

Temática 3

Fronteiras numa área de comércio popular do Rio de Janeiro: SAARA e Camelódromo, fornecedores de camelôs

Caterine Reginensi, antropóloga, Professora na Escola de Arquitetura de Toulouse, Pesquisadora no LRA (Laboratoire de Recherche en Architecture) e no FACI (Núcleo de pesauisa Favela e Cidadania) ESS-/ UFRJ Rio de Janeiro creginensi@gmail.com

Introdução

A primeira vez que penetrei nesta região do comércio popular do Rio de Janeiro foi em Agosto de 2000, e não imaginava, pelo menos de forma consciente, que este lugar cruzaria um dos meus campos de investigação. De fato, tudo começou com uma sucessão de pequenos equívocos, sem importância¹: o próprio nome SAARA, que eu escrevia SAHARA em referência ao *bazar*, ao *suq* arábe, espaços familiares para mim que nasci e morei os 10 primeiros anos da minha vida na Tunisia.². Logo descobri tratar-se de uma sigla, quando um rapaz que distribuía folhetos me entregou um com a propaganda de uma loja no SAARA"A Sociedade dos Amigos e das Adjacências da Rua da Alfândega, SAARA". Pensei. "O SAARA é só uma associação de comerciantes locais! Mas imediatamente a idéia do bazar voltou a aparecer porque vi, durante as 3 horas em que "viajei" nesta região, lojas chamadas Bazar da Amizade, Bazar das Flores..³.

Uma amiga que me acompanhava durante as primeiras horas no SAARA me deu algumas dicas vendo a minha perplexidade: o SAARA é uma área de comércio popular muito antiga. Por ser perto do porto, este local serviu de abrigo a imigrantes sírios, libaneses, judeus, gregos, espanhóis, portugueses que chegaram ao Brasil no final do século XIX e início do século XX. Vários deles começaram a trabalhar como mascates, vendedores ambulantes nas ruas do Rio de Janeiro. Desenvolvendo suas atividades, estes mascates acabaram se

_

Utilizo o título do livro do escritor italiano, Antonio Tabucchi que a cada história narrada tem que ser lida entre as linhas, entre as páginas. Assim Tabucchi permite uma reflexão sobre as escolhas na vida das pessoas e também oferece uma possibilidade de observar os interstícios que atravessam os destinos. Acho que é uma ótima definição da confusão que se instalou em mim na descoberta deste lugar.

² Durante minha infância freqüentava regularmente o universo do suq. Quando não me comportava do jeito que minha mãe gostava, ela sabia um castigo eficaz: simplesmente me prohibia de acompanhar-a no suq! Fiquei algumas vezes em casa, tristíssima, percebendo na imaginação cheiros, cores, gritos e outras ambiências do local que estava me perdendo pela minha burrice. Procurava então ser uma menina que se comporta para merecer estas tardes no suq. Observava minha mãe e minhas tias pechinchando os preços, saboreava tudo, gravava estes instantes na minha memória, e sempre voltava em casa com cestas cheias de roupa, de temperos e de objetos que tratava com tesouros.

³ No site <u>www.saara-rj.com</u> consultado em outubro de 2006, existe um repertório das lojas e na letra B tem 30 lojas repertoriadas e 6 que utilizam o nome de Bazar



estabelecendo em lojas no térreo dos sobrados e utilizavam o andar superior como residência.

Voltei no SAARA, em 2005 como pesquisadora através da pesquisa chamada "Experiências urbanas dos vendedores ambulantes no Rio de Janeiro" que foi realizada em três lugares da metrópole: Copacabana e na Rocinha e no Camelódromo, —mercado popular e adjacências (GOMES & REGINENSI, 2008). Mas tarde, no meu pós doutoramento, investiguei mais SAARA e Camelódromo como fornecedores dos camelôs e como lugares em tensão permanente. Neste texto pretende-se abordar a materialização de diferentes sociabilidades urbanas e suas fronteiras que expressam uma economia de bazar numa metropóle internacional.

Bazar no centro da cidade: as expressões da "fronteira"

A primeira impressão deste suq carioca é que não pode ser comparado ao espaço da ruas do labirinto dos Suqs que freqüentava na minha infancia, na Tunisia. Não consegui me perder no espaço das ruas que compõem o SAARA e o Camelódromo⁵ na realidade, a minha percepção destes espaços, se relacionava mais à ambiência sonora, ao barulho intenso e as códigos de conduta distintos.

Das primeiras visitas como "turista" no SAARA e no Camelódromo até minhas experiências de pesquisa, de 2005 até 2007, decidi adotar a postura da deambulação, "la flâneuse" que permite ver a cidade e relatar o que se vê. Canclini (.2006, p.119-120) fala de passeio, do ato de flanar como uma operação de consumo simbólico "que integra os fragmentos em que já se despedaça essa metrópole moderna." Começei também a fotografar os lugares do bazar e até poderia dizer que observei o SAARA e o Camelódromo tanto com o olhar da antropóloga quanto com aquele da cliente e consumidora.

Sobre a noção de fronteira o que chamou minha atenção foram os cavaletes amarelos que fecham a entrada das ruas do SAARA e estabelecem, de fato, uma fronteira física:

_

⁵ As ruas do SAARA são planejadas e tem placas que indicam o nome das ruas, não é o caso do Camelódromo que tem uma morfologia mais desordenada, em aparência, mas sempre encontrei uma maneira de não me perder. O espaço do suq arábe é mais comparável ao espaço labiríntico da favela composto de vielas e becos; (Paola Berenstein Jaques, 2001, pp. 63-103)





Foto 1 A fronteira física no SAARA créditos CReginensi, novembro de 2007

Outro elemento que reparei nesta área foi a co-presença de dois lugares de comércio popular: o Camelódromo- Mercado Popular ⁶que foi instalado em 1994, como uma iniciativa da Prefeitura do Rio de Janeiro e o espaço chamado SAARA. As ruas que compõem o SAARA foram urbanizadas no século XVIII, sendo a rua da Alfândega a mais antiga. (WORCMAN, S., 2000).

De um ponto de vista geográfico, os limites físicos do SAARA são: ao Norte a avenida Presidente Vargas, ao Sul, a rua Buenos Aires, no extremo Oeste a Praça da República e o Campo de Santana. Os limites na Leste constituem a fronteira com o Camelódromo entre as ruas dos Andradas, Senhor dos Passos e a rua da Alfândega. Neste espaço um fenômeno relevante é a ausência total de vendedores ambulantes, enquanto que nos arrededores do Camelódromo, cada pedacinho de calçada é ocupada pelos camelôs chamados "da pista"; os camelôs que ficam no interior dentro do Mercado Popular, trabalham em boxes (MAFRA: 2008).

_

⁶ Trata-se de um remanejo dos camelôs que ocupavam as calçadas. O Camelódromo, implantado depois das obras do Mêtro, ocupa uma área de 10.000 metros quadrados divididos em quatro quadras A, B, C, e D que atualmente são ocupadas por cerca de 1600 boxes de comércios atacadistas e varejista de tipos diversificados(roupas, artigos eletrônicos, bares, salões de cabeleireiro). Ainda que é considerado como um lugar de comércio popular e como paraíso da pirataria representa uma área de comércio freqüentada por consumidores da região metropolitana inteira, e um entrevistado chamava o camelódromo de "esbarrashopping", em referência a Barrashopping. (GOMES, REGINENSI & BAUTES, 2008)





commerce de gros demi-gros, détail
marché populaire (camelodromo)

solution sur le trottoir

Foto 2 SAARA comércio atacadista e varejista (gros, demi gros et détail) e o Camelódromo (Marché Populaire) vendedores da pista (vendeurs à la sauvette) Mapa Google Earth modificada pela autora 12/2007

Nas diferentes pesquisas, intuitivamente, observava o prazer da trocar, de negociar, de passar horas procurando mercadoria, de pechinchar. Novamente eu me perguntava: "o que é a economia do bazar?" Concordo com adefinição de Michel Peraldi que pode ser aplicada aos comerciantes e aos clientes do Camelódromo e SAARA, envolvidos no mesmo palco:

o bazar, lugar onde todos aqueles que entram, atravessando as portas do recinto, aspirados pela paixão e pela frenesia mercantil, fazem "negócio", como uma atividade. Aliás, a economia do bazar é "esta forma social de relação mercantil na qual as coisas, os atos, os serviços, adquirem o estatuto de mercadorias através da realização interativa quando o ato mercantil é transformado em uma dimensão de performance teatral (PERALDI, 2001 : 18-19, tradução da autora).

Tudo isso sugeria também que a fronteira devia ser percebida como algo mais complexo.

A fronteira é uma construção social e símbolica que se apoia sobre elementos concretos, arquitetónicos que criam um espaço físico e que dà consistência a existência mesma dos limites entre o Camelódromo e o SAARA. Além disso, muitas das caraterísticas do Suq, como narrada na etnografia de Geertz (2003) podem ser encontradas no SAARA. Segundo este autor, o estudo do Suq de Sefrou, no Marrocos, como forma cultural, social e econômica, permite entender a sociedade local, considerando vários aspectos tais como: o sistema religios, as relações de amizade e de clans. No SAARA, área econômica e região moral, encontra-se: heterogeneidade de produtos e serviços, negociações de preços,



existência de um comércio de empresa familiar, laços estáveis entre clientes e vendedores (VIEIRA DA CUNHA & THIAGO DE MELLO, 2006).

No Camelódromo, a fronteira física se define entre "dentro e fora". Há sempre o guarda municipal (*o rappa*) por perto e todos desconfiam de todos. Dentro do Camelódromo se ouve música, em alto volúme, que se mistura com os gritos das ruas das imediações. De fato os comerciantes da pista chamam a atenção do fregûes gritando: "tudo a dez", "compra 2 e leva 3!" ou com a voz mais baixinha, gritam o título do último filme pirateado. As fronteiras tornam-se mais indefinidas quando o rappa chega: vários comerciantes da pista entram no espaço de dentro ou no espaço do metrô, escondem a bolsa ou o suporte chamado "paragueda" e passeiam como se fossem clientes...

No SAARA, do meu ponto de vista, o que marca ainda mais os limites é a ausência de ambulantes nas calçadas, e o sistema de auto-falantes que funciona como um pregão coletivo, representando uma espécie de propaganda que convida os transeuntes a visitarem e comprarem nas lojas, e ainda, conhecer tal ou tal produto. De fato a tensão percebida no Camelodrómo vai desaparecendo quando mergulhamos nas ruas invadidas pela multidão de consumidores.

Minha proposta, trabalhando a questão da fronteira é tentar, depois de minha experiência no local e diversas leituras, explorar o que Boaventura de Sousa Santos (2001) chama uma "forma privilegiada de sociabilidade".

Comérciantes do Camelódromo e do SAARA, em situações diversas, têm em comum uma relação vivenciada com a fronteira:

- em primer lugar utilizam de forma seletiva as tradições, as origens, *viver na fronteira é viver em suspensão*, sugera De Sousa Santos (op. cit) o que significa que estes comerciantes se referem aos pais e avós que viajaram de Portugal, e dos países árabes para o Brasil. A medida que os negócios prosperavam estes comérciantes abriam suas lojas. A figura do mascate sempre é reivendicada como "origem" da profissão:

Kamal, lojista da SAARA(entrevista de fevereiro de 2007)

os meus pais já eram do ramo de confecções, então eu herdei a cultura de vender roupa através dos meus pais, com os meus tios, os meu avós já vendiam confecções... nós somos uma tradição de quase um século vendendo roupa... O meu avô já foi mascate, vendia de porta em porta.

-

⁷ A maior parte dos camelos une cordões aos quatro cantos simples de uma tela plástica (ou de uma cobertura) sobre a qual armazenam os seus artigos. Logo que a presença do Rapa for assinalada, preparam-se para aumentar as cordões e a tela torna-se uma bolsa que contem toda a mercadoria.



Nota-se que vários lojistas perpetuam a tradição de viajar para comprar mercadorias e acumulam experiências e competências nessas viagens.

- em segundo lugar, *Viver na fronteira é inventar tudo*, (De SOUSA SANTOS, op.cit.) e a construção das identidades é lenta, mas estes comerciantes sabem mobilizar oportunidades e mudar de estatuto:

Kamal define seu comércio como uma empresa familiar e fala de três sócios membros da sua família

vendiam de porta a porta, sem dinheiro, em um caderno, faziam a venda a prestação para aquelo povo menos favorecido..hoje este comércio de porta a porta nunca cai, hoje mais modernizado, continua de porta em porta, na Internet ..

Ele ainda não utiliza internet, e que seu comércio é fixo há trinta e cinco anos, reconhece que muito importante saber se adaptar e aproveitar das oportunidades, na entrevista Kamal evidencia esta preocupação:

Eu devo ter aproximadamente uns quatorze, quinze empregados... uns 60% mulheres; Tenho empregados com bastante tempo aqui. Com mais de dez anos, mais de cinco, mais de oito... Assalariado. Salário da classe, do ramo... Aproximadamente quatrocentos reais.. Eu faço uma pesquisa de mercado, certo... e levo ao conhecimento dos funcionários o que que tem que ser feito... a gente traçou um plano e segue aquele plano... o funcionário ele tem que saber as dificuldades da empresa, ele tem que saber que é através do cliente que a empresa vive, respira, é através do cliente que a gente paga eles e paga as nossas despesas,

E acrescenta:

um bom atendimento faz com que o cliente volte à empresa, isso com certeza, e a gente tem que dar uma atenção devida ao cliente, fazer com que o cliente se sinta uma pessoa muito importante

No Camelódromo e a ruas adjacentes, alguns vendedores insistiem também sobre o passado de mascate de algun membro da sua família, sobre a importância de se adaptar: citaram o uso da internet e de cartões que distribuiem aos clientes para melhorar as vendas. O SAARA era exclusivamente um ponto de venda atacadista, um espécie de mercado que permitiem abastecer, não apenas as lojas da cidade, mas igualmente diversas regiões do país. Após o fim da segunda guerra mundial, os comerciantes passaram a vender também a varejo e hoje este tipo de comércio é predominante. Kamal sublinha esta mudança :

O atacado praticamente se extinguiu daquí, está sumindo da SAARA..

A mudança indica também a capacidade de adaptação e de (re)invenção das tradições da parte destes comérciantes, se apropriando a fronteira perpétualmente: é preciso olhar as



vitrines, suportes e todo tipo de dispositivos e estratégias para perceber como se publiciza o "bazar atacadista" e como muitas vezes, a estratégia comercial utiliza a imagem do comércio atacadista indicando dos tipos de preços pela mesma mercadoria



Foto 3. Camisa para propaganda do Bazar créditos CReginensi, dezembro de 2007





Foto 4. Preços atacado e varejo CRÉDITOS CREGINENSI, DEZEMBRO DE 2007

No Camelódromo numerosos vendedores praticam venda a varejo e atacado. Esta competência é necessária afirmará um deles para poder competir com a SAARA. O calendário festivo e religioso é considerado como períodos de maior movimento e ótima oportunidade para os negócios. No SAARA, ao longo do ano, os comerciantes se organizam e há momentos de festas religiosas tais como o ano novo judaíco o o ano novo chinês que são comemorados. Mas a grande data, nos dois lugares é o Natal e o Carnaval.

A ruas e as lojas apresentam uma variedade considerável: vestuários e acessórios; eletrônicos; material de construção; festas e decoração; farmácia e cosméticos; discos, DVD. SAARA e Camelódromo oferecem cores, sabores e odores que atrai multidões chegando da região metropolitana do Rio de Janeiro (GOMES, REGINENSI, BAUTES, 2008).

Por fim a noção de fronteira implica uma luta e uma negociação com a autoridade, com o poder público para conseguir ou afirmar sua legitimidade. A Associação comercial S.A.A.R.A fundada em 1962, se distribuia em 13 ruas e, é composta de aproximadamente 1.200 estabelecimentos. A criação está ligada a mobilização dos comérciantes contra um projeto urbanístico de construção de uma grande avenida que "cortaria" trechos inteiros das ruas da Alfândega, Senhor dos Passos e Buenos Aires. O principal argumento da mobilização dos comérciantes, era que representavam um dos maiores centros arrecadador de impostos



(ICMS)⁸, na época pelo Estado da Guanabara. Os comerciantes utilizaram a imagem das "origens" criando uma operação marketing e colocando o nome de SAARA mesmo que o Saara indica o nome de um deserto no continente africano e não se situa no Oriente Médio, (RIBEIRO, 2000). O imigrantes chineses que chegaram no final da década de 1950, introduzindo novos ramos de comércio como artigos para presentes e o ramo de flores artificiais ou ainda os imigrantes coreanos que chegaram, na década de 1990 e que trabalham com a confeção de roupas e produtos importados(lápis, adesivos e pelúcias..) ambós deles se beneficiaram da luta e da legitimidade reconhecida da área chamada SAARA. Estas novas ondas de imigrantes que funicona como diásporas criam outra dimensão do conflito, reconfigurando fronteiras dentro e fora da própria SAARA, ativando regras e redes da propria diaspora chinesa para conseguir o território. Nesta dimensão da fronteira é preciso destacar o papel de mediação da associação deste comerciantes tanto fora como dentro da SAARA, assumindo um papel de facilitador assim, Kamal, membro da associação fala de "missão":

A missão da associação é a segurança, as ruas limpas, eles procuram iluminação, decoração de acordo com o evento festivo ou coisa parecida. ... a gente tem uma boa diretora aqui na nossa associação, muito boa, um trabalho muito dedicado...

Mas o papel de segurança "modelo", se fala da SAARA como da "pequena ONU", com cerca de 40 agentes de segurança e com baixíssimo índice de violência embora é isento de problema de convivência no dia-a-dia: (VIEIRA DA CUNHA & THIAGO DE MELLO, op..cit.p.118):

No ambiente do Camelódromo e das ruas fronteiras da SAARA a violência e o conflito é muito mais presente. Além do fato que os limites são marcados fisícamente, os interstícios a esquina da ruas apresentam um cenário de tensões permanentes e de conflito entre guarda municipal e camelôs da pista (GOMES,REGINENSI.& BAUTES, op. cit.). O Camelódromo é considerado pelo poder público (entrevista de 2005 com a funcionaria do serviço de licitação da Prefeitura) como um espaço sem regras, onde dificilmente os fiscais podem entrar e recuperar a mercadoria ilícita ou pirata; e da parte dos atores do SAARA a visão dos comerciantes do Camelódromo é uma visão de um comércio de produtos ilíctos (frutos e roubo) e mercadoria pirata. Isto não significa como indicam Vieira da Cunha e Thiago de Mello (op. cit.) que os comerciantes do SAARA não pratiquem atos ilícitos como a venda de produtos piratas ou a sonegação de impostos, mas a generalização é descabida.

-

⁸ E interessante sublinhar que o lider do Movimento Unidos dos Camelôs (Pesquisa de 2005) refere-se também a este imposto ICMS pelo fato que vendem, por conta de comerciantes, doces e outras mercadorias nas ruas da cidade e que vários camelôs pagam esta taxa.



Encontro decisivo e cruzamento de olhares

Assim, a fronteira física e símbolica deve ser relativizada, e viver na fronteira deve ser experimentada como "viver nas margens sem viver uma vida marginal" (DE SOUSA SANTOS, op.cit.p. 353 e BAUTES & REGINENSI, 2008), propósito que experimentei com Dona Vera, vendedora ambulante.

Em 2006, perto das festas de natal, este encontro decisivo com uma vendedora ambulante, vai me permitir continuar a abordagem deste lugar de bazar. Um domingo encontrei dona Vera que vendia numa barraca, em Copacabana na feira situada na rua Siqueira Campos /Praça Serzedela Correia. Comprei um biquíni e começei a falar com ela , do seu trabalho na feira, da sua experiência como vendedora nas ruas de Copacabana desde 1953, como ela dizia: "fugindo do rapa". Dona Vera acabava de cumpletar 73 anos. Esta cadastrada como vendedora ambulante pela idade e conseguiu a barraca no Leme e a possibilidade vender também na avenida Nossa Senhora Copacabana, de noite entre19-20 horas quando "o rappa libera o calçadão". Marquei outro encontro, uma terça feira de manhã, no Leme e consegui passar um dia inteiro com dona Vera. De manhã, monta e arruma a sua barraca entre as 11 barracas autorizadas, sempre sorriendo e dedicada com os clientes. De tarde, às 15horas na avenida Princesa Isabel, pegamos o ônibus 455 com destino o SAARA e durante a viagem Vera me fala da sua vida de ambulante, das suas viagens, dos lugares que se apropriou para vender na cidade:

53 anos que eu trabalho na rua. Vim para o Rio com doze anos, aprendi a vender na rua, na praia e estou trabalhando até hoje. Ficava na Nossa Senhora de Copacabana 723. Tinha uma barraca enorme. Ai eu comprava no Paraguai algumas coisa importadas misturava com as brasileiras e vendia tudo isso. Mas não é bom comprar no Paraguai porque tem muito risco e a viagem é muito longo e muito cara. Eu fiz isso durante 13 anos. la duas vezes por semana. Vendia muito mais. Sempre roupa de preferência roupa de praia, canga, tudo.

Perguntei a dona Vera como ela conhecia estes lugares para comprar e o que ela vai fazer no SAARA, se sempre compra no mesmo fornecedor ;

Eu pergunto um rapaz que horas eu tenho que estar lá para conseguir um lugar. Chamam de tabuleiro. Lá eu vou descobrir outras feiras para o subúrbio e ai eu vou. Falando como rapaz da van e com os feirantes de lá. Aí eu levo o carrinho com as mercadorias. No SAARA ando muito procurando as coisas mais baratas. Agora eu to



comprando mais porque o verão está chegando. Se for preciso vou todas as tardes comprar.

Descemos na Avenida Presidente Vargas e entramos no SAARA pela rua Regente Feijó. Rua da Alfândega entramos em uma loja, e dona Vera falou com o gerente de origem asiática, me apresentou como jornalista. Tentei marcar um dia para fazer entrevista e o homem fica evasivo me deu o seu cartão. Mais tarde expliquei a Dona Vera que seria melhor me apresentar como uma pesquisadora que se dedica a estudar o SAARA. E quando chegamos na loja Brasil Roupa, ela diz assim: esta moça esta fazendo um trabalho pela universidade e precisa entrevista lojistas da SAARA, nada de jornalista, pode tem confiança! E assim que consequi uma entrevista com Kamal, alguns dias depois.

Dona Vera comprava tudo em dinheiro : biquínis, cangas, bijuterias, e comentava : pago tudo na hora nada fiado, nunca..Deixava a mercadoria nas bolsas numa loja e procurava outra loja e depois por volta das 17 horas recuperava a suas compras da loja "Brasil Roupa" comentou: o dono tem sempre preços boms. Muitos camelôs compram aqui. A reciprocidade existe, Kamal falou assim :

meu comércio é aqui fixo. Mas eu admiro o trabalho dos camelôs, dos revendedores, dos feirantes, este pessoal, eu admiro muito. Porque estes camelôs de hoje, estes pequenos comerciantes, amanhã serão grandes comerciantes, serão estabelecidos também, ...A maioria dos comerciantes hoje, estabelecidos, fixos e tal e coisa, já foi no passado ambulante.





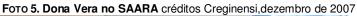




Foto 6 Loja de KAMAL SAARA, créditos Creginensi, dezembro 2007

Dona Vera e o fornecedor concordam para dizer que os camelôs se adaptam e procura os produtos em função das oportunidades do momento: Carnaval, Copa du Mundo...



Estes dois comerciantes gostam de vender, o comércio é a vida deles; assim, dona Vera fala:

Eu parei de trabalhar em 2000 e voltei a trabalhar no ano passado, em 2005, com essa barraca. Não pretendo parar até morrer.

Kamal expressou a dificuldade de ver a sua loja continuar, o seus filhos estudam e nada indica que eles gostaram seguir o trabalho do pai mas ele falando de se aposentar diz:

Deixa eu te explicar, eu particularmente, posso me aposentar vamos dizer....de benefício, de INSS e tal, me aposentar fisicamente eu não tenho intenção nenhuma. Eu quero se possível, que Deus me ouça, morrer atrás de um balcão, trabalhando.

Conclusão

A través do estudo do comércio ambulante cruzei outros circuitos informais e formais do comércio como o SAARA e o Camelódromo que muitos atores tecem com muita incerteza (TELLES, 2007); através do estudo de clientes, particularmente no Camelódromo e as ruas adjacentes, percebi melhor como o comércio dos ambulantes é um serviço à mobilidade dos moradores, consumidores e que representa um elemento chave da globalização por baixo (TARRIUS, 2005). As tentativas de regulamentação dos espaços das ruas-que envolvem os lojistas do SAARA, os camelôs, os fiscais, as associações e outros grupos,- desenvolvem um mercado de compra e venda de proteção que facilita e até concretiza o trabalho dos vendedores ambulantes no dia -a-dia (MISSE, 2007). De fato, o SAARA, o Camelódromo e muitos outros lugares de comércio, não são lugares de simples circulação de mercadorias, revelam o bazar que se constrói com experiências distintas mas que o que predomina é um verdadeiro prazer para trabalhar, para trocar, que não se trata de invasão mas de um investimento mesmo que reconfigura a metropóle carioca. Nada a ver com um cosmopolistimo exôtico ou como uma denúncia de lugares ilícitos, meu própio percurso é mais uma tentativa de colocar em palavras e imagens a troca, a competência, a complexidade e as dificuldades e oferecer uma mudança de paradigma. A confiança que vendedores e fornecedores me daram, as ambiências dos lugares permitirem costurar os fios do meu passado e dar importância a estes pequenos equivocos do início de minha chegada no Rio de Janeiro.

Referências bibliográficas

BAUTES, N., REGINENSI, C. 2008. « La marge dans la métropole de Rio de Janeiro : de l'expression du désordre à la mobilisation de ressources », In : *Autrepart*, n° 47, pp.149-168



BERENSTEIN JACQUES, P. 2001, Estética da ginga. A arquitetura das favelas através da obra de Hélio Oiticica. Rio de Janeiro: Editora Casa da Palavra

CANCLINI, N. 2006. Consumidores e Cidadãos, Rio de Janeiro: Editora UFRJ, pp. 119-120

GEERTZ, C. 2003 (Tradução francesa, introdução e tradução de Daniel CEFAI, *Le souk de Sefrou. Sur l'économie du Bazar Saint Denis : Editions Bouchene*

GOMES M.F.C M., REGINENSI,C. . "Vendedores ambulantes no Rio de Janeiro: experiências urbanas e conflito pelo uso do espaço" II Colóquio Internacional sobre comércio e Cidade: uma relação de origem ,17 a 19 de março de 2008 Temática 4 Arquitetura de negócios: comércio ambulante **Cdrom ISBN 9788588126633**

GOMES, M.F.C.M, REGINENSI, C.BAUTES, N. 2008. "Les clients des vendeurs ambulants à Rio de Janeiro ».In: *Espaces et sociétés*, n° 135, dez.

MAFRA, P.D., 2008. "Camelôs cariocas"In: Gilberto Velho (org.), Rio de Janerio: cultura., política e conflito, Rio de Janerio, Zahar, Editor, pp.191-207

MISSE, M. 2007."Mercados ilegais, redes de proteção e organização local do crime no Rio de Janeiro".In: *Estudos Avançados*. São Paulo, vol.21, n°61, set/dez.

PERALDI, M., 2001. (org.) Cabas et containers, Activités marchandes informelles et réseaux migrants transfrontaliers. Paris: Editions Maisonneuve et Larose

RIBEIRO, P. 2000. SAARA- uma paisagem singular do Rio de Janeiro (1960-1990).

Dissertação de Mestrado. Programa de Estudos Pós Graduação em História Social, PUC/SP. São Paulo.

SOUSA SANTOS, B de 2001. *A crítica da razão indolente : Contra o desperdício da experiência*. São Paulo: Cortez Editora, pp.347-356

TABUCCHI, A. 1985,2006. [tradução francesa] *Petites équivoques sans importance.* Paris, Gallimard, col. Folio n° 4609

TARRIUS, A. 2002. La mondialisation par le bas : Les nouveaux nomades de l'économie souterraine Paris: Balland.

TELLES da Silva, 2007. "Transitando na linha de sombra, Tecendo as tramas da cidade." In: Francisco de Oliveira e Cibele Saliba Rizek (orgs). *A era da indeterminação* São Paulo: Boitempo Editorial, pp. 195-220

VIEIRA da Cunha, N. & THIAGO de MELLO, P. "SAARA: Reinventando etnicidades e ambiênicas urbanas num mercado popular carioca", capítulo 6. In: Gomes, M.F.C.M. 2006 (org.) Cidade, Transformações no Mundo do Trabalho e políticas públicas. A questão do comércio ambulante em tempos de globalização, Rio de Janeiro, DP&A, pp. 104-119 WORCMAN, S. 2000. Saara. Rio de Janeiro. Relume Dumará, coleção cantos do Rio