

## Patrimônios Culturais e Imaginários Urbanos: apropriações do espaço público pelos mercados no Rio de Janeiro

Nina Pinheiro Bitar

---



**Edição electrónica**

URL: <http://journals.openedition.org/pontourbe/2560>

DOI: 10.4000/pontourbe.2560

ISSN: 1981-3341

**Editora**

Núcleo de Antropologia Urbana da Universidade de São Paulo

**Referência eletrónica**

Nina Pinheiro Bitar, « Patrimônios Culturais e Imaginários Urbanos: apropriações do espaço público pelos mercados no Rio de Janeiro », *Ponto Urbe* [Online], 15 | 2014, posto online no dia 30 dezembro 2014, consultado o 01 maio 2019. URL : <http://journals.openedition.org/pontourbe/2560> ; DOI : 10.4000/pontourbe.2560

---

Este documento foi criado de forma automática no dia 1 Maio 2019.

© NAU

---

# Patrimônios Culturais e Imaginários Urbanos: apropriações do espaço público pelos mercados no Rio de Janeiro

Nina Pinheiro Bitar

---

## NOTA DO AUTOR

Trabalho apresentado na 29ª Reunião Brasileira de Antropologia, realizada entre os dias 03 e 06 de agosto de 2014, Natal/RN

- 1 Nos últimos anos diversos mercados populares vieram a ser reconhecidos como patrimônio “material” e “imaterial” pelo Iphan (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional). Conjuntamente ao processo de patrimonialização (Fonseca 2005; Gonçalves 2003, 2007, 2008; Leitão 2010), esses espaços urbanos também passam pela chamada “gentrificação” (Bidou-Zachariansen 2006; Leite 2004; Zukin 1989, 2000b, 2008) ou “enobrecimento”<sup>1</sup>. Torna-se primordial compreender como tais transformações são reinterpretadas pelos trabalhadores e frequentadores desses locais, revelando em tal processo as diversas formas de se conceber o espaço da cidade.
- 2 A partir da pesquisa de campo realizada no Cadeg (Centro de Abastecimento do Estado da Guanabara), o “novo” Mercado Municipal da cidade do Rio de Janeiro, analiso aqui as transformações que ocorrem nesse mercado e a sua relação com as “revitalizações” que acontecem na cidade. Pode-se dizer que os mercados integram de modo singular os espaços, demarcando sobre estes valores e estilos de sociabilidade associados à “memória da cidade”.
- 3 Os mercados, em certos momentos, foram considerados sob o prisma de determinados urbanismos como um obstáculo à expansão e modernização da cidade. Atualmente eles vêm sendo recuperados como “patrimônios”, expressando concepções urbanísticas

alternativas, revelando uma nova forma de conceber esses espaços, os quais passam a ser foco de políticas públicas voltadas ao turismo.

- 4 Locais outrora vistos como “sujos” ou que “atrapalhavam” o desenvolvimento das cidades – motivo pelo qual muitos deles foram remanejados para a periferia das cidades – passam a ser vistos como foco de autenticidade de estilos de relações sociais não contaminadas pela impessoalidade do ambiente “moderno” (La Pradelle 2006). Desta forma, torna-se relevante compreender quais imaginários de cidade são formulados a partir da “valorização” dos mercados.
- 5 A partir da experiência de pesquisa no Cadeg, Rio de Janeiro, percebi que o mercado passava por um processo de ressignificação, sendo nomeado pela Prefeitura em 2012 como o “novo” Mercado Municipal do Rio de Janeiro<sup>2</sup>. Focalizo, para isso, os momentos de realocação dos usos sociais desses mercados revelando em tal processo as diversas formas de se conceber o espaço da cidade.
- 6 Como muitos autores apontam, os mercados que comercializam diversos produtos e estão situados em variados contextos são espaços de trocas não apenas econômicas (Malinowski 1957; Mintz 1961, 1987, 1971, 2008; Mott 1975, 1976; Silva 1971; Garcia 1977, 1983, 1984, 1993, 2010; Geertz 1979; Sigaud 1983; Gell 1982; Clark 1994; Carrier 1997; Ferreti 1985, 2000; Filgueiras 2000; Stoller 2002; Bestor 2003, 2004; Gorberg & Fridman 2003; La Pradelle 2006; Vedana 2008; Rabossi 2004; Zukin 2008; Leitão 2010; Durando 2010; entre outros). Compartilho dessa perspectiva, ao pensar o Cadeg como parte de relações de reciprocidade (Mauss 2003) e que envolvem, segundo a proposta de “fato social total” do autor, variadas características, as quais podem ser estéticas, morais, econômicas, religiosas, jurídicas, entre outras.
- 7 Muitos estudos também já trataram da relação entre cidades e mercados. Entretanto, pretendo abordar como, através dos imaginários produzidos pelos participantes de um mercado, é possível pensar a relação entre essas categorias. Nessa perspectiva, o mercado é parte constituinte e constituidora da cidade. Desta forma, apresento uma pesquisa sobre “o Rio de Janeiro” e não apenas “no” Rio de Janeiro.
- 8 Durante a pesquisa acompanhei os diversos agentes que atuam no Cadeg, desde os chamados “fundadores” do mercado aos “produtores” que lá oferecem as suas mercadorias. Essa cadeia permitiu articular as diversas concepções e usos dos espaços em questão, sempre com o foco analítico de entender a natureza das relações das pessoas com os objetos e espaços.
- 9 Criação de um “novo” Mercado Municipal do Rio de Janeiro
- 10 O mercado de abastecimento Cadeg é localizado na Rua Capitão Félix, 110, Benfica<sup>3</sup>, zona Norte do Rio de Janeiro, e possui uma área construída de cerca de 100.000 m<sup>2</sup>. É situado próximo ao edifício Pedregulho<sup>4</sup> e possui características arquitetônicas de sua fachada que fazem referência ao “modernismo” desse edifício. Tal mercado é privado e foi fundado em 1962. Ele foi construído no terreno da antiga fábrica de cigarros Veado (Imperial Estabelecimento de Fumo, a primeira fábrica de cigarros do Brasil). Atualmente é o maior distribuidor de flores do Estado do Rio de Janeiro.



**INTERIOR DO CADEG (FOTOGRAFIA: NINA PINHEIRO BITAR)**

- 11 Ao longo da pesquisa de campo, percebi que alguns dos meus interlocutores construía narrativas que relacionavam o mercado Cadeg a outras espacialidades e temporalidades. Através de entrevistas com as pessoas que “fundaram” o Cadeg em 1962, os chamados “fundadores”, percebi que eles explicavam a sua relação atrelada a um outro mercado, o Mercado Municipal da Praça XV de Novembro, construído em 1907 no centro da cidade do Rio de Janeiro e extinto em 1962. Eles assim produziram narrativas também sobre um outro “tempo”, vinculando o Cadeg ao Mercado Municipal.
- 12 Pode-se dizer que a extinção do Mercado Municipal da Praça XV de Novembro foi decorrência da implantação de novos planos urbanísticos na região do centro da cidade do Rio de Janeiro na década de 60, como a finalização da construção do Elevado Perimetral<sup>5</sup>, exigindo a sua remoção do local. Além disso, o prazo de cinquenta anos de concessão do terreno do Mercado Municipal pela Prefeitura expirou em 1957, obrigando os comerciantes a saírem do local posteriormente.



**MERCADO MUNICIPAL ATRAVESSADO PELO ELEVADO DA PERIMETRAL. MERCADOS DO RIO: 1834-1962. (GORBERG & FRIDMAN 2003)**

- 13 Apesar da demolição do Mercado Municipal, um dos torreões do Mercado onde funcionava o Restaurante Albamar foi mantido, sendo posteriormente tombado na década de 80 e transformado em “resquício” do Mercado Municipal e do “Rio antigo”. Segundo França e Rezende (2010) no momento da demolição do mercado “a clientela ilustre, a pedidos dos funcionários da época, se movimentou junto ao governador Carlos Lacerda para manter o torreão. O resultado foi positivo” (2010:20). Assim, o antigo torreão permaneceu funcionando como restaurante, adquirido pelos seus funcionários. Posteriormente foi reapropriado pelas políticas públicas e transformado em “patrimônio”, através do seu tombamento, representando o extinto o Mercado Municipal e o seu “tempo”:

O primeiro mercado do Rio de Janeiro foi projetado na primeira metade do século XIX pelo arquiteto francês Grandjean de Montigny, na beira da antiga praia de D. Manuel, junto do largo do Paço, para disciplinar o comércio de gêneros alimentícios – sobretudo peixe – na zona central. *Um novo mercado, bem maior, foi inaugurado pelo prefeito Pereira Passos em 1908, como parte das grandes obras de remodelação urbana. Tinha planta quadrada, com pavilhões longitudinais e cinco torreões octogonais – um maior no centro, com relógio, e quatro menores nos ângulos externos. Em 1933, num desses torreões menores, começou a funcionar o restaurante Albamar. Nos anos 50, o mercado foi demolido para a construção do elevado da Perimetral, mas o torreão do restaurante Albamar sobreviveu, solitário, com sua belíssima estrutura metálica importada da Bélgica e da Inglaterra. O interior foi reformado em 1964 pelo arquiteto Roberto da Costa Soares. (Grifo meu. Inepac. Guia de Bens Tombados. Tombamento Estadual, dia 26 de janeiro de 1983) <sup>6</sup>*

- 14 No seu processo de tombamento, narram a origem do Albamar remetendo primeiramente ao primeiro mercado do Rio de Janeiro, o Mercado da Candelária, e posteriormente ao mercado inaugurado por Pereira Passos, o Mercado Municipal. Nesse mesmo período do tombamento, na década de 80, o espaço da Praça XV de Novembro também passou por

diversos projetos de “revitalização” (Abreu 1987; Colchete Filho 2003; Mesentier 1992) e havia inclusive a proposta de reconstrução do antigo Mercado Municipal no seu local de origem, para resgatar tal “Rio antigo”<sup>7</sup>.

- 15 Após a demolição do Mercado Municipal, no mesmo ano de 1962, foram construídos o Cadeg e também o Mercado de São Sebastião (localizado na Penha, zona norte do Rio de Janeiro). O processo de fechamento do Mercado Municipal e a criação desses dois novos mercados foi repleto de conflitos e disputas. No caso do Cadeg, tratava-se de um mercado privado organizado pelos ex-comerciantes do Mercado Municipal. O Mercado de São Sebastião também foi constituído por ex-comerciantes, entretanto, contava com o apoio dos governos federal e estadual e de segmentos da Igreja Católica, representada por Dom Helder Câmara<sup>8</sup>, que compreendiam a fundação do mercado como um instrumento de “cristianização” das favelas do seu entorno.
- 16 Apesar do Mercado de São Sebastião ter recebido o apoio governamental na época de sua fundação, o Cadeg foi nomeado pela Prefeitura da cidade o “novo” Mercado Municipal do Rio de Janeiro em 2012. O ato público conduzido pelo prefeito Eduardo Paes no evento de comemoração dos 50 anos do Cadeg, refletiu o processo de ressignificação que o mercado vem passando nos últimos anos.
- 17 Através de entrevistas com os fundadores do Cadeg e de pesquisas de arquivo<sup>9</sup>, percebi que o antigo Mercado Municipal da Praça XV era um personagem fundamental e que era concebido como a principal fonte de “autenticidade” do Cadeg. Tal processo encontrou ressonância com o seu reconhecimento atual como “novo” Mercado Municipal do Rio de Janeiro.
- 18 O próprio nome do mercado também sinalizava os marcadores temporais e políticos com a cidade do Rio de Janeiro. Quando o mercado ainda era projetado pelos arquitetos Vigor Artensi e Moacyr Gomes da Costa, em 1959, o Rio de Janeiro era Capital Federal do país. Assim, seu “primeiro nome” foi CADF (Centro de Abastecimento do Distrito Federal). Em 1960, o Rio de Janeiro deixou de ser a Capital Federal, sendo fundado o estado da Guanabara. Ao inaugurarem o mercado, em 1962, o Cadeg foi renomeado e passou a carregar em seu nome “estado da Guanabara”, chamando-se Centro de Abastecimento do Estado da Guanabara. Em 1975, foi dissolvido o estado da Guanabara e fundados o estado e a cidade do Rio de Janeiro. Contudo, os diretores do Cadeg decidiram permanecer com o nome com o qual o mercado já era reconhecido. Essas mudanças do nome do mercado mostram que há uma relação direta com as alterações nas categorias jurídicas que determinavam as fronteiras espaciais e as concepções de funcionamento das gestões públicas do município e do estado. Isto fica evidente na alteração do nome do mercado: primeiramente, “Distrito Federal”, depois, “Estado da Guanabara”. Por outro lado, a opção por manter em seu nome “Estado da Guanabara”, mesmo após a sua extinção, produziu um demarcador temporal que associava o Cadeg a um momento específico da cidade: o período de sua fundação.
- 19 Em 2012, por decreto do prefeito, o nome do mercado foi alterado novamente, agora para “Cadeg – Mercado Municipal do Rio de Janeiro”. Esse decreto municipal concretizou juridicamente diferentes concepções de espaços e temporalidades, presentes principalmente nos discursos dos chamados “fundadores” do Cadeg.<sup>10</sup> Como a narrativa de origem operada pelos “fundadores” entende o Cadeg como uma “continuação” do Mercado Municipal, as transformações pelas quais a cidade passou estavam ali condensadas metaforicamente no seu novo nome.

- 20 O processo de remoção de alguns desses mercados para zonas mais afastadas dos grandes centros urbanos tem sido um caso comum em certos países.<sup>11</sup> É o caso do Cadeg, criado a partir da já comentada demolição do antigo Mercado Municipal do centro da cidade. Ocorreu processo semelhante em outros países, como por exemplo o mercado situado em Les Halles, no centro de Paris, demolido em 1969 e transferido para Rugis, na periferia da cidade. Hoje essa área central reúne uma estação de metrô, restaurantes e bares (Vedana 2008). Pode-se dizer que essas transformações fazem parte de um processo mais amplo de reconfiguração ou “gentrificação” de bairros localizados na zona central de cidades (Zukin 1989, 2000b, 2008; Smith 2004; Leite 2004; Bidou-Zachariansen 2006).
- 21 Muitos mercados permaneceram nos centros urbanos, mas foram reincorporados ou ressignificados a partir desses processos mais amplos de patrimonialização e de gentrificação (Leite 2004). Alguns deles foram alvo de tombamentos e registros por órgãos federais, estaduais e municipais de preservação patrimonial<sup>12</sup>.
- 22 O Iphan tombou diversos mercados desde a década de 50 como, por exemplo, o Mercado da Diamantina (MG), o Mercado Modelo (Salvador, BA), o Mercado de São José (Recife, PE), o Mercado do Ver-o-Peso (Belém, PA),<sup>13</sup> o Mercado de Carne (Aquiraz, CE), o Mercado Público de Manaus (AM). Já a Feira de Caruaru (PE) é considerada “patrimônio imaterial” pelo Iphan.
- 23 Já no Estado do Rio de Janeiro<sup>14</sup>, foram tombados pelo Instituto Estadual do Patrimônio Cultural (Inepac) o Mercado Municipal na Praça Duque de Caxias (Angra dos Reis); Largo do Benedito e Adjacências (Mercado do Peixe, Niterói); o Restaurante Albamar (Centro do Rio de Janeiro), único torreão que restou do extinto Mercado Municipal da Praça XV de Novembro. A Prefeitura do Rio de Janeiro, através do Departamento Geral de Patrimônio Cultural (DGPC), também possui a sua pequena coleção de mercados tombados: Cobal do Humaitá e do Leblon, Mercado São José, além do Mercadão de Madureira, em processo de tombamento.
- 24 Entretanto, uma outra perspectiva é de compreender a categoria “patrimônio” para além de suas expressões jurídicas. A perspectiva é a de pensar o patrimônio como categoria de pensamento (Gonçalves 2003) e de buscar compreender quais os contornos semânticos pode assumir em contextos socioculturais específicos. Pode-se dizer que o processo de formação de patrimônio é traduzido pela categoria “colecionamento”, cujo efeito é a demarcação de um domínio subjetivo em oposição a outro (Gonçalves 2003). Essa categoria pode ser usada comparativamente em outras experiências culturais nas quais não aparece individualizada e com fronteiras bem definidas. Em determinados contextos ela assume diferentes contornos semânticos, podendo não ser separada dos seus proprietários ou constituindo uma extensão moral dos mesmos (Mauss 2003).
- 25 A ambiguidade é o aspecto definidor da categoria patrimônio, de sua própria natureza, liminarmente situada entre o passado e o presente, material e imaterial, história e memória (Gonçalves 2007). Uma das hipóteses é a de que o patrimônio faria a mediação entre essas esferas. Assim, o patrimônio para além de se configurar como uma expressão emblemática de um grupo social ou nação, é também um processo de construção e reconstrução através das experiências sensíveis individuais e coletivas (Gonçalves 2007). Deste modo, essas duas concepções, do patrimônio como uma forma de expressão emblemática de uma cultura e como uma extensão da experiência, devem ser pensadas, na medida em que os objetos podem representar e constituir subjetividades individuais e coletivas.

- 26 O processo de patrimonialização de espaços públicos, em muitos casos, caminha junto com políticas de “enobrecimento” (Leite 2004), fomentando “revitalizações”. Entretanto, seus usos são formados cotidianamente pelos agentes que integram o espaço; assim, torna-se interessante compreender como tal processo de ressignificação é percebido pelas pessoas envolvidas nesses contextos. Existem os chamados “contra-usos” (Leite 2004) de espaços que foram alvo de “enobrecimento”, ou seja, por mais que haja uma tentativa de esvaziamento do “sentido público” dos locais enobrecidos, existe também um processo de usos e contra-usos que os reativam como espaços públicos.

## O “cotidiano” e a “experiência” no Novo Mercado Municipal

- 27 O Cadeg faz parte desse contexto de valorização e revitalização de mercados. Entretanto, ao pensarmos que as transformações são processos descontínuos e dificilmente controlados pela implantação de projetos de revitalização e patrimonialização, pode-se apreender como, no cotidiano dele, os seus usos e significados são constantemente reelaborados.
- 28 As atividades do Cadeg estão passando por um processo de ressignificação e, agora, não somente estão voltadas para o abastecimento da cidade. O Cadeg vem sendo enfatizado como um local de “convívio” e de “lazer”, com a inauguração de restaurantes, lojas especializadas em venda de vinhos, “bistrôs” e palco de festivais gastronômicos. Todo esse processo acarretou uma mudança do público frequentador e dos tipos de comércio que se estabelecem lá.
- 29 Uma colunista do jornal *O Globo* descreveu a sua experiência num restaurante de um *chef* de cozinha recém inaugurado no Cadeg em 2010 como: “[...] estar ali, entre caixas de legumes e perfume de frutas, nos pareceu adorável. Vamos torcer para que mais chefs bacanas se animem em migrar para lá. Comer bem em mercados é tradição no mundo todo. Menos aqui [no Rio de Janeiro]”.<sup>15</sup>
- 30 A colunista aponta que a cidade do Rio de Janeiro não contava ainda com um Mercado Municipal. Ela estava certa em relação à vocação do mercado como um polo gastronômico pois em 2010 o Cadeg contava com cerca de 4 restaurantes e aumentou em 2013 para mais de 20 deles.
- 31 Entretanto, tal perspectiva sobre o Cadeg como um espaço de “lazer e entretenimento” foi, de certa forma, elaborada recentemente. O mercado era visto pelos comerciantes “antigos” como um local predominantemente de abastecimento a atacado de hortifrutigranjeiros para a cidade, cuja função desempenhou até o ano de 1972, quando foi inaugurado a Ceasa (Central de Abastecimento do Estado do Rio de Janeiro)<sup>16</sup>, criada como parte de um primeiro plano nacional de abastecimento, no período da ditadura militar, em 1974, no governo de Médici (1969-1974).
- 32 Um fator fundamental de estruturação do tempo e do espaço do Cadeg, o que muitos comerciantes ressaltavam como as “mudanças” do mercado, foi a criação da Ceasa e o conseqüente esvaziamento do Cadeg na década de 70. Assim como os fundadores apontavam o Mercado de São Sebastião como o “outro” do Cadeg no período de sua construção com o fim do Mercado Municipal, a Ceasa era apontada como seu grande concorrente. Houve nesse momento um grande esvaziamento do Cadeg, pois muitos comerciantes se mudaram para o novo mercado criado pelo governo. Segundo os

comerciantes, o Cadeg era o maior abastecedor da cidade do Rio de Janeiro antes da inauguração da Ceasa, cujos principais clientes eram os grandes supermercados. Os comerciantes que permaneceram trabalhando no Cadeg ressaltavam que a década de 70 foi um marco temporal para o abastecimento da cidade e para a ressignificação do mercado.

- 33 O tempo do mercado era, assim, estruturado em cinco períodos distintos e que remetiam também a outros espaços: fim do Mercado Municipal da Praça XV de Novembro; criação do Cadeg; antes da fundação da Ceasa; depois da Ceasa; e agora como novo Mercado Municipal do Rio de Janeiro.
- 34 Os comerciantes do Cadeg afirmavam que as transformações do mercado também se refletiam no próprio trabalho deles. Os horários de comércio estavam também sofrendo alterações, com as transformações de uso e de público, além do aumento da venda a varejo. Percebi que a categoria “tempo” era primordial para os trabalhadores. Ela se expressava tanto através dos horários de comercialização quanto no fluxo semanal de trabalho. O fluxo de trabalho semanal pode ser agrupado, segundo a classificação dos trabalhadores, entre “dias de semana” e “sábado”<sup>17</sup>. Esta era uma distinção fundamental para eles, pois alterava-se o perfil do público e do tipo de venda conforme esses diferentes “tempos”. Estes são dois marcos temporais que estruturavam a vida cotidiana dos comerciantes do Cadeg.<sup>18</sup>
- 35 Nos dias de semana, segundo eles, a venda era predominantemente a atacado, principalmente de hortifrutigranjeiros. Os comerciantes começavam a chegar no Cadeg aproximadamente às 22 ou 23 horas, abriam as suas lojas e iniciavam a venda 2 da manhã até às 10 horas. Alguns varejistas de hortifrutigranjeiros, cereais, bebidas, entre outros, permaneciam com suas lojas abertas até o meio dia. Os restaurantes passavam a ter um maior número de clientes, segundo eles, “maior movimento”<sup>19</sup>, a partir do meio dia até às 16 horas.
- 36 Eles reproduziam esse ciclo até sábado, que tinha um horário e ritmo diferenciados. As lojas de venda de bebidas, hortifrutigranjeiros, mercearias, entre outras, ficam abertas no sábado até às 17 horas. Cada comerciante encerrava a sua atividade conforme a “diminuição do movimento”. Os restaurantes fechavam um pouco mais tarde do que nos dias de semana, às 17 horas, e alguns fechavam às 20 horas. O número de pessoas que visitava o mercado era também maior no sábado do que nos dias de semana, sendo percebido visivelmente nos corredores do mercado.



Clientes comprando produtos a varejo no mercado (Fotografia: Nina Pinheiro Bitar)

- 37 No sábado, além da venda a atacado, realizada de madrugada, havia no período do final da manhã uma maior procura da clientela pelo comércio a varejo. Os comerciantes também apontavam que os fregueses “mudavam de perfil” nesse período, sendo um público mais voltado para a compra de poucos itens, em menor quantidade, e também que iam ao mercado para “passear” e almoçar. Aos sábados acontecia também a “festa portuguesa” no *Cantinho das Concertinas*, comandada pelo Carlinhos, uma das principais “atrações” do mercado.
- 38 Os comerciantes viam as mudanças do mercado, geralmente, de forma positiva. Entretanto, a predominância da venda a varejo com a entrada desse novo público era muitas vezes alvo de críticas. Eles contavam que dez anos atrás, o mercado já estava completamente vazio no início da tarde de sábado. Para os vendedores por atacado, as mudanças do mercado de certa forma alteravam a sua rotina, fazendo-os trabalhar em dois turnos. Eles apontavam que também não era muito lucrativo, já que o foco deles era a venda no atacado.
- 39 Entretanto, para o setor de vendas de bebidas e restaurantes, o mercado se tornou um espaço valorizado, trazendo um novo cotidiano para o local. Tal cotidiano também era vivido com mudanças no comportamento dos vendedores, que passavam a ser regulados pelos “fiscais disciplinares” do mercado, que faziam com que certas atitudes consideradas “inadequadas” para o novo ambiente construído fossem banidas através de multas.

## O mercado dos festivais

- 40 Em consequência da criação da Ceasa e o esvaziamento causado, o mercado reconfigurou suas atividades gradualmente. Os espaços foram preenchidos com outras atividades que acabaram por modificar a estrutura de funcionamento do mercado, seus espaços, tempos e significados. Entretanto, esse processo não faz parte de uma “razão prática” (Sahlins 2003), mas um processo cotidiano de ressignificação do mercado.

- 41 Tampouco é um processo linear e com ações que caminharam juntas para uma mesma direção. Mas pode-se dizer que há um certo consenso entre os comerciantes ao afirmarem que houve na década de 70 a entrada de outros setores de comércio no espaço “vazio” deixado pela Ceasa, como as flores – que fizeram do mercado o maior abastecedor do Estado –, restaurantes, lojas de venda de bebidas, lojas de artigos de decoração e etc. Gradualmente, o mercado passou a ser um fornecedor para festas e eventos e também continuou abastecendo a cidade com hortifrutigranjeiros porém, em escala menor, para restaurantes, hospitais e pequenos comércios.
- 42 Com isso, o Cadeg, novo Mercado Municipal passou a ser também, segundo os comerciantes, “visitado” por um outro público, fazendo dele um espaço para ser experimentado, um local de lazer e entretenimento. No ano de 2013, após tornar-se o Mercado Municipal do Rio de Janeiro, foi inaugurada uma nova fase: transformando-se também em um “mercado dos festivais gastronômicos”.
- 43 O “1º Festival gastronômico: Bacalhau é a nossa aPOSTA” do Cadeg, foi realizado de 18 de novembro a 01 de dezembro de 2013.<sup>20</sup> Segundo o *website*<sup>21</sup> do agora “Mercado Municipal do Rio de Janeiro – Cadeg”, o bacalhau era presente em *menus* dos seus restaurantes, bares e botequins, e por isso era a “estrela principal do 1º Festival Gastronômico” do mercado. Segundo o *website*, o produto era um “ícone do mercado”, inspirando os restaurantes, sendo 22 participantes, os quais “criaram receitas especiais, entre petiscos e pratos principais”.
- 44 Os festivais eram uma espécie de competição, mas sem vencedores. Cada restaurante elaborava os seus pratos especiais para o festival. Os participantes divulgavam os seus restaurantes promovendo mudanças nos seus cardápios, e atraindo um maior público, com a presença na mídia.
- 45 Após a realização do 1º Festival Gastronômico, o Cadeg promoveu o “Festival de bebidas: Mercado das Taças”, entre os dias 5 e 16 de fevereiro de 2014, que tinha como proposta “celebrar o verão” e “harmonizar” bebidas e comidas no mercado: “além das bebidas, o visitante pode saborear os pratos elaborados exclusivamente para a harmonização com cerveja especial ou espumante e assistir às palestras que vão acontecer no anexo do auditório, nos sábados do festival” (Revista Cadeg. Ano 3 – Edição 11, 2014: 17)<sup>22</sup>. Eles explicavam que seriam oferecidas bebidas premiadas em concursos, com preços promocionais, e que os *chefs* elaborariam *menus* especiais harmonizados. O festival oferecia, por exemplo, a opção de harmonizar os espumantes *Rio Sol Brut* ou *Terranova Brut*, vendidos pela loja *Arte dos Vinhos*, com o prato “Costela de cordeiro à moda do Porto”, vendido pelo restaurante *Gruta de São Sebastião*; outra opção era comer o prato “Feijão Amigo Lusitano”, no restaurante *Barsa*, acompanhado do espumante *Casa Valduga 130 Brut*, oferecido pela loja *Griffe dos Vinhos*, entre outras opções de combinação de bebidas com comidas, ou seja, entre os restaurantes do Cadeg e as lojas de bebidas.
- 46 No período próximo à semana santa foi realizado outro festival no Cadeg chamado “Festival Mesa Santa: o encontro de peixes e vinhos”, de 04 a 13 de abril de 2014. Tratou-se de outro evento gastronômico promovido pelo novo Mercado Municipal, Cadeg, “com ênfase nos sabores da Páscoa”. A proposta do festival era de também harmonizar bebidas e pratos, elaborados agora a partir do tema “semana santa”, enfatizando pratos utilizando em suas receitas “peixes, frutos do mar, massas, risotos e caldeiradas, respeitando os costumes da Quaresma de não usar carne nas receitas”, segundo o *website* do Cadeg. Os pratos servidos por nove participantes eram sempre harmonizados com garrafas ou taças

de vinhos. Segundo a divulgação do evento, dependendo do prato, seriam combinadas “Chardonnay Malbec, Merlot e Sauvignon Blanc, entre outras”. O Corujão do Cadeg, por exemplo, apresentou o “Cherne à moda com taça de vinho branco Miolo Reserva Chardonnay” pelo preço de 38 reais; já o restaurante Barsa, criou a combinação da “Frigideira de Bacalhau com Garrafa de Los Vascos Chardonnay”, pelo valor de 146 reais para duas pessoas<sup>23</sup>. O evento também ofereceu dois dias de palestras e workshops gratuitos de *sommeliers* no auditório do Cadeg, como: “A uva Merlot no Brasil por Duda Nogueira”, “A visão do Chardonnay no Sul, Vinhos Miolo”, entre outros.

- 47 É interessante observar que os festivais promovem a integração tanto das lojas de bebidas com os restaurantes – pois os festivais promoviam uma combinação de bebidas e comidas –, como também relacionava os espaços das lojas e restaurantes com o auditório e seu anexo, respectivamente localizados no segundo e primeiro andares do mercado. No auditório eram realizadas oficinas e palestras. O mercado passava, assim, a expor a si mesmo, através dos produtos que comercializava.
- 48 Os festivais gastronômicos fazem parte de um projeto amplo, que engloba políticas públicas direcionadas à melhoria da infraestrutura do bairro de Benfica e seu entorno: o Polo Comercial Largo de Benfica, criado pelo decreto 32.424, assinado pelo prefeito Eduardo Paes em 22 de junho de 2010. Polo de Benfica faz parte do programa Polos do Rio<sup>24</sup>, que tem como objetivo a “promoção das vocações locais das diversas regiões da cidade do Rio de Janeiro, por meio do estímulo à atividade econômica e consolidação de espaços atraentes de convivência para os cariocas e turistas” (Portal Polos do Rio)<sup>25</sup>. O programa tem parceria com a Secretaria de Desenvolvimento Econômico Solidário da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro (SEDES), a Fecomércio-RJ, o SEBRAE/RJ, o Sindicato de Hotéis, Bares e Restaurantes (SindRio), a Associação Comercial do Rio de Janeiro (ACRJ) e o Banco do Brasil. A proposta é de promover a “cooperação empresarial, a geração de emprego e renda e a revitalização da cidade”. O programa Polos do Rio, no ano de 2014, contava com 25 polos espalhados pela cidade. Eles eram relacionados à “gastronomia, aos acervos turísticos, ruas especializadas e centros comerciais”, contando com a parceria entre o poder público e a iniciativa privada “na revitalização do tradicional comércio de rua”, segundo o portal.
- 49 O Polo Comercial Largo de Benfica, polo de número 13, era assim descrito: “tendo a Rua dos Lustres, reconhecida nacionalmente pelo setor de decoração, e o Cadeg, referência de preço e qualidade na venda em atacado e flores, como âncoras deste grupo de empresários, e com efetiva participação das empresas do entorno desta região, o Polo Benfica é, com certeza, um dos principais atores no fornecimento para o setor de gastronomia e decoração, da cidade do Rio de Janeiro” (Portal Polos do Rio). Segundo a Revista do Cadeg, o Polo de Benfica instalou novas sinalizações das principais vias do bairro, indicando o caminho para o novo Mercado Municipal e complementaram: “Os esforços vêm sendo recompensados em cada momento pelos nossos parceiros, que veem no polo Benfica uma referência em trabalho junto a comunidade empresarial, os representantes das autarquias e os gestores municipais, sendo como grande legado desse trabalho a breve implantação do Projeto Bairro Maravilha em Benfica, sendo este um dos maiores projetos de reurbanização do Município do Rio de Janeiro” (Revista Cadeg, ano 3, edição 11, 2014: 29). O projeto era uma extensão da revitalização da zona portuária do Rio de Janeiro, área próxima aos bairros de Benfica e São Cristóvão, o qual esperava a irradiação dessas melhorias.<sup>26</sup>



Mapa Polo de Benfica. “Projeto Censo dos Polos 2011: Polo de Benfica”. (Fonte: Portal Programa Polos do Rio)

- 50 A construção do Cadeg em Benfica, Rio de Janeiro estava em diálogo com percepções urbanísticas da cidade. O mercado afastou-se um pouco do centro da cidade e foi construído nesse bairro, próximo a São Cristóvão, local da antiga residência da monarquia e império no Brasil.<sup>27</sup> O mercado também preenchia um espaço dessa região outrora valorizada, mas que havia perdido tal status. A escolha do bairro de Benfica para ser a nova sede do mercado também não foi aleatória. Como muitos comerciantes apontavam, São Cristóvão era um “reduto português”, além de ainda estar próximo ao centro da cidade, o que eles consideravam fundamental.
- 51 O “mercado dos festivais” era, assim, também parte de um contexto mais amplo de revitalização do seu entorno, com a criação do Polo de Benfica. Os eventos tinham também a característica de integração do comércio do bairro, pela proposta de ser um polo gastronômico. O Polo de Benfica, por sua vez, também se integrava a outros espaços da cidade, ao ser parte de um planejamento que englobava um conjunto de polos do Rio de Janeiro.
- 52 Segundo a Revista do Cadeg (ano 3, edição 11, 2014), na matéria intitulada: “Próxima Parada: diversão”, o Mercado Municipal estava localizado próximo ao bairro imperial, que “guarda pontos turísticos de história e entretenimento”. A revista sugere uma proposta de “roteiro cultural” de visita: “que tal viajar no tempo e conhecer um pouco da Quinta da Boa Vista, onde há 200 anos viveu a Família Real Portuguesa?”. Segundo o roteiro, o percurso de visita sugerido era de começar pelo Observatório Nacional – Museu de Astronomia e Ciências Afins, depois ir para a Quinta da Boa Vista, Estádio do Vasco da Gama, ir ao Cadeg e finalizar o percurso no Centro Municipal Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas – Feira de São Cristóvão.

- 53 Segundo a revista, o mercado também estava realizando “visitas guiadas” para escolas, com o propósito de “agregar mais conhecimento” para os visitantes:
- 54 A visita ao Mercado Municipal de uma cidade é uma das atrações turísticas que não podem faltar no roteiro de quem está conhecendo a região. No Brasil, as cidades de São Paulo, Belém e Belo Horizonte possuem os mais movimentados do país. O mercado Municipal do Rio de Janeiro não fica fora da lista, pois recebe cerca de 10.000 pessoas por dia. [...] Basta agendar o melhor dia e horário para conhecer a história do local, a grande variedade do comércio, a deliciosa gastronomia e ver de perto os produtos mais exóticos, como carne de pato e planta ovo. Suas compras podem se tornar uma experiência cultural única, agregando mais conhecimento para as novas visitas. (Revista Cadeg, ano 3, edição 11, 2014)
- 55 O Cadeg valorizava a “experiência cultural única” que o mercado poderia proporcionar aos visitantes. Através da visita guiada pelo mercado seriam transmitidos “conhecimentos”, além de ser um local de “entretenimento”. Qual tipo de conhecimento o mercado gerava? Por que ele ainda se fazia presente na cidade e transformou-se em um local visitado por turistas e curiosos como um entretenimento?

## Considerações finais

- 56 No caso específico do Cadeg, foi interessante observar as transformações do mercado a partir de três momentos distintos: o primeiro foi o fim do Mercado Municipal da Praça XV (1907-1962) e criação do Cadeg em 1962 (e também Mercado de São Sebastião); o segundo momento foi de esvaziamento de função e de sentido do Cadeg com a criação da Ceasa em 1974; e por fim, o retorno do Mercado Municipal com a nomeação do Cadeg em 2012.
- 57 O novo “Mercado Municipal – Cadeg”, passava a assumir um papel para além do abastecimento da cidade e tinha a característica de um polo gastronômico também. Esse processo, como vimos, foi construído através das mudanças que ocorreram no abastecimento do Estado do Rio de Janeiro, que passou por uma transformação na década de 70 com a criação da Ceasa. O Cadeg, assim, desenvolveu outros setores do seu mercado que não eram prioritários até então, como a gastronomia e lojas de bebidas – crescimento que inspirou a criação dos festivais e que continuava incentivando a abertura de novos negócios no Cadeg. Podemos perceber que houve uma mudança no foco do comércio, continuando com a venda a atacado e varejo, como abastecedor de pequenos mercados, hospitais, restaurantes, quitandas, mas que também desenvolvia o seu próprio setor de gastronomia, atraindo, como vimos, um novo público ao mercado.
- 58 Com esse desenvolvimento do “setor gastronômico” do Cadeg podemos pensar o papel que tal setor desempenhava nos mercados de uma forma abrangente. O Mercado Municipal de São Paulo, por exemplo, era sempre citado como um importante polo gastronômico daquela cidade. No caso do Rio de Janeiro, é importante lembrar que a extinção do antigo Mercado Municipal da Praça XV de Novembro deixou como o seu “resquício”, não por acaso, o restaurante Albamar. Como vimos, ele foi mantido no período da demolição do antigo mercado em consequência do apelo da “clientela ilustre” para que ele não fosse demolido. O restaurante passou, posteriormente, a ser uma “memória” do “Rio antigo”, sendo tombado na década de 80 e tornou-se parte de projetos de revitalização do centro da cidade.

- 59 Os restaurantes aparecem desta forma, associados ao mercado desde a importância do Albarim para o Mercado Municipal da Praça XV de Novembro. Com o esvaziamento do Cadeg, pôde-se perceber que o setor da gastronomia apareceu de forma preponderante no seu movimento de revitalização. Entretanto, as mudanças do Cadeg não aparecem isoladas, mas como parte de um conjunto de fatores que fizeram com que o bairro de Benfica, o seu entorno, e próprio contexto da cidade também passasse por um processo de ressignificação. Torna-se difícil saber quais foram os fatores primordiais para tais transformações e talvez não seja produtivo pensá-los de forma isolada. O que pretendi trazer com este artigo foi o conjunto de fatores que caminharam juntos para a transformação dos espaços e imaginários do mercado. Pode-se afirmar que há um processo transnacional de valorização de mercados como um espaço de entretenimento, lazer e turismo, ressignificando esses espaços através de diferentes usos. Entretanto, na perspectiva adotada os mercados aparecem como agentes e não apenas reflexos de projetos urbanísticos e concepções abrangentes de cidade.
- 

## BIBLIOGRAFIA

- BESTOR, Theodore C. 2004. *Tsukiji: The Fish Market at the Center of the World*. California: University of California Press,
- \_\_\_\_\_. 2003. "Market places: Tokyo and global tuna trade. In: Low, M. Setha & Laurence-Zuñiga (Orgs.), *The anthropology of space and place*. Oxford: Blackwell publishing.
- BIDOU-ZACHARIANSEN, C. 2006. "Introdução". In: Bidou-Zachariansen, C.; Hiernaux-Nicolas, D.; Rivière D'arc, H. (orgs.), *De volta à cidade: dos processos de gentrificação às políticas de "revitalização" dos centros urbanos*. São Paulo: Annablume.
- DURANDO, Vanessa. 2010. *Balôn: Um Mercado Popular*. Dissertação de mestrado em Antropologia Social, UFPR.
- FILGUEIRAS, Beatriz Silveira Castro. 2006. *Do Mercado Popular ao Espaço de Vitalidade: o Mercado Central de Belo Horizonte*. Dissertação de mestrado em Planejamento Urbano e Regional da Rio de Janeiro, UFRJ.
- FERRETI, Sergio (org.). 2000. *Reeducando o olhar: estudos sobre feiras e mercados*. São Luiz: Edições UFMA; PROIN(CS).
- \_\_\_\_\_. 1985. *De Segunda a Domingo Etnografia de um Mercado Coberto - Mina, uma religião de origem africana*. São Luís: Serviço de Impr. e Obras Gráficas do Estado.
- FONSECA, Maria Cecília Londres. 2005. *O Patrimônio em processo: trajetória da política federal de preservação no Brasil*. Rio de Janeiro: UFRJ/ IPHAN.
- FRANÇA, Carolina; Rebouças; REZENDE, Vera F. 2010. "O desaparecimento do Mercado Municipal Praça XV, fator na formação do espaço público da Cidade do Rio de Janeiro". Rio de Janeiro: *Encontro Nacional da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo*.
-

- \_\_\_\_\_. 2012. "A permanência e o desaparecimento dos mercados municipais e feiras livres nos espaços urbanos centrais das cidades do Rio de Janeiro e de Salvador, Brasil". Salvador: Seminário internacional Urbicentros.
- GARCIA, Marie-France. 1977. *O Bacurau*. Dissertação de mestrado em Antropologia Social, UFRJ.
- \_\_\_\_\_. 1984. *Feira e trabalhadores rurais: As feiras do Brejo e do Agreste Paraibano*. Tese de Doutorado em Antropologia Social, UFRJ.
- \_\_\_\_\_. 1993. 'Espace du marché et mode de domination'. *Études Rurales*; 131-132 : 57-72.
- \_\_\_\_\_. 2010. "O segundo sexo do comércio: camponesas e negócio no Nordeste do Brasil". *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, nº19.
- GASPAR, Samantha dos Santos. 2012. "Gentrification: processo global, especificidades locais?." *Ponto Urbe*, Ano 4, agosto.
- GEERTZ, Clifford. 1979. "Suq: the bazaar economy in Sefrou." In: Clifford Geertz, Hildred Geertz & Lawrence Rosen (orgs.), *Meaning and order in Moroccan society – Three essays in cultural analysis*. Cambridge: Cambridge University Press. pp.123-310
- GELL, Alfred. 1998. *Art and Agency: an anthropological theory*. Oxford: University Press.
- \_\_\_\_\_. 1982. "The Market Wheel: Symbolic Aspects of an Indian Tribal Market". *Man*, New Series, Vol. 17, No. 3, Set: 470-491.
- GONÇALVES, J. R. S. 2003. "O patrimônio como categoria de pensamento". In: Regina Abreu e Mário Chagas (org.), *Memória e Patrimônio: ensaios contemporâneos*. Rio de Janeiro: DP&A.
- \_\_\_\_\_. 2007. *Antropologia dos Objetos: coleções, museus e patrimônios*. Rio de Janeiro: Coleção Museu Memória e Cidadania.
- \_\_\_\_\_. 2008. "A Crise do Patrimônio: da retórica da perda à reconstrução permanente". 32 *Encontro Anual da ANPOCS: Patrimônio, Memória e Sociedade: tendências e desafios*.
- HEIDEGGER, Martin. 1992. "Construir, habitar, pensar". In: Choay, Françoise (org.), *O Urbanismo*. São Paulo: Editora Perspectiva.
- LA PRADELLE, Michèle. 2006. *Market Day in Provence*. Chicago: University of Chicago.
- LEITÃO, Wilma Marques (org.). 2010. *Ver-o-Peso: estudos antropológicos no mercado de Belém*. Belém: UFPA.
- LEITE, Rogério Proença. 2004. *Contra-usos da cidade: lugares e espaço público na experiência urbana contemporânea*. Campinas: Ed. Unicamp.
- MALINOWSKI, Bronislaw; DE LA FUENTE, Julio. 1957 [1941]. "La Economía de un Sistema de Mercados en México - Un ensayo de Etnografía Contemporánea y Cambio Social en un Valle Mexicano." *Acta Anthropologica, Época 2*, Vol. 1, No. 2. México: Escuela Nacional de Antropología e Historia.
- MINTZ, Sydney W. 1961. "Standards of Value and Units of Measure in the Fond-des-Negres Market Place, Haiti". *The Journal of the Royal Anthropological Institute of Great Britain and Ireland*, vol. 91, No. 1: 23-38.
- \_\_\_\_\_. 1987. "Pratik: Haitian personal economic relationship". In: Potter, J., Diaz, M., Foster, G. (org.), *Peasant Society: a reader*. Berkeley, University of California; Boston, Little Brown and Co.
- \_\_\_\_\_. 1971. "Men, women and frade". *Comparative studies in society and history*, 13, 247-269.

- \_\_\_\_\_. 1982. "La utilization del capital por las vendedoras de mercado en Haiti". *América indígena*. 2, jul-set. México, Instituto Indigenista Interamericano.
- RABOSSI, Fernando. 2004. *Nas ruas da Cidade del Este: vidas e vendas num mercado de fronteira*. Tese de doutorado em Antropologia Social, UFRJ.
- SAHLINS, Marshall. 2003. *Cultura e razão prática*. Rio de Janeiro: Zahar.
- VEDANA, Viviane. 2008. *No Mercado tem tudo que a boca come*. Tese de doutorado em Antropologia, UFRGS.
- ZUKIN, Sharon. 2000a. Paisagens urbanas pós-modernas: mapeando cultura e poder. In: Arantes, Antonio A. (org.), *O espaço da diferença*. Campinas, Papirus.
- \_\_\_\_\_. 2000b. Paisagens do século XXI: notas sobre a mudança social e o espaço urbano. In: Arantes, Antonio A. (org.), *O espaço da diferença*. Campinas, Papirus.
- \_\_\_\_\_. 1989. *Loft living: cultural and capital in urban change*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- \_\_\_\_\_. 2008. "Consuming authenticity. From outpost s of difference to means of exclusion". *Cultural Studies* Vol. 22, No. 5 September.

## NOTAS

1. É atribuída a Ruth Grass (1964) a formulação do conceito *gentrification*, ao apontar as mudanças sociais e econômicas no mercado imobiliário de bairros operários londrinos. Leite aponta que o conceito *gentrification* pode ser traduzido como "enobrecimento", mas explica que "a tradução desse neologismo, derivado do inglês *gentry*, é ainda controversa nos estudos sobre o tema Brasil" (Leite 2004, p. 33 *apud* Gaspar, 2012, p.14).
2. O Cadeg foi nomeado por decreto pelo então Prefeito da cidade, Eduardo Paes. (Projeto de Lei número 1160/2011)
3. Benfica é um bairro próximo a São Cristóvão, zona norte do Rio de Janeiro.
4. "Projetado pelo arquiteto modernista Affonso Eduardo Reidy, em 1947, o Conjunto Residencial Prefeito Mendes de Moraes, conhecido como "Conjunto do Pedregulho", foi construído para abrigar funcionários públicos do então Distrito Federal. Este edifício compõe a face social da arquitetura de Reidy; a estética e os princípios defendidos por Le Corbusier se fazem sentir no projeto, no cuidado com as tecnologias aplicadas na construção, na economia de meios utilizados e nas preocupações funcionais estreitamente relacionadas às soluções formais: controle da luz e da ventilação e facilidade de circulação". Disponível em: <http://www.capacete.net/files/roteiro.pdf>. (Acesso: novembro, 2013)
5. Avenida Perimetral ou elevado da Perimetral, cuja construção foi iniciada nos anos 50, é um elevado que liga o bairro do Caju até a região da Praça XV, no centro da cidade do Rio de Janeiro. É interessante observar que em 2013 a Avenida Perimetral foi demolida pela Prefeitura do Rio de Janeiro, expressando também novos propósitos urbanísticos de revitalização do Centro da cidade.
6. Disponível em Portal Inepac: [http://www.inepac.rj.gov.br/modules.php?name=Guia&file=consulta\\_detalhe\\_bem&idbem=255](http://www.inepac.rj.gov.br/modules.php?name=Guia&file=consulta_detalhe_bem&idbem=255) (Acesso: 28 de outubro, 2013)
7. Projeto elaborado pelos arquitetos Claudio Toulois, Sérgio Magalhães e Flávio Ferreira, o qual fazia parte do plano de revitalização da Praça XV de Novembro.
8. Bispo católico, fundador da Conferência Nacional de Bispos, e indicado quatro vezes para o Prêmio Nobel da Paz. Ele participou da idealização da Cruzada, um movimento de criação de conjuntos habitacionais com o objetivo, entre outros, de cristianizar e também impedir o

crescimento de favelas. (Rabaça e Silva, 2012). Com os recursos obtidos com as vendas de terrenos do Mercado de São Sebastião, Dom Helder Câmara aspirava construir casas para remover os moradores das favelas, na tentativa de frear o crescimento das “favelização”, além de expandir a “cristianização”. (Rabaça e Silva, 2012)

9. Arquivos do Cadeg, Arquivo Nacional, Arquivo Geral da Cidade do Rio de Janeiro, Biblioteca Nacional e IPHAN.

10. Vale lembrar que o Mercado Municipal da Praça XV de Novembro carregava em seu nome o dia da proclamação da República no Brasil, que nomeava a praça onde era localizado.

11. A criação da Ceasa (Centrais de Abastecimento construídos na década de 70 pela ditadura militar), localizado em Irajá, zona norte do Rio de Janeiro também faz parte desse processo.

12. Respectivamente do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, (Iphan); Instituto Estadual do Patrimônio Cultural (Inepac) e Departamento Geral de Patrimônio Cultural (DGPC), relativos ao Rio de Janeiro.

13. Este mercado também está em processo de registro como “bem imaterial” pelo Iphan.

14. Cito os mercados do Estado do Rio de Janeiro por ser onde minha pesquisa foi situada.

15. Crítica de Luciana Froes referindo-se ao restaurante *Barsa*. Disponível em: <http://rioshow.oglobo.globo.com/estabelecimentos/criticas-profissionais/barsa-1647.aspx>. Acesso em: maio 2013.

16. A Ceasa-RJ é uma empresa vinculada à Secretaria de Estado de desenvolvimento regional, abastecimento e pesca. Localizado em Irajá, zona norte do Rio de Janeiro.

17. Os restaurantes e poucos comerciantes abriam aos domingos no período da pesquisa.

18. Garcia (1984) apontou em seu trabalho sobre as feiras do agreste paraibano a importância nessa divisão temporal nas vendas. No contexto estudado pela autora os dias de semana eram direcionados para a venda a atacado e os finais de semana para a venda a varejo.

19. Movimento, para eles, era uma clientela comprando constantemente. Quando o espaço de tempo entre um cliente e outro aumenta, está “acabando o movimento”.

20. “O 1º Festival Gastronômico do Mercado Municipal com Polo Benfica é patrocinado pelo Banco do Brasil e Casa Maranguape e tem o apoio da Caixa Econômica Federal, Associação Comercial do Rio de Janeiro, Sebrae, SindRio, Banco do Brasil e Prefeitura do Rio de Janeiro”. (Fonte: <http://www.todorio.com/rio/blog/2013/11/18/1-festival-gastronomico-do-cadeg>. Acesso: maio, 2014)

21. Disponível em: [www.cadeg.com.br/primeiro-festival-gastronomico-do-cadeg-e-polo-benfica-3](http://www.cadeg.com.br/primeiro-festival-gastronomico-do-cadeg-e-polo-benfica-3) (Acesso: maio, 2014)

22. Todas as revistas do Cadeg estão disponíveis no portal do Cadeg: [www.cadeg.com.br](http://www.cadeg.com.br). (Acesso: setembro, 2014)

23. Informações do site [superchefs.com.br/noticias/festival-mesa-santa-o-encontro-de-peixes-e-vinhos](http://superchefs.com.br/noticias/festival-mesa-santa-o-encontro-de-peixes-e-vinhos). (Acesso: maio, 2014)

24. Decreto 31.473/09

25. Fonte: Portal Polos do Rio.

26. Sobre a revitalização da zona portuária, seus impactos e conflitos, ver Guimarães (2014).

27. A Quinta da Boa Vista, localizada em São Cristóvão, abrigou o Palácio Real ou Paço Real que foi residência da família real de 1808 a 1821 e com a proclamação da independência, em 1822, passou a se chamar Paço Imperial até 1889.

---

AUTOR

**NINA PINHEIRO BITAR**

Doutora

PPGSA/UFRJ

nina.bitar@gmail.com