



Etnografia dos tipos da Rua Dom José de Barros

Marina Silva Melo, Centro Universitário Senac, Brasil
silvamelomarina@gmail.com

(orient.) Silva, Ricardo Luis, Centro Universitário Senac, Brasil
ricardo.lsilva@sp.senac.br

Palavras-chave :

Etnografia; Personagens Urbanos; Cartografia humana; Cidade de São Paulo.

RESUMO

Pesquisa intitulada “Etnografia dos Tipos da Rua Dom José de Barros” que faz parte de um trabalho realizado pelo grupo Corpocidade, formado por cinco estudantes pesquisadores, onde o objetivo comum é investigar a cidade contemporânea, mais especificamente questões centrais como método, cartografia, percepção. O Corpocidade, por sua vez, faz parte de um grupo maior denominado Urbelab, um conglomerado de vários grupos menores de estudos, unidos para pesquisas, troca de informações, debates e reflexões sobre arquitetura, metacidade, transformações de território, fluxos, infraestruturas, entre diversos outros temas. Este artigo registra um processo etnográfico, onde “Tipos” ou “Personagens urbanos” são identificados e analisados para que sua relação com a cidade seja então decodificada.

A rua Dom José de Barros, região central da cidade de São Paulo, República, é o suporte onde o desenvolvimento das práticas do observar, assimilar e incorporar são desenvolvidas para o reconhecimento dos Tipos Urbanos.

Uma prova de método, portanto é apresentada nesta pesquisa. Originada a partir do documentário *Daguerreotypes*, 1976, dirigido por Agnès Varda, onde personagens cotidianos à rua Daguerre são apresentados em um estudo etnográfico.

Além de visitas ao local de estudo, também foram realizadas pesquisas teóricas sobre etnografia afim de fundamentar o trabalho desenvolvido na Rua Dom José de Barros. As captações de imagens dos tipos urbanos são usadas para uma elaboração cartográfica, possibilitando assim a visualização e o estabelecimento do papel que cada indivíduo que habita desempenha na rua, e ainda, como o próprio espaço pode ter relação com os indivíduos.

Dentre todos os personagens identificados e estudados ao longo do projeto foi escolhido apenas um para representação do que pode ser estendido a outros Tipos urbanos, não somente da rua Dom José de Barros, mas para qualquer território urbano.

Introdução

Projeto relacionado à etnografia urbana, onde Tipos ou Personagens urbanos são identificados e analisados para decodificação de suas relações com a cidade. Os estudos são voltados à rua Dom José de Barros, região central da cidade de São Paulo, onde o desenvolvimento das práticas do observar, assimilar e incorporar são abordados para o reconhecimento dos Tipos. Pode - se entender uma rua de diversas maneiras, uma delas é com a identificação de seus Tipos permanentes, aqueles que se apropriam e habitam o espaço, personagens inseridos no contexto urbano. O intuito principal da pesquisa é seguir essa vertente etnográfica com a rua Dom José de Barros.

O território escolhido para suporte do projeto de pesquisa faz ligação com várias ruas relevantes para o centro de São Paulo, como a rua Sete de Abril, a Barão de Itapetininga e a rua Vinte e Quatro de Maio, na região da República. Tornando-se assim um campo de investigação importante, principalmente quando a intenção é estabelecer um panorama dos tipos urbanos da região central da cidade. Vale ainda salientar a existência de avenidas famosas nas imediações, como as avenidas Ipiranga e a São João.

Toda a região vem sofrendo mudanças nos últimos meses, tendo como um dos fatores determinantes a inauguração do SESC 24 de Maio, situado na esquina das ruas Vinte e Quatro de Maio e a Dom José de Barroo. Assim o equipamento cultural acabou servindo como catalisador para as pesquisas em campo realizadas. Foi constatado ainda, por meio de levantamentos fotográficos e pesquisas externas, que a paisagem da rua em questão vem se alterando frequentemente desde a inauguração do edifício, em agosto de 2017. Inclusive, desde o último levantamento realizado no primeiro semestre de 2018, lojas foram fechadas e outras inauguradas. Essa transformação atrai novos personagens, ao mesmo tempo que evidencia os que permanecem na rua apesar desse novo dinâmica.

Sobre o método

Além da pesquisa etnográfica e empírica, foi realizada em paralelo um embasamento referencial e uma pesquisa conceitual, para melhor fundamentação do que é captado na rua D. José de Barros. Concebida a partir de leituras, estudos sobre trabalhos fotográficos, e o mais importante, o documentário de Agnès Varda, do qual originou toda a ideia do projeto.

O documentário *Daguerreotypes*, de Agnès Varda, lançado em 1975, trata dos personagens urbanos habitantes de uma rua francesa que deu o título à obra, a Rue Daguerre. A diretora, que também é uma moradora e personagem da rua, busca retratar o seu cotidiano, assim como o dos tipos que a habitam. Nisso, incluem-se os comerciantes locais, porteiros, moradores ou fregueses que frequentam assiduamente a rua. Foi esta obra que deu o ponto de partida para o desenvolvimento da proposta desta pesquisa, em razão de ser um trabalho muito próximo do que é apresentado. Com isso, para melhor compreender a perspectiva adotada pela diretora, foram realizados exercícios para desenvolver e sustentar as medidas a serem tomadas para retratar e interpretar os tipos urbanos da Rua Dom José de Barros.



Figura 1: modelo do primeiro exercício

As primeiras visitas ao local de estudo se deram logo em seguida do início da etapa introdutória de conceituação a partir de textos e do documentário. Com isso, as visitas foram seguidas em conjunto com a pesquisa bibliográfica, afim de continuar aprimorando o conhecimento sobre os temas etnográficos.

Uma das primeiras atividades consistiu em escolher imagens das que já haviam sido registradas em outras ocasiões e fazer um recorte de alguma pessoa que tenha chamado a atenção. Simples a princípio, entretanto, a escolha dos indivíduos foi essencial para o entendimento do que é ser um personagem no ambiente da rua. A tendência foi a busca por atividades interessantes a quem passava: uns olhavam ou apontavam para a câmera da pesquisadora, outros faziam apenas seu trabalho, vivendo sua rotina. O resultado valeu para entender a diferença entre os que passam e os que ficam, como estes interagem com o espaço e qual a relevância que cada um.



Figura 2: Modelo 2 do primeiro exercício.

Para o desenvolvimento das noções acerca do caminhar como construção da paisagem e sobre entendimento do conceito de *voyeurs*, as leituras de Walkscapes: o caminhar como prática estética de Francesco Careri (2013) e A Invenção do Cotidiano de Michel Certeau (2003) foram essenciais. A criação do repertório adequado, a apreensão do espaço e as práticas urbanas foram também assimiladas. Pois, como disse Certeau, 'o ato de caminhar está para o sistema urbano como a enunciação está para a língua ou para os enunciados proféricos' (2003, p. 177).

A maior atenção, porém, foi dada ao livro A Cidade Polifônica de Massimo Canevacci (1997), onde um estudo mais aprofundado foi desenvolvido, incluindo fichamentos detalhados e textos desenvolvidos para citações específicas, destacando o motivo e a importância de cada parte para o repertório relacionado à pesquisa. Com estes escritos, a compreensão de observar tais dinâmicas urbanas se fez muito mais concreta e esclarecedora, afinal 'a cidade é o lugar do olhar' (CANEVACCI, 1997, p. 43). O olhar atento é fundamental para o entendimento da cidade, ou mais precisamente, para a rua Dom José de Barros.

Sobre os processos etnográficos

Com visitas ao local de estudo e leituras para o aprimoramento das experiências foram também desenvolvidos uma série de textos relacionados à pesquisa. Tornaram-se uma espécie de "diário de bordo", onde a maioria foi escrita em primeira pessoa, com o intuito de aproximar o observador do que é observado, trazer as descobertas e constatações para um âmbito mais pessoal a fim de melhorar a fruição de ideias. Com isso outros exercícios foram desenvolvidos com a finalidade de cada vez mais chegar à uma representação clara do que seria um tipo para a rua em questão.

Foram criadas categorias para as imagens recolhidas ao longo do processo, escolhidas conforme a necessidade, a partir da observação e compreensão de cada imagem. Os personagens foram divididos entre pessoas que sentam, pessoas que conversam, pessoas que chamam atenção, e assim por diante. Alguns Tipos aparecem em mais de uma categoria, e para determinar um personagem urbano é na verdade desejável que tal fenômeno aconteça, pois enfatiza a relevância e a assiduidade com que esta pessoa frequenta o lugar, assim revelando o que significa ser um personagem da rua.

Um mapa com a posição dos personagens, definidos a partir da separação de categorias ao longo da rua, foi elaborado para a melhor visualização de onde estão e como se inserem na paisagem. Os tipos escolhidos foram os que apareceram com maior frequência em mais de uma categoria, os motivos vão desde a curiosidade em entender o que faziam na hora das capturas, ou até mesmo o próprio acaso. O fato de aparecerem em diversas ocasiões comprovam não só a relação dos tipos com o ambiente, como também que são uma parte viva da própria rua.



Figura 3: Mapa de localização dos primeiros tipos estudados na rua Dom José de Barros.

A falta de imagens tiradas no trecho entre a rua 24 de Maio e a Av. São João é um reflexo do abandono que essa área sofre. Existem sim muitos passantes, porém dificilmente alguém é convidado a permanecer, os vendedores ambulantes não fazem deste trecho da rua o que fazem com o resto, sendo assim, nitidamente, mais cinza e sem vida. Apesar de receber as mesmas características como galerias, lojas e prédios altos ao redor, não é um lugar atrativo e ainda vale lembrar que a sensação de insegurança é grande assim que se cruza a 24 de Maio, decorrência disto são os comércios, em sua maioria, de portas fechadas e sem uso aparente. Algumas imagens foram sim feitas, porém nenhuma delas exprime o que a rua diz com relação aos personagens urbanos que a habitam.



Figura 4: Personagens primeiramente selecionados – Parte 1.

Embora apresentem as datas nas quais foram tiradas a relação da apresentação das imagens leva mais em consideração o local que onde foram realizadas, já que a localização no espaço diz muito de um Tipo urbano, ele faz o lugar assim como o lugar o faz se identificar. O mapa então é lido no sentido ocidental, da esquerda para a direita.

Os que permaneciam sentados, eram comerciantes e trabalhadores que passavam o dia no mesmo lugar, ou clientes sendo atendidos em algum estabelecimento que deixa suas mesas na rua, estes primeiros exprimem o real significado dos tipos urbanos, todos conhecem e reconhecem quem ou o que participa da rua, por isso vários foram flagrados olhando diretamente para câmera, nem sempre com expressões amigáveis no rosto, porém sempre atentos.



Figura 5: Personagens primeiramente selecionados – Parte 2.

Entre todos, o grupo mais notório de personagens são os que tem exatamente isso como profissão: as pessoas que chamam a atenção dos transeuntes. Um membro importante desta categoria, que mais tarde será peça principal desta pesquisa, é sem dúvida um rapaz que anuncia uma nova loja chamada “Açaí da Maria”, localizada quase na esquina com a Barão de Itapetininga e que, por diversos dias e horários, foi fotografado fazendo uma infinidade de gestos, que vão de dançar e cantar até entregar panfletos da maneira mais ruidosa possível.

A partir da seleção de dezesseis personagens dentre todos os registrados foram destacados seis tipos. Mais visitas foram realizadas tendo a premissa de observar e registrar os seis personagens selecionados e então um novo estudo foi conduzido. Tal estudo consistiu em separá-los de seus meios e a partir disso evidenciar onde estes se localizavam, com o objetivo principal de estudar seus movimentos, comportamentos e suas colocações no espaço e as pessoas de sua convivência.

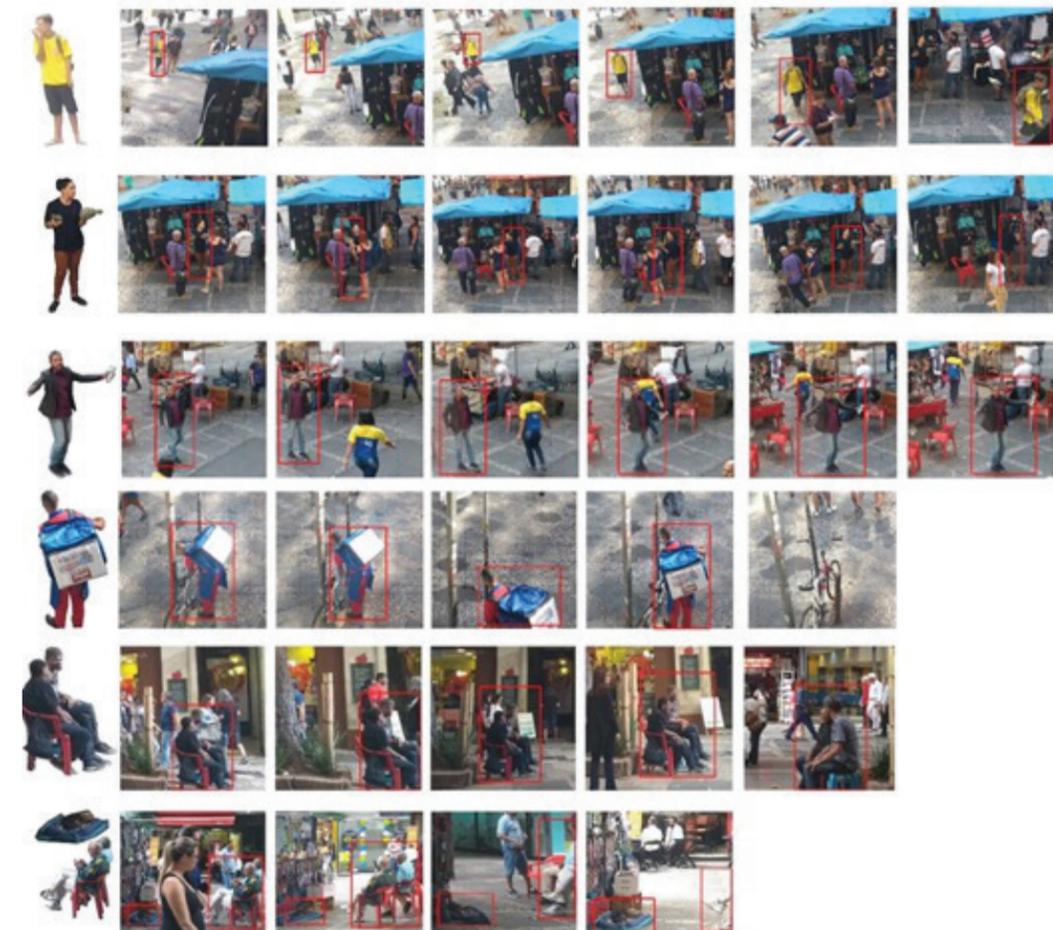


Figura 6: Estudo dos seis personagens selecionados.

A partir do afunilamento anteriormente citado, onde foram escolhidos seis tipos urbanos, novamente houve uma seleção, desta vez de apenas três personagens, para um estudo mais aprofundado.

O motivo da renúncia em estudar os outros tipos se deu por não terem sido encontrados nas visitas relacionadas ao exercício, o que não necessariamente quer dizer que não fazem parte da rotina da rua, talvez não estiverem em um horário ou dia específico. É importante entender que nem sempre um personagem se faz presente todos os dias o dia inteiro.



Figura 7: Senhores selecionados a partir dos últimos seis tipos.

Os senhores presentes em destaque nos quadros da figura 7 foram vistos diversas vezes, mas os motivos para a escolha foram além da atenção que dirigem diretamente à câmera, e sim o fato de cantarem um dia ou outro um samba embaixo da árvore que costumam ficar nos dias ensolarados, ou também por sempre estarem no mesmo ponto e conhecerem bem a vizinhança.

O de maior estatura foi avistado mais vezes, um dia foi trabalhar em sua banca sozinho, e ainda flagrado em um dos poucos momentos que fica em pé durante seu trabalho. Outros comerciantes das bancas ao lado os conhecem bem, conversam sempre, por vezes arrastam suas cadeiras e sentam em conjunto para observar os possíveis fregueses.

Vale lembrar que observar o movimento é realmente levado a sério, diferente de outros comerciantes do restante da rua, estes são dificilmente flagrados ao celular, por exemplo, sempre muito atentos aos passantes, inclusive à pesquisadora, que notaram desde o primeiro momento.



Figura 8: Último personagem selecionado a partir dos seis tipos.

O personagem destacado na figura 8 é, sem dúvida, o personagem que mais apareceu em todas as visitas, ou talvez o que mais chamou a atenção, afinal é este o seu trabalho. Desde a inauguração da franquia conhecida como Maria Açai, este senhor vem trabalhando chamando o público a virem experimentar o cardápio do estabelecimento. Além de chamar os clientes

dançando, cantando ou no grito simplesmente, ele tem um grande carisma, sua marca registrada, e muitos do que passam por ele param para o cumprimentar e trocar algumas palavras antes de seguir caminho.

O papel realizado por ele não se restringe apenas a chamar a clientela, também convida os clientes a entrarem na lanchonete, explica o sistema da casa, apresenta as atendentes e deixa o cliente com um sentimento de aconchego que se encontra ao visitar a casa de um amigo.

Em uma das visitas realizadas pela pesquisadora, um experimento foi feito: ser, por um dia, um dos clientes de Roberto, que revelou o próprio nome muito antes de ser questionado. Roberto trata todos em primeira pessoa, faz questão de perguntar o nome do cliente antes de continuar com suas explicações. Avisa qual o melhor pedido para a estação, mostra todas as novidades, e puxa uma cadeira para o cliente com uma naturalidade só percebida com a prática.

Enquanto estava aguardando o pedido, outras aproximações foram tentadas, mas Roberto não parou um minuto, já estaria atendendo dois, três, quantos clientes. Sua lábia tem a capacidade de atrair. O interesse dele, certamente, não é dialogar por muito tempo, e sim conseguir vender. Mesmo que uma conversa sendo estendida, usa como oportunidade de divulgar o lugar e pedir para que o próprio cliente chame os amigos.

Alguns dias mais tarde, voltando ao ponto onde Roberto trabalha foram notadas algumas diferenças simples, mas significativas. Suas roupas, que antes eram sociais, na medida do possível para a ocasião, eram agora totalmente casuais e carregava consigo uma placa com celulares quebrados, telas talvez, e estava agora gritando em favor da loja ao lado do açai, um estabelecimento de conserto de celulares.



Figura 9: Roberto com roupas e acessórios de trabalhos diferentes.

Talvez suas roupas fossem exigências da franquia da Maria do açai, um uniforme talvez. O fato é que mudanças aconteceram, mas o lugar de sua performance continua o mesmo. Talvez no futuro ele comece a chamar clientes por toda a rua, ou pelo menos mais estabelecimentos. As pessoas, pelo menos, já o reconhecem e tem grande respeito pelas indicações que dá ao público.

Sobre a escolha de Roberto

Foi escolhido um único personagem para dar continuidade à pesquisa, não que o intuito fosse restringir a imagem da Rua Dom José de Barros a um representante, mas sim desvendar a essência de um personagem, a ponto de este ser uma amostra do método possível de ser aplicado a outros personagens Urbanos. Outro motivo para a escolha foi a disponibilidade de tempo, concentrar esforços em um Tipo traria vantagens em relação a isso.

O personagem proposto foi o Roberto, já que foi o personagem que mais teve presença e constância em todo o trabalho, recorrente na maioria das visitas. Foi possível também algumas aproximações diretas, conversas rápidas, que trouxeram mais à tona a essência do personagem, que basicamente é ser um vendedor. Sendo assim, mais três visitas foram realizadas, agora concentrando o foco totalmente à figura de Roberto, com a intensão de observar, aprender e registrar seus momentos na Rua Dom José de Barros.

A primeira visita foi realizada no dia 22 de novembro, entre as 11 horas da manhã e o meio dia. Roberto não fora encontrado nesse meio tempo, imagens do seu local de costume foram tiradas, e inclusive a placa de trabalho da loja de celulares estava encostada na frente do estabelecimento, dando a entender que logo seu dono estaria de volta. Talvez então esse fosse seu horário de almoço, explicando assim sua ausência, já que este foi um horário novo tentado para visitas.



Figura 10: A presença por um objeto.

A experiência foi enriquecedora, afinal, um objeto serviu de testemunha e firmou a presença de um personagem, provando que mesmo quando ausente ainda é possível reconhecer sua personalidade no lugar. Assim como fez Roberto, provavelmente sem pretensões maiores, porém, firmando seu lugar no ambiente da loja e da rua.

No dia 26 de novembro foi realizada a segunda visita, por volta das 14 horas da tarde. Neste dia Roberto estava atuando na costureira casa de Açaí da Maria. Dessa vez, estava com papeis nas mãos e distribuía a todos os passantes por perto. Inclusive, a pesquisadora passou propositalmente por ele para receber um dos folhetos, que se tratavam de uma propaganda do açaí e do serviço de entregas que estavam inaugurando.

Foi tentado um diálogo mais substancial, porém Roberto preferiu aproveitar a ocasião e expandir seu negócio, que é uma franquia ainda nova na cidade de São Paulo, repassou uns 15 folhetos e pediu ajuda na divulgação. Depois disso não houve maior contato, pois chegaram clientes em potencial que precisavam ser atendidos.



Figura 11: Interação entre Roberto e passante.

Na terceira e última visita, que ocorreu no dia 07 de dezembro às 13 horas da tarde, de novo foi feita a experiência de ser cliente do estabelecimento de Açaí. E novas descobertas foram feitas. Roberto trabalha sim dentro da loja, como visto na figura 11, enquanto ele trocava de posto com uma jovem atendente se encaminhou para frente do balcão de pedidos e chamava as senhas para entregar aos clientes.

Além disso, também passava pelos assentos verificando se estava tudo em ordem, perguntava sobre a qualidade do produto e se todos estavam satisfeitos. Tudo isso de uma maneira muito simples e natural, transformando o lugar em um ambiente muito mais caseiro. Após ajudar os pedidos, Roberto retornou ao seu lugar habitual e passou a chamar mais clientes para experimentar as delícias da loja.



Figura 12: Trabalho internos e externos de Roberto.

O fim: possibilidades de uma catalogação

Muitos foram os materiais recolhidos e analisados para se chegar às conclusões acerca da pesquisa etnográfica com a Rua Dom José de Barros, um conhecimento profundo do local e de suas pessoas foi consolidado, a ponto de se saber horários, jeitos e manias de vários personagens encontrados.

Exemplo disso são os senhores que levam o cachorro para o dia a dia do trabalho na rua. Depois de alguns meses de visita foi notado que na verdade eram dois cachorros, da mesma raça, que acompanhavam seus donos, e que possivelmente revezavam. Este tipo de conhecimento só é adquirido com diversas visitas, meses de observação, de aprofundamento com o lugar e, acima de tudo, com as pessoas – nesse caso, animais – que habitam o espaço.

Contudo, apenas um personagem foi escolhido para as conclusões da pesquisa, sendo a prova metodológica que o mesmo processo pode ser aplicado a outros indivíduos, não restritos à rua Dom José de Barros, mas a qualquer território urbano. Roberto então foi escolhido depois de várias etapas de desenvolvimento do trabalho.

O final do processo de pesquisa é registrado em forma de um catálogo de tipos urbanos, ou melhor dizendo, de um tipo urbano, que é capaz de representar o método que poderia ser ado-

tado para todos os demais personagens. O catálogo, ou álbum de imagens, é um resumo, não somente em palavras, mas, acima de tudo, ilustrado por meio da figura humana que é capaz de representar um ambiente específico na cidade de São Paulo.

Referências

- CANEVACCI, M. *A cidade polifônica: Ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana*. 2ª ed. São Paulo: Studio Nobel, 1997.
- CARERI, F. *Walkscapes: o caminhar como forma estética*. São Paulo: GG, 2013.
- CERTEAU, M. *A invenção do cotidiano: artes de fazer*. 3ª ed. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.
- Daguerreotypes. Direção e roteiro de Agnès Varda. Produção de Ciné Tamaris. Local de produção: Paris, 1975. 1 filme (80min), sonoro, colorido, 35 mm.

