

VII CINCCI

VII Colóquio internacional
sobre Comércio e Cidade

Fortaleza, 03 a 07 de Novembro de 2020

Madureira: trajetória identitária como lugar do consumo

Madureira: identity trajectory as a place of consumption

Madureira: trayectoria de identidad como lugar de consumo

ROCHA, Josielle; Dr^a; Centro Universitário UNIFAMINAS (UNIFAMINAS)
josiellecintia@yahoo.com.br

COSTA, Maria de Lourdes; Dr^a; Universidade Federal Fluminense (PPGAU-UFF)
mariadelourdespmcosta@gmail.com

LOPES, Ricardo; Dr.; Universidade Federal de Juiz de Fora (FAU-UFJF)
ricardof.lopes@yahoo.com.br

Resumo

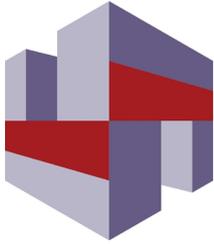
Este artigo apresenta a trajetória histórica de Madureira, bairro tradicional localizado na Zona Norte da cidade do Rio de Janeiro, Brasil, com ênfase na relação simbiótica entre comércio, centralidade e sociedade. Conforme referências consultadas na área da História e Geografia urbana, a vocação comercial do bairro tem suas origens em meados do século XX, caracterizando-o como uma importante subcentralidade. Entretanto, a investigação histórica realizada revela que a relação identitária entre o lugar e o consumo se consolida de período anterior. A metodologia empregada abarca uma revisão teórico-histórica, bem como um levantamento empírico realizado no bairro. Verifica-se que a forte presença do comércio informal foi, historicamente, incorporada na vida cotidiana, permeando a vocação comercial com os usos / apropriações dos seus espaços urbanos.

Palavras-chave: Identidade. Comércio. Madureira (RJ).

Madureira: identity trajectory as a place of consumption

Abstract

This paper aims to present the historical trajectory of Madureira, a traditional neighborhood located in the North Zone of the city of Rio de Janeiro, Brazil, with an emphasis on the symbiotic relationship between commerce, centrality, and society. According to several authors from History and Urban Geography, the commercial vocation of the neighborhood has its origins in the mid-twentieth century, characterizing it as an important subcentrality. However, the historical investigation carried out reveals that the identity relationship between place and consumption .



VII CINCCI

VII Colóquio internacional
sobre Comércio e Cidade

Fortaleza, 03 a 07 de Novembro de 2020

consolidates from a previous period. The methodology employed includes a theoretical-historical review, as well as an empirical survey carried out in the neighborhood. It verifies that the strong presence of informal commerce has historically been incorporated into everyday life, propagating the commercial vocation with the uses/appropriations of its urban spaces.

Keywords: Identity. Commerce. Madureira (RJ).

Madureira: trayectoria de identidad como lugar de consumo

Resumen

Este artículo presenta la trayectoria histórica de Madureira, un barrio tradicional ubicado en la Zona Norte de la ciudad de Río de Janeiro, Brasil, con énfasis en la relación simbiótica entre comercio, centralidad y sociedad. Según las referencias consultadas en el área de Historia y Geografía Urbana, la vocación comercial del barrio tiene sus orígenes a mediados del siglo XX, caracterizándola como una importante subcentralidad. Sin embargo, la investigación histórica realizada revela que la relación de identidad entre lugar y consumo se consolida en un período anterior. La metodología empleada incluye una revisión teórico-histórica, así como un levantamiento empírico realizado en el barrio. Resulta que la fuerte presencia del comercio informal se ha incorporado históricamente a la vida cotidiana, propagando la vocación comercial con los usos/apropiaciones de sus espacios urbanos.

Palabras clave: Identidad. Comercio. Madureira (RJ).

1 Introdução

Estudar os espaços dos bairros e de outros setores urbanos significa constatar suas formações, transformações e, em especial, as formas de apropriação desses espaços na cidade. Neste sentido, torna-se indispensável desvendar suas histórias e entender a formação do todo e das partes de seus lugares, carregados de marcos simbólicos, patrimônios construídos, memórias e identidades.

O presente trabalho¹ tem por propósito apresentar a trajetória histórica de Madureira, bairro tradicional localizado na Zona Norte da cidade do Rio de Janeiro-RJ, com ênfase na relação simbiótica entre comércio, cidade e sociedade. Tal trajetória foi reconstruída com a finalidade de recuperar seu percurso, desde sua formação, passando por transformações, como a centralidade urbana e as representações socioculturais marcantes que foram se configurando e ainda sendo evidenciadas hoje pela presença do comércio informal nos espaços públicos.

O que tem se discutido nos âmbitos da História e da Geografia Urbana sobre a cidade do Rio de Janeiro (BERNARDES, 1990; CORRÊA, 1997; VILLAÇA, 2001; ABREU, 2006) é que a forte vocação comercial de Madureira tem suas origens em meados do século XX, quando muitas residências foram transformadas em pontos comerciais, consolidando os espaços terciários formais e caracterizando o bairro como uma importante subcentralidade na cidade. No entanto, apesar das considerações de tais referências, defende-se que a relação entre o lugar e o consumo e a sua importância para a cidade tem origem em período anterior.

Durante a pesquisa histórica constatou-se que são escassas obras que apresentam tal problemática, tornando importante a realização da presente investigação. Deste modo, o objetivo geral deste artigo é investigar a trajetória de vocação de Madureira enquanto lugar do consumo e sua relação na identidade do bairro. Apresentam-se como objetivos específicos: (a) examinar os conceitos de identidade e de centralidade, no âmbito comercial; (b) apurar a gênese histórica do bairro de Madureira, de forma a compreender a relação entre o comércio e a identidade do lugar; (c) identificar os aspectos peculiares do comércio e as evidências dessa relação com a identidade e a cultura local na contemporaneidade.

Para alcançar os objetivos traçados a metodologia empregada nesta pesquisa abarca uma revisão teórico-histórica e, por fim, um levantamento empírico realizado na área-objeto de estudo. O propósito foi permear a interação entre o comércio e as transformações urbanas e os efeitos verificados na vida cotidiana local. Isto subentende a descrição da realidade sofrida no bairro de Madureira, de forma a caracterizar o uso/apropriação dos seus espaços, explorando as relações e manifestações existentes. Com a metodologia delineada foi possível coletar múltiplos dados que permitiram o levantamento dos pressupostos da pesquisa e a compreensão do consumo e de suas práticas identitárias.

1

2 Aporte Teórico: A identidade e a centralidade de Madureira

Percebe-se que várias ciências, humanas e sociais, exploraram o tema identidade. O antropólogo Lévi-Strauss (1957) evidencia a influência do espaço na afirmação da identidade, assim como, a necessidade da interação entre memória e espaço para possibilitar tal afirmação. Os objetos e o espaço funcionam como elementos ativadores deste processo de construção e reafirmação de identidades. Assim, os objetos, aqui, entendidos como edificações, participam na constituição da identidade no momento em que a memória dos indivíduos é acionada, isto acontece seja como forma de orientação no espaço, ou para lembrar fatos que ocorreram naquele espaço, o que lhes confere uma sensação de pertencimento.

No campo da Geografia, encontra-se um posicionamento que corrobora com tal apreciação, sendo o foco de análise a identidade dos lugares e sua influência na formação de consciências individuais e coletivas. Para Bossé (in CORRÊA; ROSENDHAL, 2004, p. 158) estes pesquisadores observam “como as pessoas, sujeitos e agentes geográficos recebem e percebem, constroem e reivindicam identidades cristalizadas em suas representações e em suas interpretações dos lugares e das relações espaciais”. Com o desenvolvimento das correntes humanistas dentro da Geografia, a partir de 1970, o tema ganha uma nova dimensão conceitual: o “sentido de lugar”. O lugar é considerado, pois, como suporte essencial da identidade, ele influencia de forma subjetiva e/ou objetiva em sua construção.

Por outro lado, a construção de identidades não deve ser associada à simples manutenção da memória ou ainda ao senso de lugar, pois, quando os conhecimentos e valores culturais são lembrados no presente para uma reelaboração, se deparam com transformações que contribuem ou não para a afirmação da identidade dos indivíduos. Para Bauman (2005, p. 35) as identidades estão livres e cabe a cada um capturar aquela que lhe convém, conferindo-lhe segurança e pertencimento. Portanto, as experiências urbanas decorrentes da dinâmica da sociedade sobre o espaço concedem também aos indivíduos a possibilidade de escolhas, i.e., o surgimento de “novas identidades”. Assim, a identidade depende do contexto social, pois fornece condições para variadas alternativas de identidade.

A construção da identidade se dá, ainda, por meio das relações entre os indivíduos num determinado tempo e espaço. Nota-se que os indivíduos, enquanto sujeitos, percebem, constroem e reivindicam identidades em suas interpretações dos lugares durante as relações sociais. Neste sentido, estas relações acontecem em lugares onde se processam a vida cotidiana, que se tornam local de coesão para determinado grupo social. Considera-se, portanto, o espaço citadino como sendo aquele que é suporte da vida cotidiana, aquele que é produto das relações sociais.

No âmbito dos estudos urbanos, Muñoz (2008) aponta o distanciamento entre identidade e o processo de urbanização atual. Segundo o autor, essa segregação está no fato da urbanização atual ser resultante de uma produção globalizada, que se mostra sob a forma de uma dinâmica tão atuante que se pode falar na existência de um sistema de produção de nova paisagem. Tal sistema tem por objetivo a produção de morfologias e ambientes urbanos paradoxalmente sem temporalidades nem espacialidades reais, apenas simuladas ou clonadas.

Com efeito, nota-se que existem diversos debates teóricos sobre o termo identidade no campo das ciências humanas e sociais, que corresponde a diferentes

maneiras de entender este conceito. Considera-se a identidade, portanto, como expressão do sentimento de pertencimento do grupo social, como meio de promover a segurança ao indivíduo, ao estar entre indivíduos que se reconhecem como semelhantes em um espaço considerado familiar. O presente objeto de estudo revela tais valores identitários. Em Madureira esta relação favorece o estabelecimento de vínculos, de trocas e de coesão, indo, portanto, muito além das atividades econômicas.

No que se refere às atividades econômicas, o bairro é notadamente referenciado como um subcentro de grande expressão para a cidade do Rio de Janeiro e Baixada Fluminense. Assim, antes de se averiguar a construção da centralidade de Madureira é importante apresentar, tanto antecedentes, quanto movimentos sociais mais recentes, ao longo desta análise.

Vale lembrar que a constituição de uma nova expressão de centralidade em uma cidade, outrora efetivada em torno de um único núcleo, se redefine pela (re)constituição de um novo arranjo e novas formas de articulações e interações entre os diferentes lugares da cidade. No Rio de Janeiro, esta centralidade passou de monocêntrica à poli(multi)nucleada, segundo Oliveira Júnior (2008). O autor observa que no processo para a multicentralidade ocorre uma articulação de duas dinâmicas econômica-territoriais: a descentralização territorial dos estabelecimentos comerciais e de serviços e a recentralização dessas atividades” (ibid., p. 76). A par desta centralidade multicêntrica, face a emergência de outros “centros”, o principal e cada um destes novos centros desempenham um determinado papel de concentricidade. Em decorrência, a descentralização de atividades corresponde à criação e consolidação de expressões dessa centralidade na estrutura urbana.

Para compreender como ocorreu a centralidade em Madureira, vale perpassar as fases pelas quais alcançou o seu desenvolvimento, estruturação territorial e os avanços na distribuição de bens, comércio e serviços, com destaque para as décadas de 1940, 1950 e 1960. Devido a expansão das cidades, emergiu a necessidade de uma reestruturação intraurbana na organização espacial das atividades econômicas cujo resultado imediato foi o desenvolvimento de novas centralidades, dentro do modelo “centro-periferia”. No debate que se refere aos processos de organização espacial da cidade, alguns autores apresentam importante contribuição (SPÓSITO, 1991; CORRÊA, 1997; VILLAÇA, 2001), principalmente no que se refere ao surgimento de subcentros, como concentração de atividades antes exclusivas dos centros tradicionais das cidades.

Para Spósito (1991) os subcentros são áreas de concentração das mesmas atividades do centro tradicional principal das cidades, no entanto, com menos atividades especializadas, com uma localização, em sua maioria, distante do centro. Segundo Corrêa (1997), um dos processos de reorganização do espaço se refere à diminuição do grau de centralização do centro tradicional das cidades, resultando em um processo de descentralização e formação de subcentros comerciais, que são identificados por constituírem áreas de concentração de trocas e circulação de mercadorias e dinheiro. Neste contexto, Villaça (2001) aponta o surgimento de subcentros, enquanto novas centralidades, em cidades como Rio de Janeiro, São Paulo, Porto Alegre e Belo Horizonte, ao tentar identificar a época em que alguns centros de bairros passaram a apresentar estabelecimentos de comércio e serviços, com índices significativos de quantidade, porte e variedade. Segundo o autor, Madureira, a partir da década de 1940, que em consequência da organização

espacial vinculada à multiplicação dessas novas áreas com expressivas atividades comerciais, de serviços e fluxo, passa a se identificar como uma centralidade.

O surgimento e multiplicação dessas novas centralidades nas cidades são provocados pelo processo de descentralização vinculado a um sistema de organização da estrutura urbana aos moldes do capitalismo. Portanto, o conceito de centralidade é normalmente apresentado com base em índices econômicos, tais como concentração de estabelecimentos comerciais, serviços, empregos e ou arrecadação de tributos. Porém, alguns autores contemporâneos contradizem tal classificação com base econômica apenas. Segundo Serpa (2011, p. 101) a formação de novas centralidades tem um rebatimento na forma urbana, que é mais amplo que a simples acumulação de capital, pois esta, por sua vez, tem “caráter cumulativo” a partir de conteúdos diversos (modos de vida, situações diversas, rupturas do cotidiano etc). Desta forma, o autor aponta que as centralidades estão baseadas “nas formas de reprodução da vida, no valor de uso e na apropriação, de qualidades e conteúdos diversos dos das localidades centrais” (ibid). Trata-se, portanto, de um “processo lento e cotidiano de apropriação espacial e se traduzem em formas urbanas com forte identificação com os habitantes dos bairros populares” (ibid, p. 103).

Notadamente, consegue-se fazer uma leitura do ambiente urbano correspondente a Madureira sob a perspectiva apresentada por Serpa (2011). Madureira se estabeleceu enquanto uma centralidade urbana, a partir da concentração de práticas econômicas do setor terciário, enquanto uma alternativa de acesso mais próximo das áreas suburbanas ao comércio, se comparado ao centro tradicional da cidade. Entretanto, no decorrer da pesquisa, descobriu-se que tal característica comercial do bairro remota de período anterior à própria divisão administrativa da cidade, assim detalhado na seção a seguir.

3 Aspectos históricos: o desenvolvimento do comércio de Madureira

O processo de expansão do tecido urbano da cidade do Rio de Janeiro tem estreita relação com a implantação do sistema ferroviário bem como a instalação gradual das estações de embarque e desembarque. Vários bairros da região ao Norte e suburbana da cidade surgiram a partir de um pequeno núcleo formado com o início das operações nas estações ferroviárias. Como consequência desse processo, a ocupação dessas áreas caracterizou-se com uma forma linear ao longo da ferrovia, com maior concentração em torno das estações. A partir de pequenos núcleos formados ao redor das estações, ruas foram abertas de maneira a expandir esses agrupamentos. Segundo Abreu (2006), se deve a esse processo de ocupação, o fato de os centros desses bairros situarem exatamente ao redor das estações ferroviárias. Gradativamente, ruas perpendiculares ao eixo ferroviário foram abertas e direcionando a ocupação até se deparar com o mesmo processo iniciado na estação vizinha.

Madureira, assim como outros bairros suburbanos, teve seu desenvolvimento atrelado à implantação das estradas férreas e de suas respectivas estações. O bairro foi contemplado por duas estradas ferroviárias, fato que foi determinante para a configuração morfológica do território, assim dividido em três partes (Fig. 1).

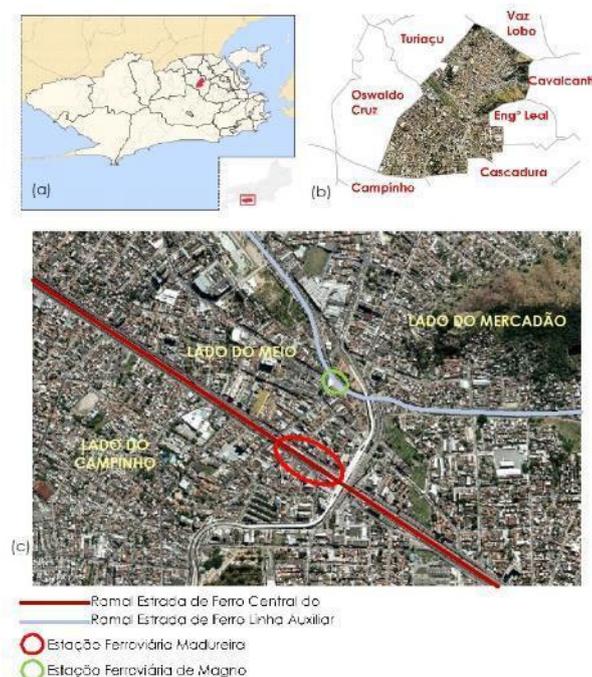


Figura 1: Mapas: (a) Localização do bairro de Madureira na cidade do Rio de Janeiro (em vermelho); (b) Madureira e seus bairros limites; e (c) Centro do bairro de Madureira

Fonte: Adaptado de PCRJ, Portal GeoRio. Disponível em: http://portalgeo.rio.rj.gov.br/mapa_digital_rio Acesso em 15 maio 2018.

A primeira estação foi inaugurada em 1890, quando o primeiro ramal ferroviário, a Estrada de Ferro D. Pedro II (Estrada de Ferro Central do Brasil), passou a cortar as terras da antiga fazenda dos Madureira. Tal estrada se torna um importante meio de transporte de animal para abate negociado nessa parada, além dos produtos hortifrutigranjeiros produzidos por imigrantes portugueses das antigas fazendas do Portela e Campinho.

O núcleo comercial de Madureira, em fins do século XIX, possuía um comércio importante de capim, produzido no Rio das Pedras – região entre Turiaçu e Barros Filho - e carvão fabricado no sopé da Serra da Misericórdia pelos imigrantes italianos. O segundo ramal ferroviário, Estrada de Ferro Melhoramentos do Brasil (Linha Auxiliar), se torna elemento importante no desenvolvimento da praça comercial de Madureira, com a inauguração da Estação de Magno, em 1898, à medida que passa a receber parte da produção da baixada de Irajá e a ser lugar de desembarque do gado proveniente do Vale do Paraíba a caminho do Matadouro da Penha (ibid.).

A partir de então, Madureira teve um extraordinário desenvolvimento, no qual Bernardes (1990) aponta alguns aspectos fundamentais para o desenvolvimento do bairro. Primeiramente, a sua localização limítrofe a uma zona densamente povoada com outra em plena expansão sem serviços para atender ao incremento populacional em processo. O segundo aspecto se refere a sua situação geográfica, i.e., o bairro está em uma área de estrangulamento do relevo (entre os morros de Inácio Dias e Juramento), onde passam dois ramais ferroviários com suas

Reis, Parati e até a Capitania de São Paulo, incrementando suas movimentações comerciais e aumentando o fluxo de mercadorias.

Na segunda metade do século XVIII, após a redistribuição de terras antes pertencentes aos Jesuítas e o surgimento de fazendas produtoras de alimentos agrícolas e animais, o entroncamento do Campinho se consolida como mercado atacadista de gêneros e produtos (ibid, p. 26). No final do século XVIII “surge em Campinho uma elite de comerciantes locais que serão os precursores da classe detentora do espírito animador da vida comercial de Madureira” (ibid., p. 27).

O século XIX foi marcante na história comercial da região, passando de praça comercial atacadista, para também comercializar alimentos e manufaturas no varejo. O incremento no mercado atacadista e, a partir dessa altura, varejista, se deu por dois motivos: (i) em um primeiro momento com grande valorização da praça de comércio do Campinho, a partir da presença em suas hospedarias de pessoas da corte a caminho da residência de veraneio Fazenda Real de Santa Cruz de D. João VI, e; (ii) posteriormente, a construção do Forte de Nossa Senhora da Glória, por Pedro I, no período pós Independência, como uma estratégia de proteção das rotas comerciais (ibid. p. 29). Se, por um lado, Campinho se estabeleceu como praça comercial a partir do entroncamento de dois caminhos importantes para as rotas a cavalo, por outro, a consolidação de Madureira como núcleo de comércio está vinculada às estradas de ferro implantadas no século XIX.

No início do século seguinte, a instalação da linha de transmissão Usina Hidrelétrica de Fonte/subestação de Cascadura, consolida o processo de eletrificação da cidade e torna-se determinante para a formação do Mercado de Madureira. Na área sob a linha de transmissão, devido ao perigo de acidentes nas torres e fios de alta tensão, o uso desse corredor era muito restrito. Diante de tantas restrições, a empresa de eletrificação Light, com o objetivo de promover algum uso a essa área, desmembra aproximadamente cinco quilômetros de extensão e as distribui entre imigrantes portugueses. Esse corredor torna-se, portanto, uma grande área produtora de leguminosas, verduras e ervas medicinais que, passaram a ser enviadas por trem ao Mercado Municipal da Praça XV do centro da cidade e a ser vendidas na feira livre próxima à estação de Magno, tornando-a importante ponto de distribuição.

Na década de 1910, a praça comercial de Madureira recebe dois importantes incentivos de desenvolvimento: (i) a concessão para instalação de um mercado varejista⁴ de barracas permanentes no lugar sob as atuais alças de acesso do Viaduto Negrão de Lima; (ii) a autorização de funcionamento de feiras e mercados livres durante a semana, estimulando, assim, a produção agrícola. Essa, por sua vez, se vê obrigada a mudar de lugar em 1916, devido à duplicação da estrada de ferro Linha Auxiliar e conseqüente remanejamento da linha de transmissão elétrica. A feira de Magno sai das proximidades da estação e se instala em uma área livre entre as estradas do Portela e a Marechal Rangel⁵, onde, atualmente, funciona o Mercado de Madureira. Entretanto, o mercado somente ganha instalações

⁴ Em 1914, o prefeito Bento Ribeiro concede uma série de licenças para instalação de pequenos mercados varejistas nos bairros, como uma política de ampliação do abastecimento na cidade (MARTINS, Op. cit.).

⁵ Atual Avenida Ministro Edgard Romero.

apropriadas, dotadas de cobertura e boxes em 1929⁶, incentivando o surgimento de novos estabelecimentos comerciais e pequenos ambulantes ao redor, conferindo ao Mercado de Madureira a posição de maior centro distribuidor de alimentos do subúrbio (ibid., p. 47-52) (Fig. 3).



Figura 3: Barracas e ambulantes comercializando produtos hortifrutigranjeiros nas proximidades do Mercado de Madureira nos anos 1930.

Fonte: *Revista Rio Ilustrado*, 1937.

Segundo notícias publicadas na Revista Rio Ilustrado em 1937, o populoso e emergente bairro de Madureira dispunha de instalações comerciais de fino padrão e passava por crescente valorização imobiliária e grandes mudanças urbanas, como a construção da nova Estação Ferroviária do Ramal da Central do Brasil e a nova saída do viaduto, sobrados para instalação de escritórios, lojas comerciais e um Cine Teatro para três mil espectadores. Nesta altura, o bairro experimentou grande desenvolvimento, atraindo também a atenção de estabelecimentos financeiros, como o Banco do Brasil, em 1936 (*A BOÊMIA*, 1937). As décadas de 1930 até 1960 foram marcantes no desenvolvimento comercial do bairro, principalmente devido a atuação de comerciantes que tinham atividades diversas, desde estabelecimentos atacadistas, imóveis, e ainda, atuavam na construção civil e filantropia, chamados naquela época de “capitalistas”.

Em se tratando da origem da característica do bairro como polo comercial, o comércio informal está presente desde as primeiras barracas de hortifrutigranjeiros, que eram instaladas pelas ruas próximas às feiras autorizadas. O bairro também é reconhecido pela variedade de ambulantes concentrados em alguns setores ou dispersos pelas ruas e passarelas que, em grande parte, tem suas mercadorias repostas no próprio bairro. Assim, os produtos vendidos no Mercado em atacado, acabam por ser distribuídos por meio desses atores, os quais há muitas décadas fazem parte da identidade do lugar (Fig. 4).

⁶ O prefeito Prado Júnior ao identificar o intenso desenvolvimento do comércio da feira próxima a Estação de Magno promove a instalação de um grande galpão para abrigar os feirantes (MARTINS, Op cit., p. 52).



Figura 4: Comércio efervescente e barracas dispostas ao longo da Av. Ministro Edgard Romero em dezembro de 1972, véspera de Natal.

Fonte: Sistema de Informação do Arquivo Nacional. Disponível em: <<http://sian.an.gov.br>>. Acesso em 20 fev. 2019.

A centralidade de Madureira dispõe de diversas tipologias de comércio, desde a pequena loja de única porta, passando pelo grande magazine que faz parte de uma rede internacional com frente para a rua, até aquelas concentradas nas antigas galerias comerciais com suas ruas internas ou no *shopping center* e convivem com as salas comerciais⁷. Todo esse variado comércio formal convive há mais de um século com o comércio informal que é praticado pelas calçadas, pelas passarelas ou até mesmo pelo viaduto.

4 Discussão

O bairro de Madureira possui em sua história uma longa relação com o comércio, que vai além das lojas ou dos mercados, ocupa também os espaços

⁷ Madureira ocupa a 7ª colocação em número de imóveis de comércios e serviços, ficando atrás de: 1º-Centro; 2º-Barra da Tijuca; 3º-Copacabana; 4º-Tijuca; 5º-Campo Grande; 6º-Ipanema. Fonte: Página virtual da PCRJ. Disponível em: <<http://pcrj.maps.arcgis.com/apps/MapJournal/index.html?appid=9843cc37b0544b55bd5625e96411b0ee>>. Acesso em: 13 fev. 2019.

públicos. Com efeito, o comércio que extrapola os espaços das lojas e mercados passa a ocupar as calçadas e ruas do bairro de forma a imprimir sua presença na própria paisagem do lugar. Inicialmente, a ocupação do espaço público por ambulantes se referia a necessidade de negociar produtos cultivados na própria região, conforme explicitado anteriormente. Contudo, com o passar do tempo e desenvolvimento do bairro, os ambulantes diversificaram os produtos comercializados de tal maneira que, atualmente, é possível encontrar uma grande variedade de mercadorias, desde alimentos *in natura* à vestuário, reforçando a ideia de “reinvenção” do lugar ([OMITIDO PARA A REVISÃO CEGA], 2019).

Segundo levantamento empírico realizado foi identificado no bairro uma complexa rede de mercado popular e informal que ocupa várias áreas do centro, nas seguintes situações: (a) de forma organizada e padronizada em locais cobertos; (b) em aglomerado de barracas organizadas e padronizada em locais descobertos; (c) em barracas padronizadas, mas não organizadas; (d) concentração de ambulantes de forma muito improvisada, sem barraca, cobertura e até sem bandeja.

Ao observar os pedestres, verificou-se que eles não se incomodam em perder trechos das calçadas, rampas, escadas e passarelas para os ambulantes. Pelo contrário, aproveitam para fazer compras rápidas de miudezas diversas, biscoitos, refrigerantes e água. Nesta perspectiva, acredita-se que essa presença de ambulantes organizados e padronizados ou não, ainda que já sabida a necessidade de produção de renda por estes grupos sociais, reforçam a condição de Madureira como lugar de comércio e de centralidade com elementos identitários peculiares (Fig. 5).



Figura 5: Avenida Ministro Edgar Romero: diversidade de atividades e grande fluxo de pessoas.

Fonte: os autores, 02 nov. 2015.

O fenômeno observado revela o significado cultural do consumo na construção identitária. A centralidade incorpora certas práticas cotidianas, que ainda remontam as origens do bairro, contradizendo a versão de historiadores e geógrafos que

relacionam ao período de crescimento comercial formal. Percebe-se que em Madureira acontecem certas práticas resultantes das atividades comerciais formais ou informais, não apenas econômicas, mas aquelas relacionadas à troca de ideias, às experiências e às relações pessoais, as quais constituem a sua vida pública.

5 Considerações Finais

Constatou-se que a centralidade de Madureira se configurou a partir de um longo processo, com fortes manifestações no espaço de apropriações pelo comércio formal e, talvez até mais significativo: o informal. Após aprofundamento da pesquisa historiográfica do bairro, localizou-se fatos e dados que levaram a rever a constituição de sua identidade. Com efeito, desde os períodos remotos das rotas comerciais do século XVII quando se fundou nessa área um ponto de parada e hospedagem para os viajantes, que se consolidou como mercado atacadista de produtos das fazendas da região no século seguinte. Aponta-se que, nessa altura surge, de fato, uma classe de comerciantes nessa localidade limítrofe do Campinho, que vem a dar origem a vida comercial de Madureira. A partir desse momento, há uma expansão das atividades terciárias no bairro, por grande período, atreladas à existência de grandes áreas produtoras de gêneros agrícolas e de animais, e com o passar do tempo, foram desvinculando e diversificando.

Esse tipo de apropriação do espaço decorrente da atuação do comércio informal pelas ruas, esquinas, passarelas, ou nas próprias estações ferroviárias, se traduzem em formas urbanas reconhecidas pela população não apenas do bairro, mas de toda a redondeza. Encontrou-se diversas práticas autênticas exercidas pela população, que se apresentam como reflexo genuíno de suas necessidades cotidianas. Estas se mostram como uma forma de manifestação cultural, enquanto expressão de seu próprio modo de vida, alimentadora de uma dinâmica urbana característica do lugar. Tais formas urbanas contribuem de maneira elementar na constituição da identidade do lugar, associada à diversidade de comércio formal e prestação de serviços. Assim, atesta-se que Madureira é um centro de referência comercial popular e identitário na cidade do Rio de Janeiro.

6 Referências

“A BOÊMIA de outrora em Madureira”. **Revista Rio Ilustrado**, 1937. Disponível em: <<https://www.bn.gov.br>>. Acesso em 20 fev. 2019.

ABREU, M. **A evolução urbana do Rio de Janeiro**. 4. ed. Rio de Janeiro: IPP, 2006.

BAUMAN, Z. **Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi**, tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

BERNARDES, L. **Rio de Janeiro: cidade e região**. Rio de Janeiro: Secretaria Municipal de Cultura; Departamento Geral de Doc. e Inf. Cultural, 1990.

BOSSÉ, M. As questões de identidade em Geografia cultural – algumas concepções contemporâneas. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. (orgs.). **Paisagens, textos e identidade**. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2004, p. 157-179.

CÔRREA, R. **Trajetórias geográficas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.

LÉVI-STRAUSS, C. **Tristes Trópicos**. São Paulo: Anhembi, 1957.

MARTINS, R. **Mercadão de Madureira**: caminhos de comércio. Rio de Janeiro: Editora do Condomínio do Entrepósito Mercado do Rio de Janeiro, 2009.

MUNÓZ, F. **Urbanización: paisajes comunes, lugares globales**. Barcelona: Gustavo Gili, 2008

OLIVEIRA JÚNIOR, G. **Novas expressões de centralidade e (Re)produção do espaço urbano em cidades médias**: o Jequitibá Plaza Shopping em Itabuna-BA. Dissertação (Mestrado em Geografia); Brasília: UNB, 2008.

[OMITIDO PARA A REVISÃO CEGA], 2019.

SERPA, A. Lugar e centralidade em um contexto metropolitano. In: CARLOS, A.; SOUZA, M.; SPOSITO, M. (org.). **A produção do espaço urbano**: agentes e processos, escalas e desafios. São Paulo: Contexto, 2011.

SPÓSITO, M. O centro e as formas de expressão da centralidade urbana. **Revista de Geografia**, São Paulo, v. 10, p. 1-18, 1991.

VILLAÇA, F. **Espaço intra-urbano no Brasil**. São Paulo: Studio Nobel; FAPESP; Lincoln Institute, 2001.