

VI Congreso Chileno de Antropología. Colegio de Antropólogos de Chile A. G, Valdivia, 2007.

# **Cidades e Mercados: Etnografía de uma Praça de Comércio no Centro do Rio de Janeiro.**

Neiva Vieira da Cunha.

Cita:

Neiva Vieira da Cunha (2007). *Cidades e Mercados: Etnografía de uma Praça de Comércio no Centro do Rio de Janeiro*. VI Congreso Chileno de Antropología. Colegio de Antropólogos de Chile A. G, Valdivia.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/vi.congreso.chileno.de.antropologia/121>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eCzH/Cpm>

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.*

más jóvenes se insertan dentro de una particular combinación de relaciones entre la casa, la calle, el barrio, el centro y la ciudad.

## Notas

<sup>1</sup> Me interesa diferenciar la noción de espacio, de la de lugar. En esta línea de reflexión sostengo que los lugares son producidos socialmente por las acciones constantes de los individuos. Cuando hablo de los lugares por los cuales las mujeres circulan estoy diciendo que practicar el espacio repetir la experiencia cotidiana del habitar, el movimiento representara un elemento condicionante en la fabricación del espacio en térmi-

nos de conductas humanas, experiencias biográficas que fundan el sentido del lugar y permiten su reformulación en el tiempo.

<sup>2</sup> El concepto de sociabilidad es relevante en su relación con los lugares y los espacios, pues es en estos donde los individuos aprender a relacionarse con otros. Una aproximación interesante es la que hace Ernesto Licona (2000), quien asocia este concepto con el de lugares para decir que la sociabilidad forma parte de los lugares, forma parte también del habitus de las personas. La sociabilidad es la forma de contacto «circunstanciado», es relevante la interacción en la circunstancia social.

<sup>3</sup> GIANNINI, Octavio. *La reflexión cotidiana*. Santiago. Editorial Universitaria. 1993.

## PARTE III: ETNOGRAFÍAS DE LO URBANO

### *Cidades e Mercados: Etnografia de uma Praça de Comércio no Centro do Rio de Janeiro*

Neiva Vieira da Cunha\*

O SAARA é uma das mais tradicionais e dinâmicas áreas de comércio popular da cidade do Rio de Janeiro. Formada por 11 ruas e abrigando 1250 lojas, recebe diariamente um grande número de pessoas provenientes das mais variadas regiões da cidade, atraídas pela diversidade dos produtos oferecidos e pelo preço baixo das mercadorias. Originalmente ocupada por imigrantes na virada do século XIX para o século XX, essa região se caracterizou pelo acolhimento de várias levas de estrangeiros que acabaram por fornecer-lhe uma feição peculiar: sírios, libaneses, turcos e armênios, além de judeus de diversas origens, portugueses, espanhóis e, mais recentemente os asiáticos, todos voltados para as atividades do comércio.

Situada na área central da cidade, sua denominação deriva da sigla correspondente à associação representativa dos comerciantes locais, a Sociedade dos Amigos das Adjacências da Rua da Alfândega – SAARA. Espacialmente é constituída pelo quadrilátero compreendido entre a Avenida Presidente Vargas e a Rua Buenos Aires, na direção Norte/Sul, e entre a Rua

dos Andradas e a Praça da República, na direção Leste/Oeste. Além destas, as outras ruas que compõem a área são: Alfândega e Senhor dos Passos, ruas paralelas cujos traçados seguem a direção Leste/Oeste, e as transversais Conceição, Avenida Passos, Gonçalves Ledo, Regente Feijó e Tomé de Souza. Seu conjunto arquitetônico é diferenciado em função da própria evolução urbana da área, predominando o casario eclético, de dois e três pavimentos, datando do final do século XIX e do início do século XX. A atividade predominante é o comércio varejista.

A primeira vista, a presença de diferentes grupos étnicos parece constituir a característica essencial da identidade cultural do SAARA. A primeira leva de imigrantes que marcaria definitivamente a área, começou a chegar ainda no final do século XIX. Ela correspondia a um movimento de diáspora, constituída por sírios e libaneses, expulsos de seus países de origem pela expansão do império turco-otomano. Eram, em sua maioria, cristãos ortodoxos ou maronitas, e, em menor quantidade, mulçumanos. Como chegavam com

\* Professora Adjunta da Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ, Pesquisadora Associada do Laboratório de Etnografia Metropolitana - LeMetro/IFCS - UFRJ

passaportes da Turquia, passaram logo a ser identificados com «os turcos». Particularmente na década de 1920, chegou ao Brasil um grande fluxo migratório constituído, sobretudo, por libaneses, que se fixaram inicialmente na Rua da Alfândega e nas imediações da Praça da República.

Em seguida começaram a chegar os judeus de diversas origens, alguns provenientes do Oriente Médio – os sefaraditas, e outros da Europa Central e do Leste – os ashquenazitas. Estes últimos, vindos geralmente da Polônia, da Rússia e da Romênia, também chegaram, em sua maioria, durante a década de 20. Tinham como principal referência a Praça Onze e posteriormente se instalaram na Rua Senhor dos Passos e áreas adjacentes. No entanto, esses dois grupos tinham pouca coisa em comum além da religião – seu fenótipo era diferente, falavam línguas diversas e seus costumes eram influenciados pelos países onde haviam vivido.

O porto de desembarque desses imigrantes era o Cais Pharoux, localizado na atual Praça XV. No momento da chegada, a rede de relações familiares desempenhava papel fundamental. De modo geral havia alguns parentes já estabelecidos que serviam de mediadores, acolhendo os recém-chegados e facilitando a adaptação às novas condições de vida e no estabelecimento de relações de trabalho, seja através do desempenho de seus ofícios como sapateiros, alfaiates ou calceiros, especialmente os judeus, ou como «mascates», «caixeiros-viajantes» ou *collporteur*, levando todo tipo de mercadorias - botões, fitas, gravatas, perfumes, cortes de tecidos, linha, agulha – transportadas em malas ou caixotes, para serem vendidas de porta em porta. Através dessas redes familiares eles obtinham essas mercadorias, que lhes eram fornecidas em confiança (uma espécie de *trust*) por aqueles que os acolhiam, até que pudessem ser pagas. Por outro lado, esses «mascates» vendiam essas mesmas mercadorias negociando com seus fregueses a melhor forma de pagamento, ou aquela que fosse possível, introduzindo assim o sistema de vendas a prestação. Eram conhecidos como o «judeu da prestação» ou o «turco da prestação», dando início a um florescente mercado de bens de consumo faturados e industrializados que passaram a ser adquiridos por uma clientela cada vez maior, mais exigente e diversificada.

A proximidade com o Porto contribuiu para dar a essa área central da cidade uma configuração particular. No século XIX, a Rua da Alfândega foi a rua através da

qual a cidade se desenvolveu, sendo um de seus eixos principais na época. Ela e suas adjacências era ocupada, em sua maior parte, por comerciantes portugueses a região caracterizava-se pela presença de grandes firmas atacadistas e depósitos para estocagem de mercadorias, principalmente bebidas, gêneros alimentícios, tecidos e produtos de armarinho. Essas mercadorias eram distribuídas através de comerciantes ou caixeiros-viajantes, que abasteciam as capitais e as pequenas cidades do interior do país, capitalizando toda uma rede de relações econômicas e sociais entre as grandes cidades do litoral e o interior do país. Com o início do processo de industrialização no Brasil, nas primeiras décadas do século XX, o comércio da Rua da Alfândega começou a mudar. As indústrias passaram a distribuir suas mercadorias diretamente aos lojistas e ir a conferir a essa região, enquanto uma praça de mercado, uma de suas principais e mais eloqüentes características. A característica competitiva desse tipo de comércio passou a manifestar-se através da concentração de lojas de artigos semelhantes, em determinados trechos de rua ou ruas inteiras, da presença de filiais em diversos pontos da área e ainda pela diversificação de mercadorias em um mesmo estabelecimento. Mas mesmo com o estabelecimento definitivo do comércio varejista na região, alguns estabelecimentos continuaram a trabalhar eventualmente com o sistema atacadista, praticando preços diferenciados para essa forma de venda.

Entretanto, uma grande intervenção urbanística na área, o Plano Agache, trará uma série de mudanças e terá como conseqüência a própria criação da SAARA. A construção, na década de 40, da Avenida Presidente Vargas, eixo monumental urbano identificado como uma espécie de *bete noir* desse projeto de intervenção urbana, ira trazer inúmeras conseqüências para a cidade, afetando particularmente e superlativamente a continuidade do tecido urbano que caracterizava essa região. O Plano de Remodelação, Extensão e Embelezamento da Cidade do Rio de Janeiro, elaborado pelo arquiteto-urbanista francês Alfredo Agache, seccionara e apagara dessa área 525 lojas e residências, 4 igrejas e parte significativa do Campo de Santana, diminuindo consideravelmente essa florescente praça de mercado e todo um sistema de relações não só econômicas, mas inter-étnicas entre sírios, libaneses, portugueses, espanhóis, armênios, entre outros.

Mas essa intervenção não se limitara a construção da Av. Presidente Vargas. Inúmeras vezes adiada, a

construção de uma outra via, dessa vez a Avenida Diagonal, surge na ordem no final dos anos 50, a possibilidade de desaparecimento do mapa volta a ameaçar esse grande mercado a céu aberto. Os comerciantes decidiram então se organizar em uma associação que representasse oficialmente os interesses coletivos, visando garantir a sua permanência no local. A Sociedade dos Amigos das Adjacências da Rua da Alfândega, identificada pela sigla SAARA, foi criada em 1962, quando formou-se sua primeira diretoria e definiu-se então seus atuais limites. Atuante desde então, trata-se de uma entidade sem fins lucrativos, que tem como objetivo a administração dos serviços locais incluindo a limpeza, coleta de lixo, transporte de mercadorias, propaganda e a segurança da área. A organização desses serviços configurou-se assim, em estratégia de enfrentamento para responder de maneira eficaz as intenções desse urbanismo oficial, na medida em que demonstrou capacidade de mobilização política e social, reafirmando os interesses comuns aos comerciantes do lugar.

A partir dos temas então consagrados naquela arena pública, podemos compreender que o valor atribuído ao SAARA pelos comerciantes que ali se estabeleceram está diretamente vinculado à possibilidade de permanência e reprodução das atividades econômicas desenvolvidas naquele espaço de mercado. Entretanto, o significado do lugar parece ultrapassar os limites das motivações estritamente econômicas. A história de vida de grande parte desses comerciantes constituíram, de certa forma, o próprio *lugar*. Tal fato contribuiu para conformar relações sociais particulares, marcadas pela co-presença, sob a espécie da solidariedade e da ajuda mútua entre comerciantes de origens étnicas distintas, provenientes de vários continentes, que tanto caracterizam a especificidade da rede de relações local. A interação entre os grupos étnicos em co-presença que compartilham esse espaço tornou-se assim elemento fundamental na construção e reconstrução da identidade do lugar.

Embora a conjugação do espaço de moradia e de trabalho fosse comum no centro da cidade até as duas primeiras décadas do século XX, esta característica era fundamental e permaneceu até a década de 50 na área do SAARA. De modo geral, as lojas funcionavam na parte de baixo e as moradias na parte de cima. Algumas vezes a loja era dividida ao meio por uma cortina e a moradia ficava na parte de trás. Algumas famílias, de melhor situação financeira, residiam em unidades unifamiliares. Outras moravam em residências

multifamiliares, e outras ainda, menos abastadas, em cortiços e casas de cômodos. Mais tarde, os sobrados deixaram de ser utilizados também como moradia e passaram a ser usados como depósito ou escritório, embora, ainda hoje, possamos encontrar comerciantes que residem no local.

A configuração espacial e de vizinhança do SAARA confere-lhe características que são apropriadas de modo singular pelos comerciantes. Trata-se da utilização da rua como elemento fundamental do tipo de comércio praticado e das formas de sociabilidades locais. Como mencionamos anteriormente, o sistema construído da área caracteriza-se pela presença de prédios de dois ou três pavimentos, sempre contíguos e de reduzida largura. De modo geral, as lojas localizam-se ao nível da rua, que por sua vez são estreitas e de uso exclusivo de pedestres. Isso possibilita a articulação/integração entre o interior dos estabelecimentos e o exterior. Esse modo como é feito o apelo ao consumo confere ao SAARA uma ambiência particular, tanto no aspecto visual quanto no sonoro. Os comerciantes costumam expor as mercadorias na entrada das lojas em balcões removíveis, dispostos na rua, oferecendo aos potenciais consumidores a possibilidade de tocá-las e manuseá-las.

Além disso, e apesar da proibição, alguns comerciantes costumam ficar na frente de suas lojas, apregoando as ofertas e convidando os potenciais consumidores a entrarem. Suas vozes se misturam aos anúncios e à programação da rádio local, transmitidas por um sistema de caixas de som espalhadas ao longo das ruas. Tal configuração acaba por possibilitar uma proximidade na relação de compra e venda, abrindo espaço para a *pechincha* ou barganha e outras formas de regateio e negociação entre compradores e vendedores, expressando uma forma ritual de compra e venda distinta de outros centros comerciais, como os *shoppings* ou supermercados. O preço, nesse caso, pode ser uma referência que enseja uma discussão

A oferta de mercadorias a preços relativamente baixos também singulariza o lugar. Segundo os próprios comerciantes locais isso se torna possível porque eles praticam lucros baixos e trabalham com um «rodízio rápido» de mercadorias, renovando sempre o estoque. Quanto aos produtos comercializados, predominam os artigos de vestuário, tecidos, armarinho, brinquedos e artigos para festas. Também existem algumas lojas de especiarias, onde se pode comprar grãos a granel, temperos e condimentos exóticos, nozes e amêndoas, damasco, pasta de berinjela, *húmus tahine* e outras

especialidades. Também são freqüentes as lojas de jóias e chapeados, comércio desenvolvido majoritariamente por judeus.

A localização privilegiada dessa área garante uma intensidade de movimento inigualável na cidade do Rio de Janeiro, em função da proximidade com os diversos meios de transporte coletivos. O intenso fluxo de pedestres nas ruas do SAARA está relacionado à localização de vários destes terminais em suas imediações. Suas ruas servem diariamente de ligação entre terminais de trem, metro e vários terminais rodoviários, ou de ligação destes aos locais de trabalho. Essa região, onde circulam diariamente cerca de 60.000 consumidores, costuma também receber *designer* de modas, carnavalescos e moradores da zona sul da cidade, atraídos pela singularidade de seus produtos como artigos para festas, fantasias e bijuterias e pelos preços atrativos.

O serviço de segurança é privado e é operado por policiais federais, civis e militares, como também por civis, que atuam de forma estratégica no local, fazendo com que essa área seja considerada como uma das mais seguras no centro da cidade. Ela é operacionalizada a partir da divisão da área em sub-áreas, nas quais o número total de agentes é dividido. Estes se comunicam através de *walk-talk*, sempre se comunicando quando da identificação de pessoas suspeitas ou estranhas ao local. De modo geral, sua forma de abordagem costuma ser bastante discreta, evitando tumultos ou confusões que possam assustar os transeuntes. Mas, segundo o presidente da associação, Enio Bittencourt, ela costuma «agir de forma rígida», reprimindo não só furtos e roubos, como também na exigência de cumprimento das regras por parte dos comerciantes. Os seguranças também reprimem rigorosamente a presença de camelos ou ambulantes, que não são permitidos na área do SAARA. Outro aspecto constitutivo da singularidade do SAARA é a grande presença de empresas familiares. A sucessão «de pai para filho» é uma das características do regime de direção das firmas. Os atuais comerciantes da área são, em grande parte, integrantes da segunda e da terceira geração de descendentes dos primeiros imigrantes que ali se instalaram. Havia a expectativa, por parte dos mais velhos, de que as gerações futuras dessem continuidade aos negócios. Entretanto, há atualmente uma certa apreensão quanto a essa sucessão, na medida em que muitos dos representantes das novas gerações escolhem seguir outras carreiras profissionais.

Enfim, o que apresentamos aqui é um primeiro relato etnográfico, onde procuramos trazer os dados levantados na primeira etapa do trabalho de campo, apontando algumas das questões que serão desenvolvidas e aprofundadas com a continuidade da pesquisa e posteriormente apresentadas em seu relatório final. Esse primeiro mapeamento da área estudada nos permitiu identificar algumas das questões estruturais a partir das quais essa área de mercado popular no centro do Rio de Janeiro se organiza social e espacialmente.

## Bibliografia

- ANDERSON, Elijah. *Code of the street: Decency, violence, and the moral life of the inner city*. New York. W. W. Norton & Company. 1999.
- BECKER, Howard S. *Tricks of the trade: How to think about your research while you're doing it*. Chicago. The University of Chicago Press. 1998.
- BLYTH, Annabella. «Cristalização espacial e identidade cultural: Uma abordagem da herança urbana (O Saara, na área central da cidade do Rio de Janeiro)». Dissertação de mestrado, submetida ao Programa de Pós-Graduação em Geografia da UFRJ, dezembro, 1991. Vol. 1.
- CHUNG, Wai-keung. «Institutional transformation and the creation of Chinese entrepreneurial networks». Paper apresentado no Corfu pre-conference of the session X: Diaspora entrepreneurial networks 1000-2000, do 13<sup>th</sup> International Economic History Congress, Buenos Aires, 2002.
- CRESPO, Paloma Gómez. *Comprar y vender*. Madri. Eudema. 1993.
- DUNEIER, Mitchell. *Sidewalk*. New York. Farrar, Straus and Giroux. 2001.
- FAUSTO, Boris. *Negócios e ócios: Histórias da imigração*. SP. Companhia das Letras. 2000.
- GEERTZ, Clifford. «O saber local: fatos e leis em uma perspectiva comparativa». In GEERTZ, C. *O saber local: Novos ensaios em antropologia interpretativista*. Petrópolis, Vozes. 2001.
- GEERTZ, Clifford. «Suq: The bazaar economy in Sefrou». In GEERTZ, C. et alli. *Meaning and Order in Moroccan society: Three essays in cultural analysis*. Cambridge. Cnabridge University Press, 1979.
- GERSON, Brasil. *História das ruas do Rio*. Rio de Janeiro. Lacerda Ed. 2000.
- GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis. Vozes. 1999.
- GRÜN, Roberto. *Negócios & famílias: Armênios em São Paulo*. SP. Editora Sumaré. 1992.
- JACOBS, Jane. *Morte e vida de grandes cidades*. São Paulo. Martins Fontes. 2001.

JOSEPH, Isaac et GRAFMEYER, Yves. L'École de Chicago. Paris. Aubier. 1984.  
JOSEPH, Isaac. Erving Goffman e a microsociologia. Rio de Janeiro. Editora FGV. 2000.  
KNOWLTON, Clarck S. Sirios e Libaneses. Mobilidade social e espacial.SP, Anhambi, s/data.  
LEONE, Nilda Maria. A empresa familiar brasileira e a opinião de seus dirigentes sobre o processo sucessório. Sem referencia; sem data.  
MELLO, Marco Antonio da Silva et alli. A galinha d'Angola: iniciação e identidade na cultura afro-brasileira. Rio de Janeiro. Eduff e Editora Pallas. 1993.  
MELLO, Marco Antonio da Silva e VOGEL, Arno. Quando a Rua Vira Casa. A apropriação de espaços de uso coletivo em um centro de bairro. RJ, IBAM/FINEP, 1981.

MISSE, Michel. «As ligações perigosas: Mercado informal ilegal, narcotráfico e violência no Rio». Contemporaneidade e Educação, v. 1, nº 2, 1997, pp. 93-116.  
PARK, Robert Ezra. «A cidade: sugestões para investigação do comportamento humano no meio urbano». In VELHO, Gilberto (org.). O fenômeno urbano. RJ. Zahar Editores. 1967.  
PERALDI, Michel. Cabas et containers: Activités marchandes informelles et reseaux migrants transfrontaliers. Paris. Maisonneuve et Larose. 2001.  
TRUZZI, Oswaldo. De mascates a doutores: Sirios e libaneses em São Paulo. São Paulo. Editora Sumaré. 1992.  
WORCMAN, Susane. Saara. Rio de Janeiro. Relume Dumará (Coleção Cantos do Rio), 2000.

## *Comiendo en la Ciudad: Gustos y Prácticas en el Centro Histórico de Santiago de Chile*

### *Eating in the City: Tastes and Practices in the Historical Center of Santiago de Chile*

**Marcela A. Gutiérrez Cocq\***

#### **Resumen**

Investigando las formas de alimentación humana podemos descifrar códigos culturales que nos entregan herramientas para adentrarnos un poco más en la complejidad de las personas en general y en el caso de ésta investigación en particular, de los habitantes de las ciudades actuales.

A través de una etnografía en la ciudad de Santiago, específicamente en el centro histórico, las distintas formas de alimentarse del transeúnte -gustos y prácticas-, nos muestran los rincones de la ciudad, las comidas, los olores y los sabores escogidos en diferentes momentos de la vida cotidiana urbana.

**Palabras Claves:** alimentación, ciudad, transeúnte.

#### **Abstract**

Investigating the forms of human feeding we can decipher cultural codes that give tools to us to enter a little more in the complexity of the people in general and the case of this one investigation in individual, of the present cities. Through an ethnography in the city

of Santiago, specifically in the historical center, the different forms to feed on the passer-by - tastes and practices, show the corners of the city, the meals, the scents and the flavors to us chosen at different moments from the urban daily life.

**Keywords:** alimentation, city, passer-by.

¿Qué comemos en la ciudad?, ¿Qué tipos de comidas nos ofrece la ciudad?, fueron algunas de las interrogantes que intente responder en los últimos dos años, investigación que derivo en mi tesis de pre-grado, y que aún continúo profundizando. Esta investigación tiene tres ejes importantes sobre los cuales se va desarrollando la reflexión: 1) conocer la tradición antropológica en torno a la alimentación humana, a través de una revisión bibliográfica, que conforme parte del marco teórico de la investigación, 2) una revisión de antecedentes históricos de la alimentación en el centro de Santiago y de la ciudad en general que permitiera contextualizar el trabajo etnográfico, -siendo este el tercer eje-, el cual fue acotado al centro histórico de San-

\* Antropóloga Social, Universidad Bolivariana, marcecocq@gmail.com