

A inserção da cultura na rota turística do Rio de Janeiro: O caso do Centro Luiz Gonzaga De Tradições Nordestinas.

Grupo de Trabajo N°03: Produção, consumos culturais e Média

Rafaela de Souza Ribeiro

Doutoranda no Programa de Pós-graduação em Serviço Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGSS/ UERJ) e Professora da Escola de Serviço Social da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (ESS/UNIRIO).

Resumo:

O Centro Luiz Gonzaga De Tradições Nordestinas vem conquistando importância no cenário urbano, principalmente por delinear características próprias, como a de representar uma cultura específica, a nordestina, num espaço tão diferenciado como a cidade do Rio de Janeiro. A *cultura popular* representada pelos feirantes nordestinos, através de um amplo material que vai da literatura de cordel à comida e música típicas, parece assumir novos significados tanto para os feirantes, como para os organizadores da feira, representantes do poder público e transeuntes. De outra maneira, tomadas unilateralmente a partir de uma visão mercadológica a cultura nordestina parece representar apenas a lembrança de um passado recente, cujas formas de viver e se reproduzir são consideradas ultrapassadas e, portanto, que devem ser abolidas.

Palavras-chave: Cultura, turismo, mercadoria.

Introdução

Os estudos desenvolvidos se pautaram assim, numa pesquisa sobre a tradicional feira de São Cristóvão e na importância de pensar a inserção histórico-cultural dessa feira na cidade do Rio de Janeiro e, em especial do bairro do mesmo nome, levando-se em consideração a mutação que sofreu em sua forma e conteúdo “em nome do progresso”. A pesquisa foi iniciada no curso de mestrado e, está sendo aprofundada com o desenvolvimento da tese de doutoramento no Programa de Pós-graduação em Serviço Social da UERJ.

Uma aproximação inicial ao problema demonstrou a existência de uma produção significativa na área, na qual foi possível identificar: de um lado, uma persistente resistência dos atores do mercado a permanecer no lugar; de outro um assédio constante e permanente dos planejadores da cidade e da iniciativa privada, quer para absorvê-lo por dentro de formas modernas de comércio, quer para subtraí-lo da paisagem do bairro e dar lugar a outras formas de vida e convivência.

Ora, isso indica no sentido de uma disputa pelo espaço, historicamente marcada por conflitos e negociações tanto internas aos interesses do primeiro grupo na manutenção desse comércio, como externas a estes, os quais têm visto a referida feira como uma forma de comércio ultrapassada e incômoda aos novos padrões de modernização que devem pautar os costumes e a arquitetura da cidade.

Refletindo sobre essas duas maneiras de viver o problema e tomando como referência algumas reflexões acumuladas na área do urbano sobre as mutações da cidade do Rio de Janeiro e, em especial do bairro de São Cristóvão a partir dos inícios do século XX, partimos do seguinte problema: Por que uma forma de comércio como a modelada na Feira de São Cristóvão, popularmente conhecida como *feira dos paraibas* sobrevive à força das mudanças operadas no ramo que deram lugar aos sofisticados Shopping-Centers?

Empiricamente, é possível dizer que a proliferação de formas heterogêneas de comércio no espaço da urbe a partir do século XIX, expressam uma combinação contraditória entre dinâmicas de tempos históricos diferentes onde se podem observar vestígios de sobrevivência e permanência de modos de vida já ultrapassados. Imbricados entre si, esses vestígios parecem revelar uma presença de relações econômicas, sociais, políticas e culturais que, estabelecendo relações espaço-temporais, persistem, inscrevendo-se de modo subalterno na moderna cidade do Rio de Janeiro e no bairro de São Cristóvão.

Essas observações encontram eco em uma certa observação de Santos (2001) que fala da estruturação do lugar como um processo capaz de combinar movimentos e interações no campo da história sem perder o fio das determinações econômicas e culturais. Isso parece dizer que o papel do lugar pode fugir as dimensões do regional, do nacional e do global, para se conformar a partir de relações que se definem também *entre* essas diferentes dimensões, conferindo ao lugar e aos processos que aí se desenvolvem uma feição singular, embora ambígua.

A reflexão de Santos incide sobre o local enquanto território, mas ela pode ser ponderavelmente utilizada para pensar o papel do Mercado em questão, em sua gênese e desenvolvimento, na medida em que, na sua forma sobrevivem modos de vida que, explicados na inter-relação entre as regiões nordeste e sudeste, diferem, de uma e de outra, modelando-se aos papéis econômicos e culturais próprios ao território do Rio de Janeiro.

Essa forma de comércio popular, que ganha expressão no início do século XIX vem fazendo parte da cena urbana do Rio de Janeiro, mantendo-se através da história como forma de sobrevivência de culturas que permanecem, de alguma maneira, no bojo de uma sociedade que vive a era da modernização e, da cibernética onde o espaço toma formas e é moldado de acordo com a lógica do capital e com o seu processo de produção, circulação e consumo das mercadorias.

Para pensarmos a diferenciação de uso dos espaços, vale destacar o estudo de Oliveira (2002), sobre os diferentes sentidos que a cidade assume desde sua fundação. Esses sentidos podem assumir a função de grupamento, proteção e interdição.

Para esse autor, a Reforma urbana – e a modernidade que lhe é inerente – não resulta da reivindicação e da luta da população da cidade para a melhoria de suas condições, mas se impõe como uma condição da modernização capitalista dirigida pela elite política do país. Uma questão interessante é ressaltar como característica dessa cidade a ambiguidade, no sentido real e simbólico. Isso faz com que a forma figurativa de cidade maravilhosa se choque com a realidade social: “A perda da razão da existência simbólica da cidade gera um sentimento de não pertencimento e de descrença nas suas leis”, nomeado por Oliveira de *Perda de Sentido da cidade*.

Sob esse ângulo a reforma urbana que então se propugna, já traz embutida a ideia de segregação¹, segregação entendida como de mão-dupla, enquanto atinge, embora de forma diferenciada, quer a camada mais desfavorecida da sociedade, quer a privilegiada que vai se constituindo segregada, da massa.

No caso do grupo de trabalhadores nordestinos, que chega à cidade na qualidade de migrante, fica claro que essa segregação sócio-espacial é uma marca tanto física quanto cultural, e a feira de São Cristóvão funciona inicialmente como uma estratégia para amenizar esse problema.

Esse traço adquire feição estrutural, pois como sublinha Santos (2007), ele se consubstancia no processo de mundialização do capital com a divisão e especialização do trabalho e a mercadorização do espaço:

O espaço, [...] tornou-se uma mercadoria universal por excelência. Como todas as frações do território são marcadas, doravante, por uma potencialidade cuja definição não se pode encontrar senão, à *posterior*. O espaço se converte numa gama de especulações de ordem econômica, ideológica, política, isoladamente ou em conjunto” (SANTOS, 2007:30).

Na verdade foi essa a postura dos planejadores urbanos com relação ao bairro de São Cristóvão e ao Mercado popular que, tendo como formato inicial a tradicional feira, foi no tempo, sofrendo um processo de fetichização para melhor se adaptar aos novos usos e costumes impostos pelo capital. Nesse percurso aparência e essência vão se fracionando e o espaço da “feira” vai se caracterizando por um uso simbólico e outro atribuído, que acaba estruturando uma ambigüidade não só nos modos de vida, mas nos modos de ser das pessoas.

Não parece ser outro o modo de ver de Santos quando pensando a vida cotidiana dos tempos atuais argumenta que, os locais de trabalho, de estudo, de lazer, o quadro de nossa vida cotidiana são concebidos como mercadorias para seduzir e atrair o consumidor. Na verdade, todos esses rostos se resumem num só, o da mais completa fetichização.

Ao mesmo tempo pode-se observar que Santos, resiste à idéia de totalização da vida social na medida em que sugere uma desmistificação do espaço de modo a não entendê-lo unicamente como valor de troca, mas como lugar de valorização do homem. Isso implica segundo ele em olhar o problema por dois lados:

[...] de um lado a paisagem, funcionalização da estrutura técnico-produtiva e lugar da fetichização; do outro, a sociedade total, a formação social, que anima o espaço. Por conseguinte, cabe-nos também desmistificar o homem (Santos, 2007, p. 39).

Essa questão é complexa e aparece de modo sub-reptício nos estudos que se debruçaram sobre o mercado em questão. Estes, enquanto indicam as mutações dadas na passagem da chamada feira de São Cristóvão para a forma atual denominada de Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas, subtrai daí os traços sociais e os vestígios culturais que explicam as relações travadas pelos agentes com a cidade e o bairro sem, entretanto, se deter nas mudanças operadas na cidade. O que de fato mereceu atenção especial nesse artigo, que reproduz de certa forma, parte da minha dissertação de mestrado.

Referências históricas para repensar a mutação da feira de São Cristóvão no Centro de Tradições Luiz Gonzaga: a venda do lugar.

É importante destacar que na cidade do Rio de Janeiro, a história dos mercados se entrelaça com a história da cidade e de suas elites que procuram projetar a cidade no cenário mundial, embora lhe anteceda.

De Fato, a origem dos mercados do Rio de Janeiro antecede esse projeto, embora seja absorvido por ele em um entrelaçamento com as chamadas feiras livres. Isso

revela a importância do comércio na vida dos povos como lugar e forma de constituição de identidades. Recuperando um pouco dessa história, Fridman e Gorberg (2003), descrevem assim o significado do mercado:

no início do século XIX a palavra mercado era então usada de forma genérica, designando uma aglomeração de pessoas com o intuito de comercializar determinados produtos reiteradamente no mesmo local. Os oficiais da câmara desde a quarta década do século XVII, procuraram delimitar o raio de ação dos mercadores ambulantes de gêneros alimentícios, criando incipientes mercados. O vice-rei Luiz de Vasconcelos, em 1789, depois de ter mandado calçar o Largo do Palácio (atual Praça 15 de Novembro), construir o chafariz e cais da mesma praça, ordenou que as barracas de peixe fossem reedificadas com regularidade e simetria (FRIDMAN E GORBERG, 2003:2).

O autor refere-se a uma forma de ver o desenvolvimento do comércio no mesmo local, indicando já então uma certa forma de ordenar o uso do espaço, no sentido de organizar e controlar as ações dos mercadores ambulantes que agiam no centro da cidade, adequando assim, essas ações aos costumes próprios às sociedades burguesas avançadas que se constituíam como modelo de cidade.

Quer dizer, a preocupação era com a organização do espaço no sentido de delimitar os seus usos por atores que invadiam os lugares com o propósito particular de atender suas necessidades de sobrevivência. Nesse sentido, cabe ressaltar que, a organização do espaço a partir do reconhecimento dos mercados obedece a necessidade de controle das práticas sociais que invadiam o espaço público de forma desordenada tornando-o inadequado aos padrões civilizatórios almejados pelos governantes e pelas elites.

Grande parte das medidas vinham para combater o que os estudiosos denominaram de falta de dinamismo social nas ruas da cidade; até meados do século XIX, era comum entre as elites e a classe média o hábito de não sair de casa para deixar evidente a profunda diferença para com aqueles que, desprovidos de qualquer nobreza, necessitavam de trabalhar com base no esforço muscular. Tal atitude deixará profundas marcas nos espaços públicos de nossas cidades: durante a maior parte do tempo estes serão povoados quase que exclusivamente pelas massas de negros escravos em sua pesada labuta cotidiana.

Com a reforma, houve intensa valorização do solo urbano da área central, determinante na expulsão da população de baixa renda ali concentrada. Cerca de 1.600 velhos prédios residenciais foram demolidos. Parte considerável da imensa massa atingida pela remodelação permaneceu no centro, em suas franjas e fendas deterioradas, pois a Zona Norte e os subúrbios, apesar do rápido crescimento, não constituíam alternativa de moradia para os que sobreviviam de biscates ou recebiam diárias irrisórias. Apenas os de remuneração estável e suficiente para as despesas de transporte, aquisição de terreno, construção ou aluguel de uma casa mudaram-se para a Zona Norte e os subúrbios.

Quando outras formas de abastecimento e comércio, mais modernas, surgem em consequência das mudanças na cidade o mercado público, passa a ser apropriado como lugar “tradicional”, que ao tempo em que se renova para atender exigências de novas demandas, conserva traços antigos que resistem ao tempo, redefinindo assim, as formas de uso do espaço e a função dos objetos que foram criados historicamente. Cabe aqui a reflexão segundo a qual,

Nesses lugares privilegiados, o consumidor também vem consumir o espaço: o aglomerado dos objetos [...] torna-se razão e pretexto para reunião das pessoas; elas veem, olham, falam, falam-se.

E é o lugar de encontro, a partir do aglomerado das coisas. Aquilo que se diz e se escreve é, antes de mais nada, o mundo da mercadoria [...]. No entanto, o uso e o valor de uso resistem obstinadamente: irredutivelmente. Esta irredutibilidade do centro urbano desempenha um papel essencial na argumentação (LEFEVBRE apud FILGUEIRAS, 2006:28).

Essa forma de resistência da forma no tempo explica a capacidade de integração/reintegração dos mercados populares na cena urbana desde o início do século XIX, como forma de sobrevivência econômico-cultural; convivendo no bojo de uma sociedade na qual o espaço se molda no tempo. Tal sobrevivência obedece à lógica do capital e do consumismo que com ele se desenvolve. Assim a convivência de formas de comércio antigas e novas em uma mesma urbe, abre espaço a uma certa heterogeneidade de formas de comércio e cultura que convivem harmonicamente demonstrando a força da “tradição”.

Pode-se assim dizer, que os mercados populares representam uma forma de resistência cultural que aliada ao desenvolvimento do comércio e de uma economia local “vitalizada”, funciona algumas vezes como atrativo para turistas, dando maior visibilidade à cidade. Sob esse aspecto os mercados populares podem ser pensados como resquícios de formas econômicas ultrapassadas, que sobrevivendo no campo da cultura integram-se no que Santos chamou de *rugosidades*.

O que na paisagem atual, representa um tempo do passado, nem sempre é visível como tempo, nem sempre é redutível aos sentidos, mas apenas ao conhecimento. Chamemos de rugosidade ao que fica do passado como forma, espaço construído, paisagem, o que resta do processo de supressão, acumulação, superposição, com que as coisas se substituem e acumulam em todos os lugares. As rugosidades se apresentam como formas isoladas ou como arranjos. É dessa forma que elas são uma parte desse espaço-fator (SANTOS, 2002: p. 140).

Sugere-se então, que os mercados populares embora integrados à economia local exercendo uma função, aparecem como “uma forma de comércio” que se insere na economia do lugar de forma secundária. Conforme crê Santos, caracteriza um movimento dialético da estrutura que opera sobre as formas e funções, fazendo com que nos lugares tornem-se combinações de variáveis que se diferenciam ao longo do tempo.

Talvez se possa pensar nos mercados e nas feiras hoje como substratos do processo de acumulação e substituição das coisas, que, encarnadas em alguns agentes, sobrevive nas fronteiras do mundo moderno como formas isoladas, exercendo funções secundárias no campo econômico, centrais nos mapas afetivos de pertencimento territoriais de alguns indivíduos ou sujeitos. Nessa perspectiva os mercados populares ocupam lugar de destaque no que concerne a consolidação e crescimento das grandes cidades. Nesse contexto vêm se afirmando como alvos potenciais e/ou efetivos do discurso e da prática da preservação e revitalização de áreas tradicionais das cidades, englobando o turismo, a mercadorização cultural, a especulação imobiliária, o favorecimento da política local, etc.

Ora, o Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas -CLGTN,- tradução atual da conhecida feira dos Paraíba, se encaixa perfeitamente nesse padrão, tendo em vista o papel por ele desempenhado no atual contexto de “vitalização” do bairro.

De acordo com PINTAUDE (2006), para existir no tempo, uma forma precisa, necessariamente, resistir, ter sentido, se transformar ao mesmo tempo em que cria raízes. É sob esse ângulo que se indaga: Que sentidos são atribuídos a esses espaços (mercados populares) contemporaneamente? Seriam eles portadores de novas formas de sociabilidade

e de construção e afirmação de identidades sociais ou funcionariam simplesmente como formas de reprodução do capital?

Tais indagações procedem porque o Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas, sofreu um processo de “modernização” que acompanhou as mudanças que se deram na cidade e de modo especial, aquelas que incidiram no bairro de São Cristóvão. Estas tiveram como objetivo principal a transferência da Feira dos “Paraíba”, criada em 1945, em um primeiro momento para dentro da arquitetura do Pavilhão de Exposições, criado em 1958, pelo renomado arquiteto Sérgio Bernardes. A forma que ele tem hoje foi inaugurada em 2003 após um longo processo de disputa e negociações entre os agentes da feira e os representantes do governo e da iniciativa privada.

CARDOSO (2007), analisando esse processo cria o termo “identidade encapsulada” para pensar a identidade dos nordestinos a partir desse processo. Ele destaca que com a mudança da feira para o pavilhão houve uma requalificação urbana, onde o termo “encapsulando”ⁱⁱⁱ estaria, então, primeiramente vinculado à própria arquitetura do Pavilhão, que em função de sua forma, definida pelos seus muros, passaria a funcionar como um invólucro, ou melhor, como uma *cápsula* que aprisionaria a Feira dos Paraíba.

Um outro registro para o uso deste termo, estaria na tentativa de se fixar, através da arquitetura, ícones e cenários formadores de uma “identidade Nordestina” com claros objetivos turísticos e numa recusa explícita a forma de comércio que ganhava expressão na forma da feira. Nessa perspectiva parece procedente a análise de Santos (2007) para quem: A expressividade da forma veio chocar-se com dois inimigos principais: os modelos universais e a semantização universal. Trata-se de fato, de processo e resultado, tendo como causa motriz a necessidade de transformar tudo em valor de troca. É a era da arquitetura funcional (...) os construtores do espaço não se desembaraçam da ideologia dominante quando concebem uma casa, uma estrada, um bairro, uma cidade (Santos, 2007, p.36).

Essa forma arquitetural mais a sobrevivência da feira de São Cristóvão na forma do CLGTN é ponderavelmente explicada como um resquício de interesses diversos que, em sua ambiguidade, garante a sobrevivência nas margens da sociedade de um protótipo ideal de comércio e cultura para a sociedade de consumo contemporânea.

Pode-se talvez aplicar aí uma análise de Lefebvre sobre o que ele chama de prática social integrativa onde ele trabalha a ideia segundo a qual a integração e a participação, são a obsessão dos não participantes, dos não integrados, daqueles que sobrevivem entre os fragmentos da sociedade possível e das ruínas do passado: excluídos da cidade, às portas do urbano (Lefebvre, 2001). Nas palavras desse autor:

A prática integrativa procura integrar seus elementos num todo coerente. A integração se realiza em níveis diferentes, segundo modalidades diversas: através do mercado, no “mundo da mercadoria”, em outras palavras, através do consumo e da ideologia do consumo – através da “cultura”, colocada como unitária e global – através dos “valores”, inclusive a arte – através da ação do Estado, inclusive a consciência nacional, a das opções e das estratégias políticas na escala do país (Lefebvre, 2001, p.102).

Trata-se dessa forma, de um processo de negação das possibilidades de produção social do espaço que não seja pela rejeição das possibilidades de apropriação e uso desse espaço dobrando-o à relação de propriedade pressuposta pela relação do valor (de troca). Assim,

a representação ideológica do espaço enquanto um continente vazio parece sustentar e realizar a cidade como palco das ações do capital e do Estado; o esvaziamento de seus conteúdos históricos e sociais é o pressuposto para a liberação de velhos territórios para novos investimentos. Surge daí uma nova sorte de acumulação primitiva do espaço (DAMIANI apud SANTOS, 2006:119).

O espaço é sob essa ótica sempre um objeto de conflitos, no bojo dos quais alguns grupos se prevalecem de outros. Trata-se assim de uma oposição ao conceito mais tradicional de cidade unitária, coesa, e hierarquizada por funções, classes ou usos, em benefício de uma noção de simples ajustamento demográfico (COSTA GOMES, 2006).

Esse processo conduz a um acesso diferenciado aos recursos materializados no espaço urbano e pode ser considerado um mecanismo de reprodução das desigualdades, dificultando a participação dos sujeitos em processos decisórios entre outros. Nessa ótica a discussão de alguns autores sobre o chamado *reordenamento da cidade* numa perspectiva de garantia de “ordem urbana”, coloca-se como um fator ponderável na organização dos espaços em uma ótica que lembra a visão higienista própria à reforma Passos, onde a possibilidade de controle não é descartada.

Trata-se nesse sentido, de que as metamorfoses que ocorrem nos mercados populares e feiras livres são reflexos da modernização das cidades incidindo diretamente sob as novas formas de organizá-las. Esses espaços ocupam lugar de destaque no que concerne a consolidação e crescimento das grandes cidades transformando-se em alvos potenciais e/ou efetivos do discurso e da prática de preservação e revitalização de áreas tradicionais das cidades.

Na realidade a permanência dessa forma de comércio passa por sucessivos processos de transformação modulados também por transformações substanciais em espaços ampliados como, por exemplo, na própria cidade. Contudo, através da luta e resistência de alguns atores, principalmente dos feirantes, a feira passa a ocupar um lugar permanente e, portanto, é absorvida pela sociedade e principalmente, pelo poder público, como uma “representante legítima da cultura nordestina” na cidade do Rio de Janeiro.

As trajetórias traçadas pelos nordestinos no Rio de Janeiro são traduzidas em suas formas de viver e agir no interior da própria feira. O traço cultural fortemente presente nessa forma de comércio será sua principal bandeira de luta, para permanecer como necessária e manter tradições e costumes. Dialeticamente, será também plataforma política para que esta mesma cultura sirva às necessidades do mercado cultural e turístico.

Para o grupo de trabalhadores nordestinos, que chega à cidade na qualidade de migrante, fica claro que a feira de São Cristóvão funciona como aglutinadora dessa cultura, como lugar de resgate de tradição e memória, onde as dificuldades com a chegada no novo espaço, aliada à falta de trabalho e às dificuldades de adaptação, abrem caminho também para a criação de estratégias de natureza social que irão amenizá-las.

Assim, a feira articulou-se dinamicamente ao longo do tempo com diversas espacialidades, temporalidades e instituições, sendo permeada por relações conflituosas, e, nesse sentido, integrando e ao mesmo tempo desagregando os atores que dela participam. Essa relação dialética analisada por alguns estudiosos dessa cultura, demonstra, portanto, que não se trata de uma forma de mercado ou feira popular tradicional, onde se comercializam produtos regionais e/ou alimentícios de modo geral. A feira de São Cristóvão foi criada a partir de objetivos diferenciados, que apesar de apresentar também um caráter da troca, tem como principal objetivo, a cultura que representa, o que justifica a sua permanência.

Concordando com Cardoso (2007), que ressalta a mistura das culturas nordestina e carioca e as influências mútuas que atravessam essa relação, o mais importante a ser destacado é que mesmo assim, a cultura nordestina resiste de alguma maneira, e se mantém viva no interior do pavilhão, no CLGTN. Isso indica que a cenografia requintada que foi criada para a divulgação de sua nova forma, encapsulou a informalidade da antiga feira, mas a cultura permanece como eixo central dessa relação e é absorvida. Observa-se que:

a tentativa de se encapsular ou se engessar através da arquitetura, uma suposta “identidade nordestina” com objetivos turísticos não foi controlada totalmente pela prefeitura [...] os nordestinos tomaram para si aquilo que lhes foi oferecido [...] ainda que não sejam formalmente os donos do lugar, sem dúvida são eles os donos da imagem do lugar (CARDOSO, 2007: 27).

Aos que permaneceram foi necessário, portanto, que houvesse uma readaptação para continuar, pois o novo projeto tinha a ver com a imagem vendida da própria cidade naquela época pela prefeitura, de modernidade e requinte.

Como garante Nogueira (2004), a tendência de seguir padrões norte-americanos, disseminados também em cidades européias, vinha se estruturando no Rio de Janeiro desde 1993, quando a prefeitura da cidade realiza parcerias e cria um acordo para promoção do Plano Estratégico da cidade do Rio de Janeiro (PECRJ), que tornaria o Rio um modelo de Cidade, com características mais modernas.

Essas grandes influências rebateram em todo o cenário urbano, e o plano favoreceu acontecimentos como reformas, remodelação de espaços e reaproveitamento de algumas áreas públicas para lançar novos empreendimentos. Logo, como garante a autora, a atuação da prefeitura está pautada, principalmente na falta de democracia em tomadas de decisão, onde em grande parte o setor empresarial parceiro é favorecido. A partir daí ela acrescenta que o processo ocorrido na mudança da feira para o CLGTN não foi diferente.

A feira permanece agora na cidade sob uma nova forma, conhecida como Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas, que de certa maneira, foi remodelada para continuar fazendo parte do moderno cenário da cidade maravilhosa, uma imagem de “cidade modelo” e uma das mais visitadas do país. Passa também a fazer parte dos projetos criados para o bairro de São Cristóvão, que como representante ilustre da aristocracia carioca no passado, mereceu novos contornos e maior atenção para, quem sabe, “recuperar o tempo perdido”, que permaneceu no escuro, evidenciado pela perda de população e decadência de atividades mercantis.

Como destacou Barbosa (2007):

A própria criação do CLGTN representa a pretensão não só de codificar o espaço existente, de uma nova forma, mas de torná-lo um empreendimento cuja finalidade seria agregar valor de modernidade e universalidade. Para isso foi necessário fazer com que esse espaço se adaptasse às exigências de uma nova ordem de caráter mais global, que visa a subordinação de diferentes modos de pensamento e práticas sociais [...] (2007, p.372).

No entanto devemos levar em consideração que tal processo de modernização não eliminou por completo formas tradicionais de comportamento, pois se esse movimento agrega formas de conflito ao local através da imposição e regulação de padrões, provoca também, a interconexão de antigos costumes a novas práticas e visões de mundo. É o velho convivendo com o novo (Barbosa, 2007).

Hoje, no CLGTN, permanece a Cooperativa, como representante oficial da categoria dos feirantes nordestinos, porém, observa-se que os agentes construíram pontos de fuga em alguns momentos de disputa, inclusive para resistir às investidas de influências externas quando conformadas em pontos de discórdia atingindo diretamente sua permanência no espaço.

Como garantiu Cardoso (2007), apesar de não serem os donos do lugar, os nordestinos são os donos da imagem do lugar. Essa perspectiva deixa em aberto o destino do CLGTN e as possibilidades de preservação desse espaço enquanto representante da cultura e tradição nordestina dentro da cidade do Rio de Janeiro, principalmente enquanto garantia de um espaço de sociabilidade.

Notas:

ⁱ Para Lefebvre (1991), no que concerne à cidade essa problemática é essencial na medida em que “a estratégia urbana baseada na ciência da cidade tem necessidade de um suporte social e de forças políticas para se tornar atuante. Ela não age por si mesma. Não pode deixar de se apoiar na presença e na ação da classe operária, a única capaz de pôr fim a uma segregação dirigida essencialmente contra ela. Apenas esta classe, enquanto classe, pode contribuir decisivamente para a reconstrução da centralidade destruída pela estratégia de segregação e reencontrada na forma ameaçadora de centros de decisões” (LEFEBVRE, H. 1991: 113).

ⁱⁱ O título do trabalho é: Arquitetura encapsulando a informalidade: da Feira dos Paraíbas ao centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas. Publicado no 31º Encontro Anual da ANPOCS, MG.

Bibliografia

- BARBOSA, Fernando Cordeiro. A transmutação “Feira dos Paraíbas” em Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas: conflitos de interesses, delegação política e movimentos sociais. In: SEYFERTH, G. et al (Org) *Mundo em movimentos: ensaios sobre migração*. Santa Maria: Ed. UFSM, 2007, 432p.
- CARDOSO. André Luiz Carvalho. *Arquitetura encapsulando a informalidade: da feira dos paraíbas ao centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas*. 31º Encontro Anual da ANPOCS. ST 15 – Economia política da cultura, Caxambu, 2007.
- COSTA GOMES, P. C da. *A condição urbana. Ensaios de geopolítica na cidade*. 2ª edição. RJ: Bertrand Brasil, 2006.
- DAMIANI, Amélia L. A Propósito do Espaço e do Urbano: algumas hipóteses. *Cidades*, Presidente Prudente, v.1, n.1, p.79-96, 2004 *apud* SANTOS, César Ricardo Simoni. Dos negócios na cidade à cidade como negócio: uma nova sorte de acumulação primitiva do espaço. *Cidades: Revista Científica/ grupo de estudos urbanos*. v.3,n. 5, p. 101-122, 2006.
- LAGES, Vinícius et.al. (orgs). *Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva*. Brasília, Ed. Relume Dumará, 2004.
- LEFEBVRE, H. *O direito à cidade*. São Paulo: Moraes, 2001.

-
- LEFEBVRE, H. O retorno à dialética. São Paulo: Hucitec, 1986 apud PINTAUDE, Silvana Maria. Os mercados públicos: metamorfoses de um espaço na história urbana. *Cidades: revista científica/ grupo de estudos urbanos*, v.3, n.5, p.81-100, 2006.
- MASCARENHAS, G. *Modernidade Urbana e Flexibilidade Tropical: as feiras livres na Cidade do Rio de Janeiro (1904 - 1934)*, In *Revista GeoUerj*, 1997, nº2, p. 29-41.
- NOGUEIRA, Marta C. *Estado, mercado e cultura popular no Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas*. 2004. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.
- OLIVEIRA, Márcio Piñon de. O desejo de cidade e seu discurso fundante: cidadania e pacto político-territorial no Rio de Janeiro. In: LOPES, Luiz Paulo da Moita; BASTOS, Liliana Cabral. (Org.). *Identidades: recortes multi e interdisciplinares*. Campinas: Mercado de Letras, 2002, v., p. 53-68.
- PINTAUDE, Silvana Maria. *Os mercados públicos: metamorfoses de um espaço na história urbana*. In: *CIDADES: Revista Científica/ grupo de estudos urbanos- Vol. 1, N.1, 2006 – V.3, n.5*.
- SANTOS, M. *A natureza do espaço*. Ed. Hucitec, São Paulo, 1996. (Introdução)
- SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização - do pensamento único a consciência universal*. São Paulo: Editora Record, 2000.
- SANTOS, M. *Da totalidade ao lugar*. São Paulo. Ed Usp, 2001.
- _____. *Pensando o espaço do homem*. 5.ed. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2007.