



SAARA E MERCADO POPULAR DA URUGUAIANA: o comércio popular e o dever ser carioca

Vítor Henrique Guimarães Lima
Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ
vitor.henrique@hotmail.com.br

1 – INTRODUÇÃO

Localizados no bairro do Centro da Cidade do Rio de Janeiro, o Saara (*o Saara se referindo ao espaço comercial*) e Mercado Popular da Uruguaiana são dois dos centros comerciais mais populares do município, tanto na concepção quantitativa do termo “popular”, quanto em sua concepção qualitativa. Especialmente falando, um está adjacente ao outro, nas proximidades de importantes vias do bairro. Entretanto, ainda que haja essa coexistência espacial, são dois locais que tiveram distintos processos de construção identitária – e no imaginário social.

A Saara (*a Saara se referindo à Sociedade de Amigos Anônimos da Rua da Alfândega*) surgiu num momento em que comerciantes advindos de diásporas árabe e judia no início do século XX se viram ameaçados pelo Plano Agache, durante a década de 1940, que pretendia derrubar todo o casario que acolhia um importante comércio local, o que faria com que tais comerciantes ficassem tanto sem onde exercer suas atividades comerciais quanto sem teto de moradia. Já a Uruguaiana surgiu mais a frente, no fim da década de 1980, depois de muitos esforços e conflitos de interesse pelo terreno, disputado basicamente entre camelôs (comerciantes ambulantes de classes sociais mais pobres) e a Prefeitura do Rio de Janeiro, havendo inclusive muitos conflitos violentos e largamente noticiados pela grande mídia.

2 – OBJETIVOS

A intenção deste trabalho é traçar um panorama histórico de como esses dois territórios se formaram, tendo como ponto de partida a origem dos atores sociais tanto do Mercado Popular da Uruguaiana quanto do Saara. Para o primeiro, por ser um local



recentemente fixado, será levado em conta o surgimento da classe do comerciante de rua na cidade ainda no Rio de Janeiro colonial – o que traz implicações sociais presentes na valoração desse profissional até os dias de hoje; para o segundo, será mantida a origem de diásporas e como eles desenvolveram suas atividades na região central do Rio em fase de industrialização.

Interessa ao trabalho, também, entender as diferenças deste processo e como os dois locais de comércio, mesmo que adjacentes um ao outro, se diferenciam tanto entre si, quanto dentro do imaginário coletivo carioca, levando-se em consideração discursos e estigmas atribuídos tanto ao espaço comercial em si quanto aos comerciantes.

3 – METODOLOGIA

Para a realização deste trabalho foram analisados artigos e livros referentes aos temas de comércio informal, escravidão e implicações pós-Abolição, processo de construção de identidade, produção do espaço urbano e cultura urbana. Os conceitos que darão suporte para este trabalho serão os de *dever ser* carioca (BARBOSA; FAUSTINI; SILVA, 2012), hegemonia cultural (COSGROVE, 2010) e cidade (Santos, 2013, p. 22; BARBOSA; FAUSTINI; SILVA, 2012).

O texto será estruturado em três partes, que darão um panorama histórico do assunto, mas de maneira em que fique claro qual dos dois locais está no foco da discussão no momento. A primeira parte falará, como já foi dito, sobre a origem dos atores sociais de cada um dos locais; num segundo momento, serão discutidos os discursos e conflitos ideológicos entre os comerciantes da Saara e da Uruguaiana com o poder público ao longo do século XX; em seguida, a discussão girará em torno de como ambos deixaram de serem *lugares* e passaram a ser *territórios*, já levando-se em consideração os conflitos espaciais entre comerciantes e poder público.

4 - RESULTADOS PRELIMINARES E DISCUSSÕES

Claval (2001) aponta que na década de 1970, os geógrafos culturais estabeleceram uma nova relação entre o meio ambiente e as comunidades humanas, que baseava-se em três princípios: o meio ambiente é útil aos homens (proteção, obtenção



de recursos); o meio ambiente é meio de afirmação social; o meio ambiente torna-se também objeto de identidade através de sentidos dados pelos grupos humanos (que também estabelecem identidade entre si). Essa relação pode se tornar instável quando transportamos a ideia à concepção de cidade de Santos (2010), para quem “a cidade é o lugar privilegiado do impacto das modernizações, já que estas não se instalam cegamente, mas nos pontos do espaço que oferecem uma rentabilidade máxima” (p. 26). Ou seja, o valor simbólico e social do espaço urbano, sua relação com a sociedade, pode se fragilizar frente aos crescentes interesses do capital. Tais conflitos de interesses criam diversos atritos e disputas por microespaços da cidade.

No caso do Rio de Janeiro, Barbosa, Faustini e Silva, (2012). mostram brilhantemente como o imaginário socioespacial é algo socialmente orientado. Segundo ele, são as formações naturais da cidade (relevo, praias) que dão a ela o status de cidade “bonita por natureza”. Os autores bem colocam que “há os que são diretamente beneficiados, pois moram onde a natureza se torna pródiga em suas simbologias atribuídas”, se referindo aos moradores da zona sul (que já eram os mais ricos à época). A zona sul veio a tornar-se ícone do Rio de Janeiro, tamanha a divulgação de suas paisagens de ideal junção entre o cosmopolita e o natural (a “cidade maravilhosa”), o que contribuiu para a formação de uma específica identidade social carioca, baseada sempre na exaltação das belezas naturais da cidade. Nem mesmo o cantor Tim Maia, ilustre e orgulhoso morador do bairro da Tijuca, na Zona Norte da cidade, conseguiu fugir do padrão paisagístico ao cantar, em um de seus maiores sucessos, que “do Leme ao Pontal / não há nada igual no mundo”.

A questão é que a identidade social possui um forte caráter naturalizador de ideias; ela tanto mobiliza quanto é mobilizada por um poder simbólico; ela torna "puramente 'objetivo' o que é permeado de subjetividade" (HAESBAERTH, 1999, p. 177), dando explicações simples para aquilo que carrega significados mais complexos, deixando os símbolos e ideias de uma determinada cultura cada vez mais naturais e menos passíveis de questionamentos. Esse poder simbólico acaba por se tornar muito eficaz por ser sutil em suas formas de manifestação e por dificilmente ser reconhecido.

Portanto, essa exaustão do natural na paisagem imaginária do Rio representava uma hegemonia cultural das representações de mundo de determinadas classes. Daí, os lugares habitados e frequentados pelos populares acabavam por ganhar significados



completamente antagônicos aos atribuídos à “cidade maravilhosa”, representando algo que devia ser “negado, algo que macula o culto ao maravilhoso da paisagem carioca”: *antissímbolos*. Esse duelo de *símbolos* e *antissímbolos* revelava as diferenças sociais de ordem sociocultural e econômica. “A partir de suas formas, volumes e cores [do espaço socialmente construído], foram criados significados de um modo de ser e viver do carioca, ou melhor, do ‘dever ser’ da cidade” (BARBOSA; FAUSTINI; SILVA, 2012).

É importante ressaltar, antes de prosseguir, a importância da identidade territorial, que é aquela que depende do território como referente simbólico como ponto de partida ou elemento que transpassa o processo de formação da identidade. A paisagem vivida, uma das facetas dessa identidade, que faz parte do cotidiano e que dá um certo senso de comunidade. Haesbaerth (1999) parte da perspectiva segundo a qual as identidades se situam (e se constroem) “frente ou num espaço simbólico, social/historicamente produzido” (p. 179). E é a partir desse aspecto identitário, que perpassa no processo de (re)construção de uma identidade, que se estabelecem novas leituras sobre o espaço vivido, podendo inclusive, através do embate de diferentes identidades, *ressignificar* o próprio espaço.

4.1.O INÍCIO DO COMÉRCIO DE RUA NO RIO DE JANEIRO

O ano de 1808 foi de grande importância para o processo de desenvolvimento do espaço urbano do Rio de Janeiro: a chegada da corte portuguesa à cidade fez com que se criasse uma necessidade de adaptar a ambiência da cidade aos desejos e necessidades da Família Real.

Para o comércio de rua, esse fato calhou como um catalisador: uma lei de 1810, estabelecida pelo Príncipe Regente, estabelecia uma forma constante de comércio, que viria a ser encontrado nas ruas ao longo da cidade pelos próximos séculos (AFFLALO, 2010). A partir daí, o comércio de rua passou a ter ainda mais importância para a cidade.

Martins (2006) comenta que à época o abastecimento de gêneros alimentícios e de produtos em geral dependia basicamente do comércio de rua. Tal setor precisava de agentes que os vendessem para os consumidores: em uma pequena parte dos casos (comerciantes com maior poder aquisitivo), a venda ocorria em pequenos estabelecimentos fisicamente estabelecidos, distribuídos pela cidade - e que dariam origem, historicamente, aos armazéns, quitandas, leitarias etc. dos bairros -; a outra



parte das vendas (a maior parte) era exercida por escravos de ganho, que obtinham seus produtos (livros, frutas, doces, sedas, pratarias etc) com os comerciantes ou produtores e os vendiam porta à porta (CUNHA, 1988), ou se fixavam em pontos estrategicamente localizados, em que era sabido que a potencial clientela passaria ocasionalmente – esta última estratégia presente nas ainda hoje nas estratégias dos camelôs ambulantes.

O ano de 1808 teve importância também para o pequeno comércio estabelecido pelos imigrantes. Após a abertura dos portos brasileiros um pequeno número de judeus chegou na cidade do Rio de Janeiro, já estabelecendo pequenos negócios ou trabalhando para pequenas firmas europeias. Em fins do século XIX, um número maior de judeus chegou ao Rio, se estabelecendo no comércio de joias e artigos finos. Com a aproximação do fim do Império Otomano, findado em 1923 com a proclamação da República da Turquia, os judeus que ali encontravam refúgio das perseguições sofridas na Europa se viam obrigados a sair da região; uma parte considerável veio para as Américas. Segundo Mizrahi (2003), estima-se que entre 1908 e 1922, pouco mais de 50000 judeus do Oriente Médio chegaram aos portos cariocas, juntamente a uma forte onda migratória que trouxe à cidade os chamados "sírio-libaneses", que eram os muçulmanos e maronitas. Mesmo que não fossem turcos, eles carregavam passaportes emitidos pelo próprio Império Otomano, o que lhes dava os estigmas dados aos turcos – violentos, agressivos -, amplamente divulgados pelos veículos de imprensa internacionais.

Considerando que os grupos político e industrial do Rio de Janeiro visavam inserir o Brasil no mapa de países industrializados do mundo, o surgimento de uma estrutura comercial que alimentasse o mercado consumidor da cidade não era má vista pelo poder público. Durante o processo de urbanização da cidade, os imigrantes se instalaram tanto na região central quanto nas zonas rurais e suburbanas. Foram eles que introduziram e popularizaram a modalidade de vendas à prestação, inclusive para as classes de baixa renda, o que diminuiu a dependência ao tradicional comércio português vigente à época. Isso permitiu os imigrantes a acumular uma razoável quantia de capital.

Os imigrantes, então, se instalaram no corredor entre a estação de trem Central do Brasil e o centro financeiro e comercial da cidade, em sua região central. Ali, cristãos, judeus, maronitas, muçulmanos estabeleceram um ambiente harmônico, de respeitosa coexistência, mesmo que a História apontasse fortes embates religiosos ao



redor do mundo. Local de trabalho e de residência, formou-se o que ficou conhecido como "Pequena Turquia" ou "Pequena ONU carioca".

4.2. INDUSTRIALIZAÇÃO, CLASSES PERIGOSAS E O PEQUENO COMÉRCIO NO CENTRO DO RIO DE JANEIRO

Durante a virada do século XIX para o XX, logo após a abolição da escravidão, as camadas dominantes da sociedade urbana brasileira, visando participar do processo de industrialização que se tornava cada vez mais fundamental para o progresso econômico de um país, se viam na necessidade de resolver uma equação que harmonizasse todas as classes sociais em convergência a um só objetivo. A solução encontrada foi entender a pobreza como um "mal necessário" para o progresso e introjetar essa ideia nas camadas mais populares (e numerosas) que eram os pobres através de valores e práticas sociais que legitimassem a concepção de mundo tida pelas camadas burguesas que se concretizavam nas cidades. Nesse momento, a pobreza foi transformada numa virtude que seria exercida através do trabalho em prol do desenvolvimento econômico.

Valladares (1994) comenta que "o que os médicos haviam diagnosticado como o foco das epidemias [os cortiços da cidade do Rio de Janeiro] era também, e sobretudo aos olhos da elite política nacional, 'o berço do vício e do crime' pois aí que residia e se concentrava o que se chamava de 'classes perigosas'" (p. 86). No Brasil, essas classes perigosas eram representadas principalmente pelos chamados vadios, ea rua era, acima de extensão dos cortiços e lugar de socialização dos mais pobres, o lugar dominado pelas chamadas "classes perigosas" dos vadios.

Paralelamente à criminalização da pobreza legitimada pelo poder público, aos poucos os comerciantes árabes e judeus foram ganhando espaço no comércio urbano. Segundo Cunha e Melo (2006), a atividade de mascateação feita antes por italianos e portugueses foi aprimorada pelos comerciantes árabes como novas modalidades de compra e com produtos de melhor qualidade, o que garantia uma nova relação entre vendedores e compradores. O lucro crescente obtido por esses comerciantes permitiu que eles estabelecessem negócios em imóveis nas grandes cidades, o que abastecia suas próprias atividades, o que permitia, inclusive, que eles trouxessem outros familiares de seus países de origem para que eles pudessem ajudar nas atividades.



Ao final da década de 1920, o então prefeito do Rio de Janeiro, Antônio Prado Júnior (1926-1930), contratou um grupo de técnicos francês liderados por Alfred Donat Agache para elaborar um plano de remodelação do espaço urbano carioca. Suas intervenções significavam a maior demonstração da tentativa de classes dominantes da República Velha de controlar o desenvolvimento do espaço urbano carioca. Embora o Plano nunca tenha sido por completo executado, algumas das intervenções por ele propostas foram realizadas nas décadas seguintes.

Durante o Estado Novo, uma parte das intervenções previstas pelo Plano Agache foi realizada: uma via que ligasse a Zona Norte à região central da cidade foi impressa na inauguração da Avenida Presidente Vargas, em 1944, algo que contribuiu até para o encarecimento de imóveis às suas margens. Centenas de edificações foram demolidas, deixando diversos imigrantes sem ter onde residir ou comercializar. Muitos destes não foram indenizados (pois não eram donos dos imóveis) e acabaram por perder tanto o ponto de comércio quanto a freguesia. Por fim, faliram. Alguns outros mudaram seus negócios para a região do Saara.

Percebe-se, daí, a importância real dada aos comerciantes imigrantes pelo poder público. Já não importava mais o estabelecimento de um determinado mercado consumidor ou circulador de produtos, mas sim o que de fato interessava ser feito com o solo urbano por ele ocupado. Sposito (2013) comenta que o espaço urbano acaba por se tornar o espaço mais vulnerável às decisões de grandes escalas de poder, justamente por ser o espaço de maior interesse daqueles que detêm o poder de tomar essas decisões. Demandas locais tornam-se cada vez menos definidoras do espaço urbano, mesmo que possam ter alguma relevância no momento de elaborar estratégias de políticas públicas que possam ser aproveitadas por determinados grupos - políticas que, por sua vez, são comumente suprimidas por decisões de escalas regionais, nacionais ou até mesmo internacionais. Ainda que ela se refira a momentos mais atuais, o encarecimento dos aluguéis de solo urbano corrobora essa ideia, visto que apenas aqueles detentores de grande quantidade de capital poderiam se estabelecer ali – hoje, a maioria as edificações que margeiam a Avenida Presidente Vargas são prédios empresariais ou dos órgãos públicos, com raras exceções, como o Saara e o Camelódromo da Uruguaiana.

4.3.MARCANDO TERRITÓRIO: SAARA E ACAC SE ESTABELECEM NO CENTRO DA CIDADE

Os três princípios propostos pelos estudiosos da Geografia Cultural nos anos 1970, citados no início da seção, propõem que o foco dos estudos não é mais somente o espaço e seus elementos, mas também porque um mesmo espaço e seus elementos possuem valores e significados diferentes para distintos grupos sociais. Daí, vale ressaltar a importância do espaço na formação identitária – a identidade socioterritorial de Haesbaerth – e como isso se relaciona com os mercados de rua em debate.

Durante boa parte do século XX, o que hoje corresponde às quatro quadras do Camelódromo era um estacionamento. Em torno dele, principalmente na parte que dava pra Rua Uruguaiana, diversos vendedores se organizavam para comercializar suas mercadorias. Segundo relatos coletados por Hirata (2015), a repressão do primeiro governo do prefeito Marcelo Alencar (1983-1986) era forte e os confrontos eram muito constantes, tornando o dia a dia dos camelôs bastante difíceis. No início da década de 1980, a Acac (Associação dos Comerciantes e Ambulantes do Centro), que data de 1970, começou a organizar mobilizações para que houvesse a regularização do trabalho ambulante e para que toda a área correspondente ao estacionamento fosse dedicada às atividades dos camelôs.

Em 1984, o prefeito levantou um Decreto Municipal que tornava a Praça XI um espaço voltado para as atividades de todos os vendedores que tivessem sido cadastrados em parceria com a Acac. Entretanto, essa atitude do governo não foi bem recebida pelos vendedores, que consideravam a Praça XI um lugar isolado e, portanto, muito menos atrativo para as vendas, e ainda reforçou uma má relação de bastante tensão e desconfiança entre os dois grupos (vendedores e Estado). Foi apenas em 1994, durante o mandato de Cesar Maia (1993-1997), que a situação tornou-se mais definida, especialmente falando – os conflitos continuaram a existir, sendo cada vez maiores e chamando mais atenção da mídia. Na verdade, desta vez as negociações foram feitas em parceria com o governo do estado e não mais com a prefeitura municipal: a Acac entregou uma proposta de criação do Mercado Popular da Uruguaiana ao governador que, após reunião com Lionel Brizola, autorizou o projeto e o cadastramento dos ambulantes que usariam o espaço interno do Camelódromo (HIRATA, 2015).



Quanto ao Saara e seus comerciantes, sabe-se que as lojas foram estabelecidas no local onde moravam diversos imigrantes ainda na primeira metade do século XX. Era a primeira geração de comerciantes que aqui viviam com suas famílias. No primeiro andar ficavam as lojas; no fundo, ou no segundo andar, os aposentos familiares.

A mudança no foco comercial (da modalidade atacadista para o varejo, após a II Guerra Mundial) demandou uma mudança também nas estratégias de se chamar atenção para os produtos. Entraram em cena as vitrines, cabides, araras, displays e outras sortes de dispositivos para atrair a clientela. Também vieram a Rádio Saara e a prática do pregão, mas não foram fortes o suficiente para apagar as práticas mais tradicionais.

As atividades comerciais desses comerciantes se viram ameaçadas pelo Plano Agache, elaborado a pedido da administração do prefeito Antonio Prado Júnior (1926 – 1930), e que previam intervenções que significavam a maior demonstração da tentativa de classes dominantes da República Velha de controlar o desenvolvimento do espaço urbano carioca.

O Plano de Remodelação, Extensão e Embelezamento da Cidade do Rio de Janeiro, divulgado em 1930, previa a demolição do casario que abrigava o comércio árabe para a construção da Avenida Diagonal, que ligaria a área da Lapa à Estação Ferroviária Central do Brasil. Ao final dos anos 1950, com a já inaugurada Avenida Presidente Vargas, o plano seria adaptado e a via que ali seria construída ligaria a primeira avenida à mesma Lapa.

Foi nesse momento que os comerciantes resolveram se organizar de maneira que houvesse uma entidade que representasse o coletivo frente aos interesses do poder público: surgiu a Sociedade de Amigos das Adjacências da Rua da Alfândega, em 1962. Formou-se uma diretoria, definiu-se limites espaciais e nos dias de hoje a Saara funciona como uma entidade sem fins lucrativos, prestadora de serviços como: coleta de lixo, transporte de mercadorias, limpeza, segurança etc. A eficácia nessa prestação de serviços fez boa frente em assegurar os interesses dos comerciantes, tornando-o, assim, um bom território.

Para além disso, Cunha (2010) ressalta que esses interesses não se limitavam ao plano econômico: o Saara era local de identidade das diásporas árabes e judias, onde se estabeleceram relações sociais sólidas, onde memórias foram criadas, personagens importantes para um grupo surgiram, reforçando o que Haesbaerth (1999) comenta



sobre a identidade socioterritorial, dizendo como variáveis históricas, como eventos e lugares do passado para a estrutura da identidade socioterritorial, e como alguns traços desta só fazem sentido na atualidade dada a importância de determinados acontecimentos e lugares do passado na construção de uma identidade - a memória sendo sempre invocada para reforçar e reconhecer a importância e o peso de uma cultura.

5 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Decerto, Saara (e seus comerciantes árabes e judeus) e Mercado Popular da Uruguaiana (e seus camelôs) acabaram por não serem enquadrados no mesmo campo no imaginário carioca.

Há uma clara demarcação do que é tido como símbolo e o que é tido como antissímbolo do *dever ser* carioca: de um lado, o zelo por uma multiculturalidade (um símbolo) que se estabeleceu devido a um acúmulo de capital e, do outro, a repressão às atividades comerciais realizadas pelos indivíduos de baixa renda (sempre relacionadas à desordem e à ilegalidade) já se percebem há mais de um século. Até mesmo a forma como se estabelecem os conflitos de interesses são distintas, tanto em níveis de debate e representatividade, quanto em questão de uso da força violenta do Estado.

Os discursos construídos em torno dos dois territórios e de seus trabalhadores acabaram por serem bem diferentes, o que é facilmente refletido nas formas de disputa por interesses: o enfrentamento mais burocrático e representativo do poder público contra os comerciantes do Saara em relação à demolição do casario muito se difere da arrastada e indesejada negociação pelo estabelecimento dos camelôs ao final da Rua Uruguaiana.

Mesmo que os dois espaços remetam ao comércio popular, é aquele com origem nos escravos de ganho que ganha profunda rejeição do poder público ao longo do século XX, protagonizando, inclusive, alguns dos confrontos de maior fama popular durante as últimas décadas noventa (camelôs *versus* guarda municipal). Escolhe-se tomar todas as medidas possíveis para legitimar um combate (violentamente) repressivo contra os ambulantes, refletindo uma necessidade de controle social daqueles que participam desta atividade (sempre “classes perigosas”), enquanto eleva-se a condição tanto do



espaço de atuação quanto dos comerciantes árabes e judeus ao status de valor cultural carioca – mesmo que em muitas vezes a desordem e a ilegalidade estejam ali presentes.

6 - REFERÊNCIAS

AFFLALO, Bitiz. **Comércio de rua: ocupação consolidada no espaço público, possibilidades de abordagem no projeto urbano**. 2008. 116 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

BARBOSA, Jorge Luiz; FAUSTINI, Marcus Vinícius; SILVA, Jailson de Souza e. **O novo carioca**. Rio de Janeiro: Mórula, 2012.

CHALHOUB, Sidney. Cortiço. In: CHALHOUB, Sidney. **Cidade Febril: Cortiços e epidemias na corte imperial**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996. p. 15-59.

CLAVAL, Paul. O papel da geografia cultural na compreensão da ação humana. In: ROSENDAHL, Zeny; CORRÊA, Roberto Lobato (Org.). **Matrizes da Geografia Cultural. Rio de Janeiro: Eduerj, 2001. Cap. 2. p. 35-86. (Geografia Cultural).**

COSGROVE, Danis. A geografia está em toda parte: cultura e simbolismo nas paisagens humanas. In: CORRÊA, Roberto Lobato; ROSENDAHL, Zeny (Org.). **Geografia cultural: uma antologia - Vol 1**. Rio de Janeiro: Eduerj, 2012. Cap. 10. p. 219-238.

CUNHA, Marcelo Carneiro da. Olhar escravo, ser olhado. In: AZEVEDO, Paulo Cesar de; LISSOVSKY, Marcio (Org.). **Escravos brasileiros, do século XIX na fotografia de Christiano Jr**. Rio de Janeiro: Ex Libris, 1988. p. 23-30.

HAESBAERTH, Rogério. Identidades Territoriais. In: ROSENDAHL, Zeny; CORRÊA, Roberto Lobato (Org.). **Manifestações da cultura no espaço**. Rio de Janeiro: Eduerj, 1999. Cap. 6. p. 169-192. (Geografia Cultural).

HIRATA, Daniel. “Comércio Ambulante no Rio de Janeiro e em São Paulo: grupos de poder e instrumentos contemporâneos de governo”. In: Birman, Patrícia; Leite, Márcia Pereira; Machado, Carly; Carneiro, Sandra Sá (Orgs.). **Dispositivos Urbanos e Trama dos Viventes**. Rio de Janeiro: Editora da FGV, 2015.

HOLZER, Werther. Paisagem, imaginário, identidade: alternativas para o estudo geográfico. In: ROSENDAHL, Zeny; CORRÊA, Roberto Lobato (Org.). **Manifestações da cultura no espaço**. Rio de Janeiro: Eduerj, 1999. p. 149-168. (Geografia Cultural).



- MARTINS, Angela Maria Moreira. Ambiências que abrigam o comércio informal no Rio de Janeiro: O estudo de caso do Mercado Popular da Uruguaiana. In: GOMES, Maria de Fatima Cabral Marques (Org.). **Cidade, transformações no mundo do trabalho e políticas públicas: A questão do comércio ambulante em tempos de globalização**. Rio de Janeiro: Dp&a Editora, 2006. Cap. 5. p. 81-103. (III).
- MIZRAHI, Rachel. Sefaradis e Judeu-Orientais no Rio de Janeiro. In: MIZRAHI, Rachel. **Imigrantes Judeus do Oriente Médio – São Paulo e Rio de Janeiro**. Cotia: Ateliê Editorial, 2003. Cap. 2. p. 55-79.
- REZENDE, Claudia Barcellos; COELHO, Maria Claudia. **Antropologia das emoções**. 12. ed. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2013. 136 p. (FGV de Bolso - Série Sociedade & Cultura).
- SANTOS, Milton. Explicações parciais da pobreza urbana. In: SANTOS, Milton. **Pobreza urbana**. São Paulo: Edusp, 2013. Cap. 2. p. 23-34.
- SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. A produção do espaço urbano: escalas, diferenças e desigualdades socioespaciais. In: CARLOS, Ana Fani Alessandri; SOUZA, Marcelo Lopes de; SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão (Org.). **A produção do espaço urbano: agentes e processos, escalas e desafios**. São Pau: Contexto, 2013. Cap. 7. p. 123-145.
- VALLADARES, Lícia. (1994), "Cem anos pensando a pobreza (urbana) no Brasil", in Renato R. Boschi (org.), **A construção do espaço público no Brasil**, Rio de Janeiro, Rio Fundo Editora
- WORCMAN, Susane. Saara. In: SOUZA, Roberto Acírzelo de (Org.). **Cantos do Rio: Imagens literárias de bairros e localidades cariocas**. Rio de Janeiro: Ponteiro, 2016. p. 222-265.