

MERCADO SÃO SEBASTIÃO: UM PROJETO DE DOM HELDER CAMARA NA DÉCADA DE 1960

Aluna: Caren Caroline Paulo Ferreira

Orientadores: Margarida de Souza Neves, Rafael Soares Gonçalves e Silvia Ilg Byington

Introdução

A Cruzada São Sebastião foi uma iniciativa da Igreja Católica, sob a liderança de Dom Helder Camara, que entre março de 1952 e março de 1964 foi Arcebispo Coadjutor do Rio de Janeiro, além de ter sido professor fundador da PUC-Rio.

Criada em 1955, a Cruzada tinha como tripé e lema institucional “urbanizar, humanizar e cristianizar” [1]. A longo prazo, a instituição objetivava a resolução do problema da moradia popular; no curto, buscava ações pontuais, promovendo melhorias sociais e materiais nas comunidades. Fizeram parte desse projeto, entre outras iniciativas, a criação do Banco da Providência e do Mercado São Sebastião.

O Mercado, alvo desse estudo, é um complexo atacadista inaugurado em 1962 no bairro da Penha, no Rio de Janeiro, em terreno pertencente à Marinha do Brasil às margens da Avenida Brasil, obtido por Dom Helder para a Cruzada São Sebastião. Estava integrado às diversas iniciativas propostas por Dom Helder no sentido de estimular a criação de empregos e atuar em um aspecto então considerado crítico que era o abastecimento da cidade.

Objetivos

Como objetos de pesquisa foram analisados os projetos, obras e o lema da Cruzada São Sebastião, em busca das motivações para a criação do Mercado São Sebastião. Este trabalho se dedicará ao estudo dos seguintes pontos:

1. Apresentar o que foi a Cruzada São Sebastião;
2. Caracterizar o Mercado São Sebastião em sua dimensão funcional, espacial e simbólica para a cidade do Rio de Janeiro;
3. Compreendê-lo como obra financiadora dos projetos da Cruzada São Sebastião.

Metodologia

Para entender a missão e objetivos da Cruzada São Sebastião foram analisados os documentos do acervo Maria Luiza (ex- secretária da instituição) e Edgar Amarante (Engenheiro e assessor da Cruzada, ex-professor da PUC-Rio) doados ao Núcleo de Memória da PUC-Rio.

Também foram analisados, nessa etapa, a Revista do Empresário, produzida pela Associação Comercial do Rio de Janeiro. Nessa Revista há fotos, mapas e reportagens sobre a construção, patrocínio, parcerias e inauguração do Mercado.

O referencial teórico inclui o texto da professora Margarida Souza Neves [2], sobre o conceito de capitalidade, no sentido de entender a cidade do Rio de Janeiro como uma expressão e representação de ordem social, e como a criação de um centro de abastecimento se enquadra nesse conceito.

Através do estudo da obra de Marly Motta [3], que também utiliza o conceito de capitalidade, e inclui a noção de lugar de memória, pretendo discutir como o Mercado São

Sebastião pode ser visto como um espaço funcional e simbólico para a cidade do Rio de Janeiro.

Conclusão

A criação do Mercado São Sebastião se deu pela necessidade da constituição de um maior mercado atacadista no Rio de Janeiro, com fácil acesso a vias expressas, facilitando a entrada e saída dos produtos. A venda de espaços de comércio no Mercado era um elemento central na estratégia de Dom Helder para financiar os projetos da Cruzada São Sebastião.

Referências

- 1- SIMÕES, Soraya Silveira. **Cruzada São Sebastião do Leblon: Uma etnografia da moradia e do cotidiano dos habitantes de um conjunto habitacional na Zona Sul do Rio de Janeiro.** Niterói: UFF, 2008.
- 2- NEVES, Margarida de Souza. **Brasil, acertai vossos ponteiros.** Rio de Janeiro: MAST, 1991.
- 3 – MOTTA, Marly Silva da. **Rio, cidade-capital.** Rio de Janeiro: Zahar, 2004.