

4. O Alimento e as práticas sociais

O Mercado de Madureira

O estudo etnográfico no Mercado de Madureira sugere as narrativas e as informações regidas pelas trocas; o “lugar é o somatório das dimensões simbólicas, emocionais, culturais, políticas e biológicas”. (BUTTIMER, 1985:128).

A construção da identidade do mercado se estabelece com a origem ou descendência portuguesa, lugar de relações comerciais e sociais relevante nas alterações espaciais onde os sujeitos se constituem. No ano de 1914, República Velha, no subúrbio, no bairro de Madureira, a quitanda de hortifrutigranjeiros era o ponto de venda de produtos agrícolas transformados no Mercado popular dedicado à distribuição dos alimentos no subúrbio.

“Nem só [é] o ganha pão dos lavradores, a delícia dos barraqueiros, o desafogo das multidões que o fizeram. Ele é sobretudo uma das mais alegres tradições da cidade.” (MARTINS, 2009).

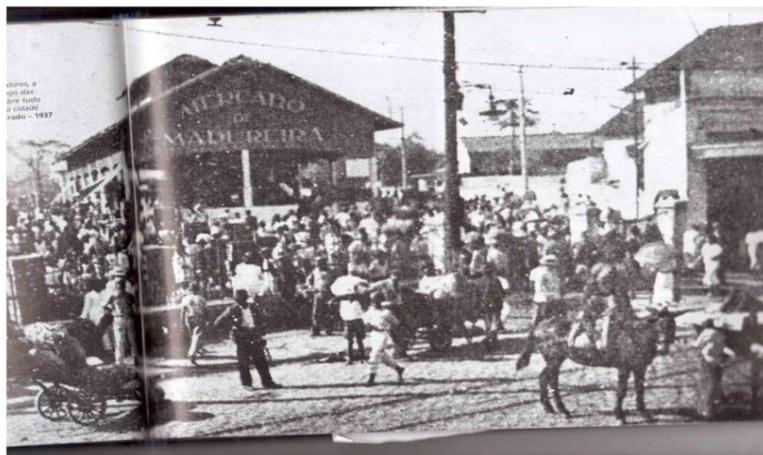


Figura 2 - Frente do Mercado de Madureira 1937
Arquivo geral da Cidade do Rio de Janeiro –Distrito Federal 1937.

No livro *Em Cultura e razão prática*, Sahlins (1979) analisa a cultura ao afirmar que o homem vive em um mundo material, mas com um esquema de significados criados por ele próprio. Na pulsação da vida social, o local de reunião no chão do homem civilizado, o Mercado é o centro das práticas sociais, misturava-se entre o passado e o presente, inaugura e organiza gestos, formas, e palavras.

O mercado é o lugar dedicado às imagens simbólicas. Em Durand (1988), marcam as práticas sociais. É o comércio dos entrepostos dos cereais, das lojas de secos e molhados, dos armazéns, da imagem do alimento projetada na vida humana presente na cebola, no tomate, na banana, na batata, no espinafre, na rúcula, na couve, no cheiro verde, no agrião, no sagu, na tapioca, nas farinhas e nos milhos. Em Durand (2001), a vida revela-se na produção das interações do meio sociocultural, psicológico e biológico. O alimento comunica-se no cotidiano, marca relações do comércio de compra e venda, nas composições dos habitantes da cidade. No universo feminino, é o jogo de sedução dos armarinhos - tesoura, agulha, sedas, fustões, cetim, sianinhas, filós, morim, rendas e tafetá. No mundo das magias e feitiçarias, a realidade precisa ser construída, apropria-se das lojas dos artigos religiosos, frequentadas pelos pais de santo, pelos filhos de santo, no parentesco de homens e mulheres que cumprem um papel social nos terreiros.



Figura 3 - Loja de tubérculos



Figura 4 - Loja de artigos religiosos



Figura 5 - Iemanjá à Rainha de Copacabana

Os fregueses do mercado são moradores do Morro da Serrinha, do Morro do Juramento, dos bairros da zona norte, dos subúrbios de Cascadura, Quintino, Oswaldo Cruz, Bento Ribeiro, Marechal Hermes, Deodoro, dos bairros próximos à linha férrea detentores de uma história comumente ponto de generalização na avaliação negativa empregada às características de determinados grupos. Alguns fregueses são residentes na Baixada Fluminense, local de abundância na frequente presença das donas de casa, das mulheres que formalizam atividades recíprocas, tomam conta dos filhos de outras mulheres, das costureiras, das empregadas domésticas, das lavadeiras, das feirantes e das barraqueiras das hortaliças que vendiam verduras e abasteciam com seus tabuleiros nas feiras semanais dos bairros das mulheres impedidas de trabalhar, dedicadas às ocupações do lar. As mulheres das fábricas de tecido, ou de cosméticos com seus salários escassos, se colocavam à disposição de uma nova ordem no campo da competição. O Mercado concentrado na compra dos produtos alinha o comportamento dos preços e interfere na escolha do que deveria ser consumido.

O alimento refere-se às formas como somos vistos, olhados, tratados, classificados. A imagem na memória nasce no encontro do dentro e do fora em nós. Eram homens simples, trabalhadores especialistas na carne seca, no lombo, na costelinha de porco, na linguiça e na banha de porco, dependentes da sua produção de condições existenciais que produzem sua própria vida historicamente lançados à determinação.



Figura 6 - Trabalhadores do Mercadão de Madureira

4.1. Caminhos Abertos

Em 1956, motivado a partir do plano de realizações de obras programadas para o bairro, o Mercado de Madureira aproximava-se de uma condição de degradação da sua capacidade operacional. Com corredores a céu aberto, nos dias ensolarados, ao calor do sol rapidamente se deterioravam frutos, legumes e verduras, sendo bem acentuado o volume de perdas. Nos dias chuvosos, a falta de um sistema de drenagem adequado fazia com que ocorresse o alagamento dos corredores que, passadas as chuvas, se transformavam em extensas poças, sendo odor de verdura fresca que da manhã para tarde se transformava. (MARTINS, 2009:63).

Em 1959, depois da superação dos trâmites burocráticos e econômicos, o Mercado é reinaugurado na presença do governo federal, e como consequência, todo o comércio local se desenvolveu sob o ponto de vista dos deslocamentos, concentrado na ocupação de um espaço, formalizado na administração de condomínio, envolvido nas articulações políticas, nos gestos e práticas que oferecem novos significados sociais e urbanos à vida na cidade (p.63). Nas significações políticas, lançam um modo de relações entre os sujeitos e as novas condições de existência, transformam as relações contratuais garantidoras da informalidade na sobrevivência inserida no real, na necessidade de alimento, moradia, sustento, descanso e dinheiro. No Mercado de Madureira, os homens subempregados circulavam no desfile das quitandas, nos carrinhos de carga carregados com os sacos de cebola, batata e feijão, na presença das flores emprestam movimento à vida prática concebida na realização da cultura. Em (MARTINS, 2012:32), os meios de vida são modificados na presença das condições históricas. A comercialização da mercadoria no mercado apaga outro modo de vida quando o trabalhador produzia o seu próprio modo de subsistência na vida típica nas zonas rurais.

O Mercado de Madureira se movimentava nas conversas e barganhas, insinuava-se nos botões, na mirra, no alecrim, no manjeriço, no lugar familiar, no mundo mágico da infância, lugar da murrinha do animal, do mau cheiro, dos corredores escuros e sujos no espaço dos “macumbeiros”. As estruturas anteriores

às imagens são encontradas ao nível de esquema. Esses esquemas formatam um conjunto de emoções que fazem junções aos gestos inconscientes, às representações típicas das estruturas heroicas, unem as estruturas místicas na presença do imaginário. Para Durand (2001), a estrutura mística representa as atribuições de variados significados. Nas lojas, as imagens e os quadros dos orixás, em convivência com tabuleiros de legumes e verduras **na presença de Oko**, é a natureza que representa o trabalho da terra e da vida relacionado com a agricultura e o espaço rural. Seu nome significa Orixá da Palavra. As abelhas são suas mensageiras. É o orixá da agricultura junto com Ogum ligado às colheitas, principalmente, de inhame. Nas festas na África, cozinha-se todo tipo de vegetais produzidos pela terra. Sacrificam galinha da angola, tudo com mel. Comem cabritos brancos, novos de chifres virados, ou galos brancos com esporão grande, além de pombos brancos.



Figura 7 - Orixá Oko

4.2. Laços de Família

Na segunda metade dos anos sessenta, consolida-se a extinção do mercado antigo. Em tela, a ocupação dos novos boxes, novas galerias e atração de grandes números de consumidores impulsionam o crescimento dos lojistas e se constituem em novas formas de organização. No momento de transição em que novos centros de iniciativa privada de abastecimento foram criados. Marx faz da cultura como um todo uma consequência da natureza das coisas. A cultura então compreendida enquanto sistema simbólico especificamente organizado pertence de forma particular às relações de cada indivíduo para cada indivíduo e cada sociedade (SAHLINS, 1979:227). O autor refere-se a um código cultural de propriedades concretas dirigidas à utilidade das mercadorias, já que no ambiente fica a impressão que a produção não passa de uma racionalidade esclarecida (p. 186).



Figura 8 - Sheila Grinberg Reis

Na extinção do mercado velho decretado pela inauguração do novo mercado, as transformações se estabelecem através das trocas das relações materiais e simbólicas diante dos critérios adotados na vida social. Sheila, no início de sua vida profissional, era vendedora na loja de eletrodomésticos de seu pai. “Há uns trinta anos, com a concorrência de redes como Ultralar e Ponto Frio, tivemos de modificar a linha”, explica ela. Hoje a comerciante trabalha com os filhos e vende utilidades domésticas. São copos de liquidificadores de todas as marcas, torneiras, bandejas além de uma enorme variedade de material elétrico. Para Sheila: “É um consumidor exigente o que vem aqui. Conhece o preço e quer

produto de qualidade”. O signo da modernidade em Baudelaire se fundamenta não na ideia de ganhar cada vez mais dinheiro. O investimento é mais elevado, ampara-se no desejo do progresso humano concretizado em variadas formas.

Nos meados do século XX: em uma abordagem funcionalista, a família era vista como um subsistema do sistema social. Os camponeses com suas famílias extensas representam no Brasil para Gilberto Freyre em (1933), uma imagem de família tradicional brasileira. O autor recorre à zona açucareira nordestina, enfatiza o período colonial, descreve as esposas, filhos, escravos domésticos e agrícolas agrupados em torno de um poderio feudal dos senhores rurais.

Os cientistas sociais dos anos de 1950 e 1960 traçam uma linha de evolução entre a família extensa patriarcal em Gilberto Freyre, caracterizada a partir do sistema hierárquico, do controle paterno, da monogamia e do casamento indissolúvel. A família nuclear na época moderna se estrutura em torno do casal legalmente casado e seus filhos. O pai é o provedor, e a mãe, a dona de casa possivelmente estabelecidos a partir de um modelo de racionalidade presente na cidade integrado ao regime de trabalho assalariado, ao funcionamento das escolas, igrejas, polícias funções desempenhadas em obediência ao efeito da urbanização.

Nos anos de 1950, o antropólogo Lévi-Strauss (1966), rebatendo visões evolucionistas, defendeu a linguagem como capacidade específica do ser humano, introduziu uma dimensão simbólica existente no pensamento e na imaginação fixa na memória presente na cultura humana. O Mercadão desenha seus arranjos domésticos identificados a um sistema de comunicação, é a troca que se encontra na base de toda relação, inaugura uma estrutura fundante da cultura. Localizado no pensamento de Lévi-Strauss (1967), a marca do parentesco e da família assenta um modo de interação, o comportamento dos seus membros afeta todos os outros, e eles operam em sistema de reciprocidade quando o sujeito se define em relação à outra pessoa. As posições dos membros da família são alteradas, por via de consequência, mudam as relações de cada indivíduo na posição familiar e se constrói uma linguagem.



Figura 9 - Horácio Afonso e família

Horácio Afonso é dono de uma papelaria e possui sete irmãos, é filho de Horácio Evangelista, um comerciante que foi balconista no Mercado, chegou à gerência da loja de produtos do norte e de material de limpeza, tornou-se sócio e acabou comprando o negócio. Em poucos anos, adquiriu outras lojas. Todos os filhos trabalharam na loja do pai. Os irmãos “saíam da escola e iam direto para o Mercado. Era como se fosse um estágio. Todos cresceram no ambiente de comércio”, conta Horácio. Quando o Mercado pegou fogo, em 2000, o patriarca vivia dos rendimentos da empresa e do aluguel das lojas, arrendadas para os filhos. “Pensei que ele não fosse resistir. A vida dele é o Mercado; além da perda econômica, também havia a perda emocional. Mas ele resistiu”. Reconstruído o Mercado, Horácio Evangelista deu uma loja para cada filho – quatro deles têm papelaria e casa de festa. Uma é dona da tradicional Casa do Biscoito. Outras duas vivem da renda do aluguel do estabelecimento. Nessa organização estratégica de sobrevivência, Horácio Afonso prepara a terceira geração; sua papelaria também oferece produtos para artesanato. Chama-se André Afonso, homenagem a seu filho. “Foi difícil recomeçar, passamos por um sofrimento muito grande”. Mas valeu a pena, porque hoje temos um mercado novo. Horácio Afonso um dos filhos de Horácio Evangelista descreve com grande emoção a trajetória da família.

A situação aqui ilustrada enfatiza aspectos das relações de parentesco, sua distribuição obedece a um conjunto de regras específicas afirmadas

principalmente nas diferenças e expectativas de papéis, autoridades e *status* entre os membros do mesmo grupo ou indivíduos que fazem parte de uma cadeia de laços sociais e abraçam um sistema de dar e receber (LÉVI-STRAUSS, 1976 MAUSS, 2003).



Figura 10 – Aviário Estrela do Mar

Adelaide é a figura principal do Aviário Estrela do Mar. Começou suas atividades a partir de seu pai, um graneiro que vendia ovos e passou a ser dono de loja no Mercado. Adelaide foi assumindo aos poucos o comando dos negócios e juntamente com o marido se dedicou ao ramo dos artigos religiosos. Hoje os dois filhos da empresária assumiram o aviário, e Adelaide passa um bom tempo no comércio de uma filha colaborando nos negócios. “Atualmente os fregueses passam pelos corredores com uma galinha debaixo do braço, enrolada em jornal, só com a cabeça de fora. Esses são os fregueses antigos. Hoje em dia, o pessoal prefere que a gente coloque numa caixinha”, explica Adelaide.



Figura 11 – Adelaide Dona do Aviário Estrela do Mar.



Figura 12 - Parentes e empregados do Aviário

O Presidente da Associação de Proteção de Amigos e Adeptos dos Cultos Afro- brasileiros e Espíritas, pai Luiz do Omolu é cliente antigo do Estrela do Mar. “Venho aqui há mais de vinte anos. E depois do incêndio, o Mercado ficou melhor ainda, mais aconchegante”. Para pai Luiz, o segredo é ficar amigo dos comerciantes. “Pago um preço diferenciado e nem preciso vir ao aviário”. Pai Luiz de Omolu continua: “Ligo, faço a encomenda, e eles mandam entregar a mercadoria em domicílio”.

Pesquisador da cultura afro e autor e escritor Nei Lopes (2012: 237) no Dicionário da Hinterlândia Carioca se referiu ao Mercado como o grande centro

comercial de artigos de cultos afro-brasileiros do país, O escritor destaca pelo menos trinta e cinco lojas do Mercado dedicadas a esse segmento. A importância dessas casas para os cultos afros é tanta que os comerciantes se uniram e na articulação com o poder público, conseguiram mudar a rotina de uma das mais antigas tradições do Rio de Janeiro. As oferendas para iemanjá foram diminuindo na noite da passagem de ano, os rituais foram aos poucos sendo menos visualizados no espaço público onde cada um deixa de ser, e o lugar passa a ser oferecido ao show dos fogos, um espetáculo pirotécnico no qual a manipulação do fogo transmite a imagem.

4.3. Juntos e Misturados



Figura 13 - A nova Fachada do Mercado 2013

Na atualização do tempo, a fachada é transformada em uma imagem unida à dinâmica da modernização de novos tempos, uma adaptação a um ritmo diferente, um espaço reservado, particular, adaptado a uma maneira de serem, às solicitações rendidas à produção e à venda, as inovações concebidas ao conflito.



Figura 14 - As mulatas na inauguração de uma loja de empréstimos

As lojas se configuram lado a lado e vendem o mesmo tipo de mercadorias na presença dos manequins vestidos de acordo com os seus produtos, os comércios se expandem nas lojas das fantasias, nas vendas dos seguros de vida e previdência, da papelaria, no defumador benjoim, comigo -ninguém -pode, do azeite de dendê, da pimenta-malagueta, o aromatizador de ambiente traz dinheiro, prosperidade em abundância, em harmonia com a pintura dos orixás., É o sagrado manifestado no mundo material captado de uma imagem mental. Esse sagrado se torna intérprete de um mundo moderno, exerce função de representação, traça uma linguagem, constitui um mundo real. As lojas de bijuterias, os brincos, pingentes, anéis, pulseiras, broches submetem-se às representações simbólicas e imaginárias. Para Everardo Rocha (1995), nossas necessidades materiais não tendem a ser reduzidas. No entanto, são definidas através das histórias e dos sentimentos.

A dona de casa Dyrce Pulcinelli, setenta e quatro anos, frequentadora do Mercadão de Madureira desde mocinha quando ali comprava frutas para o lanche. Agora já avó, Dyrce frequenta várias das casas de festas instaladas no local para organizar os aniversários de netos e netas. Carolina, hoje com 26 anos, é neta de Dyrce. “Minha neta vem sempre comprar coisas para ela, principalmente bijuterias”. (Dyrce Pulcinelli).



Figura 15 - Loja de bijuteria

A loja dos pães industrializados, próxima às lojas das miçangas, do artesanato, a charutaria, as velas, o paisagismo, as bebidas, bares, restaurantes, as lojas de casamentos, de ferragens, das ervas naturais e o material para festas infantis se destinam às novas maneiras como os homens se relacionam e se comunicam no processo que permite viabilizar a experiência de consumo, os valores e práticas que regulam as relações sociais na construção de identidades (ROCHA, 1995).

Nos corredores dos aviários, a edição de uma atmosfera reinante no passado, uma sensação de ressaca na venda da galinha, do bode, do cabrito, do pombo e do pato, animais comercializados vivos. Em Hobsbawn (1984), a invenção da tradição é definida na presença das práticas ritualísticas e das práticas simbólicas como meio da repetição. A repetição na imagem de algo que aos poucos vai se diluindo, tornando-se distante até desaparecer. No corredor mais adiante, as casas lotéricas, várias agências bancárias, a ampla distribuição dos incontáveis caixas eletrônicos, os bancos de empréstimos consignados destinados aos aposentados, símbolos e imagens relacionadas ao consumo compatíveis a um lugar de representação de um mundo nem enganoso nem verdadeiro, simplesmente porque seu registro é o da mágica (ROCHA, 2010).



Figura 16 - Aviário e os cabritos no Mercado de Madureira



Figura 17 - As aves brancas



Figura 18 - Caixa eletrônica dentro do Mercado

No galpão de Miguel Freire, as plantas coloridas exibem a história que se mistura e se propaga em Índia, Filipinas, Coréia, China, Japão, no Brasil, em uma festa de cores, aromas, sabores e paladares presentes na pimenta malagueta, pitanga, de cheiro, dedo -de -moça, chifre-de-veado, dedo -de -exu e no rabo -de -macaco. Com vinte anos de Mercado, Freire vende o produto também em garrafas que podem ser utilizadas para decoração. A maior custa R\$ 15,00 (quinze reais), e a menor custa R\$ 6,00 (seis reais).



Figura 19 - Variados tipos de pimenta

Diferentes relações sociais no Mercado se ordenam de forma cultural no reconhecimento das práticas e dos rituais lançados aos Xamãs e aos indígenas reconhecidos no composto das ervas, líquidos e misturas para diversos usos reunidos nas folhas, nos frutos, nas cascas e entrecascas processadas de forma artesanal, os líquidos para beber colocados em garrafas e jarras. O setor mais tradicional é o Box de Ifigênia e Antonio, onde o forte são as garrafadas. Revigorante sexual masculino ou feminino sai por R\$ 18,00 (dezoito reais), As garrafadas para próstata se conseguem por R\$ 20,00 (vinte reais). Para tendinite, artrose e coluna, o preço é R\$ 15,00 (quinze reais). “A garrafada contém álcool. Mas chá também resolve”, explica ele, que chegou ao mercado aos dezessete anos. Para Antônio: Não basta vender a garrafada; é preciso ter acesso ao conhecimento para evitar algum engano. “Aviso logo que não se pode misturar chá de sete sangrias para pressão alta, com colônia, que é boa para pressão e é calmante. Se misturar as duas é o risco de se ir direto para o hospital”.



Figura 20 - Os corredores

Nos corredores estreitos do Mercado, as convenções estabelecidas pelo homem associadas a um conjunto de objetos a serviço de um jogo compreendido dentro de um espaço coletivo, compõem uma rede de comunicação cujo objetivo é difundir, massificar, viabilizar e controlar uma atividade econômica.



Figura- 21 - Yé Yé Omó Ejá

Yeomonjá é a mãe de todos os filhos, de todo mundo, seu nome deriva da expressão YéYé Omó Ejá, que significa, mãe cujo filhos são peixes. Na África, era cultuada pelos egbá, nação Iorubá da região de Ifé e Ibadan, onde se encontra o rio Yemojá. Esse povo transferiu-se para a região de Abeokutá, levando consigo os objetos sagrados da deusa depositados no rio Ogum. A origem do orixá é de um rio que corre para o mar, todas as suas saudações, orikis⁶ e cantigas remetem a essa origem, Odó Iyà por exemplo, significa mãe do rio,; a saudação Erù Iyà faz alusão às espumas formadas do encontro das águas do rio com as águas do mar, sendo esse um dos locais de culto a Yemonjá.

A carreata em homenagem a Iemanjá

No Brasil, Iemanjá é referendada à Imaculada Conceição a partir do século XIX, é considerada a rainha do mar, homenageada nos cerimoniais à beira das praias na noite do ano novo. É uma divindade popular de aceitação mercadológica e possui a imagem de uma linda e sedutora, mulher branca de cabelos negros,

⁶ Oriki- (invocação) Ori= cabeça, Ki= louvar, saldar) candomblé.wordpress. Com. Candomblé O mundo dos orixás. –Sikiru samali. Consulta em 21.12.2013.

lisos e compridos, olhos azuis, boca pequena com lábios de rubi, rosto rosado, seios volumosos, tendo as mãos abertas, deixando cair pérolas sobre as águas.



Figura 22 - Iemanjá

O Mercado de Madureira abastece os comércios mais próximos e distantes no atacado e no varejo. A rainha do mar agora é reverenciada no dia vinte e nove de dezembro. A mídia é assídua na cobertura da festa organizada pelos comerciantes dos artigos religiosos em agradecimento aos orixás pela superação do incêndio e pela ajuda nas vendas. O evento é frequentado pelos artistas e celebridades, políticos e as autoridades do mundo da religião de matriz africana.



Figura 23 - A homenagem no espaço do Mercado

No dia do evento, o público chega ao centro comercial com bastante antecedência, as pessoas compram um abada⁷ no valor é de R\$10,00 (dez reais), é o ingresso, uma camiseta desenhada com a figura da rainha da festa, a senha de acesso, a passagem de ida e volta da praia nos ônibus especialmente fretados pelos administradores do Mercado em atendimento aos súditos/clientes anônimos devotos da rainha. As celebridades, o administrador do condomínio e os agregados de confiança acompanham a carreta com os próprios meios de locomoção. Na saída, a carreta é marcada pela porta de entrada e saída dos clientes. Os pais de santos devidamente convidados e os amigos dos comerciantes das lojas dos artigos religiosos iniciam os cânticos, os toques para os outros orixás, como exu, o orixá do movimento e da comunicação, guardião das aldeias e das cidades para que tudo saia conforme o planejado.



Figura 24 - A saída para a carreta

Com tudo preparado, a carreta se movimenta acomodando um barco com os pedidos e a imagem de iemanjá carregada para dentro do caminhão sendo preparada para o percurso de 30 km. Segue uma ambulância, cerca de vinte ônibus e dezenas de carros particulares enfileirados e assim tem início o cortejo que é comboiado por batedores da Guarda Municipal e por veículos da Polícia Militar e da CET Rio.

⁷ Abadá palavra de origem africana do yorubá, trazida pelos negros malês para a Bahia. Também é chamada, até hoje, a indumentária dos capoeiristas. É provável que essa bata que servia as orações também vestisse os jogadores da capoeira durante suas rodas. (1) www.wikipedia.encyclópédia livre.



Figura 25 - A imagem pronta para o cortejo até Copacabana

A celebração segue em roteiro previamente aprovado, desde Madureira até a Praia de Copacabana, em frente à Rua Constante Ramos, local em que a imagem é erguida nas areias da praia, dentro de uma tenda armada para abrigar os festejos. Na realização dos rituais no clima da festa, encontram-se participantes dos mais variados lugares que se alojam dispostos no centro da tenda, junto aos barcos retirados do caminhão e se iniciam os ritos que antecedem a entrega das oferendas.



Figura 26 - O caminhão pelas ruas da cidade



Figura 27 - A visitação dos filhos de santo



Figura 28 - A entoada dos cânticos



Figura 29- A entrega das oferendas

O ponto alto da festa acontece ao som dos atabaques. Todo o ritual é acompanhado pelas pessoas frequentadoras do Mercado, pelos turistas e pesquisadores brasileiros e estrangeiros. Para finalizar a parte religiosa da festa, os pais de santo comandam uma oração aos orixás e após o seu término são lançados ao ar pombos brancos simbolizando a paz entre as religiões. Depois da revoada de pombos, as pessoas voltam ao interior da tenda e nas arquibancadas diversos grupos apresentam cânticos da religião de matriz-africana.



Figura 30 - Fim do evento

No Mercado em 2011, foi inaugurado um novo espaço considerado pelos administradores como a última palavra no que existe de mais moderno dedicado às ervas naturais, à herança da produção das chácaras de hortaliça e legumes, espaços arrendado aos lavradores e chacareiros do bairro de Madureira. O Mercado manteve um espaço reservado para os produtos das chácaras, apesar da modernização de suas novas instalações. Com o passar dos anos, adaptando-se a uma nova realidade, os chacareiros plantam e vendem ervas medicinais e místicas. Assim, as ervas representam a síntese de tudo que hoje é o Mercado de Madureira.



Figura 31 - Mercado das Ervas 1



Figura 32 - Mercado das Ervas 2

Box 08 - Loura e BB Sangrias trabalham com "Cuphea ingrata". Tem efeito sedativo do sistema nervoso central. É indicado no tratamento da arteriosclerose, hipertensão e palpitações no coração. Não é aconselhado o uso para crianças.



Figura 33 - Ervas Mediciniais



Figura 34 - A nova imagem

Na nova imagem do Mercado, o espaço se tornou limpo e asseado, com rampas, escadas rolantes, e presença efetiva de administrador na ocorrência de um possível problema. O espaço é rodeado de seguranças por todos os lados. A

trajetória do mercado se modificou nos gestos, nas feições movimentadas no tempo. O que se come não pertence somente às carnes expostas nos açougues, nas vitrines dos peixes, dentro das lojas arrumadas como se fossem barracas de feiras. O que se come se renova na organização dos códigos culturais. O Mercado de Madureira aciona imagens, práticas alimentares cotidianas desenvolvidas nas ruas e bairros da cidade, na criação de necessidades que se tornam universais. Certamente se converte em um espaço privado, interpretado a partir de uma necessidade íntima alimentada nas possibilidades de igualdade de valores conservada no espaço público. Em Damatta (1997b), a coexistência das categorias indivíduo pessoa em múltiplos planos defendida da égide da ideologia igualitária e individualista são metáforas utilizadas na compreensão do comportamento.

As narrativas residentes no hábito alimentar dos grupos de moradores do subúrbio do Rio de Janeiro inscritos na subalternidade e resistência, na circulação do alimento e da palavra revela um jogo lúdico, a construção de uma realidade, proveniente de um imaginário carregado de lugares vividos, sonhados, alinhavados, remendados, cerzidos e puídos como as colchas de retalho na vã tentativa de fugir do real.