

O CONGLOMERADO COMERCIAL DA RUA 25 DE MARÇO, EM SÃO PAULO: UMA REGIÃO SOCIALMENTE CONSTRUÍDA.

Lineu Francisco de Oliveira¹
Antônio Carlos Gil²

RESUMO

A presente pesquisa foi elaborada com o objetivo de analisar o processo de construção da regionalidade no conglomerado comercial constituído pela Rua 25 de Março e adjacências, na capital paulista. Trata-se de um estudo de caráter exploratório com dados obtidos mediante análise documental, observação e entrevistas com atores locais. A fundamentação teórica foi proporcionada pelo modelo analítico de construção de regiões de Anssi Paasi, que define quatro etapas nesse processo: 1) definição da abrangência territorial; 2) formação de uma imagem conceitual e simbólica da região; 3) desenvolvimento de instituições regionais e 4) estabelecimento da região como parte de um sistema de regiões, com papel administrativo definido e associado à consciência regional da comunidade. Conclui-se que este conglomerado comercial, que é considerado o maior *shopping center* a céu aberto da América Latina encontra-se no último estágio do processo de construção da regionalidade. Cabe considerar, no entanto, notáveis mudanças na identidade regional, sobretudo porque a região, que se consolidou como área cultural sírio-libanesa, tem recebido nas últimas décadas grande número de empresários de origem chinesa e coreana.

Palavras-chave: Regionalidade. Região da Rua 25 de Março. Consciência regional.

ABSTRACT

The objective of this research is to analyze the process of construction of regionality in the commercial cluster of 25 March Street and vicinity, in the city of São Paulo. This is an exploratory study with data collected through document analysis, observation and interviews with local actors. The theoretical foundation was provided by the analytical model-building regions of Anssi Paasi, which defines four stages in this process: 1) definition of territorial coverage, 2) formation of a conceptual and symbolic image of the region, 3) development of regional institutions and 4) establishing the region as part of a system of regions, with defined administrative role and associated regional awareness of the community. It is concluded that this commercial conglomerate, which is considered the largest mall open-pit in Latin America is at the last stage of the construction of regionality. It considers, however, notable changes in regional identity, because the region that has established itself as the cultural Syria-Lebanon has received in recent decades a large number of businessmen from China and Korea.

Keywords: Regionality. Region Street March 25 regional awareness.

1 INTRODUÇÃO

Em praticamente todas as metrópoles do mundo ocidental podem ser identificadas áreas de comércio especializado que se tornaram conhecidas pelo nome da rua em que aparece o maior número de estabelecimentos do setor. São áreas, geralmente próximas ao centro tradicional dessas cidades, que, por razões diversas, foram se consolidando como centros especializados no comércio de determinados produtos e que a despeito, das mudanças por que passaram, continuam a ser identificadas por sua vocação original.

¹ Gerente da Companhia de Processamento de Dados do Município de São Paulo

² Professor Associado III da Universidade Federal do Espírito Santo

Na cidade de São Paulo existem muitas áreas formadas por determinado número de logradouros identificados exatamente pelo nome em que apareceram os primeiros estabelecimentos do ramo. São áreas que pelo seu crescimento em torno dessas ruas, tornaram-se conhecidas como “regiões de comércio especializado”. É o caso da área da Rua da Consolação, especializada em lustres, da Rua Santa Ifigênia, em materiais elétricos e eletrônicos, da Rua São Caetano, em vestidos de noiva, da Rua Florêncio de Abreu, em ferramentas, da Cantareira, em laticínios, da Rua Santa Rosa, em cereais, da Rua José Paulino, em confecções, do Largo do Arouche, em calçados, da Avenida Duque de Caxias, em peças de automóveis, caminhões e motos, da Rua Conselheiro Crispiniano, em artigos fotográficos, da Rua Sete de Abril, em pedras preciosas e semipreciosas, das ruas do Carmo e Tabatinguera, em essências e perfumes, e da Rua da Liberdade, especializada em produtos típicos japoneses e chineses

Nenhuma dessas áreas, no entanto, assumiu a relevância da área constituída pela Rua 25 de Março e adjacentes. Nessas ruas instalaram-se lojas atacadistas e varejistas de produtos os mais diversos, como amarelinhos, papelaria, brinquedos, roupa de cama e mesa, bijuteria e cutelaria. Desde sua origem a área ficou conhecida como local de oportunidade de negócios, a população ali instalada teve como principal característica a atividade comercial. A ponto de ser conhecida hoje como o “maior shopping a céu aberto da América Latina”.

Mesmo com as notáveis mudanças verificadas na estrutura do comércio na cidade de São Paulo, com a multiplicação das ruas de comércio especializado, o crescimento do número de *shopping centers* e a difusão do comércio eletrônico, que dispensa o deslocamento físico, essa área continua mantendo muitas de suas características originais e é percebida tanto pelos que ali residem e trabalham, como pela própria população da cidade como uma região com contornos bem definidos. Até hoje compradores de mercadorias dos mais diversos pontos do país e até mesmo de países vizinhos, atraídos por ofertas, produtos baratos e oportunidade de ganhos na revenda dirigem-se diariamente à região. Todas essas características fazem com que a área seja facilmente reconhecida como um dos mais importantes pólos comerciais do país e a torna objeto de atenção de pesquisadores empenhados no estudo das múltiplas relações que se estabelecem entre o global com o regional e o local.

Com efeito, embora constituindo área restrita a alguns poucos quarteirões, é uma das mais importantes áreas comerciais da cidade e seguramente a que é apresenta o maior fluxo de compradores. A maioria das pessoas que aí trabalha não reside na área, já que esta se definiu como tendo função essencialmente comercial. Parece, no entanto, que existe uma espécie de consciência coletiva que une os atores locais – comerciantes estabelecidos, mascates, sacoleiros e frequentadores em torno das necessidades e interesses da região.

Essas são características de uma região socialmente construída, ou seja, de uma região que não se define por sua paisagem natural ou pelas características étnicas ou sócio-culturais de seus habitantes, mas que existe por conta da vontade dos atores locais e que se manifesta por sua consciência regional. Assim, foi elaborado o presente estudo, que tem como objetivo analisar o processo de construção da regionalidade na área da Rua 25 de Março. Mais especificamente: 1) caracterizar as etapas do seu desenvolvimento histórico; 2) identificar etapas do processo de construção da região; e 3) verificar a existência de uma identidade regional na área.

2. REVISÃO DA LITERATURA

Para o desenvolvimento da presente pesquisa buscou-se fundamentação conceitual e teórica em estudos referentes à Ecologia Humana, à construção da regionalidade e à formação da consciência regional.

2.1 Ecologia humana

Estudos relativos a regiões como a da Rua 25 de março remetem aos estudos sobre Ecologia Humana, desenvolvidos pelos sociólogos da Escola de Chicago no segundo quartel do século XX. A sociedade, do ponto de vista dos teóricos da Ecologia Humana, é constituída por indivíduos separados espacialmente, distribuídos territorialmente e capazes de locomoção independente. As instituições humanas e a própria natureza adaptam-se a certas relações espaciais dos seres humanos; quando estas relações mudam, a base física das relações sociais altera-se também (McKENZIE, 1924). Os estudos elaborados por esses cientistas sociais referem-se naturalmente à maneira como as cidades norte-americanas se desenvolveram ao longo das décadas de 1930 a 1940, mas muitos desses conceitos contribuem para o entendimento do processo de constituição de áreas urbanas, como a da Rua 25 de Março.

Uma das contribuições mais expressivas é o ideograma do desenvolvimento urbano teorizado por Burgess (1929), que descreve a cidade segundo o modelo de círculos concêntricos. Esse ideograma mostra como as áreas naturais constituem o processo de ajustamento e cada uma delas tem uma função própria no contexto urbano. Crescidas em torno de um núcleo dos pontos focais, constituído predominantemente por atividades comerciais e industriais dependentes do centro, originariamente uma escala postal ou ferroviária, as cidades mostram certas regularidades na estrutura e distribuição de áreas naturais. Esse ideograma evidencia o desenvolvimento de uma cidade, formada por zonas concêntricas. A alta burguesia reside nos subúrbios periféricos. Os grupos étnicos em vias de assimilação deslocam-se eventualmente para zonas intermédias. Ao mesmo tempo a pequena burguesia ganha progressivamente acesso aos arredores mais prestigiados, enquanto novas ondas de imigrantes exóticos se inserem nos bairros centrais.

Em apoio aos princípios da Ecologia Humana, Nacib (2004) acentua que grandes centros urbanos como a cidade de São Paulo são palcos de fenômenos que podem ajudar a compreender as variáveis do espaço urbano. Os processos de metropolização, bem como os benefícios e dificuldades da transição da economia agrícola ocorrida no final do século XIX têm proporcionado bons estudos e conhecimentos sobre a história da ecologia urbana das grandes metrópoles. Os esforços realizados com vistas a compreender esse fenômeno dizem respeito à integração da planta viária, aos volumes de áreas construídas e às gerações que se sucederam no interior das moradias. Todo esse mecanismo, ocorrido durante os fluxos humanos, fez surgir no entorno dos grandes centros, uma estrutura de desigualdades que deu origem às ruas e praças.

2.2 Regionalidade

A convivência de grupamentos com forças políticas e econômicas em busca de um objetivo comum remete ao conceito de regionalidade, que se caracteriza como a “reorganização do estado local com novas formas de parceria que emergem para guiar e promover o desenvolvimento de recursos locais, entre as instâncias de governo regional e os vários segmentos da sociedade civil com o propósito de promover o desenvolvimento regional” (GIL, GARCIA, KLINK, 1999).

Ao se estudar a capacidade de interação dos agentes regionais – quer sejam econômicos, sociais ou políticos – é importante a contribuição de Porter (1999), que identifica o principal benefício das ligações e interdependências ao longo da cadeia de valor, e que é representado pela habilidade adquirida, nos tipos de ligações criadas, ou que podem criar, vantagem competitiva como resultado da integração vertical. FUSCO (2005, p. 60), por sua vez, enfatiza que o conceito de cadeia de valor, definido por Porter, pode ser estendido às redes de empresas, por evidenciar o entendimento das fontes específicas de vantagem competitiva, criando valor para os clientes finais.

Ações com interesses próprios, a busca de soluções para os problemas comuns, a organização e o estabelecimento de parcerias, são ações que exercem um papel importante na busca de soluções para os problemas de uma determinada região. Como os atores sociais constituem canais pelos quais passam informações e conhecimento, identificar seus valores e expectativas contribui para o entendimento da consciência existente na região. (CASTELLS, 2004).

2.3 Consciência regional

A busca de soluções para problemas comuns da região desenvolve uma percepção nos integrantes da comunidade, e os impulsiona para o estabelecimento de parcerias com interesses próprios surgindo daí uma consciência regional. A construção de uma consciência regional, assim como a formação do capital social está diretamente relacionada com as ações dos atores sociais. Estudar sua constituição e formação, leva ao

entendimento dos resultados obtidos, como mais um recurso em favor do desenvolvimento da comunidade objeto da análise. O grau de participação desses atores, por sua vez, é medido pela consciência interna de cada um e pela realidade simbólica individual (REYES, 2008).

Uma consciência regional está intimamente ligada com a articulação e as ações para manter os participantes motivados. Para que não exista um envolvimento superficial com pouca contribuição e a falta de comprometimento com resultados, um dos objetivos dos administradores e lideranças locais é promover o envolvimento de todos. Lencioni (1999, p.150) afirma que “a intencionalidade da consciência é considerada chave, pois a consideração da percepção advinda das experiências vividas é assim considerada etapa metodológica importante e fundamental”.

Segundo PAASI (2000), o processo a construção da consciência regional passa por um processo histórico que envolve quatro etapas: 1) definição da abrangência territorial; 2) formação de uma imagem conceitual e simbólica; 3) desenvolvimento de instituições regionais e 4) estabelecimento da região como parte de um sistema de regiões, com papel administrativo definido e associado à consciência regional da comunidade. Segundo o autor, quando uma região percorre os quatro estágios, nela se consolida a existência de uma identidade regional tanto na base física e material quanto na esfera mental, pela fixação de uma imagem nos seus habitantes e nos habitantes de outras regiões.

3. METODOLOGIA

O presente estudo pode ser definido como um estudo de caso intrínseco de caráter exploratório, já que não tem como finalidade fornecer respostas definitivas ao problema, mas sim proporcionar a ampliação do conhecimento acerca do processo de constituição da regionalidade na Região da Rua 25 de Março. Assim o presente estudo poderá contribuir para proporcionar elementos para melhor colocação do problema, bem como para formular hipóteses e contribuir para a construção de uma teoria substantiva acerca da Região da Rua 25 de Março (GLASER; STRAUSS, 1967).

Com vistas à fundamentação conceitual e teórica do trabalho, procedeu-se à análise da literatura referente ao tópico, bem como análise de documentos oficiais. Para proporcionar o contraste entre as formulações teóricas e a realidade empírica, foram obtidos depoimentos de atores sociais da esfera pública e privada. A opção pelos depoimentos pessoais em detrimento de técnicas padronizadas de coleta de dados deveu-se ao interesse em analisar o fenômeno do ponto de vista de seus atores, oferecendo ampla opção de manifestação, o que constitui uma das principais vantagens dessa estratégia.

O que se pretende, pois, é ampliar o conhecimento sobre a região e fornecer elementos para que outros pesquisadores possam estudá-la de maneira mais apropriada.

Assim, um estudo exploratório nessa área mostra-se adequado para ampliar o conhecimento dos pesquisadores que almejam estudá-la posteriormente, de maneira mais estruturada.

4 EVOLUÇÃO HISTÓRICA DA REGIÃO DA RUA 25 DE MARÇO

Com vistas a apresentar a evolução histórica da região, foram definidas cinco etapas: 1) Primórdios da região; 2) Retificação do rio Tamanduateí; 3) Chegada dos primeiros imigrantes sírio-libaneses; e 4) Construção da primeira igreja ortodoxa.

4.1 Primórdios da Região

A região em estudo tem uma forte ligação com a própria fundação da cidade de São Paulo. Não é por acaso que o Pátio do Colégio, que é reconhecido como o berço da cidade, está localizado geograficamente próximo da área da Rua 25 de Março. O rio Tamanduateí tem uma ligação tanto com a fundação de São Paulo, quanto com a origem da Rua 25 de Março, já que foi a principal porta de entrada dos desbravadores e fundadores da cidade.

A necessidade de mercadorias para abastecer o povoado fundado em 1554 – a São Paulo de Piratininga - tinha nos rios a facilidade de acesso. A colina do Pátio do Colégio ficava próxima da última volta do rio Tamanduateí, que abrigava um porto, o Porto Geral. Este era utilizado para descarregar as mercadorias importadas, que chegavam do Porto de Santos. Essas mercadorias subiam a serra de carroça e com a chegada das estradas de ferro, esse percurso passou a ser realizado via ferrovia até o Ipiranga. A partir desse ponto, as mercadorias eram levadas pelo rio Tamanduateí até um porto destinado às barcas. Como esse porto era conhecido como geral, foi essa uma das influências que contribuíram para a origem e o batismo da atual Ladeira Porto Geral. (GUIADA25, 2009).

4.2 Retificação do rio Tamanduateí

O processo de crescimento da cidade de São Paulo inicia-se justamente na localidade circunscrita pela várzea do Tamanduateí, de um lado, e pelo Vale do Anhangabaú do outro, dominando a grande planície formada pela várzea do Tietê. Esse foi o local escolhido pelos primeiros povoadores da cidade em virtude das vantagens estratégicas que oferecia para a formação de um núcleo central onde se fixou o centro da cidade, o atual “Triângulo” como ficaram conhecidas as ruas Quinze de Novembro, São Bento e Direita. (PRADO JUNIOR, 1998).

O rio Tamanduateí, que está diretamente ligado à região em estudo, teve a sua importância relacionada principalmente à sua navegabilidade, uma vez que desde o século XVI era utilizado como rota alternativa às trilhas no trajeto entre Santo André e São Paulo. Esse importante rio serviu ao transporte de cargas da fazenda São Caetano, de propriedade dos beneditinos, trazendo gêneros alimentícios em canoas até próximo ao

Mosteiro de São Bento no porto Geral. Até meados do século XIX, o Tamanduateí abrigou quatro portos nas imediações da várzea do Carmo os quais eram conhecidos, como Geral, Tabatinguera, Figueira e Coronel Paulo Gomes (SIMÕES, 2004).

O trecho que margeava o rio Tamanduateí, atual Rua 25 de Março, foi chamado de rua das Sete Voltas, justamente pela característica sinuosa do rio que serpenteava a região. A primeira volta do rio coincidia com a atual Rua do Glicério, a segunda e a terceira ficava onde hoje é o pontilhão da Avenida Rangel Pestana. A quarta, quinta e sexta volta ficavam onde hoje existe o Parque D. Pedro II. A sétima e última volta terminava na Ladeira Porto Geral. (GUIADA25, 2009).

O projeto de retificação do Tamanduateí ocorreu em dois momentos: o primeiro trecho no ano de 1848 e o segundo entre 1896 e 1914. Esse projeto de retificação do rio se deu pelo fato de que em 1850 uma forte chuva se abateu na capital paulista. A força da tempestade e seus estragos foram tão grandes que a cidade de Santos promoveu ajuda financeira para que, via ordem pública, fosse distribuída entre os moradores necessitados. O Conselho de Vereadores da Câmara Municipal de São Paulo criou uma comissão, que ficou encarregada de calcular os prejuízos. Em 27 de junho do mesmo ano a comissão apresentou os cálculos. (CMSP, 1850).

Após a grande enchente, os administradores da cidade começaram a sentir a necessidade de estabelecer regras, e a partir de 1850 foram definidas vigorar normas de caráter urbanístico-arquitetônico. (SIMÕES, 2004). No dia 18 de julho de 1865, em reunião da Câmara Municipal, o vereador Malaquias Rogério de Salles Guerra, apresentou a seguinte proposta:

"Havendo ruas e travessas denominadas sem significação alguma, e até menos conveniente, e tratando-se agora por ocasião da numeração das casas de minorar esse ramo do serviço publico, indico que seja nomeada uma Comissão de trez Membros para estudarem a materia e submeterem a aprovação da Câmara ás substituições que entenderem precisas."

No dia 28 de novembro desse mesmo ano, o mesmo vereador apresentou ofício sugerindo alteração do nome de ruas, sendo uma delas a alteração da Rua de Baixo para Rua 25 de Março, até a projetada Praça do Mercado e desse ponto em diante, até a Ladeira do Carmo, para Rua do Mercado (PREFEITURASP, 2006 p. 40).

4.3 A chegada dos imigrantes sírio-libaneses.

A região em estudo teve nos sírios e libaneses os principais responsáveis pela colonização e ocupação de espaço. As migrações sírias e libanesas começaram a incrementar uma maior chegada ao Brasil por volta de 1870. Os motivos que os fizeram imigrar foram a ocupação da Síria e do Líbano pelo Império Turco-Otomano e a instabilidade financeira que ocorreu com a entrada da França e Inglaterra nesses países

após a Primeira Guerra Mundial. A entrada de produtos industrializados, assim como cereais e outros gêneros agrícolas, desequilibrou a economia artesanal e a lavoura da região. As crises constantes provocaram tensões entre grupos mulçumanos e os grupos cristãos ortodoxos, católicos, maronitas, melquitas e muçulmanos, que formaram a maioria dos sírios e libaneses que vieram para o Brasil. (PORTA, 2004, p. 141).

Um relato da situação a que esse povo foi submetido durante o período de perseguição, pode ser mais bem compreendido ao acompanhar a história de um dos descendentes que tem forte ligação com a região em estudo:

“Os primeiros imigrantes chegaram em 1835 no Rio de Janeiro. Em 1865, em Santos, os irmãos Zacharias chegaram pela fuga da ocupação turco-otomano que perseguiu primeiro os cristãos e depois o chamado povo árabe, os sírios e outros. Os ortodoxos só não foram muito castigados, pois o Czar da Rússia como ortodoxo os protegia. Em cada escola ortodoxa tinha um soldado do Czar e os turcos não queriam problemas com os russos. É o caso da minha família que estudou em escolas russas e foi protegida pelos russos. Eles falavam russo, mas o meu avô foi condenado à morte como um revolucionário e não se achou mais ele. Foi o pessoal da maçonaria italiana que em um ato de humanidade começou a recolher essas famílias, inclusive durante a noite, pois ao amanhecer eles seriam fuzilados. É a origem e o caso que a minha avó teve de sair de casa, mesmo como dona de casa e sem muito conhecimento. O meu avô, que fazia coletes para xeiques, bordados a ouro, selas de cavalo, tinha doze libras esterlinas e ouro em casa. Eles pegaram a roupa e saíram de casa a pé, andaram da cidade de Homs no centro da Síria à noite até chegar a Trípoli no Líbano e ir para o porto de Beirute. (Rezkalla Tuma, Empresário da região)

A perseguição no seu país de origem tinha na preservação da vida a última esperança de fuga. Os perseguidos, para não morrerem, saíam fugidos para destinos incertos, visando “fazer a América”.

“A minha avó e os filhos, foram colocados em um navio italiano que passou na costa da França e eles iriam para a América e não sabiam onde era a América. A minha mãe se chama América nascida em Mococa no interior de São Paulo, colocaram o nome de América em razão desse fato. Passaram no porto de Salvador, e perguntaram aqui é América, não, chegaram ao porto do Rio de Janeiro, perguntaram aqui é América, não chegou ao porto do Rio Grande do Sul aqui é a América, não mas tem de descer pois é a última parada. Ela desceu com os quatro filhos sem saber onde estava e sem falar português”. (Rezkalla Tuma, Empresário da região).

Muitos imigrantes chegaram enganados pelos agentes e outros, pela dificuldade na comunicação, foram para locais que nem imaginavam, mas mesmo assim fizeram história.

“Aí vem a história da minha família. Passado um período esse homem da alfândega que tinha registrado a chegada deles ficou pensando na mulher com quatro filhos em uma hospedaria. Ele lembrou que dois anos antes tinha chegado um turco, naquela época eles chamavam de turco, chamou um amigo e falou que esse turco seu Bechara declarou aqui que foi para a cidade de Pelotas, quem sabe ele vem até aqui conversar com essa mulher. Um dia ele pegou uma jardineira e foi para Pelotas. Chegando à cidade perguntou se não conheciam e indicaram a confeitaria Brasil, lá indicaram o dono da lojinha, a famosa lojinha casa Bechara, e como ele falava bem Francês relutou em ir falar com a mulher, mas decidiu ir. Pegaram a última jardineira e ao chegar à hospedaria aí vem o milagre. Ele entra na hospedaria, a minha avó estava sentada na cama e os meninos dormindo os quatro em duas camas, ela pensando na vida. Ao ver a senhora sentada ele chama Zaquie e ela Bechara e naquela época não se usava abraçar mulher, mas eles se abraçaram. Ele era vizinho, era ortodoxo, era colega do meu pai, conheceu o meu avô. No decorrer da vida quando fiz dezoito anos ele foi o meu primeiro sócio comercial. Ficaram lá e foram no recital do Olavo Bilac e depois foram na confeitaria Brasil. Meu pai começou a fazer calçado para as mulheres da alta sociedade, que era como modelista hoje. Ai o Sr. Bechara falou vai morar em São Paulo tem muito turco patricio. (Rezkalla Tuma, Empresário da região)

Como até o final da Primeira Guerra Mundial, os sírios e libaneses chegavam ao Brasil com passaportes fornecidos pelo governo turco e, assim, passaram a ser confundidos com seus opressores. Apesar de intelectuais da colônia se queixarem do mal entendido, essa denominação continuou a ser utilizada para designar o grupo. Por causa da dedicação ao comércio popular e da cozinha típica árabe, era mais natural o restante da sociedade ignorar as diferenças e confundi-los como turcos. (FAUSTO, 2000, P.315).

Monsenhor Dimitrios, pároco da igreja ortodoxa situada na região, relata a origem do nome durante a entrevista concedida ao pesquisador.

“Os turcos que eram chamados assim em função do censo que assim os designou e em função do passaporte que era turco otomano. Não tinha consulado, era Turquia; eram todos turcos quando vieram para cá, era o passaporte otomano”.

Os “turcos”, de origem síria e libanesa não tinham dedicação ao comércio; eram agricultores oriundos de pequenas propriedades cultivadas pela família. Com o crescimento

populacional e os solos semidesérticos, passaram a ter dificuldades para obter trabalho. Assim, as famílias passaram a planejar o envio dos filhos temporariamente à América como forma de resolver suas dificuldades financeiras, deixando sua comunidade natal, para “fazer a América”. As redes familiares organizavam o envio e a recepção de imigrantes na base de parentesco e afinidades religiosas. Durante as fases iniciais da imigração, “fazer a América” podia significar tanto os Estados Unidos quanto o Brasil. Portanto não existiu distinção entre os grupos que se dirigiram para um país ou a outro. O imigrante que chegou ao Brasil entre 1890 e 1930, tem as mesmas características daquele que alcançou os Estados Unidos: a mascateação e o destino urbano. (TRUZZI, 1997).

Ao chegarem ao Brasil, esses imigrantes distribuíram-se por várias partes do país. Em virtude da experiência com pequenas culturas agrícolas, a empregabilidade ficou prejudicada visto que os empregos eram para trabalhadores com experiência em grandes culturas. Esse motivo levou esses imigrantes a buscarem alternativas de subsistência, iniciando o comércio com mercadorias, o que os levou a se tornarem conhecidos como mascates. Solteiros e pobres, esses mascates residiam em pensões baratas e cortiços constituídos na maioria das vezes nos porões de velhos sobrados localizados nas mediações da Rua 25 de Março. (FAUSTO, 2000. p.323).

Com as importações interrompidas durante a Primeira Guerra Mundial, a necessidade de produtos industrializados levou migrantes sírios e libaneses a abrir pequenas fábricas do ramo têxtil e de vestuário. Algumas famílias prosperaram e, com a passagem dos anos, ampliaram e diversificaram suas indústrias construindo mansões na Avenida Paulista e no bairro do Ipiranga. Mas não dá para falar das origens sírio libanesa na Rua 5 de Março sem se referir à atividade de mascateação e à figura do mascate, apesar dessa atividade no Brasil ter registro de práticas pelos portugueses, italianos e judeus que já a exerciam bem antes dos sírios e libaneses. A primeira loja aberta na Rua 25 de Março, em 1887, pertencia ao imigrante libanês Benjamin Jafet.

“A Família Jafet veio a convite de D. Pedro II, era uma família abastarda e com uma biblioteca de mais de 250 mil livros do patriarca da família em uma cidade do interior do Líbano; provocou um espanto em D. Pedro. Chegaram aqui justamente na mudança da monarquia para a república; o imperador tinha ido para Paris e a família veio com os irmãos e ficaram. Ai começou a vir os ambulantes que com 90% de mercadorias importadas vindas da Europa, esses ambulantes ou mascates, têm na história do Brasil a mesma importância dos Bandeirantes, que desbravaram os sertões, alargaram as fronteiras. Os mascates que com sua matraca por não falar bem a língua levavam suas mercadorias para o Rio de Janeiro de São Paulo. Do Rio subiram as costas do Espírito Santo que tinha a zona livre sem fiscais, entravam nas Minas Gerais e pelo rio Tietê,

andavam pelas cidades do interior de São Paulo". (Rezkalla Tuma, Empresário da região).

Os sírios e libaneses não chegaram a formar uma colônia homogênea, já que as divisões de classe, religião e lugar de origem junto com lealdades às famílias e às redes de parentesco, dificultaram atos de colaboração. No início da década de 1950, essas divergências impediram o estabelecimento de uma Câmara de Comércio que englobasse a comunidade inteira. Representantes de associações regionais e das mais importantes famílias, unidas economicamente, resolviam as questões da colônia como um todo. Até as associações beneficentes, recreativas e escolares refletiam divisões religiosas e geográficas. (KNOWLTON, 1961).

4.4 - A primeira igreja ortodoxa no Brasil

A maioria dos imigrantes sírios e libaneses eram cristãos ortodoxos. Assim, trouxeram para o Brasil a herança religiosa de seus antepassados. E o primeiro grande marco da história da Igreja Ortodoxa no Brasil foi fincado na Região da Rua 25 de Março. Foi no mês de janeiro de 1897, quando o Padre Mussa Abi Haidar, após celebrar missa em um salão especialmente adaptado, organizou a primeira procissão ortodoxa realizada na América do Sul. Depois desse evento, os migrantes sírios e libaneses de crença ortodoxa iniciaram na região a construção da primeira igreja ortodoxa do Brasil. Conforme conta Monsenhor Dimitrios:

O raio de atuação da igreja sentiu a necessidade no início do século XX em São Paulo e depois foi para o Rio de Janeiro na década de 30. Na região da Rua 25 de Março, a maioria dos imigrantes era ortodoxa e estavam concentrados ali na região. O nascedouro das instituições como a Liga das Senhoras Ortodoxas, o Hospital Sírio Libanês, o Asilo Mão Branca e outras, tiveram o nascedouro ali, não existiam clubes e eles também nasceram ali. O ponto de encontro da comunidade era a igreja e não era só uma instituição religiosa; era ali que se faziam os batizados, os casamentos. A igreja também promovia os encontros para novos casamentos. Era também um ponto de referência cultural, pois o imigrante não tinha associações, ele não tinha outros centros culturais e a igreja funcionava como tudo isso. Ela foi o nascedouro da maioria das associações de hoje, apesar de não serem ortodoxas no nome. A não ser a liga das Senhoras Ortodoxas, mas os membros fundadores dessas associações eram todos ortodoxos. Adma Jafé, que foi o protagonista da fundação do Hospital Sírio Libanês, era filho do grande Basílio Jafet que como presidente do conselho da igreja, foi o grande impulsionador da construção da igreja. A igreja ortodoxa não tem idéia de catequizar, pegar gente e sim manter viva a fé que os imigrantes receberam de seus pais.

Para onde for a imigração lá estará a igreja e essas missões eram para acompanhar os imigrantes, pois você tem uma obrigação moral e religiosa para essa gente. Eles nascem ortodoxos, são oriundos de uma família ortodoxa, têm toda uma tradição cultural e religiosa em sua bagagem e a igreja leva toda essa bagagem para uma continuidade dos ensinamentos, para que seus filhos netos e descendentes tenham a fé recebida. A igreja teve uma participação primordial na formação da região da 25 de Março. A região se manteve tal qual como do seu início por muitos anos, por causa da igreja que existiu ali. O pessoal não saía para outro lugar, o que eles tinham era o trabalho, um pouco o lazer e o escape deles era na igreja. Acredito que para o desenvolvimento e a permanência desse pessoal ali a igreja foi fundamental. (Monsenhor Dimitrios Vahe Attarian).

Apesar da região em estudo ter forte influência da colônia sírio-libanesa, constata-se aí também a presença de outras etnias, encontram-se aí outras etnias com a mesma dedicação ao comércio. Os estrangeiros que não foram absorvidos na cultura do café passaram a dominar as atividades comerciais de São Paulo. Alemães, franceses e italianos vendiam tecidos. Os italianos logo se tornaram os maiores vendedores de sapatos, além de dominarem as atividades de funilaria e ferragem. As metalúrgicas estavam nas mãos de ingleses e norte-americanos. Os portugueses e brasileiros, faziam trabalhos grosseiros de carpintaria, pois os carpinteiros mais sofisticados eram franceses e alemães. Já em 1910 um terço da população da cidade era de operários, 51% dos quais eram imigrantes. (PONCIANO, 2007, p. 52).

5. A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA REGIONALIDADE

A análise do processo evolutivo da Região da Rua 25 de Março nos remete ao conceito de região socialmente construída, que corresponde à apropriação simbólica do espaço por determinado grupo (PAASI, 2000). Segundo esta concepção, a constituição de uma região dá-se mediante quatro etapas: 1) definição da formação ou abrangência territorial; 2) formação de uma imagem conceitual 3) desenvolvimento de instituições regionais e incorporação da região às práticas e formas de organização da sociedade e 4) estabelecimento da região como parte de um sistema de regiões, com papel administrativo definido, associada à consciência regional da sociedade. Assim, procede-se, a seguir, à análise desse processo com vistas a verificar em que medida corresponde às etapas da constituição de uma região socialmente construída.

5.1 Primeira etapa: definição da abrangência territorial

A definição da abrangência territorial constitui um processo que se verifica já no último quartel do século XIX, com a criação de armazéns de depósitos para as mercadorias

vindas pelo porto fluvial, bem como pela instalação de pequenas oficinas e de casas de aluguel. Com a chegada dos imigrantes sírio-libaneses, a região passou a ser vista como um local onde as pessoas encontravam mercadorias que supriam suas necessidades. Desde os primórdios da cidade de São Paulo, a hoje Ladeira Porto Geral era um porto de recepção dessas mercadorias que supriam a cidade. Mesmo com o crescimento da cidade, a região ficou concentrada e consolidada como a região da Rua 25 de Março, onde se encontra mercadoria barata.

O comerciante Miguel Giorgi Junior, um dos empresários da região que busca promover ações para sua consolidação, indica sua percepção quanto à definição da abrangência regional da área:

“Geograficamente ela não existia. Aqui era o mangue do rio Tamanduateí e a região não existia. Mas a região foi importante para o fomento de insumos dos colonizadores do Brasil. São Paulo foi fundado no pátio do colégio, as pessoas chegavam a São Vicente, Santos, subiam a serra e quando chegavam a Mauá, pelo rio Tamanduateí que em Tupi guarani significa “rio de muitas voltas”, eles vinham navegando e com certeza essa região chamou muito a atenção não porque foi escolhida em função da topografia, mas foi escolhido em função de ser um local onde os habitantes que já existiam aqui tinham feito esse trabalho que ali era o melhor lugar para se montar a sua taba, a sua oca, o seu local mercantil. O rio Tamanduateí e a porto geral foi desde o princípio o local de comércio e negócios iniciado pelos indígenas. Essa já era a vocação da 25 em sair de um porto de águas para continuar sendo um porto seco. Hoje nós somos um porto seco, onde você tem a miscigenação de mercadorias e povos onde no mesmo bar encontramos, árabe, judeu, indiano, é uma torre de Babel. (Miguel Giorgi Junior, Empresário da região).

Interessante notar como, apesar das mudanças geográficas por que passou a região, manteve-se o núcleo territorial. A rua, cujo nome já fora identificado no final do século passado, continuou sendo a principal referência da região.

5.2 – Segunda etapa: formação da imagem conceitual e simbólica

A formação da imagem conceitual e simbólica da região não tardou por se constituir. Desde a década de 1920 já consolidou a imagem de uma região atacadista e, a partir da década de 1950, de importante centro varejista.

A região está consolidada de tal forma, que se tornou capaz até mesmo de ensinar o que é necessário para adquirir o *status* de região comercial e como manter essa característica por longos anos. A percepção da população, como uma região importante para a cidade, recentemente foi retratada em concurso promovido por uma emissora de

rádio – a Bandnews - para que seus ouvintes elegessem as “Sete Maravilhas Paulistas”. Em 27 de Agosto de 2007 foram anunciadas as sete maravilhas: Avenida Paulista, a Rua 25 de Março, o Mercado Municipal, os Shoppings Centers, a Pizza, o Museu do Ipiranga e o Parque do Ibirapuera. (BANDNEWSFM, 2009).

A percepção da população de que a 25 de Março é um local identificado como BBB (bom, bonito e barato) está tão consolidado que até empresas de publicidade usam esse jargão nos seus comerciais. É o caso da empresa Clear Channel que, ao promover o lançamento do produto da Sony & BMG o CD Zero, usou a Rua 25 de Março para ressaltar as qualidades do produto de seu cliente, com a frase “No Morumbi, pelo preço da 25 de Março”. (VITRINE, 2009):

A imagem de um local de produtos baratos rendeu até homenagem no carnaval de São Paulo. No Carnaval de 2007, a escola de samba Camisa Verde e Branco, teve como samba- enredo “Das sete curvas de um rio nasce a rua da cultura, religião, comércio e festas populares: 25 de Março, isso é Brasil”. Obtendo nesse ano o segundo lugar no grupo de acesso, a escola voltou ao grupo de elite do carnaval paulistano. (CAMISAVERDEBRANCO, 2007).

5.3 Terceira etapa: Desenvolvimento de instituições regionais

Nesse sentido, cabe lembrar que mediante união dos comerciantes da região, foi criada, em 1969, a União dos Lojistas da 25 de Março e Adjacências – UNIVINCO, 1969, área que compreende 21 ruas,além da 25 de Março. Assim, á área passou a ser conhecida como Região da 25 de Março. (UNIVINCO, 2008)

No dia 14 de outubro de 1969, constituiu-se um movimento de comerciantes da região, que deu origem à União dos Lojistas da 25 de Março e Adjacências (UNIVINCO). Sua abrangência é constituída por 21 ruas, além da 25 de Março. Seu primeiro presidente foi o comerciante Fuad Koraicho e o propósito da união foi o de lutar por melhores condições para o comércio da região. Assim, essa entidade regional apresenta um histórico de reivindicações à Prefeitura Municipal de São Paulo e outros órgãos públicos, relacionadas à deficiência de telefonia, problemas nas calçadas, de segurança e de iluminação e a outros problemas detectados na região.

Uma das ações que a entidade considera como de grande importância para seus associados é uma ação civil pública impetrada contra os agentes públicos, em 2000, que solicita a retirada de todo o comércio popular irregular da Rua 25 de Março. A ação já foi julgada e deu ganho para a entidade em duas instâncias com último acórdão datado de 5 de Junho de 2008. A assessora da presidência da UNIVINCO ressalta:

“Não somos contra o comércio popular só queremos que exista ordem no comércio local. Está difícil e a desorganização favorece a irregularidade. Como existem vários comércios regulares, a UNIVINCO propôs a cerca de quatro anos, a contratação de até três camelôs irregulares, pelos

comerciantes locais, em troca da diminuição drástica desse comércio irregular. Essa ação não encontrou apoio das mais de 15 associações dos camelôs e dos órgãos públicos.” (Claudia, Urias, Assessora da Presidência da UNIVINCO).

5.4 região como parte de um sistema de regiões

Hoje a Região da Rua 25 de Março é conhecida como o maior *shopping center* a céu aberto do mundo. A UNIVINCO estima que cerca de 10 bilhões de reais circulem na região anualmente, o que coloca a região como um local que propicia uma grande arrecadação tributária e proporciona o giro de recursos monetários, promovendo a criação de empregos e contribuindo significativamente para a constituição do PIB nacional. Essa área urbana se tornou a região de maior volume de arrecadação, dentre os centros comerciais, com relação a tributos estaduais e municipais. (UNIVINCO, 2008).

A força empresarial criada na região possibilitou a distribuição e geração de riqueza e está criando condições de sustentabilidade e força econômica. A articulação de atores com interesses e ações comuns vem ao longo dos anos buscando consolidar os interesses individuais em benefício do todo.

O reconhecimento e despertar dos olhares para a importância que a região representa para a economia local e nacional vem proporcionando ações públicas com o objetivo de consolidar sua hegemonia. Assim, em 3 de junho de 2008, a Comissão de Constituição e Justiça e Cidadania do Senado aprovou o dia 25 de Março como o dia nacional da comunidade árabe pelo Projeto de Lei 4702/04 (VITRINE25DEMARÇO, 2008).

Em 2007 a União dos Lojistas da 25 de Março e Adjacências (UNIVINCO), a Câmara dos Dirigentes Lojistas do Bom Retiro (CDL Bom Retiro) e a Associação dos Lojistas do Brás (AloBrás), pleitearam ações em conjunto para criar condições melhores de conforto para os clientes que vêm de fora de São Paulo. As três regiões solicitaram ao governo estadual e municipal medidas para melhorar a logística entre elas.

Segundo declaração do Sr. Miguel Giorgi Junior, que em 2007 era o presidente da UNIVINCO, existem vários motivos para as entidades atuarem em conjunto:

“Os clientes que vêm até o Bom Retiro, são os mesmos que vão até a 25, o Brás e o Bom Retiro. Para se deslocar entre as regiões, o comprador precisa se desdobrar pelo transporte público ou pegar um táxi. Uma infraestrutura de transporte integrado irá interligar as três regiões” (Miguel George Junior, Empresário da região).

As três entidades não param por aí. Seus dirigentes na época da proposta, que ocorreu em 2007, acreditaram e ainda acreditam que uma integração feita por vans, cria uma segunda vantagem. Com as pessoas se organizando melhor e não perdendo muito tempo no deslocamento, os dirigentes acreditam que elas poderiam ficar mais tempo na capital. Como muitos vêm de madrugada e voltam para as cidades de origem no começo da tarde, uma ação em conjunto das três entidades através de parcerias com agências de

turismo, hotéis, teatros e cinemas, faria com que os compradores ao chegarem à cidade no final de semana também aproveitassem o lado cultural existente na cidade. (ANBA, 2009).

Com essa quarta e última característica, percebe-se a região como uma região socialmente constituída, pelo reconhecimento e despertar dos olhares para a importância que a região representa.

6 CONCLUSÃO

Quando se analisa a Região da Rua 25 de Março sob a perspectiva histórica verifica-se já em suas origens a ocorrência de elementos capazes de lhe conferir os meios necessários para sua consolidação como região socialmente constituída. Com efeito, a área até meados do século XIX, era vista simplesmente como periférica à cidade e servia unicamente como local de carga e descarga de mercadorias. Todavia, em razão de sua proximidade com o rio e por ter sido uma das primeiras áreas habitadas por pessoas que vieram para “fazer a América”, logo assumiu características que a distinguiam das demais áreas da cidade de São Paulo. E o que é mais expressivo: a distinção da área deveu-se não às características de sua paisagem natural, mas da disposição de seus habitantes para defini-la como território especial.

A busca por lucratividade e acolhida na nova terra proporcionou aos imigrantes sírios e libaneses – imigrantes exóticos, conforme a caracterização dos sociólogos fundadores da Escola da Ecologia Humana – a fixação num local que logo viria a se constituir num amplo conglomerado comercial plenamente identificado com sua cultura. De fato, os imigrantes conhecidos como “turcos” - bem a contragosto - souberam aliar a força do varejo, a tradição no ramo de tecidos e a confiança dos clientes em uma época que o ter um nome sem restrições era uma honra. Animados com o orgulho de pertencer à comunidade constituída ao abrigo da primeira igreja ortodoxa erigida no Brasil, esses imigrantes contribuíram significativamente para a criação de uma verdadeira região socialmente constituída.

A fixação desses imigrantes e a formação de um sentimento de identificação com a região contribuíram para que os poderes públicos já na segunda metade do século XIX se preocupassem com a região. Assim, no ano de em 1865, quando a rua recebeu o nome com que é conhecida atualmente, a área já apresentava abrangência territorial definida e criavam-se as condições para a formação de uma imagem conceitual simbólica – elementos imprescindíveis para a constituição de uma região.

As notáveis mudanças na economia que tiveram lugar nas duas últimas décadas do século XX também contribuíram para alterar as características da região. Foi uma fase que o comércio por atacado imprimiu determinou mudanças significativas na dinâmica de seus negócios. A nova estratégia passou a ser a de continuar vendendo em grandes quantidades, porém com opção de mercadorias variadas, não necessariamente de um único produto.

Em decorrência dessas alterações, uma nova clientela se incorporou à dos tradicionais clientes da região. A venda de produtos importados passou a atrair novos clientes em busca de novidades a preços mais baixos. O grande volume de negócios e as dificuldades para fiscalização tornaram a região conhecida pela venda de produtos contrabandeados. São bem conhecidos os episódios de “chuva de mercadorias” originada das janelas de estabelecimentos flagrados pelas autoridades fazendárias.

A região também se alterou significativamente quando um novo tipo de cliente passou a freqüentar a região: o ambulante. A ponto de a região tornar-se conhecida como “o paraíso dos sacoleiros”. Outro tipo de comerciante também se tornou responsável por mudanças na região: o camelô. Este novo personagem passou a comercializar suas mercadorias na própria via pública, gerando conflitos com os comerciantes, com a fiscalização e também com os policiais. Como muitas das mercadorias oferecidas por eles oferecida são contrabandeadas ou pirateadas, a região passou a ser vista também como território caracterizado por práticas ilegais. Mas essa situação não inibiu as atividades comerciais; pelo menos das que envolvem esse tipo de mercadoria, já que estas têm o atrativo dos preços mais baixos.

A intensificação do processo de competição na região criou as condições para a venda de produtos de baixo valor unitário onde o cliente compra mais itens com o mesmo valor monetário. Assim, a região acabou por atrair novas ondas de imigrantes que também são considerados exóticos para os padrões da cultura nacional, sobretudo chineses e coreanos. Os orientais que são conhecidos mundialmente pela fabricação em larga escala de produtos de baixo valor unitário, começaram a se instalar em pequenas lojas e *shoppings*, vendendo produtos importados, tornando-se a atualmente o principal grupo étnico que busca espaço na região.

Assiste-se, assim, a uma nova fase da história da região. Os sírio-libaneses, graças à utilização de estratégias inovadoras, construíram o comércio da região. Agora, orientais, com seu modo reservado, falando línguas que nos são estranhas tanto na fonética quanto na grafia, tornam-se os grandes impulsionadores do comércio da região. O que já passa a requerer a realização de novas pesquisas, agora visando estudar o processo de imigração e ocupação dos orientais na Região da Rua 25 de Março.

Os dados obtidos ao longo do processo de pesquisa possibilitam identificar o processo de construção histórica da região, segundo o modelo definido por Paasi. Sua abrangência territorial definiu-se já no final do século XIX e nos dias atuais seus contornos geográficos – a despeito da pequena área abrangida – são bem definidos. A imagem conceitual e simbólica, determinada pelos produtos aí comercializados – em que pesem as alterações decorrentes das novas dinâmicas impostas pela globalização – permanece. Hoje a região é identificada até fora das fronteiras nacionais. Muitos dos compradores de mercadorias vêm de outros países do Mercosul e de países africanos de língua portuguesa, que reconhecem a Rua 25 de Março como local em que se encontram produtos baratos.

Também se verifica no âmbito da região a constituição de instituições regionais, bem como a incorporação de suas práticas às formas de organização da sociedade, o que indica a constituição da terceira etapa do processo de construção histórica da região. Cabe ressaltar, no entanto, que as organizações aí existentes buscam principalmente dar suporte às atividades comerciais. A região, que foi a primeira onde se instalou um templo cristão ortodoxo, favoreceu a constituição de novas organizações com a finalidade de proporcionar suporte às suas atividades sociais. Defasagem que se torna evidente no campo religioso, quando se considera que a cidade de São Paulo é sede de três dioceses nacionais de igrejas cujos fiéis pertencem principalmente à comunidade sírio-libanesa: a Arquidiocese Ortodoxa Antioquina, a Diocese Maronita e a diocese Greco-melquita, cujas catedrais se localizam em bairros distantes da Região da Rua 25 de Março. A área não deu origem a um bairro sírio-libanês. Diferentemente do que ocorreu, por exemplo, com o bairro da Liberdade, também em São Paulo, que hoje é reconhecido como Bairro Oriental, onde se localizam muitos templos e sociedades culturais e recreativas freqüentadas pelos integrantes das colônias orientais.

É possível considerar que a área da Rua 25 de Março constitua hoje parte de um sistema de regiões com papel administrativo definido. O que significar alcançar o último estágio do processo de construção histórica da região, conforme o modelo definido por Paasi. Cabe considerar, no entanto, que as alterações por que vem passando a área e sua caracterização como cluster comercial não vem permitindo a identificação de uma consciência regional. Até mesmo porque o que se verifica atualmente é a criação de outros centros comerciais com características de certa forma semelhantes ao da Rua 25 de Março na cidade de São Paulo. É o que já acontece no bairro do Brás, nos quarteirões próximos à Rua Oriente. E que vem progredindo no bairro do Canindé, nos quarteirões próximos à Avenida Vautier. Esta área já vem sendo considerada uma versão *light* da Rua 25 de Março, por enquanto ainda caracterizada pelas vendas por atacado e por ainda estar livre de camelôs. Note-se que esses dois centros também estão situados na chamada zona de transição definida pelos sociólogos criadores da Ecologia Humana.

Por fim, cabe constatar que os comerciantes da Rua 25 de Março, em 2009, ao comemorar 115 anos de idade deveriam na verdade comemorar 144 anos, pois a lei que assim a nomeou é datada de 1865 e sua divulgação foi recebida com surpresa pelos atores locais durante as festividades do dia 25 de Março de 2009.

Esta “descoberta” indica a conveniência da realização de pesquisas para um maior conhecimento das particularidades das regiões, que embora comumente aceitas, precisam ser submetidas a verificação mediante procedimentos científicos. Conhecimentos estes que se mostram úteis quando se pretende obter bases mais sólidas para subsidiar a elaboração de projetos de desenvolvimento regional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGÊNCIA DE NOTÍCIAS BRASIL – ÁRABE- ANBA. **25 de Março, Brás e Bom Retiro em uma só rota**. Disponível em:

<http://anba.achanoticias.com.br/noticia_especiais.kmf?cod=7391258&indice=50>. Acesso em : 03 Mar 2009.

BANDNEWSFM. **Ovintes escolhem as sete maravilhas paulistanas**. Disponível em:

<<http://bandnewsfm.band.com.br/conteudo.asp?ID=43314>> Acesso em 02 Jan 2008.

BURGESS, Ernest W. Urban areas. In: SMITH, T.V. e WHITE, L. (Eds). **Chicago: an experiment in social research**. Chicago: University of Chicago Press, 1929.

CAMISAVERDEBRANCO. **Das sete curvas de um rio nasce a rua da cultura, religião, comércio e festas populares: 25 de Março, isso é Brasil**. Disponível em <http://www.camisaverdebranco.com.br/2007.asp>. Acesso em 4 mar 2009.

CASTELLS, Manuel. **Power of Identity**. 2 ed. University of California, John Wiley Trade, 2004.

SUSSER, Ida. **The Castell's reader on cities and social theory**. Malden: Blackwell Publishing, 2002.

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO. Grupo Conselho de Vereadores. **Parecer da comissão encarregada do levantamento de prejuízos causados pela enchente de 1º de janeiro de 1850**. Acervo da Seção Técnica de Manuscritos do Arquivo Histórico Municipal Washington Luis. São Paulo: 1850.

_____. Atas da Câmara Municipal de São Paulo, 1865, Sessão do dia 28/11/1865. **Revista do Arquivo Histórico Municipal de São Paulo**, v 204, p. 306.

CATEDRAL ORTODOXA, **Breve História da Ortodoxia no Brasil**. Disponível em <<http://www.catedralortodoxa.com.br/Frame.asp?Mn=4&Sm=4>>. Acesso em 01 Jan 2009.

DELLE DONNE, Marcella. **Teorias sobre a cidade**. Lisboa: Edições 70, 1990.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO. Departamento do Patrimônio Histórico. **A enchente de 1º de Janeiro de 1850**. São Paulo, 2009.

FAUSTO, Boris. **Fazer a América: imigração em massa para a América Latina**. São Paulo: Edusp, 2000.

FUSCO, José Paulo Alves. **Cadeias de fornecimento e redes de empresas**. São Paulo: Arte e Ciência, 2005.

GIL, Antonio Carlos, GARCIA, Carla Cristina, KLINK, Jeroen. **Região, regionalismo e regionalidade**. Caderno de Pesquisa Pós-graduação/IMES – Centro Universitário Municipal de São Caetano, IMES, 1999.

GLASER, Barney; STRAUSS, Anselm. **The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research**. New York: Aldine de Gruyter, 1967.

GUIADA25. **História da Rua 25 de Março**, Disponível em: <http://www.guiada25.com.br/historia_da_25demar%C3%A7o.asp> Acesso em: 05 Fev 2009.

KNOWLTON, Clark S. **Sírios e libaneses: mobilidade social e espacial**. São Paulo, Anhembi, 1961.

LENCIONI, Sandra. **Região e geografia**. São Paulo: EDUSP, 1999.

McKENZIE, Roderick. D. The Ecological Approach to the Study of the Human Community. *American Journal of Sociology*, n. 30, p. 287-30, 1924.

NACIB, Aziz. **São Paulo: ensaios entreveros**, São Paulo: Edusp. 2004.

PAASI, Anssi. **Re-constructing regions and regional identity**. Nijmegen: Nethur lecture, 2000.

PONCIANO, Levino. **Todos os centros da Paulicéia**, São Paulo: Editora Senac, 2007.

PORTA, Paula. **História da cidade de São Paulo**. São Paulo: Paz e Terra, 2004.

PORTER, Michael E. **Competição: estratégias competitivas essenciais**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

PRADO JUNIOR, Caio. **A cidade de São Paulo: geografia e história**. São Paulo: Brasiliense, 1998.

PREFEITURASP. **30 anos de DPH – Departamento do Patrimônio Histórico da Cidade de São Paulo**, Revista 204 do Arquivo Municipal, 2006.

REYES, Pablo Monje; LUES, Marcela Ferrer; CISTERNAS, Antonieta Surawski. Political institutional analysis of the regional management system: the case of the Tarapacá region in Chile. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 41, n. 2, 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S003476122007000200008&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 11 jun. 2008.

SIMÕES, Junior José Geraldo, **Anhangabaú: história e urbanismo**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2004.

TRUZZI, Oswaldo Mario Serra, **Patricios: Sírios e libaneses em São Paulo**. São Paulo: Hucitec, 1997.

UNIVINCO. **A Rua 25 de Março e sua história**. Disponível em: <http://www.univinco.com.br/internas/03.htm>. Acesso em: 11 jul. 2008.

_____. **“O Futuro” Palavra do Presidente Miguel Giorgi Junior**. Disponível em: <http://www.vitrine25demarco.com.br/noticia_detalhe.php?codeps=Mjd8NTY5MHx8fDQ=>>, Acesso em : 11 Jul 2008, 2007.

VITRINE, **Sony BMG lança CD Zero, o compacto moderno**, Disponível em: <<http://territorio.terra.com.br/canais/vitrine/noticias/ultimas.asp?noticialD=12872>>. Acesso em 2 Jan 2009.

VITRINE25DEMARÇO, **Câmara aprova 25 de março como dia da comunidade Árabe**, São Paulo. Disponível em: <http://www.vitrine25demarco.com.br/noticia_detalhe.php?codeps=Mjd8NzQ0M3w=>>, Acesso em: 11 Jul 2008.