudando a formatar e divulgar um 'tipo juvenil' mais específico, uma 'sedimentação da maneira do adolescente ser' (Meneguello 1996: 165-172). [...] A partir de sua aparência e comportamento, o adolescente desajustado funda a mítica de que a passagem à vida adulta é necessariamente perturbadora. [...] Em *O Selvagem*, Marlon Brando dá vida ao líder de uma gangue de motoqueiros, *The Black Rebels*. [...] Ele deu configuração ao mito adolescente rebelde, agressivo, belicoso e desafiador do sistema. Em grande parte, por sua atuação realista, mas, também, por seu figurino: 'a imagem de Marlon Brando como líder de um bando de motoqueiros, vestido de

feltro Renner Ideal (que protegia além do peão, o corpo do cavalo), artigos de cama e mesa, cobertores, capa de chuva e sombrinhas, calçados das marcas Conga e Sete Vidas, sandálias Havaianas, perfumarias, chapéus das marcas Ramenzoni, Cury e Prada, armarinhos, linhas de tricô e crochê, renda, tira bordada, absorventes, brilhantina, pó de arroz, ruge, bobes para cabelos com capa, brinquedos de palha, madeira e da marca Estrela e Bandeirantes, malas, itens para bebês como banheiras e carrinhos, dentre uma infinidade de outros produtos. Muitos dos brinquedos eram pequenos e ficavam dentro de cestas.

As mercadorias chegavam pela estrada de ferro na estação Campinas e eram buscadas de carroça, diz o proprietário. A razão social da empresa é a mesma desde o início: M. Tayfour, uma abreviação do nome de Mohamed.

A loja abria em horário comercial, de segunda a sexta e aos sábados até ao meio dia. Existia a fiscalização que controlava os horários das lojas. Mas como o próprio sr. Khalil (2017) descreveu “quando chegava sábado, 13h, o comércio fechava, todo mundo respeitava, mas a gente era árabe né, então sempre deixava meio a porta aberta”.

---

couro e com boina meio de lado, é um dos ícones mais populares do cinema e, junto à memória de James Dean, a maior contribuição cinematográfica ao mítico espírito de rebeldia próprio de uma desorientada juventude ocidental no pós-Segunda Guerra Mundial, que mais tarde se cristalizaria em diversos movimentos de subversão e contestação social como resposta aos convulsivos acontecimentos políticos, bélicos e econômicos das décadas de 1950-60'. [...] Sobre seu figurino principal: a calça jeans, jaqueta de couro e camiseta branca, alguns esclarecimentos. A calça jeans foi uma peça projetada para uso de trabalhadores; inicialmente, no século XIX, vestida por mineiros e marinheiros, era confeccionada com um resistente tecido de algodão. A camiseta era utilizada tradicionalmente como roupa de baixo, 'para poupar a camisa dos efeitos desagradáveis da transpiração, ou como agasalho contra o frio' (Moutinho; Teixeira 2000: 162). De acordo com John Harvey, a jaqueta de couro preta descende das guerras mundiais. [...] Sob a influência do cinema, os fãs imitam seus ídolos, e as roupas passam a fazer parte do contexto de pertencimento e aceitação, de reconhecimento de um grupo. O jeans não é mais desvalidado como peça de trabalhador, ou seja, de um patamar social menos elevado. Antes, adquire prestígio justamente por pertencer a uma esfera marginal: atributo da contestação, um valor invertido. [...] Sobre as possibilidades de aquisição de itens equivalentes no Brasil, anunciam-se principalmente prontas para o consumo, algumas marcas do que se convencionou nominar genericamente 'calça jeans' – 'que era chamada, no começo, de calça rancheira, ou calça americana, ou calça far-west' (Mello; Novais, 2000: 570), justamente em relação a algumas marcas que a fabricavam. A indústria têxtil nacional não fabricava o jeans, dessa forma, as calças eram confeccionadas no tecido brim. Mahlmeister afirma que a 'calça rancheiro', fabricada pela confecção paulista AB, foi a primeira calça de brim azul lançada no mercado brasileiro, em 1948. Por ser de um material muito rígido, não obteve sucesso, porém, a calça jeans foi durante algum tempo conhecida por esse nome. Logo depois, a São Paulo Alpargatas S.A. lançou a calça Rodeio, que era confeccionada com o brim Coringa, de qualidade superior ao tecido da Rancheiro. Em 1956, colocou no mercado a 'Far-West', feita do mesmo brim Coringa, porém, sanforizado – que não encolhiam no lavar ou deformavam ao usar. É relevante perceber que os nomes dados às calças eram relacionados ao imaginário do Velho Oeste norte-americano: inicialmente em português (Rancheiro, Rodeio) e logo na língua inglesa (Far-West). Outras marcas que vendiam o brim 'a metro ou confeccionado' eram a Argos e a Santista".

Os clientes compravam os produtos que eram oferecidos na loja. Não havia a prática da pechincha. Afinal, não existia tanta concorrência. Um diferencial era, e anda é, o atendimento personalizado. Os clientes eram dos mais diversos: desde campineiros, fazendeiros, goianienses, políticos como Iris Resende, Urias Magalhães e até mesmo as prostitutas ou "mulheres das casas da luz vermelha", que se localizavam no bairro de Campinas. O Sr. Khalil explica como era o comércio nas décadas de 1960 e 1970:

Esse negócio do comércio naquela época era facinho, o pessoal chegava e comprava, não tinha esse negócio "não, depois, eu vou dar mais uma voltinha", não tinha mais que dar volta, porque não tinha opção de comprar, então chegava aqui, tinha no estoque praticamente tudo.

Campinas antigamente era uma família, sabe, então todo mundo conhecia todo mundo, a mãe por exemplo pedia, "ah vai lá no Khalil buscar uma linha para mim", aí Khalil anotava, depois vinha no fim da semana pagava. Para as costureiras, geralmente vendia muita renda, muita renda e ponto russo. Tudo em Campinas fechava quando chegava 18 horas. Os árabes fechavam as lojas, jantavam e depois ficavam na calçada, sentados nas calçadas e o pessoal descendo até a praça Joaquim Lúcio, passeando, porque a Praça Joaquim Lúcio era o ponto de encontro das pessoas. Então os árabes todos sentados nas portas assim até 22:00, 22:30, sem problema, sem medo, sem assalto, e as lojas todas arrumadas com vitrines, todo dia, todo comerciante arrumava a loja, deixavam as luzes acesas, e as posições do relógio, as vitrines todas arrumadas. Tinham lojas famosas aqui em Campinas, como as Casas do Linho Puro, que só vendia linho puro. Tinha a Singer. O fotógrafo mais famoso aqui de Campinas chamava Foto Pedro, melhor fotógrafo de casamentos, noivas... o pessoal vinha de Goiânia para tirar foto com ele.

Na época do Natal, nessas mesmas décadas, as lojas ficavam abertas por mais tempo:

Os alunos saíam do Colégio Pedro Gomes e era aquele movimento, então as lojas deixavam os televisores ligados, pouca gente tinha televisão, então a gente (estudantes) também parava para olhar. Meu irmão deixava a televisão ligada para o pessoal olhar, e ninguém roubava, ninguém quebrava a vitrine, nada... no começo, na época do natal, ia até 1, 2, 3 horas da manhã, todo mundo vendendo. Até mesmo a joalheria Omega Dornier, não tinha guarda à noite e ficava vendendo até 1 hora, 2 horas da manhã. A gente morava pertinho né, então, descia todo mundo junto, não tinha problema, era seguro.

Uma curiosidade sobre a loja, ainda nesse período, é que as vendas do Natal começavam em agosto. As outras mercadorias eram guardadas e pela loja eram montados e expostos autoramas, autopistas, pianos, bonecas. Todos – crianças, adultos e idosos – se admiravam com os brinquedos. Não existia idade para voltar a ser criança, relembrar os velhos tempos! Então os clientes adquiriam antecipadamente os presentes de Natal e os guardavam em casa (Figuras 95, 96 e 97).



**Figura 95** - Variedade de produtos.  
 Fonte: Acervo de Khalil Said Tayfour. Década de 1960.



**Figura 96** - Brinquedos.  
 Fonte: Acervo de Khalil Said Tayfour. Década de 1960.



**Figura 97** - Diversidade de brinquedos e produtos.  
 Fonte: Acervo de Khalil Said Tayfour. Década de 1960.

Geralmente, os árabes moravam nos fundos das suas lojas, e com o Sr. Khalil não foi diferente. A loja era dividida com uma parede ao fundo, e esse novo cômodo passava a abrigar uma cama, um guarda-roupa, uma cozinha e banheiro. “Ninguém pagava aluguel naquela época, era muito difícil, a gente comia em pensão”, assinala o comerciante.

Hoje, andando pela Avenida 24 de Outubro, a loja passa praticamente despercebida, mas ao mesmo tempo ela é diferente de todas as outras localizadas nas proximidades. Essa ambiguidade chama a atenção. Não apresenta uma suntuosa e colorida fachada (Figura 98), apenas uma pintura vermelha em sua parede branca, que há muito tempo não vê tinta, com o nome "Feira Campinas". Nem centralizado o nome da loja está: ele margeia a lateral esquerda da fachada. Possui uma singela marquise que dá proteção contra sol e chuva, com três lâmpadas instaladas. É porque a avenida costumava ter seu comércio aberto até tarde da noite. Acima da marquise, três aberturas com vidro fixo fosco ajudam a iluminar o interior da loja. Nota-se também que a loja possui dois números em sua fachada: 486 e 1.227. Isso decorre do fato de que, antigamente, a numeração da Avenida 24 de Outubro se dava sentido Praça Coronel Joaquim Lúcio–Centro. Com a construção de Goiânia, o sentido passou a ser Centro–Praça Coronel Joaquim Lúcio. Sr. Khalil manteve os dois números, pois ainda recebe correspondências com a primeira numeração, principalmente dos antigos proprietários do edifício que hoje residem nos Estados Unidos e mantêm amizade com ele. Os antigos proprietários não entendem ainda o porquê da nova numeração. Acerca disso, vale citar Halbwachs (2006, p. 162), que assim se refere: “os costumes locais resistem às forças que tendem a transformá-los e essa resistência permite entender melhor a que ponto nesse tipo de grupo a memória coletiva se apóia nas imagens espaciais”.

É notável a altura da edificação: mais baixa do que as lojas que estão ao seu lado. Sua cobertura se dá em platibanda e é possível ver uma pontinha da cumeeira em telha de barro. Em sua calçada existem algumas das poucas árvores que ainda são remanescentes na avenida. Elas muito se assemelham à arborização presente na antiga paisagem. É uma maneira de lembrar a paisagem do passado. O edifício carrega em si uma imagem de outros tempos e ainda permanece em meio a outros que já se renderam a mudanças. É a memória da cidade que ainda resiste no tempo e no espaço (ABREU, 2017).



**Figura 98** - Fachada da Feira Campinas.  
Foto: Daniele Severino, 2017.

A loja tem três portas de acesso (Figura 99), convidativas aos clientes. Acima delas notam-se uma mala e um guarda-chuva pendurados. Ao adentrar a loja, a sensação é de voltar no tempo. A organização do *layout*, os mobiliários, a caixinha do fiado, a etiqueta de preço feita à mão (Figura 100), tudo isso remete a um passado.



**Figura 99** - Vista lateral da Feira Campinas.  
Foto: Daniele Severino, 2017.

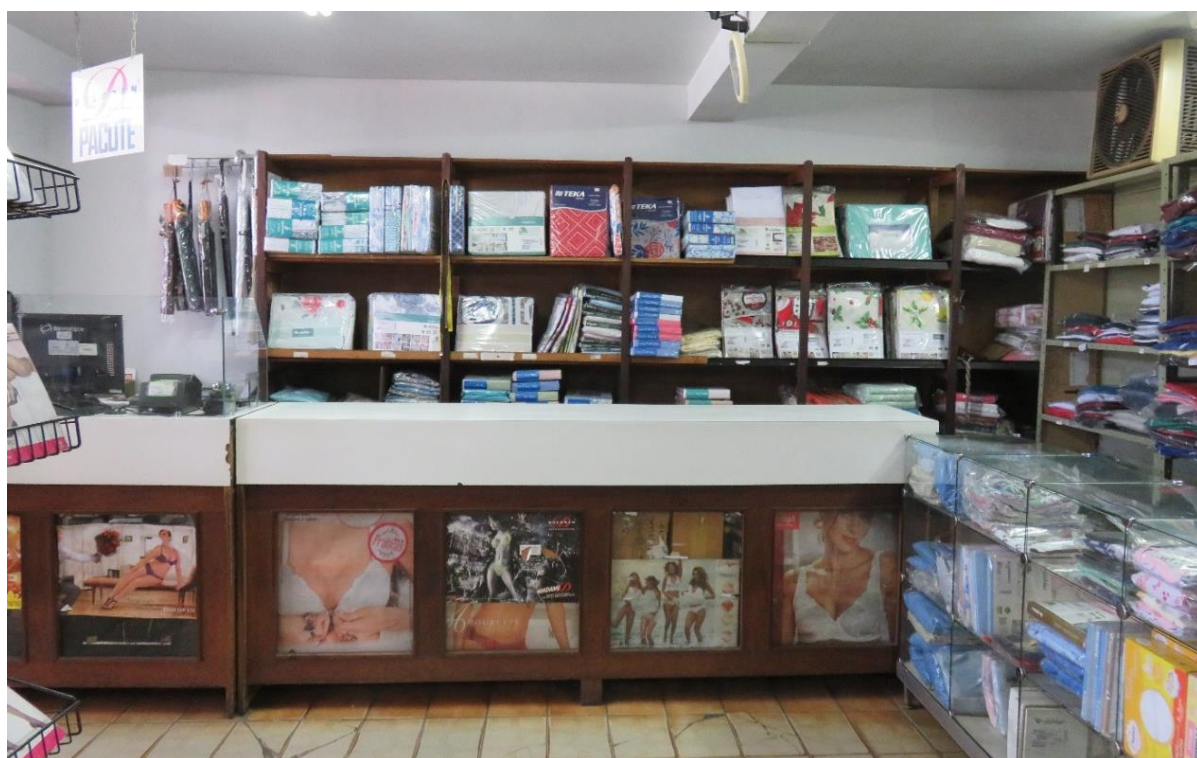


**Figura 100** - Preços escritos à mão.  
Foto: Daniele Severino, 2017.

Balcões e prateleiras de madeira (Figuras 101 e 102) ainda são os mesmos dos anos cinquenta, época de abertura da loja: “a memória se enraíza no concreto, no espaço, no gesto, na imagem, no objeto” (BIANCHI, 2015, p. 16). Esses balcões mais baixos de madeira com vidro eram o local de exposição dos perfumes. É a memória da cidade materializada nos mobiliários. Nota-se uma mescla com mobiliário mais novo, como os balcões expositores de vidro modulado e as prateleiras de aço. Em uma das paredes, uma bandeira do Brasil. É a gratidão a um país que acolheu esses imigrantes tão bem. Nota-se também a presença de muitos *banners* de propagandas espalhados por toda a loja, referente às marcas que eram e ainda são comercializadas ali.



**Figura 101** - Produtos comercializados atualmente.  
Foto: Daniele Severino, 2017.



**Figura 102** - Produtos comercializados atualmente.  
Foto: Daniele Severino, 2017.

Sim, ainda existem clientes que compram fiado! São aqueles clientes mais antigos, alguns já em sua segunda geração. Tudo é anotado na cadernetinha e colocado em uma caixinha que fica guardada. Quando é possível, eles vão à loja e

acertam o que devem. Sr. Khalil também realiza empréstimos a alguns conhecidos. Tudo anotado em sua cadernetinha, depois eles passam e saldaram sua dívida. Hoje, também os filhos e netos dos clientes mais antigos fazem compras na loja.

A loja é um lugar de gerações, frequentadores e clientes ligados às raízes e às tradições da cidade. Uma memória de cunho cultural tem sido mantida viva, pois possui um sentido simbólico ao eternizar a memória e os valores de uma sociedade, fixados e cristalizados em suas paredes. (BIANCHI, 2015, p.19).

Sr. Khalil conta com a ajuda de sua colaboradora Fátima, que está na loja desde 1973. Tudo começou quando a mãe, que era conhecida dos irmãos árabes, pediu para Mohamed empregar a sua filha mais velha. Todos os filhos vieram a trabalhar com eles. Eram quatro irmãos, sendo três mulheres e um homem:

Eles precisavam de trabalhar, a gente precisava de pessoas de confiança [...]. Todo mundo ficava encabulado. “Como é que você coloca quatro funcionários irmãos, da mesma casa? Isso é perigoso”. Eles são de família boa, então nós tivemos sorte até hoje, só com essa família, nunca tivemos problema. Todos trabalhavam na mesma loja, quando eles subiam para trabalhar, todo mundo falava: “Olha as funcionárias do Kalil aí!”.

A reciprocidade e gratidão são mútuas, com relação ao respeito e amizade que foram construídos durante todo esse tempo. Fátima também se recorda de muitos momentos e fases da loja em que esteve presente.

Com a abertura do mercado para produtos importados do Paraguai, Estados Unidos e da China, na década de 1990, e principalmente com a instalação de lojas que comercializavam esses produtos, o proprietário optou por não vender mais brinquedos, mantendo uma variedade de mercadorias como itens para bebê, alguns tipos de linhas para crochê e tricô, roupas de cama e mesa, roupas íntimas e de dormir, meias, malas (Figura 103).



**Figura 103** - Itens comercializados nos dias de hoje.  
Foto: Daniele Severino, 2017.

No final do ano de 2017, a loja passou por uma repaginação: as paredes internas e externas foram pintadas e a fachada da loja sofreu alterações (Figura 104). Isso ocorreu pelo de os clientes falarem ao proprietário que a loja deveria se “modernizar”. Com a mudança, um elemento novo foi acrescentado: a colocação da data de inauguração da loja na fachada. A nova placa com o endereço não contempla mais as duas numerações, antes existentes.



**Figura 104** - Fachada da loja reformulada no final do ano de 2017.

Foto: Daniele Severino, 2017.

O atendimento personalizado e a rusticidade da loja são uma atração à parte. Ainda é mantida a relação amigável e de confiança com os clientes. O diferencial da loja é justamente o atendimento, sem distinção de faixa etária ou classe social. Todos os clientes são atendidos da mesma maneira, com muito carinho e atenção. O proprietário faz questão de conversar com todos. Ele é bastante carismático e sempre está com um sorriso no rosto. Durante nossa entrevista, a todo o momento éramos interrompidos para que o Sr. Khalil atendesse a seus clientes. Muitas pessoas que passavam pela calçada entravam na loja para cumprimentá-lo. Por certo, trata-se de uma pessoa que é bem-quista por todos.

### *3.1.2.2 Mercado Municipal de Campinas*

A nova capital teve seu primeiro mercado inaugurado no final de 1941. Localizava-se na Rua 4 do setor Central (Figuras 105 e 106). O Mercado Central de Goiânia ocupava um quarteirão por inteiro, e suas lojas distribuíam-se em todo o seu perímetro, com um pátio interno coberto. As lojas não se abriam para as ruas do entorno, e o acesso se dava somente pelos corredores internos do mercado.



**Figura 105** - Vista aérea do primeiro Mercado Central de Goiânia em 1964.  
Fonte: OLIVEIRA, 2008, p. 141.



**Figura 106** - Vista da área interna do Mercado Central de Goiânia em 1950.  
Fonte: OLIVEIRA, 2008, p. 137.

No mercado vendiam-se hortaliças, verduras, frutas, carnes, entre inúmeros outros produtos, o que foi de muita utilidade para a população local. O estabelecimento deixou de existir para dar lugar ao prédio comercial Parthenon Center (OLIVEIRA, 2015). Goiânia, como cidade moderna, não poderia renunciar a tal equipamento, pois os mercados integravam-se à urbanidade desejada, como afirma Silva (2015, p. 2):

Devido a novas exigências de higiene e ao crescimento demográfico das cidades, privilegia-se a construção de mercados isolados das ruas, edifícios propriamente construídos para este fim. O edifício de mercado não é uma invenção do século XIX, a novidade é a consolidação do mercado como equipamento, integrante de uma rede e atrelado a um conceito mais amplo de urbanidade. Os mercados passam a ser pensados de forma a otimizarem as relações de consumo e agregando padrões de conforto inéditos até então.

Na proporção em que Goiânia crescia, espalhavam-se pela cidade as construções de mercados para distribuição e comercialização de mercadorias. Sendo assim, nos anos seguintes à inauguração e nova construção do Mercado Central (Figura 107), na década de 1950, surgiram os mercados do Bairro Popular, em 1952, de Campinas, em 1954, da Vila Nova, em 1957 (Figura 108), do Setor Centro Oeste, em 1958 (Figura 109) e do Setor Pedro Ludovico em 1963 (Figura 110) (SEDEM, 2001<sup>27</sup>).

Ainda conforme dados do SEDEM (2001), cada mercado se especializou em tipos de produtos diferentes, mas a maioria possui as mesmas atividades principais. Essas atividades que ocorrem em cada mercado são, respectivamente: Mercado Central – abastecimento alimentar, utilidades, confecções, calçados; Mercado Bairro Popular – abastecimento alimentar, confecções, calçados; Mercado de Campinas – calçados, confecções, utilidades; Mercado Vila Nova – abastecimento alimentar, utilidades, confecções, calçados; Mercado Centro Oeste – abastecimento alimentar, utilidades; Mercado Pedro Ludovico – confecções, calçados, importados.

---

<sup>27</sup> Ver anexo.



**Figura 107** - Mercado Central.  
Foto: Daniele Severino, 2017.



**Figura 108** - Mercado da Vila Nova.  
Foto: Daniele Severino, 2017.



**Figura 109** -Mercado Centro Oeste.  
Foto: Daniele Severino, 2017.



**Figura 110** - Mercado Municipal Pedro Ludovico.  
Foto: Daniele Severino, 2017.

O Mercado Municipal de Campinas encontra-se no bairro Campinas, em Goiânia, e ocupa meia quadra, entre as avenidas São Paulo, Benjamin Constant e Honestino Guimarães (Figura 111). Localiza-se no centro do bairro e dista aproximadamente 4,5 quilômetros do Mercado Central de Goiânia. Nessa quadra existiam construções residenciais que, para viabilizar a construção do novo mercado, foram demolidas em acordo realizado com o proprietário Antônio Lacerda de Souza.

Em 1954, de acordo com artigo publicado no jornal *O Sucesso*, de agosto de 2002, o proprietário cedeu parte do seu terreno para a construção do Mercado de Campinas. E se não fosse a intervenção de Pedro Ludovico Teixeira, teria perdido o

restante dos lotes para que no local fosse construída uma praça. A construção do mercado foi a primeira "revolução" comercial de Campinas. Logo, várias outras lojas surgiram nas proximidades, e a antiga casa de 21 cômodos foi dividida para dar lugar a várias malharias.



**Figura 111** - Mapa de localização do Mercado Municipal de Campinas.  
Fonte: Google Earth, com modificações da autora, 2017.

Pelo fato de a sua residência se localizar na quadra escolhida para construção do Mercado, o proprietário cedeu somente uma parte do terreno e permaneceu morando por lá. Era o velho cedendo lugar ao novo. E assim as casas de adobe e pau a pique passaram a ser substituídas por casas de tijolo e concreto (Figura 112).

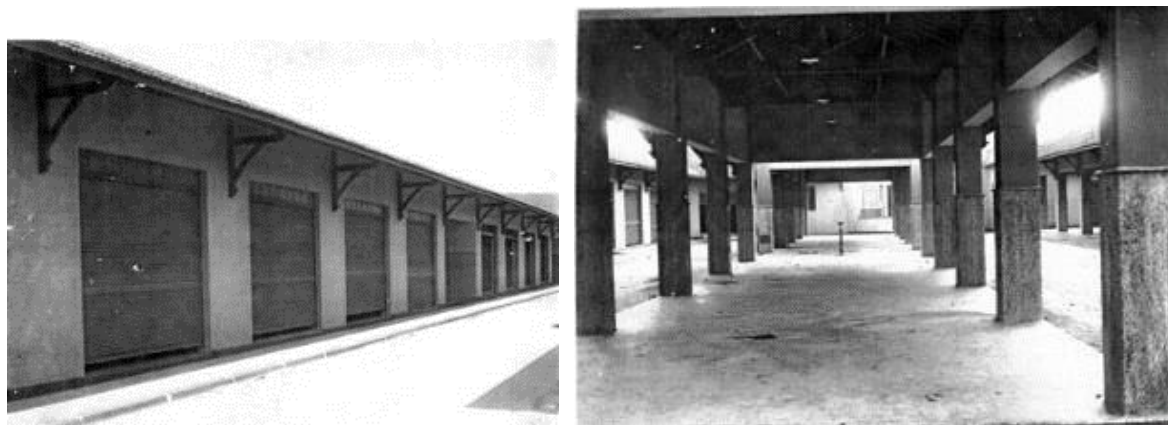
O Mercado Municipal de Campinas foi construído em 1954 e inaugurado em 1955, durante a administração do então prefeito de Goiânia, Venerando de Freitas Borges. A arquitetura desse mercado muito se assemelhava à do mercado da região central de cidade, ou seja, com lojas dispostas no perímetro do terreno, uma cobertura aberta ao centro e corredores de circulação ao redor, configurando um pátio. O mercado foi construído com técnicas adequadas à época, com a utilização de

concreto, tijolos maciços, telhas francesas, estrutura de madeira serrada e portas de aço (Figura 113).



**Figura 112** - Casas sendo demolidas para dar início à construção do mercado e construção do Mercado de Campinas em 1954.

Fontes: Acervo de Hélio de Oliveira; MERCADO DE CAMPINAS, 2017.



**Figura 113** - Exterior e interior do Mercado de Campinas em 1954.

Fonte: MERCADO DE CAMPINAS, 2017.

O Mercado de Campinas foi construído para atender aos moradores do bairro de Campinas e também dos bairros adjacentes, com o fornecimento de carnes, secos e molhados, frutas e verduras, como exemplifica um anúncio de um periódico de 1959 (Figura 114).



**Figura 114** - Propaganda do Armazém "Brasil".

Fonte: VOZ DO CAMINHO, 1959.

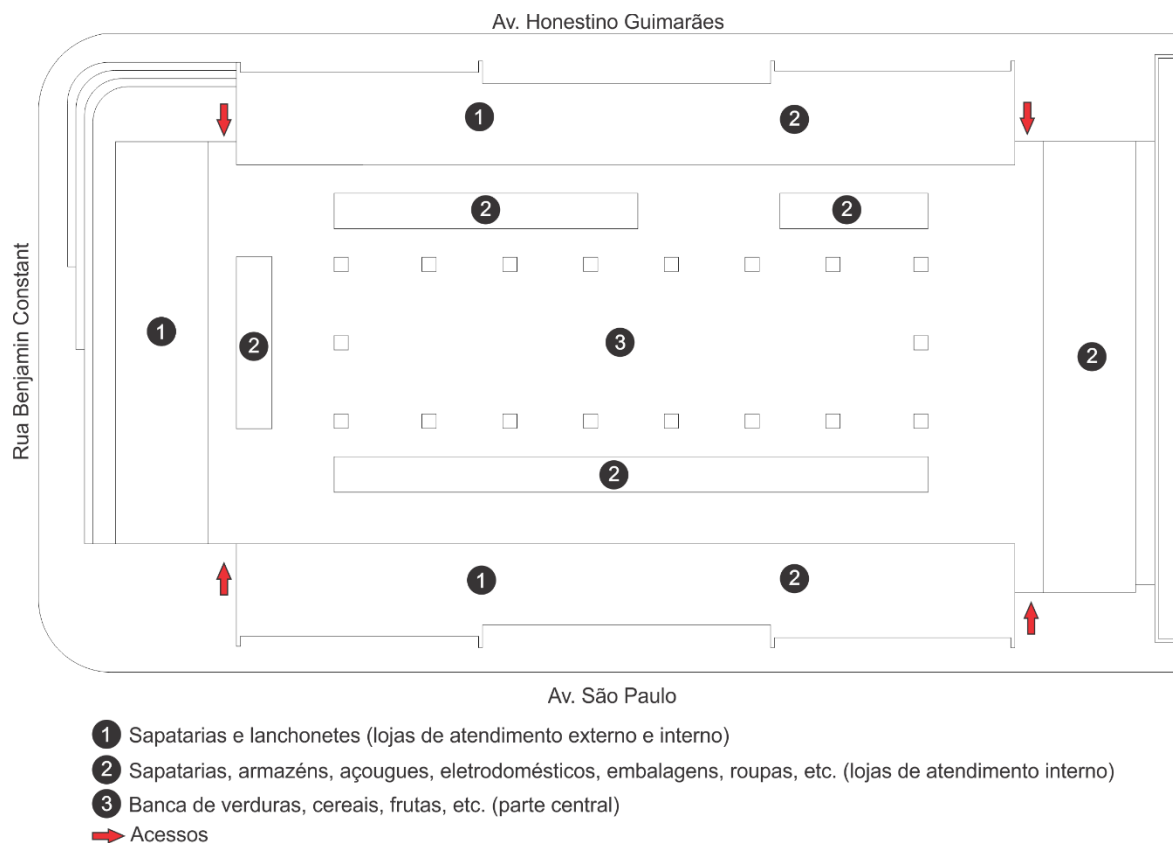
Como ainda não existiam os supermercados, o mercado de bairro exercia a função de abastecimento diversificado. Tudo que era necessário para o suprimento do dia a dia das famílias era encontrado por lá. Pintaudi (2006, p. 84) relata essa função dos mercados:

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.

O Mercado Central de Goiânia e o Mercado Municipal de Campinas, como assinalado, tinham configuração formal similar e comercializavam os mesmos produtos, assim como os demais da capital. Sobre essa similaridade, Pintaudi (2017, p. 172) acrescenta:

O fato de existir na atualidade uma forma muito semelhante de realizar o mercado pode nos fazer pensar que se trata de uma simples repetição. Levamos até a inferir que a repetição é uma maneira de conservar os costumes (ou as tradições) de um povo. Mas isso é apenas a aparência do que ocorre. Os mercados públicos mudaram e o que vemos é apenas o invólucro do original em alguns casos; em outros, a permanência se dá apenas por falta de opção comercial no lugar que ainda não despertou o interesse do grande capital. A aparência aponta para uma forma de resistência no tempo linear e [...] é uma forma de comércio que ainda existe ou existiu em todas as culturas e que nos permite contrapô-la aos modernismos.

As informações sobre o funcionamento do mercado e os produtos ali comercializados foram reafirmadas nas entrevistas com os comerciantes do lugar. Os entrevistados mencionaram como era a distribuição das lojas no espaço físico do mercado, no final da década de 1950 e início de 1960. Relataram que as bancas de frutas e verduras ficavam na parte central do mercado, onde havia uma cobertura (Figura 115). As mercearias tinham as portas voltadas para a rua e para a parte interna, ao contrário do mercado central. Os entrevistados se lembraram de japoneses e sírios como comerciantes estrangeiros que eram permissionários, dedicados a comercializar produtos específicos, conforme o depoimento do senhor Joaquim Oliveira (2016), comerciante no mercado há 55 anos, que assim afirmou: “no centro do mercado vendiam verduras, os japoneses vendiam verduras. Os sírios vendiam diversos produtos nas mercearias”.



**Figura 115** - Planta esquemática do Mercado Municipal de Campinas com tipos de produtos comercializados, sem escala.

Fonte: Biblioteca da SEPLAM (1987), com intervenção da autora, 2017.

Produtos e mercadorias típicas possuem ligação com a cultura e costumes pertencentes a um povo ou uma determinada região, e dessa forma agem como parcela de incremento e de sua valorização, atraindo olhares não só para o produto em si, mas, também, para as formas de preparo e uso de especiarias e ingredientes diferentes ao uso cotidiano dos consumidores nativos (DOMINGUES, 2015).

A entrega da primeira chave das salas se deu no dia 1º de janeiro de 1955, conforme o *site* do Mercado de Campinas, a que se teve acesso em 2017. A maior quantidade de concessões de autorização de uso das salas ocorreu em março daquele ano. Somente no dia 4 foram 21 e, no decorrer do mês, 43 concessões. Os comerciantes que receberam as chaves tornaram-se então permissionários. Segundo dados da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Trabalho, Ciência e Tecnologia (SEDETEC) de 2004, o administrador do Mercado de Campinas, Sr. Elpidio da Silva Toledo, apresentou levantamento dos primeiros permissionários, no ano de 1955.<sup>28</sup>

<sup>28</sup> Os primeiros permissionários foram: Clara Rodrigues de Almeida, Takeziro Iqueda, Issamu Takamashi, Kiyohisa Araki, Joaquim Umbelino Gomes, Ayrton Portes Oliveira, Waltrudes Cunha, José Emídio Ferreira, Manoel Pereira

Com a instalação de grandes supermercados na cidade, na década de 1980, o Mercado Municipal de Campinas precisou se adaptar às novas condições impostas pela concorrência. Grande parte dos permissionários, para garantir a sobrevivência, viu-se obrigada a trocar os produtos que comercializavam por outros. Muitos produtos deixaram de ser vendidos, como os hortifrúteis, para dar lugar a outros como artesanato e utensílios domésticos, e aumentou-se a prestação de serviços como consertos de panelas, bem como restaurantes e lanchonetes. Dado o grande fluxo de pessoas que passavam horas comprando pelas ruas de Campinas, essa foi uma boa saída encontrada pelos comerciantes.

O mercado é um local de convívio social, faz parte da vida dos moradores, de suas histórias e memórias. Cidade e comércio estão unidos num só propósito, pois “a cidade é um lugar de encontro, de convívio, de troca de informações, de animação, de residências, de comércio elegante e popular” (BIANCHI, 2015, p.99).

Desse modo, a memória tem um papel importante na construção da história das cidades, visto que ela está ligada aos modos de vida que atuam como norte e fornecem modelos para o comportamento das gerações com o passar do tempo. No mercado, as tradições entre comerciante e cliente permanecem. Os comerciantes convidam, a todo o momento, os clientes para adentrarem as suas lojas, ou até mesmo para uma olhadinha no produto. Com seu atendimento diferenciado e personalizado conquistam os clientes. Esse tipo de relação comercial mantém a memória do mercado viva e é passada de geração para geração.

Nos anos 2000, o mercado já não seguia a configuração espacial da década de 1950, e algumas intervenções podem ser observadas. Como exemplos, podemos citar a abertura das portas com acesso para a rua, a instalação de bancas externas nas calçadas, como as de revista e caldo de cana (Figuras 116 e 117). Além disso, algumas lojas foram anexadas externamente ao mercado, sendo seu único acesso realizado pela rua (Figura 118).

---

Machado, Antônio Carlos da Silva, Henrique Kunert, Manoel Antonio de Souza, Lindolfo Branquinho de Oliveira, Rafael Bareano, Jorge Ferreira, Ernest George Kanzog, Mário Vicente Moura, Jemina Batista Soares, José Ferreira de Mello, José Bento Vargas, Manoel Honório Caetano, Sebastião Marques Abreu, Olimpio Pereira Santos, Clotildes Silva Mendonça, José Inácio Carneiro, Jean Mercier, Yoshio Matsui, Otokichi Kaiji, Geraldo Femaqui Oliveira, Agenor Carmo Moraes, Otávio Afonso de Rezende, Josefa Veronkoff, Clemente Retour, José Ferreira dos Santos Filho, Joaquim Jose Rafael, Josias Batista Lelis, Itamar Pinheiro de Souza, Sebastião Pires de Oliveira, Lourival Borges do Nascimento, Walfredo Antunes de Oliveira, Hideo Araki, Jesuína Tavares Pinheiro, Theophilo de Oliveira Netto, José Custódio, Ovídio Rosa de Oliveira, Joaquim de Souza Oliveira, Antônio Duarte e Moacir Morato.



**Figura 116** - Imagem aérea do mercado no início dos anos 2000.  
Fontes: O POPULAR, 15 jun. 2006.



**Figura 117** - Mercado de Campinas no início dos anos 2000.  
Foto: Daniele Severino, 2006.



**Figura 118** - Um dos acessos ao mercado e parte da fachada, que também tinha algumas lojas externas.

Fonte: Acervo de Flávio Costa Pereira, 2005.

Nesse mesmo período, muitos produtos passam a ser ali comercializados e são até hoje encontrados, como fumo de rolo – que é cortado na hora e tem um aroma marcante –, palha, cigarro de palha, capas de couro para faca e canivete de diversos tamanhos, cachimbo, charuto, cuia de chimarrão e tereré, copo de chifre de boi, ervas, entre outros (Figuras 119 e 120). Nota-se certa preponderância de artigos vinculados ao meio rural e às tradições goianas.



**Figura 119** - Especiarias, fumo.  
Fonte: Acervo de Flávio Costa Pereira, 2005.



**Figura 120** - Especiarias, fumo.  
Foto: Daniele Severino, 2017.

Além desses artigos, outros eram comercializados: produtos em palha, como cestas de diversos modelos e tamanhos, caixas, chapéus, balaio, bolsas, luminárias, peneiras etc. Hoje é possível encontrar alguns desses produtos, como chapéus de palha, mas não em loja específica, e sim em meio a outros produtos, como roupas de malha e festa junina (Figuras 121 e 122). Os produtos feitos manualmente naquele tempo foram substituídos pelos industrializados.



**Figura 121** - Diversidade de itens de palha.  
Fonte: Acervo de Flávio Costa Pereira, 2005.



**Figura 122** - Chapéus de palha.  
Foto: Daniele Severino, 2017.

O Mercado Municipal de Campinas não tinha uma fachada padronizada. Cada loja apresentava sua identidade própria, seja em sua fachada, seja em sua parte interna (Figuras 123 e 124). As lojas pintavam as paredes conforme a sua identidade e para chamar a atenção dos clientes. Os letreiros de cada uma também eram personalizados de maneiras diferentes. Alguns pintados na própria parede, de uma maneira mais simples e muito comum em outras lojas do bairro; outros eram mais

elaborados. Com a requalificação proposta em 2007, como apresentaremos a seguir, tentou-se manter uma unidade e padronização, o que tirou um pouco da peculiaridade presente em cada loja. É notável a quantidade de carros estacionados e circulando pelas ruas.



**Figura 123** - Mercado antes da requalificação.  
Fonte: Acervo de Flávio Costa Pereira, 2005.



**Figura 124** - Mercado antes da requalificação.  
Fonte: Acervo de Flávio Costa Pereira, 2005.

Matéria intitulada “Reforma resgata originalidade”, publicada pelo jornal *O Popular*, de 2006, assinala que, no final da década de oitenta, o modo de consumo da população passou por mudanças, e os mercados que existiam na capital goiana entraram em decadência. Disso resultou a ideia de requalificação do mercado em 2007, com o objetivo de contemplar elementos da cultura regional, como produtos de alimentação e artesanato.

Aproveitando a chancela de tombamento que vários edifícios com estilo *art déco* de Goiânia receberam (IPHAN), em 2003, o projeto proposto e executado de requalificação do mercado apresentou características do mesmo estilo nas fachadas. O mercado precisou se adaptar à nova concorrência imposta pelos hipermercados, sobretudo no que diz respeito ao tipo de produto a ser comercializado. Desse modo, buscou-se inserir o mercado na rota turística e aquecer o comércio de abastecimento.

Durante o processo de reforma, houve muita resistência dos permissionários para desocupação das lojas. Muitos deles, com receio de perder clientes e até mesmo por uma questão de sobrevivência, realizaram por conta própria a reforma interna de suas lojas, o que atrasou o prazo previsto de entrega da obra, conforme entrevista realizada em 2017 com Flávio Costa Pereira, antigo administrador do Mercado Municipal de Campinas.

Para que o mercado não ficasse fechado ao longo desse ano de obras, a alternativa encontrada foi a colocação de estruturas provisórias de bancas nas

calçadas, e ali mesmo foi dada continuidade à comercialização dos produtos (Figuras 125 e 126). Podem-se observar a improvisação e a instalação de lonas para proteção do sol, originando um corredor de circulação abafado para os transeuntes.



**Figura 125** - Estruturas provisórias externas ao mercado, no período da requalificação.  
Fonte: Acervo de Flávio Costa Pereira, 2007.



**Figura 126** - Estruturas provisórias externas ao mercado, no período da requalificação.  
Fonte: Acervo de Flávio Costa Pereira, 2007.

Muitas alterações foram propostas e executadas na requalificação, e nada se assemelhava ao mercado construído originalmente. Dentre elas, pode-se observar a alteração da estrutura de sustentação da cobertura, que antes era em madeira e passou a ser metálica (Figuras 127 e 128).



**Figura 127** - Estrutura da cobertura antes da requalificação.

Fonte: Acervo de Flávio Costa Pereira, 2005.



**Figura 128** - Estrutura da cobertura após requalificação.

Foto: Daniele Severino, 2017.

Também foram demolidas todas as lojas que se localizavam ao centro do mercado (Figuras 129 e 130). Foram refeitas as suas estruturas, o que cedeu espaço a novas lojas, todas elas contando com sobreloja para estoque. A reforma teve início, primeiramente, na parte interna do mercado e, posteriormente, na sua fachada, sendo remodelada.



**Figura 129** - Lojas existentes.

Fonte: Acervo de Flávio Costa Pereira, 2007.



**Figura 130** - Demolição das lojas existentes.

Fonte: Acervo de Flávio Costa Pereira, 2007.

O resgate à originalidade, que foi proposto pelos profissionais, mencionado na matéria do jornal *O Popular*, de 2006, não aconteceu. De acordo com a reportagem, a intenção da prefeitura de Goiânia era recuperar as antigas características do espaço, mas por conta das dificuldades de se encontrar as plantas originais, e também por causa da falta de registros fotográficos do local, o projeto sofreu modificações e seguiu os moldes do que estava sendo proposto para o Mercado da Rua 74 (Figura

131). O Mercado do Bairro Popular, mais conhecido como Mercado da Rua 74, é o único mercado de Goiânia tombado patrimônio pelo IPHAN.<sup>29</sup> Localiza-se no setor Central e foi o primeiro da cidade a passar por requalificação.



**Figura 131** - Mercado da Rua 74 após requalificação.  
Foto: Daniele Severino, 2017.

Em termos de distribuição espacial, os dois mercados se diferem. No Mercado da Rua 74 foi mantido o pátio interno coberto, onde se comercializavam as hortaliças, mas que hoje é um espaço destinado a atividades culturais da cidade. No mercado de Campinas, esse espaço antes existente foi destinado a novas lojas. No mercado da Rua 74, nas quatro laterais que fecham a quadra, as lojas mantiveram-se. No mercado de Campinas foi mantido desse mesmo modo. Tanto o mercado da Rua 74 quanto o de Campinas tiveram suas fachadas pintadas num tom mostarda, e os portões e portas de aço na cor marrom (Figura 132).

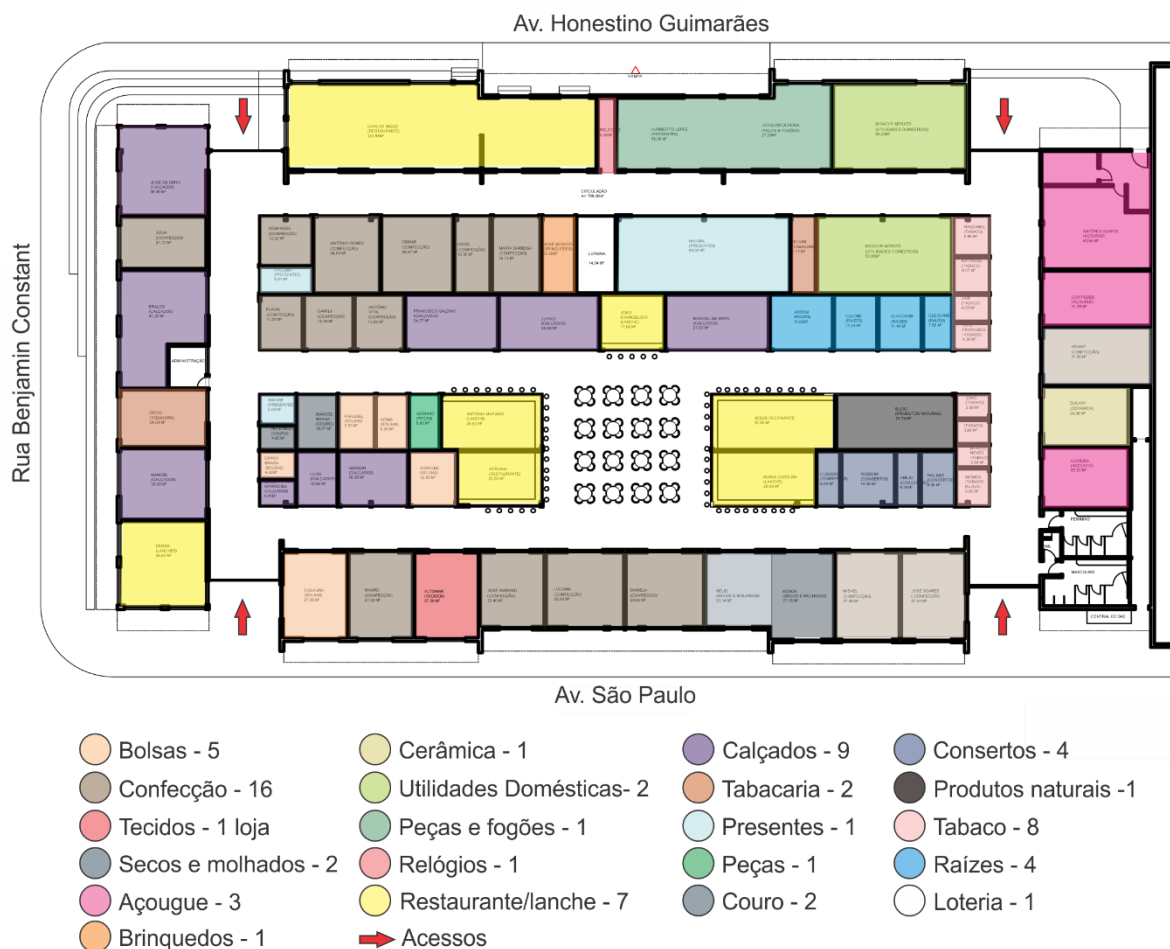
---

<sup>29</sup> Tombamento em âmbito municipal pelo Decreto nº 1.901, de 26 de setembro de 2000, publicado no Diário Oficial nº 2.593, de 3 de outubro de 2000. Disponível em: <[http://www.goiania.go.gov.br/Download/legislacao/diariooficial/2000/do\\_20001003\\_000002593.pdf](http://www.goiania.go.gov.br/Download/legislacao/diariooficial/2000/do_20001003_000002593.pdf)>. Acesso em: 06 dez. 2017.



**Figura 132** - Mercado de Campinas após a requalificação.  
Foto: Daniele Severino, 2017.

Com a requalificação concluída em 2008, o Mercado Municipal de Campinas realocou seus 73 permissionários, que ofereciam produtos alimentícios (Figura 133), como carnes, além de calçados e bolsas, confecções para crianças e adultos, malharias, artesanatos, mercearias, utilidades domésticas, tabacarias, ervas e produtos naturais, bem como serviços de consertos, utilidades variadas e uma casa lotérica. Na parte central, onde eram comercializados os produtos hortifrúteis, construíram-se novas salas, visto que esse tipo de produto não seria mais comercializado no mercado. Toda a circulação interna recebeu cobertura.



**Figura 133** - Planta do Mercado Municipal de Campinas após requalificação com tipos de produtos comercializados, sem escala.

Fonte: SEPLAM (2008), com intervenção da autora, 2017.

Para quem se desloca até o bairro, o mercado passou a ser um ponto de referência, atendendo a toda a cidade e não mais somente aos bairros próximos, especialmente após a requalificação, finalizada em 2008. O projeto trouxe um melhoramento das instalações físicas, das fachadas e do interior para os comerciantes e para os clientes. Por conseguinte, isso proporcionou um aumento na procura por produtos. Ademais, observa-se a fidelidade dos clientes. Há casos de comerciantes que já estão atendendo à terceira geração de uma mesma família, como afirma um permissionário:

Já tem 9 anos que ele foi reformado. Depois da reforma ficou bonito, todo mundo elogiou, melhorou muito para esses comerciantes que já estavam aqui, mudou a vida deles por inteiro. E hoje os mercados são referência. Você vê, o Mercado de Campinas ele é uma referência porque a pessoa fala assim: "Ah eu vou em Campinas!". "Mas você vai aonde?" "Vou lá numa loja!". "Que loja?". "Ela é perto do mercado, você sabe o mercado?". "Sei, o mercado! [...]". E como já somos tradição aqui em Campinas, hoje o meu cliente já é maioria a terceira geração. (NASCIMENTO, 2017).

O mercado é considerado um patrimônio simbólico para o bairro de Campinas e também para a cidade de Goiânia, tendo em vista sua importância e seu significado, tanto para os comerciantes como para os consumidores e os moradores do setor. “Os mercados mostram a alma de uma cidade: o que ela produz, consome, comercializa e barganha” (LIBÓRIO, 2006, p. 230). Eles reforçam a tradição local em virtude da abundância e também da variedade de produtos regionais que comercializam.

### 3.1.2.2.1 Sala 19

“Muitos têm sabedoria  
Também sonhei em ter a minha  
Me disseram que se eu esperasse  
Com a idade ela vinha  
No entanto, para meu desgosto  
Vieram as rugas no rosto  
E a idade veio sozinha”  
(Joaquim de Souza Oliveira, 2017)

Um homem calmo, sereno, de fala mansa e sempre com um sorriso no rosto. Essas são as características do senhor que declama poemas e é proprietário, juntamente com sua esposa Inaiara – que veio de Minas Gerais –, da Sala 19. Esta loja está localizada no Mercado Municipal de Campinas há 56 anos e carrega memórias de outros tempos. Memória de vida, memória familiar: o casal é o único pioneiro que permanece desde o começo do mercado. Desse modo, conforme Bianchi (2015, p.152), “um local pode representar um modo de viver que merece ser analisado como uma forma de compreensão do cotidiano”.

Joaquim de Souza Oliveira, nascido no Piauí em 1924, estudou somente até o 4º ano primário. Seus pais faleceram quando ele ainda era criança, e por esse motivo morava com os tios e foi cuidado por eles. De família humilde, desde cedo precisou trabalhar, para ajudar no orçamento familiar. Trabalhava aguçando as plantações no campo, pois, como ele mesmo relatou, “as terras praquela lado são muito secas”. Se não aguar, as plantações morrem. Na escola, ele se destacava como aluno. Era o primeiro da sala. Suas notas sempre foram as melhores da turma. Ele contou, com bom humor, que o que chamava atenção das meninas naquela época era justamente a sua inteligência.

Na adolescência, mudou-se para o Rio de Janeiro para morar com a irmã. Ele imaginava que no Rio de Janeiro iria conseguir um trabalho que permitisse estudar e

trabalhar. Mas só com o quarto ano, ainda em escola do interior, só ofertaram um salário mínimo, para pagar pensão e comida.

Essa dupla jornada de trabalho/escola fez com que ele ficasse adoentado e, naquele momento, procurou um médico. O médico disse que ele teria que optar entre trabalhar ou estudar, visto que, se continuasse do jeito que estava, ele não teria como se recuperar. Sr. Joaquim, em uma das consultas, disse a respeito do interesse de se mudar para Goiânia, e o médico questionou se ele conhecia alguém por aqui. Com a resposta negativa, disse o médico: "Lá eu tenho um amigo meu que vai lhe ajudar". Esse amigo do médico lhe devia muitos favores e Sr. Joaquim foi muito bem-recebido por essa pessoa. Sr. Joaquim relatou durante essa passagem por Anápolis até a abertura da Sala 19 (OLIVEIRA, 2016):

Esse amigo do médico me levou para uma máquina de beneficiamento de arroz em Ceres, naquele tempo era coronel diretor, eu não conhecia máquina, só conhecia pilão. Então, eu perguntava tudo ao maquinista, por que que o arroz saía inteiro, ou quebrado, ou com a casca, e ele dizia que aquilo era assim mesmo. Como eu fui apresentado a eles pelo sócio, que tinha uma máquina de beneficiamento em Anápolis e tinha uma máquina em Ceres em sociedade com ele e me levou lá para ficar no lugar dele, e o maquinista nunca imaginou que eu perguntava tanto para ocupar o lugar dele, e um dia ele não veio ao trabalho, não compareceu, e tinha uns dez senhores daqueles que carregam caminhão, e eu anotava os caminhões que chegavam, caminhão que saía e os dias de trabalho dos operários. O maquinista não veio, e eles me chamaram, disseram: "Olha, você anota nossos dias, nós vamos trabalhar e você vai marcar porque nós viemos, o maquinista não veio, problema dele". Eu disse: "Mas não é possível, nós somos dez vendo essa máquina trabalhar todos os dias e não fazemos ela funcionar". E eles: "Não, mas quem vai ser maquinista? Aquele que controla a máquina?" E eu disse: "Eu vou ser maquinista". Devo ter estragado uns quatro sacos de arroz, cortava aqui, saía arroz com casca, quebrado. Não dava certo. Mas eu fiz esses quatro ou cinco sacos, [aí] eu acertei. O arroz saía tal como devia sair. E no dia seguinte o maquinista chegou, aquele arroz que estava aqui com casca, estava aqui descascado, e ele disse: "Quem foi que fez isto?". E os dedos todos viraram para mim. Aí ele naquele dia, a partir daquele dia, ele passou a me explicar aquelas minhas perguntas, a dar as respostas certas das minhas perguntas, ele achou que não tinha jeito.

Dali um senhor me ofereceu um trabalho melhor que aquele, que eu iria ganhar mais e, por fim, me pôs, um posto de gasolina em Anápolis, um posto de gasolina e não tinha bomba, a gasolina era medida num balde, então arranjei um balde, pus uma régua, medi 20 litros no balde e fiz uma tabela que 1 litro a 200 que é um tambor, media tanto a tanto, 2 litros, tanto a tanto... até 200, eu media a régua, pus um tambor, outro tambor, faltou 3 litros. Então foram só 17, então foram 20 mais 17, 37, 37 litros, 49 reais. E, esse meu patrão devia muito para o banco e chegava no aniversário ele levava uma caixa de *whisky*, tudo para agradar o gerente, e não pagava, para pagar 1000 reais ele pegava... pegava 5, para pagar 5, pegava 15 e foi só aumentando a conta. Aí resolveram me vender o posto, eu sendo empregado, me vender o posto, e eu não pagaria, eles tomariam o posto de volta, e se é entregar para qualquer um, entregaria para aquele fulano que já é do ramo. E eu disse: "Eu só posso comprar se o banco me emprestar 50 mil cruzeiros", E ele disse: "Não, empresta". Então eu fui ao gerente e perguntei: "O fulano quer me vender o posto, só posso comprar se o senhor me emprestar 50 mil cruzeiros

para comprar o posto". Ele disse: "Não, pode fazer o negócio". Arranjei um avalista e fiz o negócio. No dia seguinte fui lá buscar o dinheiro. "Não, hoje é dia 26, já fechou o cartório, só depois do dia 15 do mês que vem". "Dia 16 do mês que vem é feriado! Não ainda não abriu o cartório! Só depois do dia 27!" E com aquele restinho de vergonha que eu tinha, eu não fui lá falar com eles, eu vi que eles estavam pensando que eu não pagaria e voltaria para o banco. Aí no fim do prazo, que era 120 dias, tinha trabalhado de borracheiro, de dia, de noite, sozinho no posto, no fim do prazo, eu já tinha um pouco de dinheiro para levar para o gerente para abastecer a minha conta. Ele pegou o dinheiro e não contou o dinheiro, ficou com aquilo na mão um tempo e disse: "Não, leva esse dinheiro de volta e eu lhe dou outro empréstimo". Parece que ele viu que em matéria de negócio, era melhor comigo do que com o meu patrão. Aí eu fui pagando. Com aquele dinheiro eu já podia pagar um tanque de gasolina, a gente comprava os tambores, comprava o tanque, depois comprei. Aí o negócio desenvolveu e esse meu patrão me levou, quando o Jânio foi eleito, na saída do Juscelino, em Brasília, quem tivesse um lote no núcleo Bandeirante tinha direito a um lote na Asa Norte. Eu tinha dinheiro, então esse meu ex-patrão, que dava direito a um lote na Asa Norte, e eu vi que era um bom negócio. Aí vendi o posto, comprei o lote no Bandeirantes e fui para a Asa Norte. Nisso veio o Jânio Quadros e aqueles planos todos foram desfeitos.

#### Após essa saga, Sr. Joaquim chega a Goiânia:

Eu vim aqui, pra Goiânia, vim para montar uma mercearia lá no Setor Sul, porque o pessoal ali tinha poder aquisitivo bom e não tinha mercearia por ali. Naquele tempo não tinha supermercado em Goiânia. Aí falei com o gerente de uma firma que você não conheceu, ele era pobre e eu também, e ele trabalhava no banco. Ele chegou perguntando onde punha um saco de cachaça e eu mostrei, e ali começou a nossa amizade... ele enriqueceu, hoje pôs um atacado aqui em Goiânia, e continuou amigo. E eu fui lá falar com ele, porque com a mercearia, queria que ele me fornecesse uma mercadoria, e ele disse: "Olha, onde você vai pôr essa mercearia?". "Lá no Setor Sul, ali perto da Catedral, pessoal de poder aquisitivo bom e não tem, ali não tem uma mercearia". Ele disse: "Não, se você não mandar um Bombril para uma madame daquelas você perde a clientela do prédio todo. Você vai para o Mercado de Campinas, eu tenho um armazém em Campinas!". Aí chamou o secretário dele: "Fulano, vai com ele no Mercado de Campinas e fale com fulano, ele é o contador!". Ora, o maior atacadista me apresentando, está feito o negócio!

E assim nascia a loja denominada Santista, em junho de 1961. Esse nome foi em homenagem a um sobrinho que nasceu em Santos, SP. Sua localização inicial no mercado era a sala de número 20, ao lado de onde se encontra hoje. O seu vizinho do lado, onde funcionava um açougue, queria ampliar a loja, e propôs trocar de loja com ele. A sala 19 era um pouco maior, e assim foi aceita e realizada a troca. E a clientela passou a dizer: "Ah, então não é mais a sala 20, é a 19". E o Sr. Joaquim achou por bem deixar o nome Sala 19 como nome fantasia da loja. O nome ficou tão fixo na mente dos clientes, que muitos amigos dele enviam clientes dizendo: "Vai lá no Mercado de Campinas, na Sala 19!". Acerca do começo do mercado e de sua loja, Sr. Joaquim relatou:

No centro vendia verdura, não tinha supermercado em Goiânia, e todo mundo vendia arroz, feijão. Eu pensei: não sou bom para vender, eu vou comprar... eu vou vender a panela, em vez de vender o feijão, o arroz. Vou vender a panela. Aí a panela obrigou a comprar a concha, o prato, o garfo, a faca, a colher e foi aumentando. Eu fazia a lista das procuras, e quando ia fazer as compras vi que esse objeto aqui foi procurado uma vez, esse aqui 3, esse 5, esse 8, então eu escolhi os que foram mais procurados para comprar, e foi vendendo. Esses produtos, durante uns 45, 50 anos, só nós aqui da Sala 19, vendíamos panelas de alumínio, peças para fogão e para liquidificador. (OLIVEIRA, 2016).

O proprietário ainda disse que não era bom vendedor, e sim, bom comprador. Quando começou a loja, as mercadorias procuradas eram anotadas e, ao final do mês, eram destacadas as que haviam sido procuradas mais vezes:

No caderninho era anotado qual artigo que foi pedido mais vezes. Cada vez que procuravam uma concha, uma peneira, eu anotava e então quando chegava no fim do mês, eu olhava e comprava aqueles que tinham tido mais procura, no outro mês do mesmo modo e assim por diante. O método foi esse para ir comprando as coisas que os clientes procuravam. (OLIVEIRA, 2017).

Desse modo, sua intenção era sempre poder oferecer os produtos solicitados pelos seus clientes, para que na próxima procura pudesse vendê-los. Com isso ele os fidelizava. Assim, a procura de artigos diferentes foi aumentando e, mês a mês, a variedade de utensílios na loja também, chegando a ter cerca de mil itens para atender à clientela.

No início, produtos eram buscados pelo Sr. Joaquim em São Paulo, pois “lá era mais barato e possuía mais variedade”. Em uma viagem para buscar utensílios, foram três pessoas de Kombi: o motorista, um colega e ele. Chegando lá, ele queria comprar uma quantidade de produtos, mas não tinha dinheiro suficiente para efetuar o pagamento. Disse para a vendedora retirar a metade das coisas, pois ele não poderia levar. Esta então chamou e conversou com o gerente, explicando o acontecido. O gerente autorizou que ele poderia levar tudo, contanto que pagasse na próxima viagem. E assim, aos poucos, ele foi criando crédito com os fornecedores. Quando não dava para ir a São Paulo, ele comprava de representantes dos atacadistas existentes no bairro de Campinas.

No ano de 2008, com a requalificação do mercado, a loja também passou por algumas mudanças físicas. A entrada principal, pela rua Honestino Guimarães, permanece até os dias atuais. Essa entrada se dava diretamente pela rua. Existiam duas portas de aço que se abriam para a entrada e havia outro acesso pelo interior do mercado. Uma das portas exerce a função de vitrine. A fachada da loja era pintada na cor branca, que notavelmente necessitava de uma pintura, e o nome da loja em

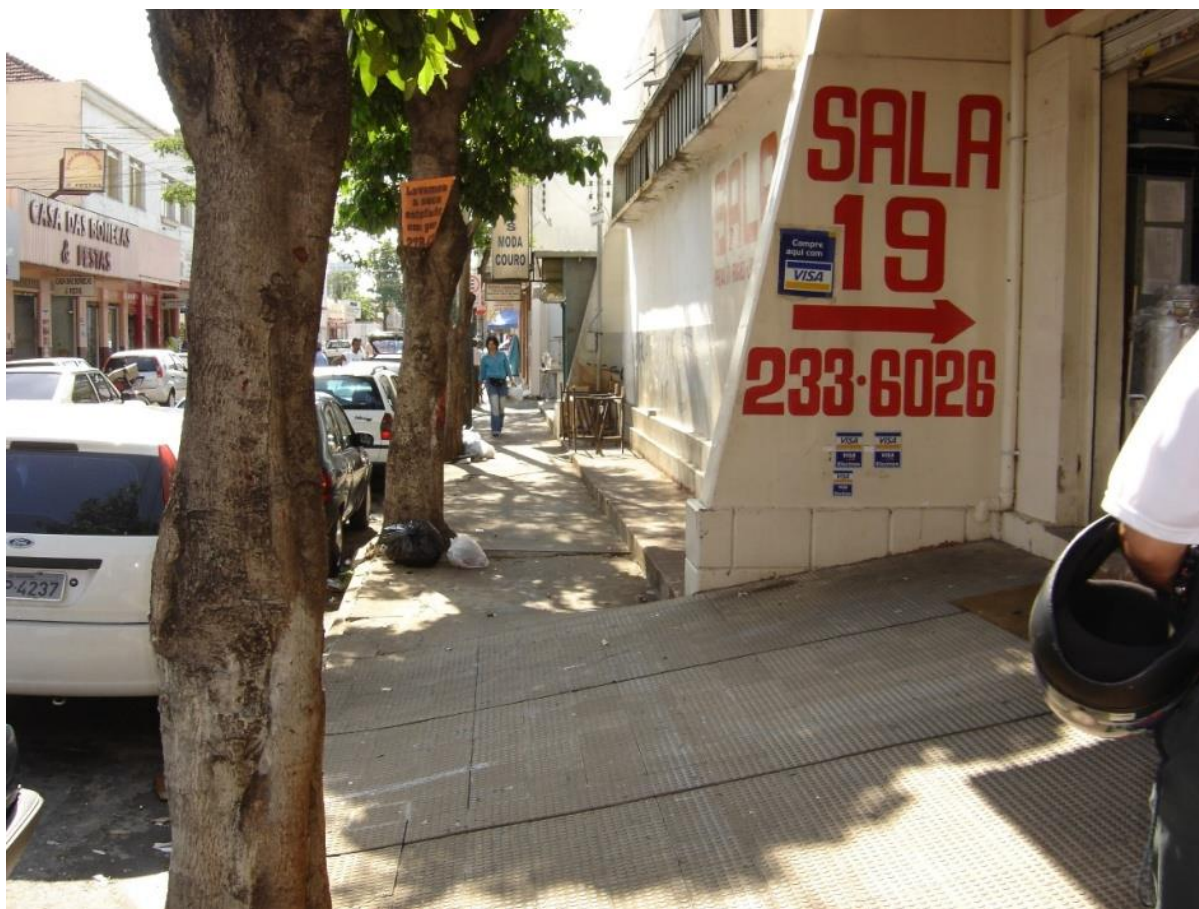
vermelho, estampado nessa fachada. Além da pintura do nome "Sala 19", constavam o número do telefone para contato e as principais atividades e produtos comercializados no local (Figura 134).



**Figura 134** - Fachada da Sala 19, 2006.

Foto: Daniele Severino, 2006.

Qualquer espaço disponível na fachada era usado para fazer propaganda ou indicar a localização da loja, por intermédio de setas. Uma marquise, de fora a fora da loja, protegia do sol as portas e uma pequena janela. Nesse período, ainda viam-se árvores não só na porta da loja, bem como em uma grande extensão da rua (Figura 135).



**Figura 135** - Arborização ainda presente na paisagem, 2005.

Fonte: Acervo de Flávio Costa Pereira, 2005.

A loja também ficou muito conhecida por consertar painéis de pressão e vender peças para fogão, liquidificador, batedeira, lâmpião, fogareiro, vidro para garrafa térmica, pés para fogão e geladeira, painéis de alumínio. Esse tipo de prestação de serviços surgiu pelo próprio interesse dos clientes:

Quando as painéis que nós vendemos começaram a dar defeito, nós começamos a consertar, pois houve procura, né? “Você conserta painel?”. “Consertamos”. Ficava mais barato consertar a painel do que comprar uma nova, então nós passamos a consertar as painéis dos clientes. (OLIVEIRA, 2017).

Além desse tipo de prestação de serviço, oferecia-se o serviço de amolação de alicates de unha. Os clientes chegavam perguntando se ele prestava esse tipo de serviço. Sr. Joaquim não sabia onde indicar. Ele viu nisso uma oportunidade e aprendeu a fazer a atividade, conforme suas palavras: “a contento da freguesia”. Após a requalificação, deixou de prestar esse tipo de trabalho.

Também comercializa uma diversidade de utensílios domésticos e presentes (Figura 136). Painéis de alumínio, esmaltadas, espeto e grelha para churrasco, churrasqueira, sanduicheira, secadores de painéis e copos, entre outros utensílios,

ficavam expostos pendurados na estrutura de madeira da cobertura, além das prateleiras (Figura 137). Essas eram em madeira e também de aço, e já aparentavam alguns sinais de desgaste, provocados pelo tempo.



**Figura 136** - Variedade de utensílios domésticos comercializados na Sala 19, 2005.  
Fonte: Acervo de Flávio Costa Pereira, 2005.



**Figura 137** - Variedade de utensílios domésticos comercializados na Sala 19, 2005.  
Fonte: Acervo de Flávio Costa Pereira, 2005.

Após a requalificação do mercado, finalizada em 2008, a fachada da loja passou a ter a mesma cor padrão – inclusive igual à de outros mercados que também passaram por requalificação na mesma época –, um tom de mostarda. O nome da loja e as propagandas que antes eram pintadas diretamente na parede, agora, apareceram plotadas em lona, colocada horizontalmente acima da porta de acesso principal e também verticalmente na coluna ao lado da porta (Figura 138). O número de telefone continua o mesmo.



**Figura 138** - Fachada da Sala 19 após a requalificação.  
Fonte: Acervo Daniele Severino, 2017.

Também foi instalada uma marquise de policarbonato para a proteção da porta. No projeto de requalificação essas marquises não estavam previstas. Foram elementos inseridos pelos permissionários após a conclusão das obras. A arborização antes existente deixou de existir. As árvores foram completamente eliminadas, e a paisagem, mais uma vez, se tornou árida. O acesso à loja, que antes da requalificação se dava por rampa, passou a ser por escada, trazendo nivelamento para a calçada da quadra como um todo.

A diversidade de produtos em alumínio, louças, vidro, painéis de diferentes modelos, tamanhos e usos, formas, tudo isso e muito mais, ainda se encontra presente na Sala 19. Os produtos continuam sendo expostos, com a diferença que, em vez de estarem pendurados na estrutura da cobertura, como anteriormente ocorria, passaram a ser colocados em ganchos (Figuras 139 e 140). Sr. Joaquim relatou que os produtos expostos no forro foram uma alternativa para a falta de espaço na loja.



**Figura 139** - Diversidade de utensílios Sala 19.  
Foto: Daniele Severino, 2017.



**Figura 140** - Diversidade de panelas em alumínio da Sala 19.  
Foto: Daniele Severino, 2017.

As peças para conserto de fogão, painéis de pressão e liquidificador ficam guardadas em armários de aço, com pequenas gavetinhas, e na frente de cada uma delas um modelo da peça foi afixado, para mostrar qual delas se encontra em seu interior (Figura 141). Também se encontram guardadas em armários gaveteiros, separados por colmeias de vidro incolor (Figura 142). Sr. Joaquim, com uma memória fantástica, sabe o nome de todos os itens da loja. Alguns dos armários e prateleiras são os mesmos de quando a loja começou.



**Figura 141** - Peças para conserto de fogão, minuciosamente separadas.  
Foto: Daniele Severino, 2017.



**Figura 142** - Peças para conserto de fogão, minuciosamente separadas.  
Foto: Daniele Severino, 2017.

Recentemente, em 2017, a loja passou por uma readequação de seu *layout*. O caixa foi invertido de lugar, assim como os móveis e prateleiras. Essa mudança foi feita para que o cliente possa circular mais dentro da loja e visualizar todos os produtos.

Hoje a loja tem, dentro do mercado, seis concorrentes que comercializam os mesmos tipos de produtos e prestam os mesmos tipos de serviço. As lojas concorrentes encontram-se lado a lado com a Sala 19. Sr. Joaquim disse que se alguém chegar nas lojas da concorrência perguntando “Aqui é a Sala 19?”, os atendentes respondem: “O que você deseja?”. Dessa forma, atendem os clientes que procuram por sua loja. Isso já causou situações desagradáveis, como ele mesmo relatou:

E outro dia veio uma cliente, que pediu para o filho trazer a panela na Sala 19. Depois, ela chegou aqui e perguntou se era a Sala 19, pois veio buscar a panela, e a panela não estava aqui. Nós damos um documento para o cliente com o nome e o número da panela, e não tínhamos essa panela com esse número e ela não tinha o documento nosso. Então eu sugeri a ela que perguntasse nas lojas ao lado se a panela estava lá, e a panela realmente estava na loja ao lado. (OLIVEIRA, 2017).

Esse tipo de situação, por um lado, causou prejuízos financeiros, mas, por outro, deixou Sr. Joaquim feliz. A Sala 19 tem um “bom nome” perante os clientes. Em suas próprias palavras, devemos ver o lado bom das coisas: “Da roseira, em vez de ver os espinhos, devemos ver a flor”. A sobrevivência da loja no mercado é uma raridade, pois precisou resistir a diversas mudanças de costumes e hábitos da população e também à concorrência imposta pelos hipermercados na década de 1980.

Sr. Joaquim também contou alguns casos de clientes mais próximos, como a família Rassi. A mãe, que era sua cliente fiel, sempre dava uma passadinha na loja para comprar algum utensílio doméstico que faltava em casa. Fez isso durante muitos anos. Suas filhas, que também passaram a frequentar a loja, sempre compravam algo, do mesmo modo que a mãe. Se por acaso elas chegassem em casa e não tivessem comprado os produtos na Sala 19, a mãe logo dava uma bronca! Por esse motivo, por mais que elas realmente tivessem comprado em outro lugar, mentiam, para a mãe não ficar brava com elas!

Em outro caso, quando um dos seus clientes estava a passeio aos Estados Unidos, na casa de alguns familiares, necessitando consertar uma panela de pressão, foi-lhe sugerido trazer a panela para o Brasil, para ser arrumada na Sala 19. Ali não tinha como dar errado, Sr. Joaquim é referência em se tratando desse assunto. Esse atendimento que passou por gerações também é uma característica da loja. Primeiro no atendimento aos avós, depois às mães, às filhas e até mesmo aos netos. A clientela busca a loja pela sua tradição e história; “outros, porque insistem em relembrar momentos vividos: o passeio com o pai, as compras com a mãe, a aquisição de produtos (prestação de serviços) tradicionais consumidos há décadas pelas famílias” (BIANCHI, 2015, p.138). Halbwachs (2006) afirma que as memórias coletivas se eternizam muito mais em registros e documentos do que em formas materiais inscritas na paisagem.

Essa loja faz parte da história de vida de famílias/clientes que têm a tradição e costume de comprar na Sala 19. Perpetua-se na memória das pessoas, é passado de geração para geração: avós, mães e filhos. Não realizar as compras na Sala 19 é como cometer uma “traição”, é quebrar costumes. A loja é referência no que diz respeito à prestação de serviços de consertos de panelas e liquidificadores, bem como à venda de utensílios domésticos. O atendimento diferenciado e o cafezinho no balcão

tornam o cliente especial e fazem que ele sempre retorne, pois ele se sente em casa. Além de fazer parte da história de vida dos clientes, faz parte principalmente da história de vida do casal proprietário, que ainda se encontra presente na loja, todos os dias. As vendas são realizadas por Sr. Joaquim, juntamente com outros colaboradores, e Sra. Inaiara fica no caixa e faz pedido de compras. Construíram sua família com base nesse negócio familiar que, tudo indica, não terá continuidade com seus filhos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho avaliou o comércio do bairro de Campinas como elemento de sua formação urbana e componente da sua memória. Para tal, explorou-se uma diversidade de fontes que corroboraram para essa aferição. As referências teórico-conceituais passaram pela compreensão do sentido da cidade e do bairro, pela relação e importância do comércio na cidade, por opções de leituras urbanas como a paisagem e a etnografia, além da abordagem sobre as questões da memória. A fusão das fontes com as referências refletiu-se nos levantamentos de campo em que o comércio do bairro foi conhecido de perto, exemplificado pelos dois estudos de caso – Feira Campinas e Sala 19.

Ao longo dos anos, principalmente a partir do momento da escolha de Campinas para a construção da nova capital, a pequena cidade, incorporada como bairro, passou por um crescimento rápido, e, como consequência, sua paisagem passou por diversas alterações. A cidade, que tinha um comércio incipiente, foi o apoio na construção de Goiânia, no que diz respeito ao fornecimento tanto de materiais de construção como de mão de obra e hospedagem. Naquele momento, os moradores de Campinas começaram a reagir contra a presença invasiva de Goiânia, contra a perda da autonomia municipal. Crescia um bairrismo exacerbado, que era a expressão do desejo coletivo de manter a integridade de Campinas e sua identidade cultural. Ainda hoje se percebem certas atitudes bairristas dos campineiros em relação ao restante de Goiânia, mas sem nenhum agravante.

Mesmo insatisfeitos com a perda de sua autonomia, alguns moradores optaram por adequar suas residências para uso misto ou uso comercial, como uma oportunidade para melhorar de vida. O número de edificações do bairro crescia, assim como áreas próximas foram sendo loteadas e ocupadas no seu entorno.

Com vontade de se aproximar da imagem de modernidade que respaldava a construção de Goiânia, muitos dos edifícios do bairro passaram por reformas para tentar copiar a linguagem arquitetônica *art déco*, principalmente em suas fachadas. Os estabelecimentos comerciais ganharam invólucros modernos, porém, com menos adornos decorativos.

A Avenida 24 de Outubro, a grande artéria varejista do bairro, passou por diversas transformações em sua paisagem ao longo das décadas. As mudanças foram não só físicas, como também se notaram alterações de costumes e hábitos dos

cidadinos nas práticas urbanas que eram realizadas no local. Uma gama diversa de periódicos, entre as décadas de 1930 e 1960, reforçou ainda mais a preferência dos estabelecimentos comerciais pela instalação de seu endereço Avenida 24 de Outubro. Também se evidenciou a opção por dois endereços, um em Campinas e outro em Goiânia, dos estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços, deixando claro que, apesar de Campinas já ser um bairro da capital, eles pareciam lugares distintos.

A Avenida 24 de Outubro foi um dos lugares que sofreu influência dos imigrantes árabes. Eles inicialmente começaram suas atividades como mascates em Goiás, em seguida escolheram a avenida como local para instalação de seu comércio. Geralmente moravam aos fundos das lojas e disseminaram costumes de sua cultura. Eles foram de fundamental importância na consolidação comercial da Avenida 24 de Outubro.

A especialização do comércio por tipo de produto no bairro de Campinas teve início na década de 1980. As lojas encontram-se aglutinadas pelo tipo de produto que vendem, como exemplo a Avenida São Paulo, onde predomina o comércio de malhas e tecidos. Essa é uma característica marcante do bairro e facilita para os clientes no momento das compras a agilidade em buscar algum produto como também a negociação. Campinas é considerada o maior *shopping* horizontal ao ar livre, onde se encontra de tudo.

O comércio informal também é marcante pelas ruas do bairro. Dada a grande movimentação de pedestres ao longo do dia, os ambulantes, que vendem de tudo, transitam ou têm suas bancas fixas espalhadas pelo bairro. Em alguns pontos eles têm maior predominância, como em frente aos camelódromos e aos bancos.

Além da Avenida 24 de Outubro, outro ponto comercial que teve destaque no bairro foi o Mercado Municipal de Campinas. Construído na década de 1950, tinha a função de abastecimento local, por não existir hipermercados naquela época. Comercializavam-se hortifrúteis e carnes, além de produtos de necessidade primária. A paisagem e a etnografia foram usadas como formas de leitura do espaço urbano.

Tanto na Avenida 24 de Outubro como no Mercado Municipal de Campinas, ainda existem dois estabelecimentos comerciais que, em virtude de sua resistência ao tempo e das lembranças, podem ser considerados parte da memória urbana do bairro de Campinas. São elas: Feira Campinas e Sala 19. Nas palavras de Halbwachs (2006), é a imagem do espaço que, em função da sua estabilidade, nos dá a ilusão

de não mudar pelo tempo afóra e encontrar o passado no presente; mas é exatamente assim que podemos definir a memória, e somente o espaço é estável o bastante para durar sem envelhecer e sem perder nenhuma de suas partes. Nas duas lojas, a materialidade não se separa da vivência e dos costumes, ou seja, a memória da cidade também é a memória urbana.

O comércio do bairro de Campinas pode possibilitar linhas de estudos futuros como um aprofundamento maior sobre a loja Feira Campinas e a Sala 19, comércio *versus* facção, a virtualização do comércio e suas analogias com os espaços, os chineses e o comércio, produção e reprodução do espaço.

O comércio exerce fascínio nas pessoas. Vargas (2001) diz que, desde o início das civilizações, comércio e cidade têm uma relação de mutualismo, ou seja, não têm significado e enfraquecem quando separadas. Ambos são causa e efeito da mesma centralidade que presumem o encontro do fluxo de pessoas, mercadorias, ideias e mensagens. O comércio que se dá nas lojas de ruas é a alma da cidade. Parte da dinâmica, imagem e memória da cidade se dá por esse comércio.

## REFERÊNCIAS

- ABREU, Mauricio de Almeida. Sobre a memória das cidades. In: CARLOS, Ana Fani Alessandri; SOUZA, Marcelo Lopes de; SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão (Org.). *A produção do espaço urbano: agentes e processos, escalas e desafios*. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2017.
- ALBERTI, Verena. *Manual de história oral*. 3. ed. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2013.
- AMORIM, Maria Aparecida Blaz Vasques. História, memória, identidade e história oral. *Jus Humanum – Revista Eletrônica de Ciências Jurídicas e Sociais da Universidade Cruzeiro do Sul*, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 6, jan.-jun. 2012.
- ANDRADE, Maíra Zimmermann de. *Rebeldia pronta para o consumo: a construção da cultura juvenil no Brasil dos anos 1950-60*. Tese (Doutorado em História) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2016.
- BIANCHI, Vaner Silvia Soler. *Casa Godinho: um lugar de memória na cidade de São Paulo*. São Paulo: Editora Mackenzie, 2015.
- BOSI, Ecléa. *Memória e sociedade: lembranças de velhos*. 3. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.
- \_\_\_\_\_. *O tempo vivo da memória: ensaios de psicologia social*. 3. ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.
- CAMPOS, Itaney Francisco. *Notícias históricas do Setor Campinas*. Goiânia: Prefeitura Municipal, Assessoria Especial de Cultural, 1985.
- CARLOS, Ana Fani Alessandri. *A cidade*. São Paulo: Contexto, 2003.
- CHAUL, Nasr Fayad. *A construção de Goiânia e a transferência da capital*. Goiânia: Ed. UFG, 1999.
- COLÉGIO SANTA CLARA. Histórico do Colégio Santa Clara. Disponível em: <<http://www.santaclarago.com.br/o-colegio/institucional>>. Acesso em: 10 jun. 2017.
- COSTA, Carolina Alvarenga Alves de Moura. *Estação ferroviária de Goiânia: uma proposta de uso turístico*. 2006. 105 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão do Patrimônio Cultural) – Instituto Goiano de Pré-História e Antropologia, Universidade Católica de Goiás, Goiânia.
- CORRÊA, Roberto Lobato. *Trajetórias geográficas*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

DEAECTO, Marisa Midori. *Comércio e vida urbana na cidade de São Paulo (1889-1930)*. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2002.

DOMINGUES, André Ricardo. *Gastronomia árabe: patrimônio cultural de Foz do Iguaçu (PR)*. 2015. 134 f. Dissertação (Mestrado em Gestão do Território) – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Estadual de Ponta Grossa, Paraná.

ENCICLOPÉDIA ITAÚ CULTURAL. Verbetes: Caetano Somma. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/>>. Acesso em: 13 jun. 2017.

GOIÂNIA. Decreto n.º 1.901, de 26 de setembro de 2000. *Diário Oficial*, n.º 2.593, de 3 de outubro de 2000. Disponível em: <[http://www.goiania.go.gov.br/Download/legislacao/diariooficial/2000/do\\_20001003\\_000002593.pdf](http://www.goiania.go.gov.br/Download/legislacao/diariooficial/2000/do_20001003_000002593.pdf)>. Acesso em: 06 dez. 2017.

GALLI, Ubirajara. *A história do comércio varejista em Goiás*. Goiânia: Editora da UCG, 2007.

GALLI, Ubirajara; SILVA, Antônio Moreira da (Org.). *Campininha das Flores e sua história*. Goiânia: Scala, 2010.

GOMES, Horieste. *Lembranças da terrinha*. Goiânia: Gráfica e Editora Bandeirante, 2002.

\_\_\_\_\_. *Reminiscências da Campininha: 200 anos (1810-2010)*. Goiânia: Ed. Teixeira, 2012.

GONÇALVES, Alexandre Ribeiro. *A construção do espaço urbano de Goiânia (1933-1968)*. 2002. Dissertação (Mestrado em História) – UFG, Goiânia, 2002a.

\_\_\_\_\_. *Goiânia: uma modernidade possível*. Brasília: Ministério da Integração Nacional, 2002b.

HALBWACHS, Maurice. *A memória coletiva*. Trad. Beatriz Sidou. São Paulo: Centauro, 2006.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Conselho Nacional de Estatística. *Anuário Estatístico do Brasil: Ano VII-1946*. Rio de Janeiro: Serviço Gráfico do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 1947. Disponível em: <[https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/20/aeb\\_1946.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/20/aeb_1946.pdf)>. Acesso em: 06 dez. 2017.

LAMAS, José Manuel Ressano Garcia. *Morfologia urbana e desenho da cidade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1993.

LANDIM, Paula da Cruz. *Desenho de paisagem urbana: as cidades do interior paulista*. São Paulo: Ed. Unesp, 2004.

LE GOFF, Jaques. *História e memória*. Trad. Ruy Oliveira. Lisboa: Edições 70, 2000. II v.

LIBÓRIO, Ana Luiza Prata. Mercado Municipal de Aracaju: o reforço da tradição local e o resgate da paisagem urbana do centro histórico. In: VARGAS, Heliana Comim; CASTILHO, Ana Luisa Howard. *Intervenções em centros urbanos: objetivos, estratégias e resultados*. Barueri, SP: Manole, 2006.

LYNCH, Kevin. *A imagem da cidade*. Trad. Jefferson Luiz Camargo. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

LOJAS PERNAMBUCANAS. Institucional Pernambucanas: sobre nós. Disponível em: <<http://www.pernambucanas.com.br/institucional-pernambucanas/sobre-nos/>>.

Acesso em: 25 maio 2017.

MALANGA, Eugênio. *Publicidade: uma introdução*. São Paulo: Atlas, 1979.

MANSO, Celina Fernandes Almeida. *Goiânia: uma concepção urbana, moderna e contemporânea*. Goiânia: Edição do Autor, 2001.

MARX, Murillo. *Cidade no Brasil terra de quem?* São Paulo: Nobel: Edusp, 1991.

MATRIZ DE CAMPINAS. Nossa paróquia e sua história. Disponível em: <<http://www.matrizdecampinas.com.br/index.php/parouquia/historia>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

MAYOL, Pierre. Entremeio. In: CERTEAU, Michel; GIARD, Luce; MAYOL, Pierre. *A invenção do cotidiano: 2. Morar, cozinhar*. Trad. Ephraim F. Alves e Lucia E. Orth. Petrópolis: Vozes, 2013.

MELO, Ivo de. *Do cofre da vida: Campinas dos anos 40*. Goiânia: Kelps, 1998.

MELLO, Márcia Metran. *Moderno e modernismo: a arquitetura dos dois primeiros fluxos desenvolvimentistas de Goiânia (1933 a 1950/1950 a 1964)*. Dissertação (Mestrado em Arquitetura) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1996.

\_\_\_\_\_. *Goiânia: cidade de pedras e de palavras*. Goiânia: Ed. UFG, 2006.

MERCADO DE CAMPINAS. *História sobre o Mercado de Campinas*. Disponível em: <<http://www.mercadodecampinas.com.br/site/>>. Acesso em: 17 abr. 2017.

MONTEIRO, Ofélia Sócrates do Nascimento. *Como nasceu Goiânia*. São Paulo: Ed. Revista dos Tribunais, 1980.

- MOREIRA, Antônio. *Campinas 1810: nasce no cerrado a mãe de Goiânia*. Goiânia: Kelps, 2014.
- MUMFORD, Lewis. *A cidade na história: suas origens, transformações e perspectivas*. Trad. Neil R. da Silva. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- NEY, Licardino de Oliveira. *Um lutador*. Rio de Janeiro: Gráfica Olímpica Editora Ltda., 1975.
- NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. Trad. Yara AunKhoury. *Revista Projeto História*, São Paulo: PUC-SP, n. 10, p. 7-28, dez. 1993.
- NUNES, Heliane Prudente. *A imigração árabe em Goiás*. Goiânia: Ed. UFG, 2000.
- OLIVEIRA, Eliézer Cardoso de. A epidemia de varíola e o medo da vacina em Goiás. *História, Ciências, Saúde – Manguinhos*, Rio de Janeiro, v. 20, n. 3, p.939-962, jul.-set. 2003a.
- \_\_\_\_\_. *História cultural de Goiânia*. Goiânia: Alternativa, 2003b.
- OLIVEIRA, Hélio de. *Eu vi Goiânia crescer: décadas de 50 e 60*. Goiânia: Ed. do Autor, 2008. v. 1.
- \_\_\_\_\_. *Eu vi Goiânia crescer: décadas de 50, 60 e 70*. Goiânia: Ed. do Autor, 2012. v. 2.
- OLIVEIRA, Irina Alencar de. *Avenida Goiás: lugar, monumento e memória*. 2015. 178 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo: Projeto e Cidade) – Faculdade de Artes Visuais, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2015.
- OLIVEIRA, Maria Luiza Ferreira de. *Entre a casa e o armazém: relações sociais e experiência da urbanização: São Paulo, 1850-1900*. São Paulo: Alameda, 2005.
- ORTENCIO, Bariani. *História documentada e atualizada de Campinas: Paróquia Nossa Senhora da Conceição de Campinas*. Goiânia: Kelps, 2011.
- PESAVENTO, Sandra Jatahy. Cidade, espaço e tempo: reflexões sobre a memória e o patrimônio urbano. *Cadernos do LEPAARQ*, Instituto de Ciências Humanas, Pelotas, RS: Ed. UFPEL, v. 2, n. 4, ago-dez. 2005.
- PINTAUDI, Silvana Maria. Os mercados públicos: metamorfoses de um espaço na história urbana. *Revista Cidades*, São Paulo: Ed. Expressão Popular, v. 3, n. 5, p. 81-100, 2006.
- \_\_\_\_\_. Mercados públicos: vestígios de um lugar. In: CARLOS, Ana Fani Alessandri; SOUZA, Marcelo Lopes de; SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. *A produção do espaço urbano: agentes e processos, escalas e desafios*. São Paulo: Contexto, 2017.

POLLAK, Michael. Memórias, esquecimento, silêncio. *Revista Estudos Históricos*, Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, v. 2, n. 3, p. 3-15, 1989.

\_\_\_\_\_. Memória e identidade social. *Revista Estudos Históricos*, Rio de Janeiro: Ed UFRJ, v. 5, n. 10, p. 200-212, 1992.

ROCHA, Ana Luiza Carvalho da; ECKERT, Cornélia (Org.). *Etnografia de rua: estudos de antropologia urbana*. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2013.

ROLNIK, Raquel. *O que é cidade?* São Paulo: Brasiliense, 1995.

ROSSI, Aldo. *A arquitetura da cidade*. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

SANTOS, Artur Tranzola. Abertura comercial na década de 1990 e os impactos na indústria automobilística. *Revista Fronteira*, Belo Horizonte, v. 8, n. 16, p. 107-129, 2009.

SANTOS, Miguel Archângelo Nogueira. *Trindade de Goiás: uma cidade santuário: conjunturas de um fenômeno religioso no Centro-Oeste brasileiro*. 1978. 197 f. Dissertação (Mestrado em História) – Instituto de Ciências Humanas e Letras da Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO.

SANTOS, Milton. *Pensando o espaço do homem*. São Paulo: Edusp, 2012.

\_\_\_\_\_. *Metamorfoses do espaço habitado: fundamentos teóricos e metodológicos da geografia*. São Paulo: Edusp, 2014.

SANTUÁRIO BASÍLICA DO DIVINO PAI ETERNO. História. Disponível em: <<http://paieterno.com.br/site/romaria/historia/>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

SEEMANN, Jorn. O espaço da memória e a memória do espaço: algumas reflexões sobre a visão espacial nas pesquisas sociais e históricas. *Revista da Casa da Geografia de Sobral*, Sobral, v. 4-5, p. 43-53, 2002-2003.

SEPLAM. *Radiografia socioeconômica de Goiânia 2002*. Goiânia: Secretaria Municipal de Planejamento da Prefeitura de Goiânia, 2002.

SILVA, Diego Vernille da. *Mercados municipais de São Paulo: equipamentos essenciais ou excentricidade urbana?* In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM PLANEJAMENTO URBANO E REGIONAL – ENANPUR: ESPAÇO, PLANEJAMENTO E INSURGÊNCIAS, 16., 2015, Belo Horizonte, *Anais...* Belo Horizonte: UFMG, 2015. Disponível em: <[http://xviananpur.com.br/anais/?wpfb\\_dl=634](http://xviananpur.com.br/anais/?wpfb_dl=634)>. Acesso em: 25 abr. 2017.

SIQUEIRA, Jacy. A presença sírio-libanesa em Goiás. *Suplemento Cultural da Câmara Legislativa do Distrito Federal*, Brasília, ano 1, n. 3, 1993.

SOARES, Lucila. *Rua do Ouvidor 110: uma história da Livraria José Olympio*. Rio de Janeiro: José Olympio, 2006.

VARGAS, Heliana Comin. *Espaço terciário: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio*. São Paulo: Ed. Senac São Paulo, 2001.

VAZ, Maria Diva Araújo Coelho. *Transformação do centro de Goiânia: renovação ou reestruturação?* 2002. 269 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Instituto de Estudos Socioambientais, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2002.

VILLAÇA, Flavio. *Espaço intra-urbano no Brasil*. São Paulo: Studio Nobel; FAPESP; Lincoln Institute, 2001.

### **Periódicos**

ARAGUAIA. Goiânia, 21 fev. 1954.

JORNAL CIDADE CAMPINAS, 8 jul. 2010.

DIÁRIO DA MANHÃ. Inicia a caçada ao camelô sem licença. Goiânia, 23 nov. 1988. Caderno Bairros, p. 6.

DIÁRIO DA MANHÃ. Goiânia, 29 nov. 1981.

DIÁRIO DA MANHÃ. Goiânia, 31 ago. 1998.

DIÁRIO DA MANHÃ. Goiânia, 9 jul. 2006.

FOLHA DE GOIAZ. Goiânia, 19 jul. 1946.

FOLHA DE GOIAZ. Goiânia, 10 ago. 1949.

O DECETÊ GOIANO. Goiânia, abr. 1959.

O MENSAGEIRO. Goiânia, jul. 1958.

O POPULAR. Goiânia, 19 out. 1939.

O POPULAR. Goiânia, 8 ago. 1940.

O POPULAR. Goiânia, 26 jan. 1941.

O POPULAR. Goiânia, 19 jul. 1943.

O POPULAR. Goiânia, 9 jun. 1946.

O POPULAR. Setor Campinas de Goiânia. Goiânia, 16 jun. 1946.

O POPULAR. Goiânia, 7 nov. 1946.

O POPULAR. Goiânia, 5 out. 1947.

O POPULAR. Goiânia, 30 nov. 1947.

O POPULAR. Goiânia, 17 jun. 1948.

O POPULAR. Goiânia, 21 out. 1948.

- O POPULAR. Goiânia, 24 out. 1948.
- O POPULAR. Goiânia, 21 nov. 1948.
- O POPULAR. Goiânia, 19 jun. 1949.
- O POPULAR. Goiânia, 2 out. 1952.
- O POPULAR. Goiânia, 2 fev. 1960.
- O POPULAR. Goiânia, 3 mar. 1960.
- O POPULAR. Goiânia, 9 jul. 2006.
- O POPULAR. Todo mundo passa pela Campininha. Goiânia, 12 dez. 2010. Vida Urbana, p. 3.
- O POPULAR. Goiânia, 28 fev. 2012.
- O POPULAR. Camelôs desafiam fiscais e ocupam calçadas. Goiânia, 7 nov. 2012. Vida Urbana, p. 8.
- O POPULAR. Escola tradicional é alvo de ação. Goiânia, 3 out. 2014.
- O SUCESSO. Campinas: o maior shopping horizontal de Goiás. Goiânia, 11 a 17 ago. 2002, p. 12.
- VOZ DO CAMINHO. Goiânia, jul. 1959.

### **Documentos do Arquivo Histórico Estadual de Goiás**

- Plantas e projetos arquitetônicos de Goiânia, 1936. Números: 27 e 42.
- Plantas e projetos arquitetônicos de Goiânia, 1937. Números: 15 e 69.
- Documentos diversos. Caixa 01. Campinas 1839-1910.

### **Manuscritos**

- ALMEIDA, Laudelino Gomes de. Relatório do delegado sanitário: surto de varíola no Arraial de Campinas. Localizado em: Arquivo Histórico Estadual de Goiás, Goiânia, GO. Caixa 01: Campinas 1839-1910.

### **Documentos do Centro de Documentação e Biblioteca da SEPLAM**

- DIÁRIO DA MANHÃ. Goiânia, 27 maio 1998.
- DIÁRIO DA MANHÃ. Goiânia, 5 dez. 2004.
- FOLHA DE GOIÁZ. Goiânia, 17 dez. 1980.
- O POPULAR. Goiânia, 9 nov. 1975.

**Acervo de imagens**

Daniele Severino de Souza Godinho. 2006, 2016 e 2017.

Flávio Costa Pereira. 2005.

Khalil Said Tayfour. Década de 1960.

**Entrevistas**

NASCIMENTO, Carlos Inácio do. Entrevista concedida a Daniele Severino de Souza Godinho. Goiânia, dez. 2016. Cassetes sonoros.

OLIVEIRA, Joaquim de Souza. Entrevista concedida a Daniele Severino de Souza Godinho. Goiânia, dez. 2017. Cassetes sonoros.

OLIVEIRA, Maria Benedita Chagas de. Entrevista concedida a Daniele Severino de Souza Godinho. Goiânia, dez. 2016. Cassetes sonoros.

TAYFOUR, Khalil Said. Entrevista concedida a Daniele Severino de Souza Godinho. Goiânia, dez. 2017. Cassetes sonoros.

## ANEXO

<http://www.goiania.go.gov.br/html/sedem/smsde706.htm>

### MERCADOS MUNICIPAIS

<b>ORDEM</b>	<b>IDENTIFICAÇÃO</b>	<b>DATA DE CRIAÇÃO</b>	<b>N.º PERMISSIONÁRIOS</b>
01	Mercado Central	1950	95
02	Mer. Bairro Popular	1952	35
03	Mer. de Campinas	1954	70
04	Mer. Vila Nova	1957	67
05	Mer. Centro Oeste	1958	22
06	Mer. St. Pedro Ludovico	1963	90
07	Centro Comercial Pop.	1986	600
TOTAL			979

#### 1. Mercado Central

Rua 3 nº 322 Centro.  
Fone : 524-1324  
Administrador – Edgar de Oliveira Campos  
Principal Atividade : Abastecimento Alimentar / Utilidades / Confecções / Calçados

#### 2. Mercado de Campinas

Rua Benjamim Constante esq c/ av. São Paulo nº 429 Campinas.  
Fone : 291-4011  
Administrador – Paulo Roberto  
Principal Atividade : Calçados / Confecções / Utilidades

#### 3. Mercado Setor Pedro Ludovico

Av. Circular Qd. 61 Lt.10 s/n Praça da Feira Setor Pedro Ludovico.  
Fone : 241-8171 /281-4277  
Administrador – Flávio Costa Pereira  
Principal Atividade : Confecções /Calçados / Importados

#### 4. Mercado Vila Nova

5 Avenida nº 389 Vila Nova.  
Fone : 202-5028  
Administrador – Nilva Alves de Oliveira  
Principal Atividade : Abastecimento Alimentar / Utilidades / Confecções / Calçados.

#### 5. Mercado Bairro Popular

Rua 74 nº 329 Centro  
Fone: 212-5753  
Administrador : Juarez Batista da Silva  
Principal Atividade : Abastecimento Alimentar / Confecções / Calçados.

#### 6. Mercado Centro-Oeste

Rua P-25 esq. Com 509 n\* 464 Centro- Oeste  
Fone: 291-5093  
Administrador : José Roberto de Oliveira  
Principal Atividade : Abastecimento Alimentar / Utilidades.

#### 7. Centro Comercial Popular

<http://www.goiania.go.gov.br/html/sedem/smsde706.htm>

Rua 4 A s/n Centro  
Fone: 213-7506  
Administrador : Altamiro Souza Barbosa  
Principal Atividade : Importados/ Confecções / Calçados.

FONTE: SEDEM Departamento de Controle das Atividades Informais  
Departamento de Abastecimento Alimentar  
Data: 20/06/01.