



CINCCI

IV Colóquio Internacional

sobre o comércio e cidade: uma relação de origem

Uberlândia, 26 a 28 de março de 2013

Morte e vida dos espaços públicos de sociabilidade: o caso COBAL no Rio de Janeiro

Death and Life of publics spaces of sociability: the case COBAL in Rio de Janeiro

LOPES, Ricardo Ferreira; MSc; Universidade Gama Filho (UGF)

ricardof.lopes@yahoo.com.br

ROCHA, Josielle Cíntia de Souza; MSc; Faculdade de Ciências Exatas e Tecnológicas Santo Agostinho (FACET)

josiellecintia@yahoo.com.br

Resumo

Este artigo avalia a dinâmica sociourbana dos mercados públicos, enfatizando dois casos de referência: os *Hortomercados COBAL do Humaitá e do Méier*, implantados na cidade do Rio de Janeiro. Além dos produtos hortigranjeiros vendidos, verifica-se hoje na COBAL Humaitá uma considerável concentração de outras atividades comerciais, tais como, bares e restaurantes, os quais trazem uma nova vitalidade ao lugar. Enquanto espaço público diversificado, ele passa a representar um marco referencial para o bairro e localidades vizinhas. Entretanto, a unidade Méier não obteve o mesmo desempenho, acarretando no esvaziamento e na demolição em 2005. Ao partir da constatação, da qual o Rio de Janeiro não possui um mercado varejista central, tomou-se por objetivo investigar as causas e consequências da extinção e permanência destes espaços públicos de sociabilidade, através da compreensão da trajetória dos referidos hortomercados.

Palavras-chave: Vitalidade. Sociabilidade. COBAL.

Abstract

This paper evaluates public markets' social and urban dynamics, emphasizing two reference cases - Markets COBAL of Humaitá and Méier, implanted in the City of Rio de Janeiro. Besides sales of fresh fruits and vegetables products, there is, nowadays in COBAL Humaitá, a considerable concentration of other business enterprises, such as bars and restaurants, which bring a new liveliness to the place. As a diversified public space it also represents a landmark for the neighborhood. However, in Méier, has not achieved the same performance, which resulted in the absence of clients and demolition in 2005. From the starting point of the non-existence of a central retail market in Rio de Janeiro City, one took the aim of investigating causes and consequences of the extinction and permanence of those public spaces of sociability, through understanding of said markets trajectories.

Keywords: Vitality. Sociability. COBAL.



CINCCI

IV Colóquio Internacional

sobre o comércio e cidade: uma relação de origem

Uberlândia, 26 a 28 de março de 2013

1 Introdução

Os mercados públicos são partes vivas da história e da cultura das cidades. A função destes equipamentos é concentrar em um espaço físico coberto, as atividades de comércio de alguns produtos específicos. Através da leitura da inserção destes estabelecimentos no meio urbano é possível interpretar alguns aspectos que lhes são peculiares e conexos entre si, possibilitando o seu reconhecimento enquanto importantes referenciais urbanos <OMITIDO PARA A REVISÃO CEGA>:

i. os mercados são espaços públicos por excelência, ou seja, é possível interagir de maneira livre nestes espaços, porque são lugares acessíveis a toda população, seja local ou flutuante e independente de sua posição social (VARGAS, 2001). Nesta ótica, os mercados comportam em seu interior, relações que permitem o contato das diferenças sociais, bem como da relação interpessoal estabelecida entre os seus diversos atores sociais, tais como comerciantes e fregueses, carregadores ou simples transeuntes.

ii. os mercados tendem a combinar outras atividades e a heterogeneidade de usos e de produtos propicia a procura, os encontros e as interações cotidianas, estabelecidas pela atividade da compra e venda de mercadorias, ou pelo entretenimento com outras atividades que se agregam ao lugar. Com base nesta diversidade, os mercados podem ser reconhecidos como lugares para onde convergem e condensam os fluxos de pessoas, induzindo, desta maneira, ao encontro, à troca e às relações sociais – eis que emerge a noção dos mercados enquanto espaços públicos de sociabilidade.

Ainda que os mercados apresentem relevância no meio urbano, nos dias atuais sua permanência anda ameaçada. Estes lugares resistem à concorrência dos estabelecimentos dotados das formas mais modernas de armazenamento, comercialização e higiene, como também à mudança das políticas de abastecimento. Tornaram-se, desta forma, lugares alternativos de venda e consumo (MOTT, *in* FERRETTI, 2000).

Na cidade do Rio de Janeiro, constata-se que não existe, atualmente, um mercado público varejista central, assim como foi o Mercado Municipal (1907-62) ou, os que ainda se estabelecem com força nas demais metrópoles do país. Neste contexto de transformação e perda de referenciais históricos, urge-se uma inquietação: se alguns mercados menores ainda resistem ao desaparecimento, quais são os resquícios destes referenciais na cidade?

O objetivo central do presente trabalho¹ é investigar o processo de extinção e permanência, ou seja, de “morte e vida” dos mercados públicos varejistas na cidade, bem como as respectivas consequências do desaparecimento e permanência destes nas áreas urbanas onde eles foram inseridos. Desta forma, foram tomados por referência os Hortomercados Méier e Humaitá, estabelecendo um recorte temporal entre 1971 a 2009.

Os hortomercados eram estabelecimentos varejistas destinados ao comércio de hortigranjeiros, carnes e pescados, a partir de uma inovadora concepção de padronização dos espaços de venda, que consistiu em criar um único espaço coberto, concentrando os vendedores distribuídos por módulos básicos de vendas (*boxes*). O objetivo principal destes equipamentos era estabelecer alternativas para intervenção do governo no abastecimento, diante da precariedade das feiras livres (VILELA, 2006). Com esta concepção, o Hortomercado Humaitá foi o primeiro das quatro unidades inauguradas na cidade do Rio de Janeiro, em setembro de 1971,

seguidas no ano de 1972 pelas unidades do Leblon, Méier e Campinho, sendo as duas primeiras localizadas na Zona Sul e as outras duas na Zona Norte da cidade².

Após um período de esvaziamento comercial, na década de 1990, surgiram novos estabelecimentos na COBAL Humaitá, tais como bares e restaurantes. Estas novas funções passaram a conviver com o hortomercado, e decerto transformou o espaço físico em um novo local de encontro, lugar de atividades múltiplas com novos usos e opções aos seus frequentadores, consolidando-o como referência urbana e cultural na cidade. Entretanto, apesar da adaptação de uma choperia na unidade do Méier por fins dos anos 1990, em 2003 o estabelecimento encerrou suas atividades, permanecendo abandonado até sua demolição, em 2005, para dar lugar ao Fórum do Méier.

A partir da problemática selecionada é que se suscitam os questionamentos. Se foram instaladas quatro unidades de abastecimento, por que justamente as da Zona Sul ainda sobrevivem ao desaparecimento? Em outras palavras, por que os hortomercados da Zona Norte “morreram” enquanto os da Zona Sul tornaram-se ainda mais “vivos”?

Baseado na lógica de extinção e permanência dos mercados, o título deste trabalho emprega a metáfora “morte e vida”, uma alusão à clássica obra de Jane Jacobs (2000), *Morte e Vida de Grandes Cidades*, onde a principal lição pregada é a necessidade da diversidade urbana através de funções que possam gerar presença de pessoas e atividades em horários diferentes nas ruas: os “olhos da rua”, pessoas com as quais contribuem para vigiá-las em diferentes horários, trazendo aos transeuntes uma sensação de segurança e proteção, tornando-as, assim, vitais.

Foram empregados neste trabalho dois procedimentos metodológicos distintos: estudo teórico-histórico e pesquisa empírica. O primeiro foi resultado de um estudo obtido por fontes secundárias, o qual enfatizou os referenciais acerca da sociabilidade e vitalidade, evidenciando a representação dos lugares de mercado enquanto centralidades urbanas. O conhecimento sobre o histórico do objeto de estudo foi obtido por fontes primárias, tais como notícias de jornais, periódicos, documentos, decretos, acervos iconográficos.

Por fim, a pesquisa empírica privilegiou a captação de dados qualitativos através da observação direta *in loco* e por entrevistas realizadas ao longo de 2009. Os objetivos foram avaliar a inserção do objeto nos seus respectivos ambientes urbanos; reconstruir os discursos de frequentadores, comerciantes, administradores e líderes comunitários; resgatar a trajetória dos hortomercados no cotidiano dos atores sociais, alicerçando a compreensão da dinâmica social na questão da vitalidade da unidade Humaitá, bem como nas causas da extinção da unidade Méier.

Esta pesquisa contribui com um estudo inédito sobre as áreas-objeto. Os casos de referência trouxeram reflexões sobre a contribuição destes espaços para a vitalidade urbana na cidade do Rio de Janeiro, uma dinâmica social tão cara na atualidade. Segundo Câmara Cascudo, “mercados e feiras são a universidade do povo” (*apud* IBAM, 1982, p. 93). Logo, justifica-se fazer um estudo destes lugares, onde a mercadoria mais trocada é a mais importante e a que mais faz falta nos dias que correm: o bom e saudável relacionamento humano.

2 Relação dos mercados com as cidades: espaços públicos de sociabilidade e vitalidade urbana

A trajetória histórica dos mercados revela que estes prestaram o papel de verdadeiras referências urbanas e de vitalidade nas cidades, o que nos afirma a incontestável contribuição destes lugares através dos tempos <OMITIDO PARA A REVISÃO CEGA>.

A palavra mercado, proveniente do latim *mercato*, significa “lugar de venda de gêneros alimentícios e outras [mercadorias]” (FERREIRA, 2004), ou seja, lugar de trato, de compra e venda ou de troca. E para realizar a troca é necessário o encontro de pessoas com bens e serviços para serem trocados e ela será realizada, não apenas com mercadorias, mas com “idéias, palavras, experiências e sensações”, pois a troca pressupõe “a conversa para que o negócio seja efetivado” (VARGAS, 2001, p.19).

Na investigação das relações entre os lugares de mercado e história urbana, boa parte dos trabalhos dedicados a esta temática vai buscar referências nos bazares árabes, na ágora grega, nos fóruns romanos ou nas praças de mercado medievais. Os lugares de mercado coexistiram com diversas atividades, tais como, as religiosas, jurídicas, morais, artísticas, esportivas e econômicas, caracterizando-os como locais onde as relações de sociabilidade se faziam presente (Figura 1a), sendo o comércio apenas uma face da multiplicidade de práticas que ali tinham lugar (*ibid.*).

Na história das cidades verifica-se também que as primeiras centralidades urbanas se apegavam em espaços vazios, lugares simultaneamente de reunião e de mercado, como ocorriam na ágora, no fórum, em vias principais, como o Cardo de Jerusalém, bem como na praça de mercado nas cidades medievais (Figura 1b). Esta representava o lugar dos mercadores e mercadorias no centro da cidade (LEFEBVRE, 2008). Neste sentido, os lugares de mercado reforçam a representação de centralidade nas cidades, dado que a sua localização, em tese, era estabelecida de modo a facilitar o deslocamento de pessoas e, assim, servindo as suas necessidades cotidianas, constituindo-se simbolicamente como centro econômico e articulador dos fluxos de pessoas nos núcleos urbanos em expansão.

Os mercados são, por excelência, espaços públicos, pois estes lugares são tipicamente acessíveis “a todos os moradores e visitantes, ao mesmo tempo em que estes cidadãos devem ser capazes de interagir, livremente, na mesma base, independentemente de sua condição social” (VARGAS, 2001, p. 98), atributos, dos quais induzem à noção de vitalidade urbana.

De acordo com o Ferreira (2004), “vitalidade”, do latim *vitalitate*, significa: “Qualidade de vital; O conjunto das funções orgânicas; Força vital; vigor”. No contexto social, a vitalidade pode estar associada à força e dinâmica da presença espontânea de indivíduos, caracterizada pela improvisação, diversidade de pessoas, funções e atividades urbanas. Os atributos da vitalidade sempre estiveram presentes nos lugares de mercado, visto que são históricos os elos entre o comércio e a sociabilidade (VARGAS, 2001). A sociabilidade produzida nos espaços públicos é fundamental na constituição da vitalidade urbana, pois os lugares de vitalidade são aqueles que promovem “a espontaneidade, a imprevisibilidade e a diversidade do encontro, como também a pluralidade e heterogeneidade de atividades e freqüentadores” (FILGUEIRAS, 2006, f. 61) que deles se utilizam.

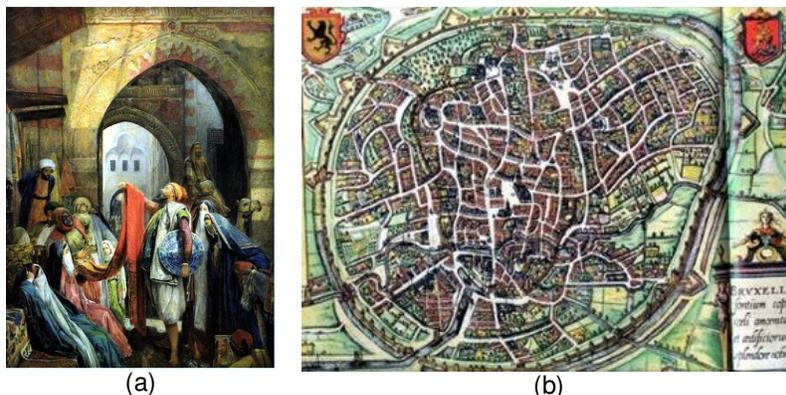


Figura 1: (a) *Bazaar* egípcio; (b) Planta de Bruxelas, 1581

Fonte: (a) johnfredericklewis.blogspot.com (Acesso em: 30 abr. 2009);

(b) www.ilotsacre.be (Acesso em 04 out. 2009)

Jane Jacobs, ao fazer uma crítica aos resultados de intervenções propostos pelo urbanismo americano em meados do século XX, empenhou-se na hipótese da vitalidade, presente nos lugares comuns e nos fazeres cotidianos, como fator fundamental na dinâmica socioeconômica das grandes cidades (FRUGOLI JR., 2007). Segundo a autora, para que a prosperidade seja possível nos bairros, tornando-os cheios de vida e atraentes, é necessário que as pessoas em geral apareçam nestes lugares em horários diversificados ao longo do dia. A segurança das ruas se torna eficaz com a utilização e fruição espontânea dos indivíduos, dos quais naturalmente se policiam e reforçam a existência de "olhos para a rua" (2000, p. 35). Jacobs propõe a necessidade da diversidade urbana por meio de funções que gerem presença de pessoas em horários diferentes e em alta concentração nas ruas, importante na constituição da vida social nas cidades.

A crítica de Jacobs revela que, desde a segunda metade do século XX, ocorre nas grandes cidades uma grave crise da vida social. Os impactos desta crise repercutiram-se na paisagem urbana das grandes metrópoles, onde os principais sinais do quadro de morte dos espaços de sociabilidade e vitalidade urbana são, dentre outros, as barreiras físicas, os vazios urbanos, o medo e a violência que se instaura. Para Ribeiro (2005, p. 411), estas transformações e seu subsequente reflexo na organização social, acarretaram "processos de fragmentação dos espaços metropolitanos". Diagnóstico que indica o estado terminal dos aspectos da vida social urbana, onde outrora fora o lugar da diversidade, do encontro e da animação.

Para exemplificar, na atualidade constata-se na cidade do Rio de Janeiro a inexistência de um grande estabelecimento público de comércio varejista, com o qual a sua imagem poderia estar indissociável no imaginário do povo enquanto referência de vitalidade no espaço urbano. Assim como ocorre nos demais centros urbanos do país e do mundo, os mercados públicos são dotados de forte carga simbólica de significados apropriados pela população e, deste modo, nitidamente identificáveis no meio urbano.

O Mercado Municipal do Rio de Janeiro foi por muito tempo um "cartão postal" (GORBERG; FRIDMAN, 2003), pelo qual a população lhe atribuía identidade, reafirmando, assim, sua condição de referência na cidade. No entanto, ao contrário de algumas capitais do Brasil, o Rio de Janeiro é uma das poucas cidades onde não se preservou esse tipo de patrimônio, visto que o complexo foi demolido no final da

década de 1950, justificado pela construção do Elevado Perimetral (Figura 2a). Da estrutura original, o único remanescente é o torreão onde funciona um restaurante nobre (Figura 2b). Atualmente, toda a área se transformou em um grande pátio de estacionamento. Mesmo com o esvaziamento, o torreão ainda representa uma referência identitária, visto que na memória dos mais velhos, aquele marco simboliza o antigo mercado.

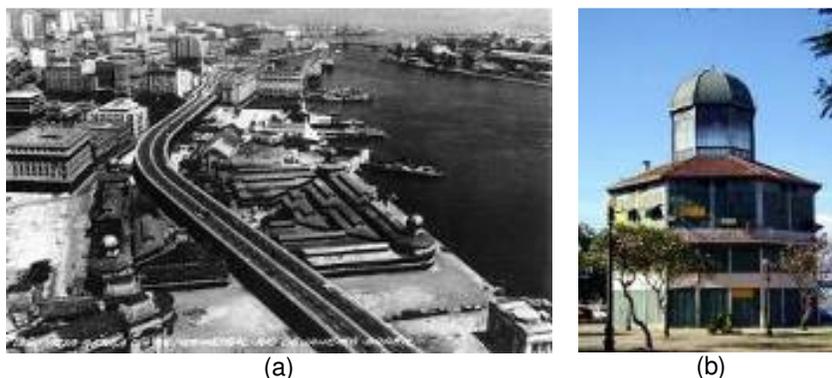


Figura 2: (a) Mercado Municipal do Rio de Janeiro seccionado por elevado nos anos 1960;
(b) Torreão remanescente

Fonte: flickr.com (Acesso em 25 mar. 2010)

Apesar das contradições expostas, alguns mercados cariocas, ainda que em menor porte, sobrevivem ao desaparecimento, tais como o Centro de Abastecimento do Estado da Guanabara (CADEG), o Mercadão de Madureira, o Centro Municipal Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas, o Mercadinho São José das Artes, bem como os Hortomercados COBAL do Leblon e Humaitá. Estes resquícios representam nichos de vitalidade, contribuindo com o desenvolvimento da animação nos arredores onde estes se inserem, legitimando o que Jacobs (2000) classifica como “distrito próspero”, cheios de vida. Embasado nesta perspectiva, faz-se postular que “através dos espaços de sociabilidade que se desempenha a vitalidade urbana” <OMITIDO PARA A REVISÃO CEGA>, uma noção tão cara aos espaços públicos das cidades nos dias correntes, a exemplo do caso explicitado a seguir.

3 Os hortomercados na gestão COBAL – Companhia Brasileira de Alimentos (1971-1990)

A COBAL, Companhia Brasileira de Alimentos foi criada pelo presidente João Goulart, em 1962. Empresa pública vinculada ao Ministério da Agricultura, a ideia era dar ao Governo Federal condição de operar diretamente no abastecimento, uma evolução nas políticas públicas do país voltadas para este setor (MARA, 2006).

Segundo Vilela (2006), ao fim da década de 1950, os mercados públicos no Brasil eram tradicionais e anacrônicos, constituindo um obstáculo frente à necessidade de uma eficiente distribuição de alimentos perecíveis. A comercialização de produtos hortifrutícolas nas feiras livres era uma atividade praticamente marginal, onde a comercialização se dava na rua, sem condições de higiene ou de armazenamento. Diante destes problemas, a ação do governo foi implementar e administrar novas estruturas de abastecimento de gêneros

setor de distribuição alimentícia, assim como na vida social e no desempenho da vitalidade urbana nos respectivos bairros. O Hortomercado Humaitá foi projetado com capacidade para três mil pessoas (*Correio da Manhã*, 19 ago. 1971). Entretanto, segundo entrevista aos comerciantes mais antigos, estima-se que o movimento de pessoas na primeira semana tenha sido muito superior à capacidade prevista em projeto. As donas de casa, ávidas pela inauguração do mercado, aguardavam por preços mais baixos, alimentos de qualidade superior, com melhores condições de higiene e maior espaço.



Figura 7: Mercado do Produtor Humaitá lotado

Fonte: *DF-jornal/ revista* (26 set. 1971, p. 40)

Conforme o administrador do Hortomercado Humaitá³, mesmo depois que se encerrava o expediente, o estacionamento virava área de lazer, visto que não havia grades para impedir o acesso de pessoas, os hortomercados apinhavam-se de crianças. De acordo com um antigo proprietário de açougue no Hortomercado Humaitá⁴, o movimento não era somente decorrente da procura por preços ou por qualidade dos produtos comercializados, a COBAL atraía também turistas e escolares, os quais fretavam ônibus para visitar as instalações. Segundo ele, a razão do atrativo está na agradável sensação provocada pelo odor e a policromia dos produtos hortifrutícolas, dispostos de forma organizada e atraente.

Apesar do crescimento do número de clientes atendidos pela companhia, a década de 1980 foi caracterizada por conflitos na estrutura interna da empresa, agravados pelos altos preços dos produtos. O Hortomercado Méier corria o risco de fechar e o motivo foi a falta de fregueses, que não conseguiam acompanhar o aumento dos produtos (ÂNGELIS, 1983). Os *boxes*, outrora oferecidos aos produtores rurais sob a forma de concessão, passaram a ser alugados com valores maiores, e, em consequência, provocou-se o aumento dos preços dos produtos. Nesta época, a desativação dos postos da COBAL era sugerida, pois o órgão havia deturpado sua finalidade original “de regular os preços dos gêneros alimentícios e atender o mercado consumidor nas regiões onde a iniciativa privada é insuficiente” (*Jornal do Brasil*, 27 set. 1983). A permanência dos Hortomercados COBAL estava ameaçada.

4 Morte e vida – extinção e permanência dos hortomercados (1990-2009)

Ao fim dos anos 1980, a COBAL estava prestes a encerrar as suas atividades. Em um momento de crise, os funcionários da empresa fizeram greve reivindicando aumento salarial, e protestavam contra o “sucateamento das lojas e a privatização dos serviços” (*O Globo*, 14 dez. 1989). Os fregueses, informados do possível fechamento dos hortomercados, se lamentavam da situação deplorável em que se encontravam, principalmente das prateleiras empoeiradas que empilhavam produtos fora do prazo de validade ou de qualidade muito inferior.

A COBAL foi extinta em abril de 1990 e em seu lugar foi criada a CONAB, a Companhia Nacional de Abastecimento, empresa pública vinculada ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). A nova companhia, portanto, ficou encarregada de gerir as políticas agrícolas e de abastecimento, visando assegurar o atendimento das necessidades básicas da sociedade, preservando e estimulando os mecanismos de mercado (ROSSI; AGUIAR, 2008). O setor varejista na década de 1990 passou a ser predominantemente privado, concentrando-se em redes de autosserviço, como supermercados e hipermercados (VILELA, 2006). Neste panorama, o poder público não justificava manter seus hortomercados, por sua vez instalados em áreas urbanas valorizadas. A desativação destes equipamentos e a venda dos bens estavam nos planos da CONAB.

4.1 A extinção do Hortomercado Méier: definindo-se à míngua

Na década de 1990, o Hortomercado Méier amargava um período de grave esvaziamento comercial, decorrente da falta da procura dos fregueses. A crise, iniciada nos anos 1980, provocou o fechamento de vários *boxes* e de algumas lojas. As vendas caíram e as condições físicas do estabelecimento, aos poucos, deterioravam ainda mais (Figuras 8a e 8b). Ainda que suas instalações estivessem em condições precárias, muitas pessoas entrevistadas ainda faziam suas compras, além de utilizar o caixa eletrônico e jornaleiro. Os depoentes ainda apontaram a presença de pessoas em diversas horas do dia no estabelecimento, permitindo um importante movimento nas cercanias, estabelecendo um importante papel no desempenho socioeconômico do bairro - atributo de vitalidade urbana.



Figura 8: Hortomercado Méier: (a) pátio descarga vazio; (b) no interior, lojas fechadas

Fonte: Flávia Martins Mattos (2002)

No entanto, as ofertas no hortomercado ficaram escassas, forçando os fregueses a comprar em lugares que oferecessem preços acessíveis. Para o

presidente da Associação Comercial do Méier⁵, o principal motivo da desativação do Hortomercado Méier foi a ausência de atrativos comerciais que pudessem seduzir seus fregueses, conferindo-lhes mais opções. O mesmo frisou a existência de um estabelecimento chamado “Chopperia do Horto”, o qual atraía pessoas após o encerramento do expediente por meio de apresentações musicais. Segundo o entrevistado, o movimento excessivo foi um inconveniente para uma área predominantemente institucional, acarretando no seu posterior fechamento.

No início dos anos 2000 restaram apenas dois estabelecimentos. Um deles era o *box* de um comerciante aposentado, o qual trabalha até os dias atuais como feirante, comercializando frutas em uma barraca instalada na calçada da rua onde se localizava o hortomercado: um resquício vivo.

Em 2003, o mercado totalmente decadente teve suas atividades encerradas. Não houve quaisquer formas de resistência da população ante ao seu fechamento, visto que o imóvel servia de abrigo de excluídos sociais. O equipamento foi demolido em 2005 para o início da construção do Fórum Regional do Méier, inaugurado em 2007. A aceitação das pessoas entrevistadas ao novo equipamento foi grande. Acredita-se que o estigma assinalado pelas condições degradantes das instalações tenha sido o motivo principal deste consentimento.

4.2 A permanência do Hortomercado Humaitá: vitalidade e referência do bairro

Até os anos 1980, a existência e importância dos Hortomercados COBAL do Humaitá e do Leblon estavam associadas à função urbana de estrutura comercial de abastecimento de alimentos nos bairros localizados na Zona Sul da cidade do Rio de Janeiro. Após o enfraquecimento da presença e da ação do governo federal no abastecimento varejista, associado ao surgimento cada vez maior de estabelecimentos privados, tais como supermercados e sacolões, o hortomercado perdeu sua força comercial. Entretanto, foi a partir da década de 1990 que o estabelecimento passou a ser envolto pela condição de lugar de encontro e de lazer, associados à gastronomia e à boemia. A boemia emergia no lugar de mercado, dividindo seu espaço com os produtos hortifrutícolas. Nesta época, inicia-se a construção do imaginário construído em torno do Hortomercado Humaitá: o “Baixo COBAL” era a “moda nova de se beber”, conforme transcrição da matéria publicada (HENRIQUE, 1989).

Após a desativação do supermercado da COBAL, a ala do estabelecimento voltada para a rua Humaitá ficou vazia por cerca de quatro anos. A única loja que funcionava nesta ala era uma padaria, a qual ali se estabelecia desde 1985⁶. Um artigo de jornal publicado no início da década de 1990 divulgou sobre a falta de higiene do equipamento, outrora limpo e rigorosamente fiscalizado, sugerindo que o equipamento estava desvirtuado de seus princípios e, desta maneira, não mais atendia aos interesses da população (*Jornal do Brasil*, 18 set. 1991).

Em 1993, um grupo de comerciantes investiram na introdução de novos estabelecimentos na ala da rua Humaitá, aproveitando a permissão da gestão daquela época. Segundo entrevista com o responsável pela execução da obra, a empreitada teve início em fevereiro de 1994, contemplando a construção de lojas, sanitários e mezanino. Também foi instalado um espaço destinado à praça de alimentação, em alusão ao *shopping center*. Os bares e restaurantes passaram a fazer parte do cotidiano do lugar. O hortomercado se tornou um polo de atração,

elevando sua condição de referência na cidade do Rio de Janeiro (*O Globo*, 09 maio 2002).

Apesar do impasse entre os comerciantes e a CONAB, o hortomercado atrai cada vez mais consumidores, visto que as novas funções adaptadas transformaram o espaço em um local de encontro, lugar de atividades múltiplas com novos usos e opções aos seus frequentadores, tais como a boemia e a gastronomia, além de lojas e serviços, conferindo-lhe uma dinâmica de vitalidade urbana.

Ao longo da pesquisa de observação de campo, ocorrida ao longo de 2009, foi presenciado relações de interação social, as quais foram possíveis evidenciá-lo enquanto produtor da vitalidade no bairro em diversas horas do dia.

Durante a madrugada dezenas de caminhões de diversos fornecedores chegam ao pátio (Figura 9a) descarregando produtos, como verduras, legumes, frutas, pescados, grãos, laticínios, móveis, roupas, flores, etc. A presença, o movimento intenso e o clima no interior do edifício é descontraído, uma vez que os carregadores cantam, conversam e brincam entre si, enquanto armazenam e organizam suas mercadorias.

No decorrer do dia, especialmente pela manhã, o hortomercado costuma receber as donas de casa (Figura 9b). É natural verificar as mesmas dialogando com pessoas conhecidas, fruto de encontros ocasionais e imprevisíveis. Muitas donas de casa, não consomem somente os produtos hortigranjeiros, mas realizam outras atividades, tais como a de levar seus animais de estimação ao *pet shop*, consumir nas lojas de produtos multiuso para o lar, vestuário, móveis e decoração. Não obstante, foi possível constatar que o hortomercado atrai muitos turistas. O burburinho e a variedade fazem com que os turistas incluam as visitas ao estabelecimento nos seus roteiros de viagem.

Na hora do almoço, funcionários das empresas localizadas nos arredores, mantêm um movimento constante nas ruas, e costumam frequentar os restaurantes da COBAL Humaitá. Muitos aproveitam o momento para percorrer os corredores internos do estabelecimento, acessar as *delicatessens*, floriculturas, vídeo locadora, ou ainda ir ao caixa eletrônico.

O movimento no hortomercado nos dias de semana é inferior ao longo das tardes. Entretanto, à noite, a informalidade do “bate-papo” entre as pessoas se estende nos bares e restaurantes (Figura 9c). A COBAL do Humaitá se tornou ponto de encontro, ambiente de confraternização frequentado por diversos tipos de grupos sociais que cultivam certas afinidades em comum, as “tribos” urbanas, conforme alguns entrevistados declararam fazer parte.

Outras atividades de caráter cultural também foram agregadas ao hortomercado, a exemplo do Bloco de Segunda. A concentração de foliões ocorre junto ao Hortomercado Humaitá na segunda-feira de carnaval. O bloco desfila pelas ruas de Botafogo e Humaitá, levando consigo um impressionante número de foliões (Figura 9d). O chorinho é outra manifestação artística também presente.



Figura 9: Movimento no Hortomercado Humaitá em diversas horas do dia

Fonte: <OMITIDO PARA A REVISÃO CEGA>

Um enorme cartaz fixado na fachada voltada para a rua Humaitá, anuncia em letras graúdas: “COBAL DO HUMAITÁ, AQUI É O *POINT*” (Figura 10). Pressupõe-se que o cartaz foi um meio pelo qual os usuários identificam o lugar, sinalizando sua vocação de “ponto de encontro” dentre as demais localidades do bairro. No imaginário coletivo, atribuiu-se ao equipamento novos significados. A sigla COBAL perdeu seu significado de mercado público institucional da extinta Companhia Brasileira de Alimentos para se tornar um nome próprio de um local de diversidades (gastronomia, boemia e cultura), como ponto de referência do bairro do Humaitá. Uma amostra representativa desta referência está em um ponto de parada do metrô de superfície, localizado em frente ao equipamento: Estação Cobar do Humaitá.



Figura 10: Cartaz atesta a vocação do lugar como ponto de encontro

Fonte: <OMITIDO PARA A REVISÃO CEGA>

Embora a relevância do Hortomercado Humaitá tenha atingido um grande público e tornar um importante referencial urbano, sua permanência anda ameaçada. A partir de 2004, as lideranças comunitárias e os lojistas das unidades Humaitá e Leblon, ameaçados pela desativação, conforme ocorrido na Zona Norte, se manifestaram pelo pedido de tombamento dos estabelecimentos (ALECRIM, 2004). O primeiro passo dado pela administração municipal foi preservar as unidades por meio de decreto, classificando-os como Área de Especial Interesse Funcional, considerando a importância de preservar usos e atividades que contribuam para a necessidade de manutenção dos hábitos e costumes culturais peculiares dos frequentadores desses locais. Posteriormente, a estratégia para preservar os imóveis da ação de desativação e venda por parte da CONAB, foi o seu tombamento provisório (MAGALHÃES, 2008). A medida cautelar considerou o valor cultural das edificações e importância de se preservar marcos culturais e arquitetônicos, reconhecendo a importância do projeto, premiado pelo Instituto de Arquitetos do Brasil, em 1972.

5 Conclusões

Constatou-se que a cidade do Rio de Janeiro não possui um grande mercado central, restando apenas alguns resquícios por ela fragmentados. A partir desta problemática, procedeu-se ao estudo dos Hortomercados COBAL do Méier e Humaitá, embasado no seguinte questionamento central: por que o Hortomercado Humaitá sobrevive ao desaparecimento enquanto que o Hortomercado Méier deixou de existir?

As péssimas condições físicas das unidades pareceram estar relacionadas ao interesse da companhia em torná-las decadentes, a fim de justificar sua extinção. Os preços altos dos produtos comercializados nas unidades, fruto dos altos custos dos aluguéis, associado à precariedade da manutenção das suas estruturas de comercialização, justificou a baixa procura destes estabelecimentos na década de 1990. Verificou-se, também, que os hortomercados estavam localizados em terrenos valorizados, motivo que os tornaram ainda mais cobiçados para a desativação e posterior venda.

Diante destas constatações, tornar-se-iam manifestas as razões para a extinção dos hortomercados COBAL. Contudo, o fato do Hortomercado Humaitá ter adquirido novas funções e usos, e, por consequência, ter se tornado um foco de vitalidade urbana no bairro, conduziu a pesquisa a um maior esforço, em busca da compreensão deste fenômeno: a resignificação de seu espaço.

As “COBAIS” da Zona Sul da cidade do Rio de Janeiro teriam uma destinação parecida com as demais da Zona Norte, se não fosse pela intervenção da iniciativa privada nos anos 1990, com a instauração de novos atrativos e opções gastronômicas, as quais decerto gerou uma nova vitalidade ao mercado. Emergiu daí, a noção de uma nova significação, expressa pela vocação do hortomercado enquanto ponto de encontro do bairro do Humaitá. Manifestaram-se na “COBAL do Humaitá” novas práticas sociais e, conseqüentemente, outros significados simbólicos a ela puderam ser atribuídos. Portanto, estes significados transcenderam a função original da COBAL, enquanto lugar de comercialização de produtos hortigranjeiros. No imaginário deste público, o equipamento se tornou referencial de uma população de múltiplos gostos, seja pela procura do hortomercado enquanto uma alternativa de consumo, seja pela concentração e reprodução de práticas

populares tradicionais, tais como, o carnaval no seu “Bloco de Segunda”, o chorinho e a boemia - manifestações culturais outras, através das quais reforçaram a sua ressignificação.

Deste modo, ao compreender a transformação funcional do Hortomercado Humaitá, revelou-se marcante o investimento da iniciativa privada ao considerar a situação socioeconômica dos usuários dos hortomercados da Zona Sul da cidade do Rio de Janeiro. Localizado em uma região economicamente favorecida, constatou-se na pesquisa que grande parte dos usuários do Hortomercado Humaitá possui um poder aquisitivo muito superior em relação aos antigos usuários do Méier. Este fator pôde ser verificado em suas predileções, na presença de *delicatessens* e restaurantes sofisticados, os quais atraem um público alvo com alto poder de consumo.

Constatou-se da mesma forma, que os interesses políticos também beneficiaram a permanência da unidade Humaitá. O tombamento provisório do bem, em 2008, pautado no discurso de sua peculiaridade arquitetônica e pela importância adquirida com os novos usos incorporados, tornou explícita à potencialidade política atribuída aos lugares onde é comum a promoção de práticas sociais (LEITE, 2007). Entretanto, este movimento não foi verificado na unidade Méier. Ao contrário, em seus últimos anos, o Hortomercado Méier definhava-se a míngua, ainda que algumas tentativas de requalificá-lo fossem experimentadas.

A constatação mais surpreendente obtida na pesquisa revela que a demolição do Hortomercado Méier foi positiva para boa parte dos entrevistados. O estado de degradação do equipamento, bem como o fato do prédio abrigar excluídos sociais após o encerramento das suas atividades, provocou um grande sentimento de repulsa, estigmatizando a imagem de “morte” do mercado. A obsolescência da unidade pareceu justificar sua demolição. As relações sociais e a vitalidade presente no cotidiano dos depoentes mais velhos ficaram apenas nas suas lembranças.

A iniciativa das lideranças comunitárias não teve força, pois o fim do hortomercado era irreversível, ao passo que qualquer intervenção que pudesse melhorar a qualidade visual daquela ambiência urbana seria bem vinda pela população. O Fórum Regional do Méier, muito embora tenha contribuído para o quadro de desertificação social após o seu horário de atendimento, se tornou, inexoravelmente, um novo marco referencial do bairro. Segundo os depoentes, o edifício qualificou a ambiência urbana, ainda que o bairro careça de estabelecimentos varejistas e de opções de entretenimento.

Perante as discussões propostas, foi possível reconhecer no caso COBAL, o importante papel dos lugares de mercado e das diversas atividades a eles associadas, na prática da sociabilidade, da vitalidade urbana, e suas subseqüentes implicações sociais e políticas. Identificá-los e compreendê-los demonstrou que estes espaços físicos, ainda que anacrônicos na acepção de muitos, possuem especificidades tais que por si justificam sua resistência às formas mais sofisticadas de comércio. Reconhecer estes argumentos poderia direcionar o olhar dos planejadores, não tão somente à salvaguarda destes referenciais históricos e urbanos, mas à promoção de práticas e relações sociais, cruciais para a vida em sociedade nos espaços públicos das cidades.

4 Referências

ALECRIM, Michel. “Boemia preservada por decreto”. **Jornal do Brasil**. Rio de Janeiro, 19 ago. 2004.

ÂNGELIS, Anamaria de. “Um dia de lucros para que todos ganhem: hortomercado descobre vitamina anticrise: promoções semanais”. **O Globo**, Jornal dos Bairros, Méier. 05 out. 1983. p. 12.

“BOLSA de Alimentos sugere desativação de postos da Cobal”. **Jornal do Brasil**. Negócios & Finanças. Rio de Janeiro, 27 set. 1983.

“COBAL do Humaitá sofre multas de Cr\$ 1 milhão”. **Jornal do Brasil**. Rio de Janeiro, 18 set. 1991.

“DOIS tempos da Cobal do Humaitá”. **O Globo**, Jornal dos Bairros, Zona Sul. Rio de Janeiro, 09 maio 2002, p. 5.

“ESTREOU ontem o inimigo das feiras-livres”. **Correio da Manhã**, Anexo, nº 24.060. Rio de Janeiro, 19 ago. 1971. p. 1.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Dicionário Aurélio**. 3ª edição. São Paulo: Positivo, 2004.

FERRETTI, Sérgio Figueiredo (organizador). **Reeducando o olhar**: estudo sobre feiras e mercados. São Luís: UFMA – PROIN/CS, 2000, 189 p.

FILGUEIRAS, Beatriz Silveira Castro. **Do mercado popular ao espaço de vitalidade**: o Mercado Central de Belo Horizonte. Dissertação de Mestrado em Planejamento Urbano e Regional. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro 2006. 172 f.

FRÚGOLI JÚNIOR, Heitor. **Sociabilidade urbana**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007. 72 p. (Coleção Passo-a-passo;80).

GORBERG Samuel; FRIDMAN Sergio A. **Mercados no Rio de Janeiro: 1834-1962**. Rio de Janeiro: Editora do autor, 2003. 152 p.

“GREVE por aumento pára 14 lojas da Cobal no Rio”. **O Globo**. Rio de Janeiro, 14 dez. 1989.

HENRIQUE, Cláudio. “Baixo Cobal: moda nova de se beber. Em Botafogo e no Leblon, bares servem tira-gosto e cerveja (ou cachaça) entre frutas e legumes”. **Jornal do Brasil**. Rio de Janeiro, 01 jul. 1989.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ADMINISTRAÇÃO MUNICIPAL, IBAM. **O que é preciso saber sobre mercados e feiras livres**. Rio de Janeiro, 1982. 96 p. (Coleção Alternativas Urbanísticas).

JACOBS, Jane. **Morte e Vida de Grandes Cidades**. 1ª edição. São Paulo: Martins Fontes, 2000. 516 p. (Coleção “a”).

LEFEBVRE, Henri. **O direito à cidade**. Tradução Rubens Eduardo Frias. 5ª edição. São Paulo: Centauro, 2008. 144 p.

LEITE, Rogerio Proença. **Contra-usos da cidade**: lugares e espaço público na experiência urbana contemporânea. 2ª edição. Campinas, SP: Editora da UNICAMP; Aracaju, SE: Editora UFS, 2007. 376 p.

<OMITIDO PARA REVISÃO CEGA>.

<OMITIDO PARA REVISÃO CEGA>.

_____. <OMITIDO PARA REVISÃO CEGA>.

MAGALHÃES. Luiz Ernesto. Decreto municipal tomba os prédios da Cobal do Leblon e do Humaitá. **O Globo**. Rio de Janeiro, 19 jul. 2008. p. 21.

MARA, Sandra. “Artigo classe A”. **Revista Gôndola**. Belo Horizonte, maio 2006. p. 29.

MUNICÍPIO DO RIO DE JANEIRO. Decreto nº 24.535, de 17 de agosto de 2004. “Declara como ÁREA DE ESPECIAL INTERESSE FUNCIONAL as quadras onde estão situados os locais conhecidos como COBAL do Humaitá e COBAL do Leblon”. **Diário Oficial [do] Município do Rio de Janeiro**, Rio de Janeiro, 18 ago. 2004.

_____. Decreto nº 29.596, de 17 de julho de 2008. “Determina o tombamento provisório dos bens que menciona. Tomba provisoriamente os imóveis da COBAL do Leblon e da COBAL do Humaitá”. **Diário Oficial [do] Município do Rio de Janeiro**, Rio de Janeiro, 18 jul. 2008, p.3.

“O segredo do abastecimento é uma questão de mercado”. **DI – jornal/ revista**. 26 set. 1971, p. 40.

PREMIADOS IAB-GB. **O Cruzeiro**. 10 jan. 1973, p. 34.

ROSSI, Wagner; AGUIAR, Alexandre. O papel da CONAB. In: **Abastecimento e segurança alimentar**: o crescimento e a produção de alimentos no Brasil. Brasília: CONAB, 2008. 388 p. p. 73 e 74.

RIBEIRO, Ana Clara Torres. **Sociabilidade, hoje**: leitura da experiência urbana. Caderno CRH, Salvador, v. 18, n. 45, p. 411-422, set./ dez. 2005.

VARGAS, Heliana Comin. **Espaço Terciário**: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio. São Paulo: SENAC, 2001. 336 p.

VILELA, Pierre Santos. Distribuição de hortifrutis no Brasil: uma nova oportunidade para os produtores rurais. **Acessoria Técnica da Federação de Agricultura e Pecuária do Estado de Minas Gerais**. Belo Horizonte: FAEMG, 2006. Disponível em: <www.faemg.org.br>. Acesso em: 12 nov. 2008.

XAVIER, Alberto; BRITTO, Alfredo; NOBRE, Ana Luiza. **Arquitetura Moderna no Rio de Janeiro**. São Paulo: Pini, Fundação Vila Nova Artigas; Rio de Janeiro: RIOARTE, 1991. 315 p.

¹ <OMITIDO PARA REVISÃO CEGA>.

² O projeto das unidades rendeu, em 1972, premiação na categoria de edifícios para fins comerciais, concedida pelo IAB-RJ (XAVIER; BRITTO; NOBRE, 1991).

³ João Gonçalves, administrador do Hortomercado Humaitá, entrevista em 23 set. 2009.

⁴ Carlos Eduardo, empresário, proprietário do restaurante Pizza Park, entrevista em 30 set. 2009.

⁵ Sylvio Mattos, presidente da Associação Empresarial e Comercial do Méier (ACEMEIER), entrevista em 25 set. 2009.

⁶ Rogério Vidigal, empresário, proprietário da padaria Farinha Pura, entrevista em 30 set. 2009.