



Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Centro de Educação e Humanidades

Faculdade de Comunicação Social

Alessandra de Figueredo Porto

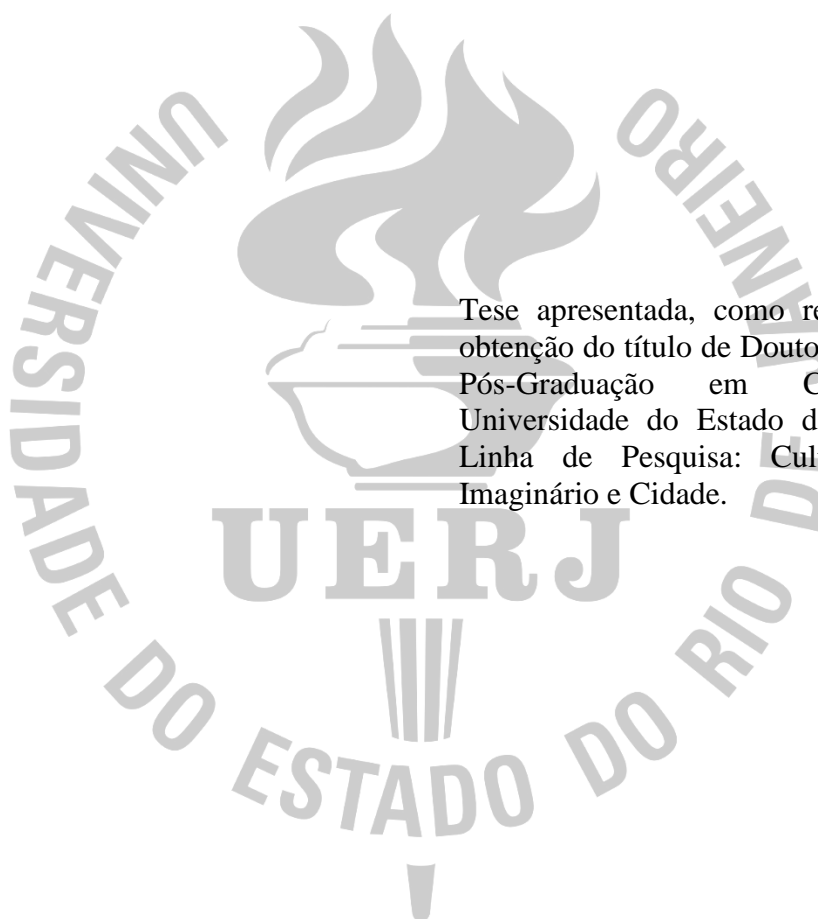
“Princesinha do Mar”: múltiplos imaginários juvenis de Copacabana

Rio de Janeiro

2021

Alessandra de Figueredo Porto

“Princesinha do Mar”: múltiplos imaginários juvenis de Copacabana



Tese apresentada, como requisito final para obtenção do título de Doutora, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Linha de Pesquisa: Cultura das Mídias, Imaginário e Cidade.

Orientadora: Prof.^a Dra. Cíntia Sanmartin Fernandes

Rio de Janeiro

2021

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ / REDE SIRIUS / BIBLIOTECA CEH/A

P853 Porto, Alessandra de Figueredo
“Princesinha do Mar”: múltiplos imaginários juvenis de Copacabana /
Alessandra de Figueredo Porto. – 2021.
257 f.

Orientadora: Cíntia Sanmartin Fernandes.
Tese (Doutorado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro.
Faculdade de Comunicação.

1. Comunicação – Teses. 2. Juventude – Teses. 3. Copacabana – Teses. I.
Fernandes, Cíntia Sanmartin. II. Universidade do Estado do Rio de Janeiro.
Faculdade de Comunicação. III. Título.

bs

CDU 316.77

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação, desde que citada a fonte.

Assinatura

Data

Alessandra de Figueredo Porto

“Princesinha do Mar”: múltiplos imaginários juvenis de Copacabana

Tese apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Doutora, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Comunicação.

Aprovada em 29 de novembro de 2021.

Banca Examinadora:

Prof.^a Dra. Cíntia Sanmartin Fernandes (Orientadora)
Faculdade de Comunicação Social - UERJ

Prof. Dr. Ricardo Ferreira Freitas (Coorientador)
Faculdade de Comunicação Social - UERJ

Prof.^a Dra. Maria Helena Carmo dos Santos
Faculdades Integradas Hélio Alonso - FACHA

Prof.^a Dra. Gisela Grangeiro da Silva Castro
Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM/São Paulo

Prof. Dr. Micael Maiolino Herschmann
Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ

Rio de Janeiro

2021

DEDICATÓRIA

Para os meus pais, Aroaldo e Maria
Clara.
Para a minha avó Carmelita (“Dadá”).
(*In memoriam*)

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, a Deus e aos orixás.

À Professora Cíntia Fernandes, minha orientadora, por ter sido afeto e conhecimento durante todo o meu caminho no Doutorado. Como um vagalume irradiando luz, sempre me ofereceu apoio. Em cada reunião, em cada contato, me fez enxergar um mundo de novos aprendizados e saberes. És brilhante e luminosa. Minha eterna gratidão!

Ao Professor Ricardo Freitas, meu coorientador, por todo incentivo desde que iniciei a minha trajetória acadêmica. Eu te conheci na graduação; e, a partir de então, te carreguei no coração pelas estradas da vida.

À Professora Maria Helena Carmo, pelas valiosas considerações durante a banca de qualificação da tese. Quero que saibas que és uma das minhas grandes fontes de inspiração.

A todos os professores do PPGCom/UERJ, que me proporcionaram a descoberta de fartas reflexões no campo da Comunicação. São docentes incansáveis, que transmitem sapiência em cada aula. Agradeço também à equipe da secretaria do PPGCom/UERJ (especialmente à Eliana Siciliano e à Amanda Neves), por todo auxílio e solicitude durante os anos de Mestrado e de Doutorado.

Aos laboratórios Comunicação, Arte e Cidade (CAC/UERJ) e Comunicação, Cidade e Consumo (Lacon/UERJ), ambos do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, por possibilitarem o meu crescimento acadêmico.

Aos meus pais, que nunca pouparam esforços para me dar amor e educação incondicionais.

À minha avó materna, Dona Carmelita (Dadá), por todo colo e pela leitura atenta das histórias infantis enquanto eu me preparava para dormir.

À minha tia Madalena Costa, que lá de Salvador (Bahia), assumiu o papel de “mãe postiça” desde a partida dos meus pais. Obrigada por tanto.

Ao meu falecido “filho de quatro patinhas”, meu amado cachorro Michel. Agradeço por ter me oferecido tanto amor puro, e também por cada “lambeijo” e “festinha” enquanto eu me preparava ininterruptamente para o processo seletivo do Doutorado.

À Geny (minha madrinha de crisma), à Cristina Maria e à Gabriela, por representarem a força presente e futura do matriarcado na minha família materna.

A toda minha família, tias, primos e primas, por entenderem cada uma das minhas ausências, em virtude das tarefas durante o Doutorado, e sempre me encorajarem a prosseguir.

À Aline Novaes, por toda amizade e companheirismo. És um exemplo de pesquisadora e de docente para mim.

À Érika Araujo, à Ana Paula Goulart de Andrade, à Sara Dieguez e ao casal Tiago Sayão e Ana Paula de Souza, pelo carinho fraterno e por toda a preocupação durante a minha jornada no Doutorado.

À Livia Abdalla, amiga querida e minha primeira parceira acadêmica (ainda na época do COMGERES/UERJ).

A todos os meus amigos verdadeiros e fiéis, pois as orações e a torcida de vocês foram fundamentais para que essa tese se tornasse uma realidade.

Aos colegas da turma do ano de 2017 do PPGCom/UERJ, porque somos uma potente teia de afetividades, com ou sem tempos pandêmicos.

Aos queridos Victor Belart e Flávia Magalhães Barroso, pela rica oportunidade de trocas e de escrita acadêmica.

Ao Flávio Lins, por todo estímulo e pelo compartilhamento de ideias que resultaram em lindos artigos.

Aos meus alunos, por cada palavra de ânimo quando percebiam o meu cansaço. Vocês me impulsionam a estudar cada vez mais.

À Gang dos Patins, por me provarem durante a elaboração da pesquisa que o lazer e a cidade se desdobram em múltiplos significados.

Aos entrevistados para a elaboração desta tese, que abriram os seus sentimentos, as experiências vividas e as opiniões para a minha pesquisa de Doutorado.

Ao querido Denilson Santos, o “famoso Denilson da xerox do nono andar da UERJ”, pela parceria durante os anos de Doutorado.

Por fim, agradeço a todos que eu possa ter esquecido, mas que de modo direto ou indireto também contribuíram para a realização desta tese.

Então mergulho no meu sonho absurdo
Entre carros, conchas, búzios
Entre os peixinhos do mar
Lembro Caymmi, Rubem Braga, João de Barro
E sigo no itinerário da princesinha do mar!

“Ai de ti, Copacabana” (Alceu Valença)

RESUMO

PORTO, Alessandra de Figueredo. “*Princesinha do Mar*”: múltiplos imaginários juvenis de Copacabana. 2021. 259f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2021.

Esta tese busca compreender múltiplos imaginários juvenis relativos à Copacabana sob a luz da contemporaneidade e da climatologia urbana, no sentido de entender o quão o bairro é capaz de refletir os estilos de vida ligados à “carioquice” ou “carioquidade”. O estudo apresenta análises embasadas em autores como Patrick Legros, Gilbert Durand, Massimo Canevacci, Fabio La Rocca, Bruno Latour, Regina Abreu e Fabiano Gontijo. A abordagem empregada parte da investigação de elementos ligados ao consumo, às socialidades e ao lazer diurno e noturno presentes em Copacabana e procura esmiuçar o olhar diante de algumas práticas e experiências comumente associadas à “carioquice” e à cidade do Rio de Janeiro. Destarte, foi possível traçar uma cartografia de Copacabana, com base etnográfica, ouvindo os atores, seus relatos e suas narrativas, que são a tônica da tese no que diz respeito a desvendar a miríade de imaginários associados à juventude que envolve o bairro no século XXI. Ao longo da pesquisa de campo, em ambas as fases (antes e após o início da pandemia de covid-19), foi utilizada a metodologia qualitativa, contemplando a técnica da observação e também a aplicação de entrevistas individuais, realizadas tanto de modo presencial (*in loco*) quanto de maneira remota, no sentido de traçar uma cartografia de Copacabana. Assim, o estudo foi elaborado partindo da descrição das redes sociotécnicas, investigando a interconexão dos objetos e dos seus respectivos coletivos para a compreensão do imaginário de Copacabana, tratado aqui como o cimento capaz de estabelecer vínculos, bem como formas sensíveis de vida social. Para tanto, se recorreu ao entendimento do imaginário enquanto bacia semântica, conforme o pensamento durandiano. Visando complementar a análise, foram empreendidos levantamentos em diversas fontes secundárias, com o objetivo de referenciar o *corpus* da pesquisa, bem como proporcionar a sinergia com os dados oriundos dos depoimentos e falas colhidos nas entrevistas (fontes primárias). Levando em consideração o fato da pandemia de covid-19 ter início durante a elaboração deste trabalho (até a data da sua conclusão), se fez necessário trazer reflexões sobre o contexto pandêmico e os seus impactos na atmosfera urbana da cidade do Rio de Janeiro. Enfatizando Copacabana e seus respectivos espaços de consumo, de lazer e de socialidades, o trabalho também apresenta algumas transformações no que tange a experienciar o bairro a partir do mês de março de 2020, quando ocorreu a transmissão comunitária do coronavírus no Brasil.

Palavras-chave: Cidade. Comunicação. Imaginário. Copacabana. Juventude.

ABSTRACT

PORTO, Alessandra de Figueredo. *“Princesinha do Mar”*: multiple youth social imaginaries of Copacabana. 2021. 259f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2021.

This thesis seeks to understand the multiple juvenile social imaginaries related to Copacabana under the light of contemporaneity and urban climatology, in order to understand how the neighborhood is able to reflect lifestyles linked to “carioquice” or “carioquity”. The study presents analyses based on authors such as Patrick Legros, Gilbert Durand, Massimo Canevacci, Fabio La Rocca, Bruno Latour, Regina Abreu and Fabiano Gontijo. The approach employed has started from the investigation of elements linked to consumption, forms of socialization, and daytime and nighttime leisure in Copacabana, and seeks to scrutinize some practices and experiences commonly associated with “carioquice” and the city of Rio de Janeiro. Thus, it was possible to draw a cartography of Copacabana, with an ethnographic basis, listening to the actors, their accounts and their narratives, which are the keynote of the thesis in terms of unveiling the myriad of social imaginaries associated with youth that surrounds the neighborhood in the 21st century. Throughout the field research, in both phases (before and after the beginning of the covid-19 pandemic), the qualitative methodology was used, contemplating the technique of observation and also the application of individual interviews, conducted both in person (in loco) and remotely, in order to draw a cartography of Copacabana. Thus, the study was developed from the description of socio-technical networks, investigating the interconnection of objects and their respective collectives for the understanding of the imaginary of Copacabana, treated here as the cement capable of establishing links, as well as sensitive forms of social life. To do so, we resorted to the understanding of the imaginary as a semantic basin, according to durandian thought. In order to complement the analysis, surveys were carried out in several secondary sources, with the purpose of referencing the research corpus, as well as providing synergy with the data from the testimonials and statements collected in the interviews (primary sources). Considering the fact that the covid-19 pandemic started during the preparation of this work (up to the date of its conclusion), it was necessary to reflect on the pandemic context and its impacts on the urban atmosphere of the city of Rio de Janeiro. Emphasizing Copacabana and its respective spaces of consumption, leisure and forms of socialization, the thesis also presents some transformations regarding the experience of the neighborhood from the month of March 2020, when the community transmission of the coronavirus occurred in Brazil.

Keywords: City. Communication. Imaginary. Copacabana. Youth.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Josias: patinador e instrutor voluntário da Gang dos Patins.	86
Figura 2 - Josias no Posto 2, em Copacabana.	87
Figura 3 - Post da página Alerta Copacabana.	90
Figura 4 - Patinadores infantis na Gang dos Patins.	93
Figura 5 - Suspensão das atividades da Gang dos Patins devido à pandemia.	95
Figura 6 - Banhistas em Copacabana no ano de 1919.	100
Figura 7 - Certificado de Carioca.	117
Figura 8 - Visão frontal do painel em homenagem ao frescobol.	119
Figura 9 - Visão lateral do painel em homenagem ao frescobol.	119
Figura 10 - Millôr jogando frescobol no Arpoador.	120
Figura 11 - Pesquisa “Sunset Skies”: o pôr do sol no Rio de Janeiro.	151
Figura 12 - Tatuagem (entrevistada: Bia Y).	155
Figura 13 - “Combo Coisa Boa”: Biscoito Globo e Antarctica.	189
Figura 14 - Performance na Fosfofox.	216
Figura 15 - Roda de samba virtual “O encontro dos poetas”.	227
Figura 16 - Suspensão das atividades do Cervantes Copacabana.	228
Figura 17 - Bar Pavão Azul.	229

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO	12
1	COMUNICAÇÃO, CIDADE E IMAGINÁRIO	34
1.1	Cidades e imaginários	34
1.1.1	Das cidades medievais e coloniais até as cidades modernas e contemporâneas	34
1.1.2	A cidade contemporânea como espaço comunicacional-interacional: experiências sensíveis de pulsação cotidiana.....	39
1.1.3	O “quebra-cabeça” do imaginário na contemporaneidade e a perspectiva urbana.....	48
1.2	De areal pulguento à Princesinha do Mar do século XXI: breve panorama do bairro de Copacabana	59
2	OS JOVENS, AS SOCIALIDADES, LAZER E MODA EM COPACABANA	73
2.1	Sobre jovens e a “juventude dilatada”	73
2.2	Gang dos Patins: lazer, afetos e socialidades em Copacabana	80
2.2.1	“Patinando na Atlântica”: os sentidos e os significados para os participantes da Gang88	
2.3	“Santa Clara 33”: consumindo moda praia em “Copa”	98
2.3.1	O banhista: do moderno ao contemporâneo	98
2.3.2	“Carioquice” e moda praia.....	104
2.3.3	“Santa Clara 33”: comprando biquínis, maiôs, sungas e “apetrechos praianos” em Copacabana.....	125
3	COMUNGANDO EMOÇÕES, PRÁTICAS E SABORES CARIOCAS: DE COPACABANA AO ARPOADOR	149
3.1	Saudações “ao astro rei e à carioquice”: o gesto de aplaudir o pôr do sol do Arpoador	150
3.1.1	Os cariocas e a comunhão das emoções	153
3.1.2	O Arpoador como “lugar altar” entre Copacabana e Ipanema	159
3.1.3	Palmas para o astro rei! Celebrando a “carioquice no Arpex”	166
3.2	“Olha aí o Bixxxxcoito Globo!”: uma análise das imbricações relativas à praia e à identidade carioca	171
3.2.1	Globo: a história da rosquinha que quase se chamou “Biscoito Copacabana”	172
3.2.2	O “bixcoito” que é um dos sinônimos da “carioquice”: correlações entre o produto, a marca e o imaginário da cidade	183
3.2.3	“O Biscoito Globo é sem gosto!”: a avaliação que irritou os cariocas	195

4	DE PRINCESINHA DO MAR À CINDERELA PERMISSIVA: NOTURNIDADES FESTIVAS DE COPACABANA	202
4.1	Vida noturna, festa e noturnidade: principais considerações	203
4.1.1	Dos cassinos dos “anos dourados” à “night” contemporânea: exemplos do circuito noturno copacabanense	207
4.1.2	Fosfofox: sons e nomadismos da noite de Copacabana	214
4.1.3	“A ave biriteira” de Copacabana: o Pavão Azul	224
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	236
	REFERÊNCIAS	240

INTRODUÇÃO

Meu encontro com a “Princesinha do Mar”

Meus falecidos pais se conheceram no bairro de Copacabana. No final da década de 60, os dois sergipanos resolveram dividir vidas e sonhos – e foram morar juntos em um pequeno apartamento na Avenida Nossa Senhora de Copacabana. Meu pai era funcionário público federal, e foi transferido para Salvador no fim dos anos sessenta. E foi lá que eu vim ao mundo. Sou soteropolitana.

Mas foi preciso retornar ao Rio de Janeiro em 1971, já que o “seu” Figueredo (servidor público federal concursado) acabara de ser convidado para assumir um cargo de confiança no Ministério das Comunicações, órgão onde trabalhava. Na época, Copacabana teve um grande aumento populacional. Sendo assim, o casal decidiu residir em outra cidade, em busca de mais tranquilidade para educar a filha Alessandra. E assim que chegaram de Salvador, escolheram Niterói para recomeçar a vida a três. Mas, se por um lado D. Clara e “seu” Figueredo saíram de Copacabana, por outro lado Copacabana permanecia no coração deles. A menina cresceu ouvindo seu pai contar as histórias das suas pescarias no Arpoador. Das manhãs na Praça Serzedelo Correia. E sempre que podiam, levavam Alessandra para ver o mar de Copacabana na altura do Posto 6. E foi assim que também me apaixonei pela “Princesinha do Mar”.

No ano de 2012, ao ser aprovada no processo seletivo do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UERJ (PPGCom/UERJ), demonstrei interesse em desenvolver minha pesquisa de Mestrado sobre o bairro de Copacabana. E, partindo das ideias do professor Dr. Ricardo Ferreira Freitas (meu orientador no Mestrado), resolvi pesquisar o “palácio da Princesinha”: o hotel Copacabana Palace. Analisei o imaginário de idosos que viveram experiências no Copacabana Palace na década de 50 (conhecida como “anos dourados”). Para tal, foi utilizada a metodologia qualitativa, através da técnica de entrevistas em profundidade. Para complementar a pesquisa, também entrevistei José Eduardo Guinle (um dos filhos de Octávio Guinle, fundador do Copacabana Palace). Concluí o Mestrado em junho de 2014, quando defendi a dissertação: “Copacabana Palace: imaginário, consumo e estilos de vida no palácio da Princesinha do Mar”.

Em 2016, ao ser aprovada no processo seletivo para o Doutorado no PPGCom/UERJ, resolvi continuar pesquisando o bairro de Copacabana sob a orientação da professora Dra. Cíntia Sanmartin Fernandes. Tal decisão partiu da compreensão da complexidade e

abrangência que diz respeito aos imaginários suscitados por Copacabana, bem como o fato do bairro completar 130 anos no ano de 2022. Tendo em mente que Copacabana é o bairro que concentra o maior número absoluto de idosos entre os bairros do Brasil¹, achei instigante pesquisar o que os jovens pensam da “Princesinha” no que tange à “carioquice” (conceito que será apresentado no desenvolvimento da tese), bem como o imaginário de Copacabana junto ao público em questão. Como sou professora do ensino superior privado, trabalho com um público predominantemente juvenil. E, ao me apaixonar pela temática, analisei também os jovens de alma, cujos espíritos jamais envelhecerão...

Diante das informações apresentadas, salienta-se que a presente tese de Doutorado trabalha com as seguintes hipóteses (cujas questões oriundas das mesmas e seus respectivos resultados serão detalhadamente abordados mais adiante): a) Copacabana chegou à contemporaneidade como um bairro de “velhos” (partindo de uma abordagem cronológica: indivíduos maiores de 60 anos, considerados idosos)²; b) o bairro não se configura como um espaço de lazer e consumo cultural para a juventude; c) Copacabana está intimamente atrelada ao imaginário da cidade do Rio de Janeiro, inserida no rol de lugares que representam a “carioquice”, o “carioca *way of life*”.

Conhecida como “Princesinha do Mar”, Copacabana chega ao século XXI como mosaico intercultural. Vale destacar que, conforme a mitologia grega, as princesas são criaturas que aparecem como idealizações das mulheres, sendo sempre associadas ao destino dos deuses ou aos heróis masculinos – o que acaba gerando tensionamentos sobre o significado de ser uma princesa. Helena (conhecida como Helena de Troia), Ariadne e Andrômeda são exemplos de princesas narradas pela mitologia grega. Tais mulheres costumam ser protagonistas de tragédias, demonstrando ambiguidades em seus destinos³. Ambígua, múltipla, caótica, festiva, “Madureira com praia”, “uma mistura de Bangu com Nova York”. Essas são apenas algumas das expressões utilizadas para definir o bairro de Copacabana. Desse modo, um dos questionamentos da tese diz respeito aos múltiplos imaginários acerca dessa “Princesinha” junto aos seus “jovens súditos” – já que agora Copacabana é uma empoderada mulher carioca do século XXI. E é assim, encarando os

¹ Disponível em: <<https://censo2010.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

² Segundo o Estatuto do Idoso, são consideradas idosas as pessoas com idade igual ou superior a 60 (sessenta) anos. Disponível em: <https://conselho.saude.gov.br/biblioteca/livros/estatuto_idoso2edicao.pdf>. Acesso em: 7 jan. 2021.

³ Disponível em: <<https://mitologiagrega.net.br/5-lindas-mulheres-da-mitologia-grega/>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

desafios junto aos seus súditos em tempos sombrios e pandêmicos, que Copacabana caminha para os 130 anos em 2022: como uma mulher cujo espírito é eternamente jovem...

Sobre as “estratégias metodológicas” utilizadas antes e após o início da pandemia de covid-19

Embora os detalhes acerca da metodologia e do *corpus* da tese sejam explicados mais adiante, descrevo abaixo um panorama sobre a realização das entrevistas, bem como dos meus entrevistados. Para a elaboração da tese, ouvi dezenove pessoas com base no método qualitativo. Visando garantir a privacidade de alguns participantes da pesquisa, não foram divulgados os seus respectivos sobrenomes. A escolha dos entrevistados que compuseram a amostra seguiu critérios não-probabilísticos, quando a seleção dos participantes acontece de modo deliberado. Nesse contexto, optei por selecionar entrevistados cujas trajetórias de vida reunissem experiências e vivências associadas à cidade do Rio de Janeiro, e que conhecessem o bairro de Copacabana (independentemente de residirem ou já terem residido no bairro). Visando enriquecer a análise, também foram entrevistados dois empresários do segmento de lazer do bairro de Copacabana: Elizabeth Afonso (sócia do tradicional bar Pavão Azul) e Carlos Alberto de Araújo (proprietário da boate Fosfofox).

Na realidade, o trabalho de campo de modo presencial teve início em 2017, ano em que comecei os estudos no Doutorado. Na época, passei a visitar Copacabana (e lugares como o Arpoador) para redigir os artigos, e começar a “sentir o campo”, através do método da observação simples⁴.

Em julho de 2018, iniciei a pesquisa qualitativa com os participantes do grupo de patinação “Gang dos Patins” de Copacabana, quando entrevistei *in loco* cinco pessoas – conforme apresentarei a seguir⁵:

- Josias Silva da Silva: nascido em Belém do Pará, instrutor voluntário da Gang dos Patins e morador da comunidade Chapéu Mangueira (localizada no Leme) desde o ano 2000. Na ocasião, o patinador (que trabalha como motorista particular) tinha 54 anos.

- Pedro Falcão: patinador da Gang dos Patins, morador de Copacabana, estudante. Na época da entrevista, Pedro tinha 15 anos.

⁴ O trabalho de pesquisa no Arpoador deu origem ao artigo “Palmas para o pôr do sol do Arpoador!: o prazer de celebrar as emoções relativas à carioquice”, entregue à professora Dra. Denise da Costa Oliveira Siqueira como exigência na disciplina “Corpo e expressão obrigatória dos sentimentos”, cursada no PPGCom/UERJ.

⁵ De modo inicial, o trabalho de pesquisa deu origem ao artigo “Gang dos Patins: lazer, afetos e socialidades em Copacabana”, entregue ao professor Dr. Ricardo Ferreira Freitas (coorientador da tese) como exigência na disciplina “Comunicação, lazer e entretenimento”, cursada no PPGCom/UERJ.

- Renata Falcão: moradora de Copacabana, mãe do Pedro, desempregada. Renata parou de patinar em decorrência de uma hérnia de disco; porém, acompanhava o filho nos encontros da Gang dos Patins. Ao ser entrevistada, tinha 45 anos de idade.

- Claudio Castro: um dos fundadores da Gang dos Patins (cuja idade não foi revelada).

- George: patinador da Gang dos Patins. Ao ser entrevistado, tinha 66 anos de idade.

Já no mês de agosto de 2018, também realizei observação simples no centro comercial “Santa Clara 33” em Copacabana, com o objetivo de entender a lógica de consumo existente no local⁶. Um ano depois (em julho de 2019), fui aprovada na Defesa de Qualificação da tese; e, em fevereiro de 2020, voltei à Copacabana para fazer observação simples e participante, visando me preparar para retomar as entrevistas presenciais em outros espaços do bairro, e principalmente ouvir novos atores (partindo inclusive das considerações da banca de qualificação da tese). Com a chegada da pandemia de covid-19 à cidade do Rio de Janeiro e a necessidade de isolamento, suspendi a realização das entrevistas *in loco*. A partir de então, optei por trabalhar de modo criterioso na investigação referente à pesquisa bibliográfica da tese, inclusive inserindo as informações relativas à situação pandêmica com a utilização de fontes secundárias. Mas, em março de 2021, retomei a realização das entrevistas, que passaram a ser feitas de modo remoto. De maneira resumida, enumero a descrição dos demais entrevistados para a elaboração da tese:

- Rafael, 24 anos, morador de Copacabana, nascido na cidade do Rio de Janeiro, estudante universitário. Foi entrevistado através de videochamada via WhatsApp, em março de 2021.

- Davidson, 39 anos, morador de Del Castilho (bairro da zona norte do município do Rio de Janeiro). Nascido em Belo Horizonte/MG, reside na cidade desde o ano de 2006. Trabalha como vendedor autônomo. Foi entrevistado através de ligação telefônica, em março de 2021.

- Jorge, 41 anos, morador da Praça Seca (bairro da zona oeste do Rio de Janeiro), cidade onde nasceu. É taxista. Foi entrevistado através de ligação telefônica, em março de 2021.

- André, 53 anos, morador de Copacabana, nascido na cidade do Rio de Janeiro. É professor do ensino fundamental. Foi entrevistado através de videochamada via WhatsApp, em março de 2021.

⁶ De modo inicial, o trabalho de pesquisa deu origem ao artigo “Santa Clara 33: consumindo moda praia no bairro de Copacabana”, entregue à professora Dra. Carla Fernanda Pereira Barros como exigência na disciplina “Comunicação e consumo”, cursada no PPGCom/UFF.

- Felipe, 38 anos, morador da Vila da Penha (bairro da zona norte do município do Rio de Janeiro), cidade onde nasceu. É contador. Foi entrevistado através de videochamada via WhatsApp, em março de 2021.

- Monica, 53 anos, moradora de Vila Isabel (bairro da zona norte do município do Rio de Janeiro), cidade onde nasceu. Trabalha como analista de atendimento. Foi entrevistada através de ligação telefônica, em março de 2021.

- Beatriz X, 41 anos, moradora de Jacarepaguá (bairro da zona oeste do município do Rio de Janeiro). Nascida em Salvador/BA, reside na cidade desde o ano de 2010. É publicitária; e cursa a faculdade de Direito. Foi entrevistada através de videochamada via WhatsApp, em março de 2021.

- Isabela, 39 anos, moradora de Copacabana, nascida na cidade do Rio de Janeiro. É jornalista, e trabalha como vendedora. Foi entrevistada através de ligação telefônica, em março de 2021.

- Andréa, 53 anos, moradora de Copacabana, nascida na cidade do Rio de Janeiro. É secretária. Foi entrevistada através de videochamada via WhatsApp, em março de 2021.

- Daniel, 37 anos, morador da comunidade Pavão-Pavãozinho (localizada em Copacabana), nascido na cidade do Rio de Janeiro. É estudante universitário, e trabalha como assistente administrativo. Foi entrevistado através de videochamada via WhatsApp, em março de 2021.

- Kellys, 42 anos, moradora de Santa Teresa (bairro da zona central do município do Rio de Janeiro). Nascida em Patos/PB, reside na cidade desde o ano de 2009. É produtora cultural. Foi entrevistada através de ligação telefônica, em abril de 2021.

- Bia Y, 22 anos, estudante universitária. Nascida e criada no Rio de Janeiro, reside na capital paulista desde o mês de março de 2020. Foi entrevistada através de ligação telefônica, em abril de 2021.

- Carlos Alberto de Araújo, 48 anos, morador da Urca (bairro da zona sul do município do Rio de Janeiro). Nascido em Desterro do Melo/MG, reside na cidade desde 1991. Empresário. Fundou o *club* Fosfofox, localizado em Copacabana. Foi entrevistado através de videochamada via WhatsApp, em junho de 2021.

- Elizabeth Afonso, 72 anos, moradora do Recreio dos Bandeirantes (bairro da zona oeste do município do Rio de Janeiro). Nascida em Portugal, veio morar na cidade em 1951, aos dois anos de idade. Empresária. É uma das proprietárias do Bar Pavão Azul, localizado em Copacabana. Foi entrevistada através de ligação telefônica, em agosto de 2021.

Sobre a “Princesinha do Mar”

Desde o seu surgimento, Copacabana sempre atraiu olhares e interesses diversos. Até meados do século XIX, o acesso ao bairro era feito por mar. Mas era necessário um serviço de transporte regular para que Copacabana se integrasse definitivamente à cidade. Com a inauguração da linha de bondes da Companhia Ferro-Carril Jardim Botânico no dia 6 de julho de 1892, o então deserto e vasto areal rodeado de palmeiras e cactos já despertava a atenção dos que lá desembarcavam em meio às pulgas. A abertura do Túnel Real Grandeza (atualmente chamado de Túnel Velho) para a passagem do bonde puxado a burro consolidou de forma definitiva a história da ocupação do bairro (CARDEMAN, 2012). Os bondes com destino à Copacabana partiam do centro do Rio de Janeiro (da rua Gonçalves Dias); e depois de uma hora de viagem, os passageiros adentravam “um palco de variados, e por vezes polêmicos interesses imobiliários” (O’ DONNELL, 2013, p. 32). A partir de então, nascia um bairro que mudaria totalmente a vida urbana no Rio de Janeiro.

Projetada do Leme até onde ficava localizada a capela de Nossa Senhora de Copacabana⁷, a Avenida Atlântica foi idealizada pelo então prefeito Pereira Passos em 1906. O prefeito determinou que o projeto da avenida tivesse o calçamento do passeio com pedras portuguesas, a serem assentadas por calceteiros vindos diretamente de Lisboa. O passeio da Avenida Atlântica foi construído junto às casas, para que os transeuntes tivessem a oportunidade de desfrutar da cidade; e, a partir de então, “nascia ali, já em 1906, um dos maiores ícones de Copacabana” (O’ DONNELL 2013, p. 54).

Na década de 20, Copacabana representava as socialidades da capital republicana, em uma realidade já cercada de ambiguidades. Berço da modernidade, o bairro precisava ganhar um hotel à sua altura para as comemorações do centenário da independência do Brasil. Mas como a obra exigia grande complexidade de engenharia para a época, a orla de Copacabana só ganhou o “seu colar de pérolas” no dia 13 de agosto de 1923: o hotel Copacabana Palace (PORTO, 2014).

Passados mais de trinta anos da inauguração do Copacabana Palace, entre as décadas de 50 e 60, Copacabana deu um salto populacional: no censo de 1950, foram assinalados 27.864 domicílios no bairro, passando para 43.872 em 1960 (VELHO, 1989). As quitinetes (apartamentos conjugados de pequenas dimensões) começaram a surgir no bairro logo após a

⁷ A capela de Nossa Senhora de Copacabana foi erguida no século XVII no final da praia (onde atualmente fica o Posto 6). Com o passar dos anos, o nome da capela passou a designar a praia e o bairro. A capela foi demolida em 1914, para que fosse construído em seu local de origem o atual Forte de Copacabana.

Segunda Guerra Mundial, e acabaram se multiplicando nos anos seguintes, como destaca Cardeman (2012, p. 88):

No início da década de 1950, ocorreu um grande número de lançamentos imobiliários e verificou-se o aumento da população do bairro de uma forma rápida. O que impulsionou essa densificação foi a construção de apartamentos conjugados, ou quitinetes, que eram unidades de aproximadamente 30 m², com apenas um ambiente com sala e quarto conjugados, um banheiro e uma pequena copa.

Preocupado com a explosão demográfica do bairro na década de 60, Carlos Lacerda, governador do então recém-criado Estado da Guanabara, elaborou o Decreto n.º 991 de 1962, estabelecendo a relação de uma unidade residencial para cada 60 metros quadrados de terreno, visando impossibilitar a construção de novos edifícios com apartamentos do tipo quitinete. A heterogeneidade do bairro passou a ser uma de suas principais características; e a Copacabana do final do século XX apresentava o seguinte quadro sociocultural:

bastante complexo e diversificado em função de variáveis que atuaram ao longo de sua história e de outras mais recentes. O bairro tem uma imagem muito marcante, com repercussão nacional e internacional. Livros, músicas, filmes, fotografias são algumas das formas de expressão que registram, comentam e elaboram todo um conjunto de símbolos a ele associados. Copacabana apresenta, portanto, uma dimensão cosmopolita (VELHO, 1999, p. 15).

Ser cosmopolita é misturar culturas e nacionalidades do mundo inteiro. O cosmopolitismo deve ser entendido, assim, como resistência contra as posturas esperadas ou pensadas de modo tradicional em matéria de relações sociais (BAUDOUI, 2016). E quase quarenta anos após o governo de Carlos Lacerda e da sua política contra as quitinetes, Copacabana chegou ao século XXI como mosaico de diversas culturas, estilos de vida e tribos. Mais adotados do que outorgados, os estilos de vida “são práticas rotinizadas, as rotinas incorporadas em hábitos de vestir, comer, modos de agir e lugares preferidos de encontrar os outros” (GIDDENS, 2002, p. 80).

Síntese de múltiplas interações, Copacabana demonstra o paroxismo dos mecanismos universais de diferenciação observado na pós-modernidade. Ao apresentar distintas e plurais redes de socialidades, o bairro é capaz de demonstrar que o estilo de vida urbano moderno-contemporâneo permite a “interação intensa e permanente entre atores variados, circulando entre mundos e domínios, num espaço social e geograficamente delimitado” (VELHO, 1995, p. 229).

Assim, sem anular os outros imaginários existentes, o bairro de Copacabana e a sua praia são eixos importantes na perspectiva imaginal acerca da cidade do Rio de Janeiro, pois

ambos fornecem um farto repertório cultural, capazes de evocar associações à “carioquice” ou à “carioquidade” (termos oriundos do “carioquismo” – conceito a ser explicado a seguir). Cabe registrar que, no ano de 1965 (durante as comemorações do quarto centenário do Rio de Janeiro), a cidade vivia um momento de forte polarização política-ideológica, logo após o primeiro aniversário do golpe militar. Por outro lado, o clima dos festejos dos quatrocentos anos foi marcado por uma atmosfera de contestação e vanguardismo, na qual vários intelectuais e artistas ajudaram a construir uma cultura do carioquismo – um movimento de exaltação do caráter ou qualidade peculiar do que é ou de quem é carioca, fazendo do Rio uma comunidade de sentimentos, ou um estado de espírito (MESQUITA, 2014). A partir do *corpus* empírico proposto nesta pesquisa, o fato de “ser carioca” será analisado como uma sensação de pertença e de compartilhamento com tais sentimentos e “estado de espírito”, e deve ser entendido como algo para além das questões ligadas ao fato de ter nascido na cidade do Rio de Janeiro.

Ícone do imaginário a respeito do bairro, as areias e o calçadão da praia de Copacabana são palcos constantes das mais diversas práticas e experiências de lazer e de consumo em geral, onde as pessoas compartilham os mistérios da comunicação-comunhão em uma perspectiva proxêmica, estruturando inconscientemente o próprio espaço (MAFFESOLI, 2004). Complementando o raciocínio anterior, cabe destacar que, além da divisão por postos de salvamento que vão do um, no Leme, até o seis, entre Copacabana e Ipanema, a praia do bairro também pode ser pensada de acordo com os seguintes espaços: calçadão e areia (CORRÊA, 2009). O calçadão se apresenta como espaço de lazer, capaz de mudar de fisionomia no jogo entre o dia e a noite, evidenciando que “a noite urbana apresenta recorrentemente aos seus visitantes uma cidade sedutora e diferente” (FERNANDES; HERSCHMANN, 2020, p. 75). E, seja para os que vão ao calçadão de Copacabana “tomar uma caipirinha no domingo à tarde” (assunto a ser tratado no subcapítulo “Carioquice e moda praia”), ou para quem o frequenta apenas para dar “um rolé”, o espaço funciona como uma espécie de laboratório gigantesco (LA ROCCA, 2018), fornecendo pistas sobre a constante mutação e renovação do bairro. Isabela⁸, 39 anos, jornalista, criada no bairro de Copacabana, mencionou ao ser entrevistada por mim: “Não sou muito da noite... Noite para mim é dar uma

⁸ Isabela nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade da entrevistada seja preservada.

volta no calçadão de Copacabana, que para mim é cariquice. Mas, de vez em quando, ia no Beco das Garrafas, antes da pandemia”⁹.

Localizado entre os números 21 e 37 da Rua Duvivier, o Beco das Garrafas fica situado em um trecho sem saída. Possui esse nome devido ao fato de os moradores dos edifícios em torno jogarem garrafas nos frequentadores das quatro boates que, na época, existiam no local: Ma Griffe, Bacará, Little Club e Bottle’s¹⁰. No entanto, existem controvérsias acerca do assunto; e, de acordo com Castro (1990), por mais que um ou outro morador tenha jogado garrafas, não era uma prática comum. Caso contrário, alguma garrafa acabaria acertando alguém e provocaria a sua morte, fato que nunca ocorreu (CASTRO, 1990).

Considerado um dos berços da Bossa Nova, o Beco das Garrafas ficou fechado por quarenta anos, e reabriu em 2014, com o Bottle’s Bar e o Little Club funcionando com programação musical de terça-feira a sábado¹¹. Com a pandemia de covid-19, o local começou a passar por dificuldades financeiras e, em setembro de 2020, vários artistas se uniram em uma *live* para ajudar o Beco das Garrafas¹².

Visando ilustrar o raciocínio em questão, vale atentar para o relato da soteropolitana Beatriz X¹³, 41 anos, residente no município do Rio de Janeiro desde 2010, e que atualmente mora em Jacarepaguá. Ao ser indagada por mim sobre o que vinha à sua mente ao pensar na cidade, a baiana respondeu: “Samba e Bossa Nova. A coisa das escolas de samba e das comunidades. Eu sempre associei o Rio à Bossa Nova, e associo aos dois tipos de música”¹⁴. E quando a perguntei sobre o que a fazia lembrar de Copacabana, Beatriz X mencionou: “Me remete ao calçadão, às formas do calçadão. Aos idosos; é um bairro como a Tijuca, que tem

⁹ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Isabela à autora da tese, realizada no dia 31 de março de 2021.

¹⁰ Disponível em: <<https://copacabana.com/beco-das-garrafas/>>. Acesso em: 1 abr. 2021.

¹¹ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/depois-de-40-anos-fechado-beco-das-garrafas-renasce-em-copacabana-14511353>>. Acesso em: 1 abr. 2021.

¹² Disponível em: <<https://lulacerda.ig.com.br/musicos-se-reunem-em-live-para-ajudar-o-beco-das-garrafas/>>. Acesso em: 1 abr. 2021.

¹³ O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade da entrevistada seja preservada.

¹⁴ Informação extraída de entrevista concedida por Beatriz à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 30 de março de 2021.

muitos idosos. Eu associo à praia também, na altura da Siqueira Campos em direção ao Leme”¹⁵.

Por meio da plástica preto/branco em um jogo de curvas, o revestimento do piso de pedras portuguesas formando a figura representada em seu calçadão remete o transeunte aos signos de Copacabana (FERNANDES, 2014), em um desenho que simboliza as ondas do mar (CORRÊA, 2009). Conhecida como “Princesinha do Mar”, Copacabana se insere no rol de lugares cuja energia e potência possuem singularidades ímpares:

Montparnasse, Pigalle, o Marais, cada um destes é, simultaneamente, um lugar e um espírito. E poderíamos facilmente acrescentar uma sucessão de nomes a esses encantos evocadores: Quartier Latin, Shinjuku, Copacabana, Manhattan, Kreuzberg, Trastevere, etc. (MAFFESOLI, 2004, p. 63).

E, seja jogando frescobol ou “altinho”, dando um mergulho no mar (e depois beber um mate acompanhado de rosquinhas de polvilho), “esticando” do Posto 6 até o Arpoador para aplaudir o pôr do sol, é através de lugares e experiências que o carioca possui a capacidade de se relacionar e ocupar a cidade de um modo não programático, se ajustando aos espaços e aos diversos grupos culturais que nele os re-significam (HERSCHMANN; FERNANDES, 2011).

De acordo com o Censo 2010 do IBGE, Copacabana é o bairro que concentra o maior número absoluto de idosos entre os bairros do país. São 43.431 moradores com 60 anos ou mais, quase um terço da população do bairro¹⁶. Somente para complementar o raciocínio em questão, cabe registrar que os jornais e revistas costumam publicar notícias acerca do fato. Em julho de 2017, o jornal O Globo publicou uma reportagem intitulada “Copacabana, o lugar bom para se fazer amigos depois dos 60 anos”¹⁷. Outro exemplo é a matéria “Copacabana é o bairro mais idoso do país”¹⁸, publicada pela revista “Isto É”. Em Copacabana, o comércio variado e abundante (incluindo o grande número de farmácias, médicos, dentistas, dentre outros) faz com que os moradores mais velhos se beneficiem dos notórios recursos urbanos presentes no bairro (VELHO, 1999).

¹⁵ Informação extraída da mesma entrevista referida na nota de rodapé anterior.

¹⁶ Disponível em: <<https://censo2010.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

¹⁷ Disponível em: <<http://blogs.oglobo.globo.com/depois-dos-50/post/copacabana-o-lugar-bom-para-se-fazer-amigos-depois-dos-60-anos.html>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

¹⁸ Disponível em: <<https://istoe.com.br/144650-IBGE+COPACABANA+E+O+BAIRRO+MAIS+IDOSO+DO+PAIS/>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

Lobato (2012) procurou compreender como os idosos se apropriam do espaço público no bairro, investigando quais imagens elaboram sobre Copacabana, bem como se a infraestrutura do bairro busca se adaptar a esses moradores (e como a sociedade civil se organiza para defender seus interesses). Sendo assim, as informações supracitadas me levaram a inúmeros questionamentos e perguntas sobre os jovens cariocas quando se trata do bairro de Copacabana. Nesse contexto, pressupõe-se que a Copacabana vista como “cartão postal” da cidade (e que suscita experiências e memórias junto aos indivíduos da 3ª idade) também ocupa um papel no imaginário do jovem carioca que precisava ser investigado, representando uma lacuna. É importante ressaltar que o jovem e a juventude serão tratados na pesquisa como algo para além dos critérios associados à faixa etária, abandonando a construção da constituição moderna de jovem como categoria social, visto que “a passagem da juventude ao mundo dos adultos tornou-se algo indeciso, uma espécie de zona cinzenta e lenta que se pode atravessar ou dilatar pelo sujeito” (CANEVACCI, 2005, p. 29). “Ser carioca e se sentir carioca” também serão elementos tratados na tese como algo desvinculado ao fato de ter nascido na cidade do Rio de Janeiro, partindo da existência de um *ethos* do carioca, do estilo de vida (SANTOS; VELOSO, 2009).

Fernandes (2013b) aponta a relevância dos afetos e da arquitetura dos lugares na alteração das territorialidades e do cotidiano urbano, uma vez que tais fatores potencializam experiências fundantes de um novo *ethos* (modos de co-habitar). Sendo assim, a justificativa e a relevância da tese residem na contribuição da mesma para o campo da Comunicação Social, uma vez que observa e analisa o imaginário dos jovens cariocas sobre Copacabana, enfatizando a multiplicidade de olhares em relação ao bairro. Buscou também compreender o tensionamento acerca das construções simbólicas de Copacabana junto ao público supracitado, “o jovem carioca”: aquele que se sente jovem, sem rigor cronológico; e que é “carioca” (mesmo que tenha nascido em outra cidade do Brasil). É interessante observar que o sentimento suscitado por Copacabana resulta em geração de sentidos, reflexão essa que me motivou a continuar a pesquisa sobre o bairro após a conclusão do Mestrado no ano de 2014. O conjunto de aspectos demonstrados e argumentados nesta tese evidencia a pertinência do objeto, da abordagem e do escopo teórico da pesquisa ao campo da Comunicação Social, com ênfase principalmente nos temas: cidade, identidade, imaginário, lugar, consumo cultural, juventude e socialidade.

Partindo das considerações anteriores, o objetivo principal da pesquisa é analisar o imaginário dos jovens cariocas em relação ao bairro de Copacabana, tendo em mente que a construção simbólica acerca do lugar pode originar vários imaginários partindo da

multiplicidade cultural, das socialidades, do consumo e dos estilos de vida encontrados no mesmo. Composto por crenças, mitos, ideologias, conceitos e valores, o imaginário é construtor da identidade, apontando semelhanças e diferenças no social (PESAVENTO, 2003). Sendo assim, o trabalho procurou analisar também as imagens associadas ao consumo juvenil em Copacabana, tendo em vista que “o consumo juvenil adquire um papel central que se amplia concentricamente para toda a sociedade” (CANEVACCI, 2005, p. 23).

Os objetivos específicos da pesquisa se propuseram: a) analisar se o bairro é um dos evocadores da “carioquice ou carioquidade” (GONTIJO, 2002) na percepção dos jovens cariocas; b) compreender os símbolos e demais elementos identitários associados à Copacabana junto aos jovens cariocas; c) compreender se o “jovem carioca” frequenta a praia/orla do bairro, e se a vivencia como local de lazer; d) entender a noturnidade¹⁹ do bairro.

Após a conclusão do Mestrado no ano de 2014, cuja pesquisa se baseou nas entrevistas realizadas junto à terceira idade, a hipótese central aventada por mim decorria de uma suposta resistência por parte da juventude carioca em assumir Copacabana enquanto lugar de pertencimento na perspectiva contemporânea, tendo em vista a população de idosos residente no bairro. Assim, a minha tese de Doutorado partiu das seguintes questões: a) Copacabana seria pensada ainda hoje como um lugar de “gente velha” (visto aqui sob a ótica cronológica: indivíduos maiores de 60 anos, considerados idosos)²⁰, e que não possui elementos identitários que evocam a juventude? b) tal imaginário associado aos idosos seria condizente com as práticas cotidianas do bairro? c) existiriam elementos em Copacabana que estão para além dessa marcação identitária fortalecida ao longo das décadas? d) os jovens atemporais (CANEVACCI, 2005) seriam refratários à imagem de Copacabana como um espaço de lazer e consumo cultural de grupos juvenis? e) haveria dificuldades em revelar a potência das noturnidades da juventude que habita ou transita e faz usos dos espaços do bairro? f) o nomadismo juvenil ampliaria o espectro de interação cotidiana, partindo dos deslocamentos entre territórios e diferentes formas de vida sociocultural presentes em Copacabana? g) estaria o imaginário de Copacabana enquanto jovem no tecido subterrâneo do bairro?

No desenvolvimento da tese, pode-se verificar o seguinte sobre as questões anteriores, com base na observação participante (realizada antes da pandemia) e nas entrevistas

¹⁹ De acordo com Fernandes e Herschmann (2020), a noturnidade é um conceito oriundo da biologia, e se refere ao ciclo de comportamento dos seres vivos que são mais ativos durante a noite. Os autores (2020) utilizam o conceito para analisar as manifestações culturais noturnas urbanas, as “culturas da noite”.

²⁰ Segundo o Estatuto do Idoso, são consideradas idosas as pessoas com idade igual ou superior a 60 (sessenta) anos. Disponível em: <https://conselho.saude.gov.br/biblioteca/livros/estatuto_idoso2edicao.pdf>. Acesso em: 7 jan. 2021.

qualitativas: por mais que o bairro seja constantemente associado aos idosos/pessoas acima de 60 anos, o imaginário acerca de Copacabana está atrelado ao binômio dia e noite. E ao analisá-lo sob a luz dos regimes diurno e noturno (DURAND, 1997), é justamente quando a noite chega que o bairro se transforma, trazendo a sensação de liberdade e festa para muitos dos que se identificaram como jovens atemporais (CANEVACCI, 2005), e que experienciam o bairro de Copacabana. Desse modo, verifiquei que a resistência quanto aos equipamentos de lazer (inclusive o noturno, assunto a ser explorado no capítulo “De Princesinha do Mar à Cinderela Permissiva: noturnidades festivas de Copacabana”) oferecidos pelo bairro não se comprova, uma vez que tais espaços são associados às socialidades de diversas tribos (como *clubbers* e o público LGBTQIA+, por exemplo), funcionando como pontos de encontro para os mesmos. Partindo do “ser carioca” não como local de nascença, e sim como estado de espírito, como apontam Pereira e Barros (2013), os jovens cariocas de fato vão se deslocando entre os circuitos presentes em Copacabana; mas o fato de se concentrarem ou não em um “*point*” específico (seja para o lazer noturno ou para o mergulho no mar) varia de acordo com a capacidade nomádica dos mesmos, construindo e atualizando de tempos em tempos o seu próprio mapa da cidade (CARERI, 2012). Nesse contexto, é interessante observar que, de acordo com as pessoas que entrevistei, o “*point* praiairo” que se apresentava como espaço de variadas tribos não ficava em Copacabana, mas sim em Ipanema: o Posto 9. Mas no rico e dinâmico vaivém das tribos para experienciar a cidade, um pedaço de areia em Copacabana também passou a se destacar: o Leme. E em meio aos sons de reggae que ecoam na barraca Rasta Beach no Posto 1 da praia, o Leme parece ter “roubado” o lugar do Posto 9 de Ipanema. E no que tange à noite de Copacabana, além do Baixo Copa e de bares como o Pavão Azul, o Bunda de Fora e o Belmonte, as opções de lazer noturno do Leme também foram mencionadas durante a realização das entrevistas.

Na dissertação de Mestrado intitulada “Copacabana Palace: imaginário, consumo e estilos de vida no palácio da Princesinha do Mar” (defendida no ano de 2014 no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro - PPGCom/UERJ), observei que existiam lacunas no que diz respeito a entender as percepções da juventude carioca sobre o bairro de Copacabana, tendo em mente que a mediação entre valores e estilos de vida é um ponto fulcral no mundo dos jovens. Todavia, tal mediação se dá entre “uma contradição entre visões convencionais da temporalidade social e as emergentes nas culturas juvenis” (CANCLINI, 2007, p. 210). Visando entender e pensar Copacabana a partir de diferentes olhares, o campo de investigação da tese utilizou inicialmente um escopo metodológico fundamentado em pesquisa bibliográfica, pesquisa na internet e pesquisa

qualitativa com base na etnografia (incluindo observação participante no bairro de Copacabana). Contudo, a partir de março de 2020 (com a chegada do SARS-CoV-2 ao Brasil)²¹, a metodologia baseada nas entrevistas pessoais e na observação participante infelizmente precisou ser abolida, cujos detalhes do método proposto serão explicados adiante. Assim, saliento aqui a extrema dificuldade para concluir a tese durante o período pandêmico, uma vez que todo o esforço metodológico desenvolvido no sentido de elaborar o trabalho prioritariamente com o uso da técnica de entrevistas presenciais (inclusive *in loco*) precisou ser substituído, devido ao agravamento dos casos de covid-19. Ou seja, registra-se que outros tipos de coleta e de análise dos dados precisaram ser excepcionalmente incorporados para a construção da tese, que passou a contemplar videochamadas e ligações telefônicas (além das entrevistas presenciais realizadas *a priori*) como parte do seu escopo metodológico.

É interessante observar que, na realidade, houve duas epidemias documentadas de relevância global por coronavírus: a SARS, a partir do ano de 2002; e a MERS, no ano de 2012²². O planeta já vinha apresentando nítidos sinais de exaustão provinda da deletéria ação humana. Ou seja, para muitos, a experiência do isolamento social já havia ocorrido devido à epidemia de SARS, antes da chegada do novo coronavírus (SARS-CoV-2), como já apontava Latour (2012, p. 25):

Quem está de quarentena por causa do vírus da SARS teve de aprender, a duras penas, que não pode mais, como antes, “associar-se” a parentes e amigos por causa da mutação desse bichinho cuja existência a vasta instituição da epidemiologia e da virologia revelou ao mundo.

Posto isso, o método que proponho parte da descrição das redes sociotécnicas (LATOURE, 2012), que dizem respeito à interconexão dos objetos e dos coletivos em seu contexto social, os tornando mediadores visíveis, uma vez que “sob a oposição dos objetos e dos sujeitos, há o turbilhão dos mediadores” (LATOURE, 1994, p. 50). Após seguir os atores de modo presencial e não presencial, busquei levantar os possíveis laços e vínculos entre os mesmos, partindo do pensamento de que as redes sociotécnicas permitem, através das suas traduções, conectar a natureza das coisas ao seu contexto social, sem se reduzir nem a uma coisa nem a outra (LATOURE, 1994). Nessa conjuntura, as redes podem ser compreendidas

²¹ Portaria nº 454 de 20 de março de 2020: Estado de transmissão comunitária do coronavírus (covid-19) em todo o território nacional. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/Portaria/prt454-20-ms.htm> Acesso em: 7 jan. 2021.

²² Disponível em: <<https://infectologiapaulista.org.br/noticia-da-spi.php?id=300&s=a-epidemia-por-sars-cov-2>>. Acesso em: 23 abr. 2021.

como entrelaçamento social ou agregação social na perspectiva maffesoliana (FERNANDES, 2009). Para Latour (2012), o ator (na expressão hifenizada ator-rede) não é a simples fonte de um ato, e sim o alvo móvel de um amplo conjunto de entidades que enxameiam em sua direção. Redes se apresentam como alterações, que “revelam ao observador quais combinações novas foram exploradas e que caminhos serão seguidos” (LATOURE, 2012, p. 99). Assim, o trabalho apresenta uma cartografia acerca do imaginário de Copacabana, pois o ato de cartografar é “ferramenta relevante para pesquisar a dinâmica sociocultural e política dos atores (especialmente no contexto urbano), de forma mais plural e menos estanque” (FERNANDES; HERSCHMANN, 2015, p. 295). Se um vírus impôs a distância física pelos ajuntamentos da cidade, a rede permanece nos unindo, e traçá-la representa “um empreendimento de construção de mundo muito prático que consiste em ligar entidades a outras entidades” (LATOURE, 2012, p. 152). E quando se trata do ofício do cartógrafo (Martín-Barbero, 2004) “é como se ele tivesse de lidar não apenas com múltiplos relatos de exploradores, mas também com múltiplas grades de projeção em que cada ponto exigisse suas próprias coordenadas *ad hoc*” (LATOURE, 2012, p. 46).

A cartografia, enquanto método utilizado na tese, deve ser entendida como:

um conjunto de procedimentos de pesquisa por meio dos quais se busca contemplar e conferir destaque às diferentes narrativas presentes (considerando inclusive as fabulações que alimentam os imaginários locais), isto é, como um protocolo de investigação que promove a polifonia e que tenta investir na enorme riqueza social presente nos diferentes contextos (FERNANDES; HERSCHMANN, 2015, p. 297).

Partindo das colocações anteriores, ressalto que a pesquisa foi elaborada se apoiando em uma construção metodológica, na qual não existe um único método, e sim uma tessitura empírica que possibilita a compreensão crítica do *corpus*. Assim, o *corpus* empírico do estudo foi constituído principalmente por entrevistas individuais semiestruturadas e por anotações dos diários de campo (da etapa de coleta realizada presencialmente, antes do início da pandemia de covid-19), bem como por levantamentos oriundos de diversas fontes secundárias. Corroboro aqui o pensamento de Gaskell (2011, p. 64), ao afirmar que “pesquisa qualitativa se refere a entrevistas do tipo semiestruturado com um único respondente (a entrevista em profundidade), ou com um grupo de respondentes (o grupo focal)”.

Desse modo, foi possível referenciar o *corpus* final da pesquisa, resultando na sinergia entre os dados oriundos dos depoimentos e falas colhidos nas entrevistas semiestruturadas (fontes primárias) e nas demais fontes secundárias utilizadas na pesquisa bibliográfica para elaboração da tese. Cabe destacar que, devido ao início da pandemia de covid-19 ocorrer

durante a elaboração da pesquisa (e se estender até a data da Defesa da tese), vários elementos e reflexões acerca do contexto pandêmico e suas consequências na cidade do Rio de Janeiro passaram a compor o *corpus* empírico do estudo. Considero, tal como Bauer e Aarts (2011, p. 40), que “a construção de um *corpus* garante a eficiência que se ganha na seleção de um material para caracterizar o todo”.

No mês de maio de 2020, Copacabana chegou a liderar o número de casos de covid-19, doença provocada pelo SARS-CoV-2, atingindo o maior número de óbitos entre os bairros da cidade do Rio de Janeiro²³. E no dia 22 de março de 2021, um ano e alguns dias após o início da transmissão comunitária da covid-19 no país, os prefeitos do Rio de Janeiro, Eduardo Paes, e o de Niterói, Axel Grael, determinaram o fechamento dos serviços não essenciais nos dois municípios vizinhos entre os dias 26 de março e 4 de abril, com o objetivo de frear a disseminação do coronavírus diante do cenário epidemiológico do Brasil, e também do aumento do número de casos e de internações²⁴. No mês de julho de 2021, uma nova preocupação: a Secretaria Municipal de Saúde do Rio de Janeiro identificou o terceiro caso na cidade de síndrome gripal por covid-19 relacionado à variante Delta, após a realização do sequenciamento genômico do vírus²⁵. E, mesmo com o avanço da vacinação na cidade, a variante Delta passou a ser responsável por 56,6% dos casos da doença no município no mês de agosto de 2021, fazendo com que o Rio de Janeiro se tornasse o epicentro dessa mutação genética do SARS-CoV-2 no Brasil²⁶.

Sendo assim, para dar prosseguimento à realização das entrevistas qualitativas, foi necessário utilizar o suporte tecnológico do começo da pandemia até o ano de 2021, e as informações extraídas das mesmas foram analisadas e expostas na tese, conforme detalharei na apresentação dos capítulos. A construção do quadro teórico da tese “Princesinha do Mar: múltiplos imaginários juvenis de Copacabana” considerou a necessidade de mesclar autores de campos de conhecimentos diversos, na busca por contrapor visões e formas de interpretação, partindo da premissa de que o trabalho apresenta temas vastos como o imaginário, a juventude, as socialidades, a cidade, o consumo e os estilos de vida (com ênfase

²³ Disponível em: <<https://vejario.abril.com.br/cidade/covid-19-copacabana-segue-como-o-lider-em-casos-e-mortes/>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

²⁴ Disponível em: <<https://prefeitura.rio/cidade/prefeitura-do-rio-determina-fechamento-dos-servicos-nao-essenciais-por-dez-dias/>>. Acesso em: 23 mar. 2021.

²⁵ Disponível em: <<https://coronavirus.rio/noticias/comunicado-terceiro-caso-de-variante-delta-no-municipio-do-rio/>>. Acesso em: 16 jul. 2021.

²⁶ Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2021-08/covid-19-variante-delta-avanca-no-rio-de-janeiro>>. Acesso em: 16 ago. 2021.

na cidade do Rio de Janeiro e no bairro de Copacabana). Nesse sentido, vale lembrar que a imagem de uma cidade também é representada pelo conjunto de atos e comunicações banais das quais os cidadãos em geral participam (FREITAS; GONÇALVES, 2012). Procurou-se ainda inserir obras de autores estrangeiros e brasileiros referentes a outras áreas de conhecimentos das Ciências Sociais, tendo em vista enriquecer a pesquisa através de um esforço de conexão multidisciplinar. Também foram consultados autores do campo da Arquitetura, com o objetivo de trazer reflexões acerca das transformações e mudanças ocorridas no Rio de Janeiro, nos seus respectivos espaços e nas diversas maneiras como as pessoas habitam e/ou usufruem da cidade (sempre enfatizando o bairro de Copacabana, objeto da tese). Elemento protetor e envolvente dos percursos cotidianos, “a arquitetura é uma das primeiras imagens mentais que nós desenvolvemos quando pensamos numa cidade” (LA ROCCA, 2018, p. 29).

No primeiro capítulo (intitulado “Comunicação, Cidade e Imaginário”), buscar-se-á apresentar os principais conceitos e teorias acerca da cidade, no sentido de demonstrar a sua importância como celeiro de múltiplos olhares, sentidos e significados na contemporaneidade, bem como as suas imbricações com o campo comunicacional. Abordará também as questões relativas aos espaços da socialidade, partindo das reflexões de Maffesoli (1996, 2001a). As correntes de estudos sobre o imaginário serão apresentadas ao longo do capítulo, buscando mostrar como a proximidade da temática com o campo da Comunicação contribuirá na sustentação teórica e metodológica da tese. Para melhor entendimento do imaginário urbano na contemporaneidade, o capítulo recorrerá ao conceito de climatologia, no sentido de entrever a ambiência que envolve as cidades (LA ROCCA, 2018; SENNETT, 2018). A pesquisa bibliográfica e a pesquisa na internet serão utilizadas para a elaboração do presente capítulo, tendo como base a importância dos estudos do imaginário para o entendimento dos elementos evocados pelo bairro de Copacabana junto aos jovens cariocas sob a ótica da juventude “dilatada” (CANEVACCI, 2005) – e que também serão discutidos no decorrer dos outros capítulos da tese. E embora os estudos do imaginário passem por áreas de conhecimento como a Psicologia, a Sociologia e a Literatura, o trabalho priorizará as correntes teóricas oriundas das áreas de Sociologia e de Antropologia – com ênfase nos conceitos e teorias de autores como Patrick Legros, Gilbert Durand, Michel Maffesoli e Ana Portanova Barros. O capítulo abordará como o bairro de Copacabana passou de “deserto areal” à porta da modernidade – e como chegou à contemporaneidade como mosaico intercultural; e também apresentará os dados oriundos das pesquisas qualitativas realizadas de modo remoto (após o início da pandemia).

O segundo capítulo – “Os jovens, as socialidades, lazer e moda em Copacabana” – apresenta as questões relativas ao que é ser jovem, frisando que a etapa de transição entre a juventude e o mundo adulto é algo indefinido na contemporaneidade (CANEVACCI, 2005). Também aborda a “carioquice ou carioquidade” (GONTIJO, 2002), apontando como alguns equipamentos de lazer, consumo e socialidades associados ao bairro de Copacabana podem gerar sentidos e significados acerca do Rio de Janeiro – e principalmente sobre o que é ser carioca e o seu respectivo imaginário. Para tal, serão utilizados levantamentos bibliográficos e pesquisas na internet. Cabe destacar que também foram realizadas pesquisas qualitativas com base na etnografia (incluindo observação participante) entre os anos de 2017 e 2019 (antes da pandemia de covid-19), pois a etnografia faz parte do trabalho de campo do pesquisador, e deve ser entendida como um método qualitativo e empírico que apresenta características específicas (TRAVANCAS, 2006). O fim a que se propõe a pesquisa etnográfica não é a individuação das leis gerais (no caso de tipo urbanístico), mas o delineamento das estratégias de significado (GEERTZ, 2014). E devido à pandemia de covid-19, a partir de 2020 a realização das entrevistas prosseguiu de modo remoto, através de recursos tecnológicos. Vale frisar que o trabalho de campo para a elaboração do capítulo em questão teve início quando visitei Copacabana e o Arpoador no ano de 2017, com o objetivo de coletar dados para a pesquisa através do método de observação simples, bem como iniciar um processo de interação com o campo de investigação da tese. Local emblemático na cidade do Rio de Janeiro, o Arpoador é considerado uma “fronteira” entre Copacabana e Ipanema (assunto a ser abordado no capítulo três). Para investigar a “Gang dos Patins” em Copacabana, utilizei o método da observação participante nos meses de julho e agosto de 2018, já que a pesquisa participante pode surgir do interesse do investigador quando busca conhecer melhor os processos de comunicação presentes em seu objeto (PERUZZO, 2006). É importante registrar que, além da observação participante, o trabalho de investigação realizado junto à “Gang dos Patins” contemplou também pesquisas qualitativas com a técnica de entrevistas semiestruturadas, cujo instrumento utilizado foi um roteiro previamente elaborado para a aplicação das mesmas. Os dados obtidos através da realização das entrevistas com os integrantes da “Gang dos Patins” foram analisados com base nas transcrições das gravações das mesmas, partindo da apreensão de significados contida na fala dos sujeitos. De acordo com Myers (2011), é apropriado voltar à montanha de falas nos materiais de pesquisa, e tratá-los como falas, olhando para interações específicas. Ainda segundo o autor (2011), a análise atenta dos dados falados transcritos pode levar a compreensões mais claras sobre os dados coletados quando se trata de projetos de pesquisa em ciência social. Salienta-se aqui que a

pesquisa qualitativa é um dos principais métodos utilizados no presente capítulo e em toda a tese. A abordagem das práticas de consumo existentes no prédio “Santa Clara 33” e o seu respectivo destaque no segmento de moda do bairro também serão tratados no capítulo “Os jovens, as socialidades, lazer e moda em Copacabana”, já que a moda nos permite estabelecer um conhecimento sensível do ambiente e de suas particularidades (LA ROCCA, 2015). No ano de 2018, fiz visitas ao “Santa Clara 33”, e utilizei o método de observação simples, procurando entender a lógica de consumo presente no local. Os dados oriundos da pesquisa qualitativa (tanto das entrevistas presenciais quanto das realizadas de modo remoto, após o início da pandemia) foram analisados e tratados no presente capítulo, em consonância com os objetivos e hipótese central propostos no estudo.

“Comungando emoções, práticas e sabores cariocas: de Copacabana ao Arpoador” é o título do terceiro capítulo da tese, que possui como eixo central apresentar alguns elementos (incluindo hábitos alimentares e modalidades esportivas) que dizem respeito à cidade do Rio de Janeiro (incluindo os que tiveram origem no bairro de Copacabana), e que comumente são atrelados ao repertório da carioquidade ou carioquice (GONTIJO, 2002). O capítulo buscará compreender a pluralidade de imaginários acerca do fato de que “ser carioca é um estado de espírito”, bem como o compartilhamento de emoções e estilos de vida referentes à vida balneária no Rio de Janeiro, evidenciando também os tensionamentos existentes entre a zona sul e o subúrbio (SOUSA, 2014). Parte-se da premissa de que o conceito de imaginário permite entender as subjetividades através do talento descritivo do observador, capaz de ler o magnetismo próprio que desabrocha na magia atribuída a certos lugares (LEGROS *et al.*, 2007). Assim como o anterior, o presente capítulo também apresentará os dados oriundos das pesquisas qualitativas realizadas presencialmente (antes da pandemia) e também as de modo remoto, cujas análises partem da investigação dos elementos que compõem o imaginário relativo à Copacabana junto aos participantes da amostra. Busca demonstrar inclusive as imbricações entre a “carioquice” e o bairro supracitado de acordo com as opiniões dos entrevistados.

Por fim, o quarto e último capítulo, intitulado “De Princesinha do Mar à Cinderela Permissiva: noturnidades festivas de Copacabana” possui como objetivo apresentar um panorama do lazer noturno no bairro. Para tal, parte-se do pensamento de que existe uma mudança do perfil dos agentes e da paisagem urbana quando se trata da noite (FERNANDES; HERSCHMANN, 2020). Visando analisar as diferenças entre a Copacabana “do dia”, com seus escritórios, consultórios e demais atividades laborais (e também o lazer diurno), e a Copacabana da “noite”, com o pulsante Baixo Copa, o *club* Fosfofox (incluindo a capacidade

nomádica da boate rumo ao Porto Maravilha, impulsionada pela pandemia) e outros exemplos de lazer noturno presentes no bairro, partir-se à dos conceitos de regime diurno e noturno (DURAND, 1997). No mês de junho de 2021, para entender a lógica nômade e do percurso (JACQUES, 2012) do *club* Fosfobox rumo ao Porto Maravilha, entrevistei remotamente Carlos Alberto de Araújo, o proprietário da boate. O capítulo apresenta questões que abordam a noite como território das práticas festivas (GÓIS, 2018), evidenciando que a noturnidade apresenta territorialidades que se referenciam na noção de festa (DUVIGNAUD, 1983). Para complementar a análise, também apresento um panorama dos bares que foram considerados Patrimônio Cultural Carioca associados à vida noturna de Copacabana, como o Pavão Azul, o Bip Bip e a Adega Pérola. Em virtude da pandemia de covid-19, os procedimentos teórico-metodológicos infelizmente tiveram que ser adaptados para o modo remoto, cujo processo de coleta de dados da pesquisa qualitativa ocorreu com o suporte das tecnologias digitais (como as chamadas de vídeo via WhatsApp). A análise das entrevistas levou em conta as menções espontâneas dos entrevistados no que se refere às opções de lazer noturno no bairro, se fundamentando nas suas respectivas autopercepções quanto à condição de jovem (CANEVACCI, 2005).

De modo inicial, a técnica de pesquisa qualitativa adotada para a elaboração da tese contemplou a aplicação de entrevistas semiestruturadas e em profundidade de modo presencial (algumas realizadas na própria Avenida Atlântica, como no estudo da Gang dos Patins), cujo instrumento de coleta de dados foi um roteiro previamente elaborado para a realização das mesmas, permitindo flexibilidade no que diz respeito à coleta das informações. A abordagem qualitativa não trabalha com mensurações/aferições, já que “a finalidade real da pesquisa qualitativa não é contar opiniões ou pessoas, mas ao contrário, explorar o espectro de opiniões, as diferentes representações sobre o assunto em questão” (GASKELL, 2011, p. 68).

Reitero, assim, que mesmo após o processo de Defesa de Qualificação da tese (realizado no segundo semestre de 2019), o estudo contemplava a utilização da técnica de entrevistas presenciais – incluindo *in loco*. No entanto, devido à pandemia de covid-19, foi necessário ajustar a proposta metodológica inicial do trabalho no ano de 2020 (conforme orientações da professora Dra. Cíntia Sanmartín Fernandes), no sentido de realizar a coleta dos dados através dos meios tecnológicos. Dessa maneira, as entrevistas foram executadas principalmente através de videochamadas (via aplicativo de mensagens WhatsApp), com a utilização de um roteiro confeccionado para a aplicação das mesmas. E visando adequar a aplicação da pesquisa à comodidade dos participantes, também foram realizadas entrevistas telefônicas (especialmente para os entrevistados que declararam “não gostar” de

videochamadas). Ou seja, entre os anos de 2017 e 2021 (primeiro e último ano do Doutorado), foram realizadas dezenove entrevistas de caráter qualitativo, tanto *in loco* quanto através de videochamadas e ligações telefônicas, com a utilização de um roteiro previamente elaborado para a aplicação das mesmas. Tais instrumentos foram elaborados sob a orientação da professora Dra. Cíntia Sanmartin Fernandes, visando adequá-los a ambas as fases da coleta de dados (antes e após o início da pandemia).

Em um cenário pandêmico na cidade do Rio de Janeiro, foi necessário adaptar a proposta metodológica inicial, pois “metodologicamente, trata-se de seguir as coisas através das redes em que elas se transportam, descrevê-las em seus enredos” (LATOURE, 2004, p. 397), visando assim viabilizar a continuidade da elaboração da tese, através da adequação das alternativas de coleta e análise dos dados em prol da investigação dos fenômenos sociais a serem observados. Os entrevistados tiveram total liberdade para expressar suas opiniões e fornecer informações através do suporte tecnológico acerca do contexto abarcado pela pesquisa, ressaltando que, como atores, são muito mais do que meros informantes, já que é necessário tentar entender o que a existência coletiva se tornou em suas mãos e partindo dos seus olhares (LATOURE, 2012). Tais atores, em sua vida cotidiana, atribuem sentidos e relevâncias às coisas, aos objetos, levando em consideração aqui o princípio da interpretação subjetiva da pesquisa social (CICOUREL, 1980). Durante a investigação para a elaboração da tese, busquei ouvir os diferentes pontos de vista e concepções de modo acurado e atento, partindo do pensamento de Latour (2012, p. 44):

É como se disséssemos aos atores: “Não vamos tentar disciplinar vocês, enquadrá-los em nossas categorias; deixaremos que se atenham a seus próprios mundos e só então pediremos sua explicação sobre o modo como os estabeleceram”. A tarefa de definir e ordenar o social deve ser deixada aos próprios atores, não ao analista.

A pesquisa qualitativa realizada utilizou a amostra não-probabilística, que ocorre quando há uma escolha deliberada dos componentes da amostra, e cujos critérios dependem do julgamento do pesquisador. E “neste caso, a amostra é dita significativa ou de representatividade social (não estatística), e os métodos de tratamento dos dados são qualitativos” (LOPES, 2005, p. 145). Conforme exposto na introdução da tese, a amostra foi composta por dezenove pessoas, dos gêneros masculino e feminino, nascidas e não nascidas no município do Rio de Janeiro, moradoras de diversos locais da cidade (obviamente incluindo moradores do bairro de Copacabana). Ressalta-se que o fato de ser ou não ser carioca na tese está desassociado do local de nascimento. Embora a faixa etária dos

participantes da pesquisa tenha sido bastante diversificada, cabe reiterar que o conceito de juventude apresentado na tese parte da autopercepção enquanto jovem (CANEVACCI, 2005), na qual a juventude é algo desatrelado das amarras cronológicas. Reiterando que a metodologia qualitativa busca apresentar de modo acurado o espectro dos pontos de vista, das opiniões (GASKELL, 2011), os sobrenomes de alguns dos entrevistados foram mantidos em sigilo, visando resguardar a privacidade dos mesmos. E no caso de entrevistados homônimos (como ocorreu com duas participantes cujo nome é Beatriz), optei por me referir às mesmas como: “Beatriz X” e “Bia Y”.

1 COMUNICAÇÃO, CIDADE E IMAGINÁRIO

1.1 Cidades e imaginários

As cidades contemporâneas são compostas a partir de uma rica tapeçaria de subjetividades. Tal composição é oriunda de um processo que passou pelo choque moderno ao novo choque contemporâneo (JACQUES, 2012). Existem pontos comuns entre o surgimento da cidade medieval (ou colonial, em uma perspectiva brasileira) e as cidades modernas e contemporâneas. Um deles parte da questão das trocas em uma perspectiva econômica. Apesar das grandes transformações, a cidade contemporânea está mais próxima da medieval (LE GOFF, 1998). Era necessário modernizar as cidades; e no século XIX, o urbanismo surge sob a alegação de “corrigi-las”. A cidade chegou ao século XXI. E mesmo que as políticas e os projetos urbanos contemporâneos insistam em produzir uma imagem singular e única para as cidades (JACQUES, 2005), elas resistem. Tal resistência reitera que as cidades não devem mais ser pensadas apenas em relação aos seus aspectos funcionais. Pelo contrário: a cidade do século XXI exerce uma fascinação singular no clima sociocultural contemporâneo (LA ROCCA, 2018) – conforme será apresentado a seguir.

1.1.1 Das cidades medievais e coloniais até as cidades modernas e contemporâneas

Cidades são constituídas de múltiplas camadas de significados, permitindo uma compreensão da lógica construtiva da vida social. Possuem a capacidade de estabelecer processos interacionais microssociais, já que são dotadas de um sentido arqueológico, fazendo existir muitas cidades dentro de uma só (MESQUITA, 2014). Erguida tendo a praça do mercado como ponto central, a cidade moderna pode ser vista como uma conveniência do comércio (PARK, 1979). A multiplicidade e concentração da troca econômica eram as engrenagens que moviam a cidade moderna (SIMMEL, 1979).

Todavia, cabe registrar a importância do comércio (principalmente das feiras e dos mercados) para a cidade medieval. Le Goff (1998) aponta que a feira e o mercado da Idade Média possibilitavam ocasiões para a realização das trocas, oferecendo oportunidades de modernização. Após adquirir as mercadorias pelas docas e pontes, os mercadores as levavam para as feiras, onde costumavam fazer negócios mais expressivos do que nas ruas da cidade (SENNETT, 2008). Vista como uma sociedade abundante, a cidade medieval era:

concentrada em um pequeno espaço, um lugar de produção e de trocas em que se mesclam o artesanato e o comércio alimentados por uma economia monetária. É também o cadinho de um novo sistema de valores nascido da prática laboriosa e criadora do trabalho, do gosto pelo negócio e pelo dinheiro (LE GOFF, 1998, p. 25).

Visando aprofundar o raciocínio em questão, vale frisar a distinção histórica entre as palavras “mercado” e “feira” (SENNETT, 2008). Enquanto a primeira diz respeito aos espaços de trocas que se estabeleciam também em cemitérios e pátios (como, por exemplo, os mercados que funcionavam em Paris), as feiras ocorriam semanalmente em meio às cortinas de pano, onde eram oferecidos produtos como couros, artefatos de metal (e até mesmo serviços financeiros). Alheios à presença do Estado, ambos eram os espaços dos negócios, das trocas e das interações sociais, embora os mercados fossem considerados moralmente piores do que as feiras, conforme pregação de Humbert de Romans²⁷ apud Sennett (2008, p. 169):

Eles (os mercados) acontecem em dias de celebrações, e por esse motivo os homens são obrigados a perder o ofício divino. ... Algumas vezes, ocupam cemitérios e outros lugares sagrados. Frequentemente, poder-se-á ouvir pessoas jurando: “Por Deus, eu não pagarei tanto por isso” ... “Por Deus, isso não vale tanto”. Finalmente, os tributos que o mercado deve ao Senhor também são fraudados, o que é pérfido e desleal.

E partindo da função da troca como essência, é possível estabelecer paralelos entre as cidades contemporâneas e as medievais (LE GOFF, 1998). Contudo, vale lembrar que a vida da pequena cidade (tanto na Antiguidade como na Idade Média) impunha limites ao homem em relação à sua mobilidade e à sua autonomia, limites esses que mais tarde viriam a “sufocar” o homem moderno (SIMMEL, 2004) – e se tornariam inadmissíveis para o indivíduo da cidade contemporânea.

A desruralização no século XIX e a desindustrialização no século XX são alguns dos fatores que compuseram a dinâmica de formação da cidade contemporânea (LE GOFF, 1998). Traçando um comparativo com a contemporaneidade, a cidade medieval tipificava o que hoje pode ser classificado como economia mista, de acordo como o modelo existente no Japão (SENNETT, 2008). Tal modelo fez com que as cidades tivessem uma posição de subserviência em relação aos apelos do capitalismo, o que acaba se acentuando com os ditames impostos pelo urbanismo entre os séculos XIX e XX.

No Brasil, tal processo não ocorreu de modo diferente: as cidades surgiram atreladas aos mercados. Do período colonial até os dias atuais, a formação das cidades brasileiras

²⁷ Religioso francês que viveu entre os séculos XII e XIII. Mestre da Ordem Dominicana, da qual foi mestre-geral dos pregadores.

ocorre quase sempre integrada à rede de conexões presente nas múltiplas etapas do capitalismo, “como se os mercados e seus senhores, ambos distantes, pudessem ditar as formas como a cidade deveria viver e crescer” (VERÍSSIMO *et al.*, 2001, p. 15). Tendo como propósito transformar as cidades medievais europeias e as cidades coloniais brasileiras em metrópoles modernas, o urbanismo surge como campo disciplinar e prática profissional. Modernizar as cidades:

significava também transformar as antigas ruas estreitas e labirínticas em grandes vias de circulação para automóveis, reduzindo assim as possibilidades de experiência corporal direta, através do andar pelas ruelas, e, indiretamente, as possibilidades de experiência de alteridade urbana (JACQUES, 2012, p. 31-32).

Tendo Le Corbusier como fundador, o urbanismo moderno consiste em distinguir quatro funções básicas a serem respeitadas: a de habitar, a de trabalhar, a de circular e a do lazer (FREITAG, 2012). No Brasil da metade do século XX, a construção de Brasília transformou “rapidamente o canteiro de obras do Planalto Central no maior e mais ousado empreendimento da arquitetura e do urbanismo moderno” (MOREIRA, 1998, p. 97). Até então, os avanços arquitetônicos e urbanísticos modernos no país não haviam saído do papel de modo ostensivo; mas partindo do plano de Lúcio Costa e da arquitetura de Oscar Niemeyer, Brasília representava uma nova política, uma cultura urbana nova (FREITAG, 2002). Vale frisar que o conceito de urbanismo surgiu entre o final do século XIX e o início do século XX, com a justificativa de que havia a “necessidade de intervenções nas cidades que sofriam com o grande aumento da população, em função do êxodo rural, da insalubridade, dos problemas de habitação e de circulação, à época da revolução industrial”²⁸. No Brasil, a prática do urbanismo existe desde o período colonial, embora tenha se destacado bastante no século XVIII em virtude da expansão da mineração, que acarretou o surgimento de vilas distantes do litoral que exigiam um sistema de ordenamento de ocupações²⁹.

E o “Brasil da modernidade” exigia um novo modelo no tocante ao modo de “fazer cidade”, onde uma das principais funções do urbanismo seria o de espreitar ocasiões para fazer negócios (ARANTES, 2002). Para tal, os discursos mantidos por arquitetos e urbanistas não hesitam até hoje em utilizar um vocabulário complementar, incluindo conceitos como “caótica”, “fragmentária”, dentre outros adjetivos para levar adiante seus projetos e legitimar

²⁸ Disponível em: <<https://sburbanismo.wordpress.com/apresentacao/>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

²⁹ Disponível em: <<https://sburbanismo.wordpress.com/apresentacao/>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

seus procedimentos em relação às maneiras de “fazer cidade”, com os objetivos voltados para o mercado e para a geração de negócios (JEUDY, 1995).

Visando controlar a cidade como totalidade, os urbanistas modernos a projetavam de uma forma fechada (LA ROCCA, 2018). O urbanismo moderno pode ser classificado em três momentos distintos que se sobrepõem. São eles:

a modernização das cidades, de meados e final do século XIX até o início do século XX; as vanguardas modernas e o movimento moderno (Congressos Internacionais de Arquitetura Moderna, CIAMs), dos anos 1910-20 até 1959 (fim dos CIAMs); e o que chamamos de modernismo (ou moderno tardio), do pós-guerra até os anos 1970 (JACQUES, 2012, p. 32).

Atualmente, o sentido de “fazer cidade” acaba seguindo uma lógica voltada para a globalização, no qual o urbanismo aparece “para incrementar a proliferação urbana, para otimizar a competitividade das cidades, todo o vocabulário, aliás, é nitidamente empresarial” (ARANTES, 2002, p. 60). Mas vale frisar que existem “narrativas errantes” que surgiram quase que simultaneamente aos três modelos supracitados de urbanismo moderno. São elas: as flanâncias, as deambulações e as derivas (JACQUES, 2012).

Quanto à modernização da cidade do Rio de Janeiro, vale lembrar que a última passagem da fase de cidade colonial à cidade moderna ocorreu no início do século XX. Foi durante o governo do presidente Rodrigues Alves, que instaurou reformas baseadas em decisões de âmbito federal, cujos fundamentos se pautavam nas seguintes diretrizes:

a viária, a sanitária e a estética, que trariam, respectivamente, um novo porto e uma nova malha de transporte urbano e de escoamento de mercadorias, um novo sistema de águas e esgotos e novos perfis arquitetônicos, e, finalmente, uma reforma estética, que garantiria à cidade, já na primeira década do novo século, o rótulo de Cidade Maravilhosa (CARDEMAN; CARDEMAN, 2016, p. 168).

Nesse contexto, Copacabana se apresentou como símbolo da modernidade no Rio de Janeiro do início do século XX. Local escolhido para a chegada da civilização, o bairro já era palco de usos totalmente distintos em meio ao projeto de modernidade que havia se instaurado na cidade (PORTO, 2014) – assunto que será tratado no subcapítulo “De areal pulguento à Princesinha do Mar do século XXI: breve panorama do bairro de Copacabana”.

Valores sociais referentes à modernidade e às cidades modernas constituem o que foi classificado como modernidade, “mas que afinal, não passou de pós-medievalidade”. Partindo de tal raciocínio, é interessante observar as cidades a partir de uma perspectiva “pós-medieval”, segundo a qual a interação social que nelas reside pode até parecer evidente, mas

“o que parece ser da ordem da evidência foi elaborado a partir da implosão da Idade Média” (MAFFESOLI, 2004, p. 13). A transformação das cidades medievais europeias em metrópoles modernas parte de uma dinâmica pós-medieval. E, em se tratando do Brasil, de uma lógica pós-colonial.

Apenas para exemplificar, pode-se analisar o caso da cidade do Rio de Janeiro, que durante a gestão do prefeito Pereira Passos (1902-1906) viveu o período do “bota abaixo”. A política adotada por Passos tinha como objetivo o embelezamento do centro da cidade, já que o “bota abaixo” gerou intensas obras de alargamento nas ruas do Rio de Janeiro e redefinição de seus respectivos traçados, visando deixar para trás o feitiço colonial que caracterizava, até então, a ocupação urbana da capital (O’ DONNELL, 2013). Nomeado no dia 30 de dezembro de 1902 como prefeito do então Distrito Federal (o Rio de Janeiro) pelo presidente Rodrigues Alves através de decreto, o engenheiro Francisco Pereira Passos assumiu o cargo no mesmo dia. Preocupado em modernizar a Capital da República para transformá-la em uma cidade “civilizada”, o prefeito defendia as suas ideias sobre as reformas urbanas, que eram

justificadas através de um discurso que contrapunha nitidamente duas imagens: de um lado, a velha cidade colonial, com suas vielas estreitas e seus casarões insalubres e sem arte. E de outro, a nova cidade que estava sendo produzida, dotada de amplas avenidas para a circulação do ar e do tráfego, ladeadas por belos edifícios higiênicos (DE PAOLI, 2013, p. 18-19).

Ou seja, para que o Rio de Janeiro moderno nascesse, era necessário remover todos os vestígios da cidade colonial. O projeto de cidade moderna do período Passos foi tratado de modo análogo ao período Haussmann³⁰, como se analisa a seguir:

Concluindo, o período Passos, verdadeiro período Haussmann à la carioca, representa, para o Rio de Janeiro, a superação efetiva da forma e das contradições da cidade colonial-escravista, e o início de sua transformação em espaço adequado às exigências do Modo de Produção Capitalista (ABREU, 2008, p. 67).

Contudo, mesmo com todo o aparato no sentido de transformar as cidades medievais ou coloniais em modernas, tendo como base a preponderância do espírito objetivo e o impulso da existência pessoal mais individual, “a metrópole se revela como uma daquelas grandes formações históricas em que correntes opostas que encerram a vida se desdobram, bem como se juntam às outras igual direito” (SIMMEL, 1979, p. 25). E se por um lado o surgimento da

³⁰ Georges-Eugène Haussmann foi prefeito do antigo departamento de Sena, na França, no período entre 1853 e 1870. O político iniciou a reestruturação do Sena redefinindo o centro e as áreas residenciais, oficializando a separação espacial entre ricos e pobres.

metrópole moderna partiu de uma lógica orientada pela produção para o mercado (onde a economia do dinheiro dominou a metrópole demonstrando uma mente moderna calculista), por outro lado, “a beleza da metrópole moderna será aquilo que for a qualidade estética das formas de interação que nela os sujeitos sejam capazes de forjar” (SIMMEL, 2011, p. 16). E é justamente a interação que faz emergir da cidade uma realidade suprapessoal, na qual a ambivalência da natureza urbana proposta por Simmel é:

simbolizada pela ponte e pela porta, que tanto podem abrir quanto fechar, ligar e separar. Uma ambivalência que, por um lado, é dinâmica e confere à cidade o desenvolvimento que conhecemos, e por outro, tem uma dimensão estética, estruturalmente, por assim dizer, uma vez que essa abertura e esse fechamento é que permitem que experimentemos juntos a uma série de emoções e de afetos correlativos a essa “vida nervosa”. É impossível sublinhar melhor o caráter comunicativo da cidade (MAFFESOLI, 2004, p. 54-55).

E é assim que a cidade contemporânea pode ser percebida: em uma perspectiva relacional e dinâmica, constituída por interações socioculturais-ambientais que em movimento enunciam diversos modos de usos e práticas sociais (HERSCHMANN; FERNANDES, 2011), tema a ser tratado a seguir.

1.1.2 A cidade contemporânea como espaço comunicacional-interacional: experiências sensíveis de pulsação cotidiana

Como um pulso latejante, as cidades contemporâneas diariamente geram significados para os seus habitantes. Ou seja: são “cidades como efeitos de sentido: imaginadas, representadas, ressignificadas, percebidas, esquecidas, saqueadas, erguidas” (ROCHA; HOFF, 2014, p. 19). A cidade contemporânea se apresenta como mulher que se oferece para quem se deixa seduzir pelas pausas que ela faz surgir no turbilhão do seu movimento frenético, evidenciando os

horizontes oferecidos espremidos nas molduras do seu corpo. A cidade-mulher quer ser olhada, quer ser amada. Amada nas suas esquinas, nas suas curvas, nas pausas que oferece para quem tem olhos para enxergar essa espacialidade escondida no frenesi do movimento e na impessoalidade da circulação. Alma feminina da cidade (BARBOSA, 2003, p. 17).

Alheia aos ditames do urbanismo moderno, a cidade-mulher (BARBOSA, 2003) se apresenta em seus pequenos detalhes; e oferece um mundo a ser desvendado para quem se permite adentrá-la em uma perspectiva nômade. Cidades são espaços estriados por excelência (JACQUES, 2012). Mas é o espaço liso que está aberto às linhas de fuga, e que “é caracterizado pela pluralidade e pela multiplicidade. Ele possui a qualidade do nomadismo e das potencialidades libertadoras” (BARROSO; FERNANDES, 2018, p. 113). E os nômades se contrapõem aos sedentários (DELEUZE; GUATTARI, 1997).

No campo comunicacional, vários estudos analisam as políticas públicas referentes às cidades partindo apenas dos indicadores gerados pelas instituições públicas, tendo como parâmetro o acesso aos pontos de cultura das cidades. Sendo assim, são criados mapas sociopolíticos culturais com base nos circuitos programáticos da cidade (FERNANDES, 2012). As cidades possuem autonomia no que diz respeito à força propulsora que as torna vivas. E analisá-las partindo somente do olhar do que foi criado por uma lógica racional e objetiva (como a dos projetos urbanísticos modernos e das programações oficiais, por exemplo) impedirá que possamos enxergá-las plenamente em sua “potência societal” (MAFFESOLI, 2010). E se por um lado os urbanistas modernos buscavam controlar a cidade como totalidade ao projetá-la de uma forma fechada, por outro lado, os pós-modernistas tendem a considerá-la como uma plataforma de situações abertas (LA ROCCA, 2018).

Sendo assim, a cidade não é mais um campo de operações programadas e controladas, já que nela proliferam as astúcias e as combinações de poderes sem identidade, sem tomadas apreensíveis – e impossíveis de gerir (CERTEAU, 1994). Nesse contexto, práticas, usos e demais manifestações socioculturais vivenciadas no cotidiano das cidades não são mais apenas um fruto do poder moderno, que acabou por domesticar o indivíduo dentro de limites, dentro dos quais “o homem moderno não poderia respirar” (SIMMEL, 2004, p. 85). Ou seja: cidades que eram entendidas como algo de ordem “social racional”, nas quais o corpo era um simples instrumento de produção ou reprodução.

Na contemporaneidade, o homem está mais “asselvajado”, pleno e sedento em sua potência societal, pois:

a essência da *Polis*, do viver junto, não é nem o Estado, nem a Cidade, nem a Instituição, todas essas coisas resumindo-se no social racional, contratual, mas, sim, o *Polos*, o eixo em torno do qual tudo se move. Associação que permite compreender que o fundamento da vida em sociedade é um querer-viver instintivo, o élan vital (MAFFESOLI, 2010, p. 87).

O raciocínio nos remete a uma “velha tese aristotélica: o homem é um ser político. Seu lugar é a pólis, a rua, a cidade” (BEIGUELMAN, 2020, p. 7). Quando se trata da cidade contemporânea, de seus atores sociais e das práticas vividas pelos mesmos em seu cotidiano, o sentimento de estar junto, traduzido na força do élan vital, se potencializa. Tais atores “estão sempre mapeando o contexto social em que estão inseridos” (LATOURE, 2012); e por intermédio de diversos pretextos, como a música, o esporte, a religião e a política, o élan vital se exprime, remetendo à pulsão animal que, de uma maneira irresistível, leva cada um a agregar-se ao outro, a ser atraído pela alteridade (MAFFESOLI, 2014). Após o empobrecimento da experiência da alteridade na modernidade, observou-se também um processo de pacificação dos espaços urbanos, em particular, dos espaços públicos. Ligado ao amplo processo de espetacularização das cidades, a pacificação do espaço público fabrica falsos consensos, que escondem “as tensões que são inerentes a esses espaços e, assim, procuram esterilizar a própria esfera pública, o que, evidentemente, esterilizaria qualquer experiência e, em particular, a experiência da alteridade nas cidades” (JACQUES, 2012, p. 14). Ocupada e vivida por seus atores sociais, sujeitos que transformam e reconfiguram os cenários urbanos, a cidade contemporânea é palco de múltiplas possibilidades, onde os corpos são imersos em um caldeirão de poder intenso, gerando variadas ilustrações nas formas musicais contemporâneas, na energia das artes vividas no cotidiano, em um hedonismo de boa qualidade que se difunde nos modos de vida (MAFFESOLI, 2014). Ou seja, para além das análises e estudos das cidades oriundos dos indicadores gerados pelas instituições públicas, faz-se necessário:

entender como, e de que modo (*modus vivendi*), os indivíduos e grupos se relacionam e ocupam a cidade não de um modo programático, mas se ajustando aos espaços e os re-significando. Desse modo, elevamos o cotidiano, as interações socioculturais nele praticadas como o impulso primeiro para se refletir as dinâmicas do espaço social das cidades. Implica, portanto, exercitar uma prática compreensiva que parte do fenômeno para explicar a sociabilidade contemporânea (FERNANDES, 2012, p. 74).

Isso não implica em desconsiderar os indicadores políticos públicos, mas sim enxergar minuciosamente a cidade contemporânea em sua capacidade mutante e ambígua, capaz de abrigar o semelhante e o diferente, tendo como base o cotidiano e as suas respectivas práticas. Nesse contexto, vale frisar a relevância da valorização da alteridade urbana, do “Outro urbano” que resiste à pacificação (JACQUES, 2012). E o “Outro urbano” é capaz de descortinar uma cidade que se reinventa. Um “Outro Urbano” que possui prazer em alterar as regras do espaço opressor, que inventará outras maneiras de jogar/desfazer o jogo do outro

(CERTEAU, 1994). Capaz de desenvolver astúcias próprias e criar táticas, “o Outro urbano é o homem ordinário que escapa – resiste e sobrevive – no cotidiano, da anestesia pacificadora” (JACQUES, 2012, p. 15).

E é na cidade contemporânea das múltiplas experiências do “Outro urbano”, do dissenso e dos fragmentos que as relações dos atores sociais com os espaços são capazes de transfigurá-los, uma vez que podemos perceber a cidade como uma paisagem configurada/reconfigurada de modo cotidiano (MAIA; BIANCHI, 2012), uma vez que a paisagem é a apresentação culturalmente instituída do que nos envolve (CAUQUELIN, 2007).

De acordo com Jacques (2012), camelôs e ambulantes são exemplos de “Outro urbano”, cuja potência criativa permite inventar/reinventar narrativas, alterando as paisagens da cidade juntamente com os outros atores sociais, pois a

paisagem parece traduzir para nós uma relação estreita e privilegiada com o mundo, representa como que uma harmonia preestabelecida, inquestionável, impossível de criticar sem se cometer sacrilégio. Onde estariam, pois, sem ela, nossos aprendizados das proporções do mundo e o de nossos próprios limites, pequenez e grandeza, a compreensão das coisas e a de nossos sentimentos? (CAUQUELIN, 2007, p. 28).

E pela sua capacidade de dialogar com o sujeito outro, a narrativa, de fato, o percebe (CANEVACCI, 2005). Pode-se tomar como exemplo o caso dos ambulantes de mate e limonada de galão nas praias do Rio de Janeiro, assunto a ser detalhadamente tratado no subcapítulo “Olha aí o Bixxxxcoito Globo!: uma análise das imbricações relativas à praia e à identidade carioca”. No final de 2009, a prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro proibiu os ambulantes de comercializar ambas as bebidas acima acondicionadas em galão nas praias cariocas³¹. Na ocasião, os vendedores de mate e de limonada acabaram virando uma espécie de “cidadãos fora da lei”, correndo pela praia para fugir da fiscalização da guarda municipal. Mas vários banhistas saíram em defesa dos ambulantes, agindo do seguinte modo: escondiam os pesados galões embaixo das cangas de praia, visando protegê-los dos guardas municipais³². Gestos possuem o poder de elucidar a teia que envolve a interação corpo-cidade, apontando para processos de aliança (BUTLER, 2018), e descortinando uma estrutura de pensamento que, de modo conjunto, traz à tona o sentido inteligível e sensível dos corpos em movimento (FERNANDES, 2015). Assim,

³¹ Disponível em: <<https://leismunicipais.com.br/a/rj/r/rio-de-janeiro/decreto/2009/3151/31519/decreto-n-31519-2009-altera-o-decreto-n-29881-de-18-de-setembro-de-2008-que-consolida-as-posturas-da-cidade-do-rio-de-janeiro-e-da-outras-providencias>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

³² Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-42643527>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

consumo e criatividade na cidade passam acima de tudo por uma insistência em que parte da população tem entre marcar a tatuar este corpo urbano, entre suas gambiarras, modos de agir e ataques visuais que passam, acima de tudo, pelas trocas reverberadas nas ruas (BELART, 2021, p. 94).

Acentuados pelo espaço, o corpo e suas expressões (incluindo os gestos e as posturas) são o resultado de estar no mundo (LA ROCCA, 2015). O exemplo dos banhistas escondendo os galões dos ambulantes de mate e de limonada embaixo das cangas demonstra como gestos comungados com o outro potencializaram novas configurações e narrativas à praia, bem como a sua respectiva paisagem, que pode ser definida como:

uma construção simbólica a partir das representações do mundo, sua descrição depende das apropriações subjetivas que os sujeitos adquirem historicamente. A geografia cultural problematiza tal conceito fazendo uma leitura da paisagem simbólica. Ela é a transfiguração do espaço, espaço que se constrói e reconstrói a partir dos usos, apropriações, das formas de ocupação, das performances cenográficas e das narrativas que contam suas histórias em suas várias temporalidades (MAIA; BIANCHI, 2012, p. 136).

As relações dos atores (no caso, os ambulantes de mate e de limonada em galão, os banhistas e também os guardas municipais) com o espaço (a praia) proporcionaram uma nova construção da paisagem simbólica, que chama atenção para a necessidade de se analisar a cidade contemporânea partindo de teorias capazes de abarcar o sentido sensível da sociedade. Construída por definição, a paisagem é uma interpretação estética do espaço urbano (CAUQUELIN, 2007). E se a cidade é uma eterna mutante, o cotidiano urbano é desestruturado e reestruturado em sua totalidade através de uma narrativa coletiva de seus espaços (LA ROCCA, 2015). Teatralização do cotidiano, em que os sujeitos constroem suas histórias e onde as subjetividades performáticas dos atores compõem as cenas cotidianas, a paisagem desenha pela cidade uma cartografia do sentimento (MAIA; BIANCHI, 2012). Nas múltiplas mutações ocorridas na cidade, a experiência parte do transitar entre os eus e os outros (CANEVACCI, 2005). No Rio de Janeiro, a praia é local de socialidades, um palco para ritos e gestos compartilhados com o outro. E ao analisar a trama urbana carioca, é possível adentrar em uma densa e renovada cartografia sensível da localidade (FERNANDES, 2012).

Cabe reiterar que as relações dos sujeitos com os espaços transfiguram as paisagens, os territorializando em ambientes de pertencimento. A territorialização diz respeito às “relações de domínio e apropriação do espaço, ou seja, nossas mediações espaciais do poder, poder em sentido amplo, que se estende do mais concreto ao mais simbólico” (HAESBAERT, 2010, p. 339). E se as narrativas nortearão as histórias em tempos variados, os territórios são a

valorização do espaço a ser compartilhado através da ambientação sensível (MAIA; BIANCHI, 2012), pois “a mescla dos territórios e a ausência de fronteiras entre os domínios são uma marca bem própria do contemporâneo; a paisagem não foge a essa regra” (CAUQUELIN, 2007, p. 8). Paisagens urbanas aguçam emoções, associações, ideias e histórias (WENDERS, 1994). Os locais de encontro, os odores e os ruídos são elementos constitutivos da teatralidade da cidade; e quem passou por alguma praia do Rio de Janeiro provavelmente já ouviu o grito: “Ó o Mate! Ó o limão! Limonada, Mate!” ou alguma outra das muitas variações existentes³³. E se a cidade está no homem, “ela impregna seu olhar, sua audição e seus outros sentidos” (LE BRETON, 2020, p. 4). E é assim, através de gritos repletos de criatividade que os ambulantes de rosquinha de polvilho e de mate percorrem as praias, conforme exemplos a seguir: “Olha o mate, geladinho e gostosinho”; “Se for dirigir, beba mate”; “Bebe ele, bebe ela, até minha mãe que é banguela”; “Minha avó tá maluca, minha avó tá maluca, veio aqui comprar meu mate e não comprou a peruca!”³⁴.

Para Fernandes (2020), existem cidades dentro da cidade, que se aglutinam a partir de redes-rizomas de experiências táteis, gustativas, olfativas, sonoras e imagéticas. E pelo fato de ser essencialmente relacional, a cidade é sensível (MAFFESOLI, 2004). Vale citar como exemplo a batida de palmas coletivas quando o sol some no horizonte (assunto a ser tratado no subcapítulo “Saudações ao astro rei e à carioquice: o gesto de aplaudir o pôr do sol do Arpoador”). A experiência sensível dos lugares e de posturas e gestos corporais como efeito privilegiado da vida urbana integra o corolário simbólico nessa duplicidade que os une. O lugar, pela força das coisas, induz o sujeito ao ato de compartilhar (MAFFESOLI, 2014).

Cidades são compostas por tramas que se desenrolam diariamente, fazendo com que as mesmas possuam uma forma (SIMMEL, 2008), entendida aqui como o elemento que estrutura as interações sociais, auxiliando a compreensão e a reflexão dos atos cotidianos como a descrição dos sentidos ou as significações manifestas, seja na moda, nos concertos musicais ou nos conflitos sociais (FERNANDES, 2012). E, nos inúmeros momentos de efervescência experimentados e vivenciados em uma cidade como o Rio de Janeiro, os espaços do bairro de Copacabana frequentemente se transformam em lugares de grande socialidade (como no *réveillon*, por exemplo), quando se instaura um clima eufórico, no qual, no meio da balbúrdia, pouco importa saber as origens da festa, sua história ou o que quer dizer *réveillon* – e sim o desfrutar e compartilhar emoções, o estar junto (ELIAS, 2016).

³³ Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-42643527>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

³⁴ Disponível em: <<http://www.rio.rj.gov.br/web/guest/exibeconteudo?id=2617685>>. Acesso em: 3 set. 2021

Conforme será tratado adiante, a tese parte do pensamento de que a cidade contemporânea é o ponto nodal de toda a socialidade, entendida como a expressão cotidiana da solidariedade orgânica em ato (MAFFESOLI, 2001a). Para Simmel (2006), tal conceito equivaleria ao chamado “impulso de sociabilidade”, que se desprende da concretude ou realidade da vida social e do mero processo de sociação. Ainda segundo o autor, a sociação se contrapõe à socialização, e existe quando “a coexistência isolada dos indivíduos adota formas determinadas de cooperação e de colaboração, que caem sob o conceito geral de interação” (SIMMEL, 1983, p. 60). Apenas para aprofundar o raciocínio em questão, vale registrar que Sennett também entende como sociabilidade “o sentimento de uma espécie de fraternidade limitada em relação aos outros” (2018, p. 293), que leva em consideração o impulso de sociabilidade capaz de animar a cooperação entre as pessoas.

No Rio de Janeiro, Copacabana (objeto da tese) enquanto lugar de pertencimento cultural é um dos bairros que, como tantos outros, nos permite compreender que o fundamento da vida em sociedade é um querer-viver instintivo, traduzido como élan vital (MAFFESOLI, 2010). Trata-se do élan comunitário, que permite que o intercâmbio indivíduo-cidade desperte ou provoque o grupo para a possibilidade de se re-conhecer e, neste re-conhecimento, descobrir sua potência geradora, criativa e transformadora sociocultural (FERNANDES, 2009). E de Nietzsche a Bergson, passando por Simmel, inúmeros são os pensadores que enfatizaram, de qualquer maneira que o chamem, o élan vital (MAFFESOLI, 2014).

A socialidade se expressa quando se faz algo junto; logo, as práticas cotidianas se enraizam em um húmus que é fator de socialidade (MAFFESOLI, 2001a). Assim, deve-se ter em mente que a razão sensível se opõe ao pensamento que enxerga o social como algo resultante de uma determinação econômico-política, ou ainda, como resultado racional (FERNANDES, 2009). A temática da socialidade (*socialité*) se fundamenta na conjunção entre a razão e o sensível, renomeando o mundo social como o fruto de uma interação permanente e de uma reversibilidade constante (FERNANDES, 2009). As formas sensíveis da vida social reportam à “socialidade de base, comportando uma boa parte de inconsciente não dito, naturalmente, ou de imaginário reivindicado” (MAFFESOLI, 2007, p. 27).

Investigar socialidades presentes em Copacabana, partindo do raciocínio que as mesmas constituem o elo de diversas tribos e do seu respectivo imaginário, como um *locus* de interação e vivência comunitária (FERNANDES, 2009), é um dos desafios da tese. Tal desafio se tornou ainda maior a partir de março de 2020, quando a pandemia de covid-19 chegou ao Rio de Janeiro, impedindo as minhas idas ao bairro de Copacabana para realizar o

trabalho de campo presencial. Porém, partindo do conceito que locais são atores-redes (LATOURET, 2012), foi possível dar continuidade à pesquisa mesmo após a chegada do coronavírus, apesar da impossibilidade de estar fisicamente presente em Copacabana (o que me causou grande tristeza, conforme já explicado).

A ambiência de vida urbana cotidiana constrói lugares de emoções ou sensíveis (LA ROCCA, 2015). Os pequenos ritos do cotidiano são peças essenciais para a trama social, permitindo assim uma análise polifônica desse fenômeno multidimensional que é a socialidade (MAFFESOLI, 2001a). Ou seja,

não importa que consideremos uma racionalidade capaz de explicar o processo de transformação histórica que transcorre até os tempos recentes, sempre há o princípio da socialidade a nos lembrar que, mesmo a sociedade que se guia pelas funções de suas classes, pelas finalidades últimas do homem, há sempre o cimento capaz de sustentar e manter as formas sociais e que começa a aparecer de modo mais evidente no mundo contemporâneo (GOMES; GONDAR, 2017, p. 8).

A variedade e a riqueza estilística da existência contemporânea produzem uma experiência urbana sensível (LA ROCCA, 2015), que se desvenda através do imaginário acerca de um país, de uma cidade ou de um bairro, como na presente tese. Assim, não há como ignorar a existência de uma socialidade espacial (MAFFESOLI, 2001a), na qual “o afeto, a sensibilidade e o erótico aparecem como fatores, características mais primordiais, arcaicas, quando levadas a compreender o que nos move” (GOMES; GONDAR, 2017, p. 8-9). Na sociedade contemporânea, o instinto avança sobre o racionalismo abstrato, e assim se enriquece, tornando-se razão sensível (MAFFESOLI, 2014, p. 7). Práticas como jogar frescobol, caminhar no calçadão de pedras portuguesas da “Princesinha do Mar”, patinar na Avenida Atlântica, vivenciar a “carioquice zona sul” e a “carioquice suburbana” e demais experiências analisadas no presente estudo fornecem pistas sobre como a cidade do Rio de Janeiro vai tecendo o seu imaginário, com ênfase no bairro de Copacabana. Na contemporaneidade, são justamente

os menores gestos da vida cotidiana, o aperitivo do final da tarde, os rituais do vestuário, os passeios da noite na praça pública, as conversas de bar e os rumores do mercado, todos esses “pequenos nada” que materializam a existência e que a inscrevem num lugar são, na verdade, fatores de socialidade (MAFFESOLI, 2001a, p. 87).

Em outros termos, a investida de afeto sobre o racionalismo dominante na razão ocidental lançou um novo olhar sobre os modos de comunicação, transformando a sociedade em um espaço no qual a socialidade impera com maior frescor (GOMES; GONDAR, 2017).

E a cidade é um espaço indutor da socialidade (MAFFESOLI, 2001a), onde estilos e identidades são traduzidos pela necessidade de manifestação social nos diferentes territórios cotidianos, fazendo eclodir novos códigos e expressões simbólicas que constituem o imaginário urbano (LA ROCCA, 2018). E ao estudar o imaginário de um bairro como na tese, cabe ressaltar que

a sociologia contemporânea finalmente fez justiça ao que se pode chamar o imaginário social. Conhecemos sua importância na vida cotidiana e é inútil aqui lembrar todos os trabalhos que analisam essa importância e que levam em conta suas diversas manifestações. [...] Em “As estruturas antropológicas do imaginário”, G. Durand se ocupa das diversas imagens que exprimem os regimes diurno e noturno do imaginário. Ora, essas imagens que encontramos nas lendas, nos contos, nos fantasmas populares, estão todas ligadas a um lugar, a uma territorialização bem precisa. É o que torna possível dizer que o espaço é a forma a priori do fantástico (MAFFESOLI, 2001a, p. 82-83).

Ao compartilhar os espaços da cidade, os sujeitos os territorializam, fazendo com que os mesmos se tornem lugares, onde são celebrados diversos cultos de forte componente estético-ético, pois o lugar é o “espaço do acontecer solidário”, que possui a capacidade de gerar valores de diversas naturezas, como culturais, antropológicos, econômicos, sociais, etc. (SANTOS, 1994). Entendidos como “espaços afetivos” que vão sendo construídos, os lugares tomam forma à medida que são vividos, experienciados, sensivelmente e inteligivelmente (FERNANDES, 2012). O lugar é um espaço onde impera o espírito de proximidade e vizinhança (SENNETT, 2018).

Por conseguinte, a tese se baseia no conceito de socialidade (MAFFESOLI, 2001a), bem como nos regimes diurno e noturno do imaginário (DURAND, 1997) para ler a múltipla e plural Copacabana, que se desvenda através das vivências e das narrativas, buscando entender as estruturas de significado presentes em cada relato dos atores (CICOUREL, 1980).

E se a pluralidade é algo presente na vida das urbes, pode-se tomar como exemplo o Rio de Janeiro “de cidades misturadas e camufladas”³⁵, uma vez que:

qualquer tentativa de leitura da cidade acontece por meio de intrincada rede comunicacional e simbólica, em que narrativas se sobrepõem, se excluem e se complementam, dando ensejo a novas leituras e interpretações, em contínuo processo de reinvenção de sentidos (FREITAS; GONÇALVES, 2012, p. 52).

E o fato de ser/se sentir carioca não é algo restrito apenas a quem vive (ou nasceu) na delimitação geográfica da cidade do Rio de Janeiro, pois o imaginário carioca não se constrói pela geografia e pelo espaço demarcado nos mapas (SANTOS; VELOSO, 2009), e sim por

³⁵ Trecho da música “Rio Quarenta Graus”, composta por Carlos Laufer, Fausto Fawcett e Fernanda Abreu.

outras características de pertencimento. Ou seja, para entender os múltiplos imaginários acerca de Copacabana abordando a “carioquice ou carioquidade” (GONTIJO, 2002), é necessário lançar olhares abertos e multiformes, sem engessamentos, pois existe uma renovação constante nas práticas e experiências através do jogo cotidiano entre centramento-descentramento, territorialização-desterritorialização, fronteiras fixas-movediças, em que as diversas tribos tecem os significados dos lugares, e onde os sujeitos estabelecem seus intercâmbios culturais quando se trata de tecer o imaginário de uma cidade (FERNANDES, 2012). E uma cidade é a sua gente (SENNETT, 2018).

A cidade contemporânea se transforma e se reconfigura entre os fragmentos, entre o variado leque de experiências cotidianas vividos pelos sujeitos (MAIA; BIANCHI, 2012). E é justamente nos fragmentos, nas múltiplas possibilidades do cotidiano que bate o coração da cidade na contemporaneidade, suscitando as dimensões corpóreas dos sujeitos em interação nos diversos ambientes do cenário urbano. Tal pensamento demonstra um corpo/cidade ou “carne e pedra” (SENNETT, 2008):

uma maneira de imaginar a forma urbana como um todo é tomar a rua como uma artéria, os *longtangs* como seus capilares, os pátios fechados nas laterais como membranas das células sanguíneas e os prédios propriamente como o que é sólido no interior (SENNETT, 2018, p. 131).

E se pensados como atores-redes, os ambientes e demais elementos que compõem o cenário urbano apresentam “circuitos de nervos, sangue. Linfa e hormônios encarregados de manter a existência do organismo” (LATOURETTE, 2012, p. 316). E o quebra-cabeça do imaginário contemporâneo se constrói a partir da atmosfera cotidiana e da sua constelação de fragmentos (LA ROCCA, 2018), cujo organismo em questão é a cidade.

1.1.3 O “quebra-cabeça” do imaginário na contemporaneidade e a perspectiva urbana

A Psicologia e a Sociologia são consideradas os berços das pesquisas sobre o imaginário. Todavia, no que diz respeito ao campo da Comunicação, Barros (2010) aponta que o imaginário se tornou noção-chave para um entendimento que venha a conectar as dimensões política, social, histórica e cultural dos fenômenos. Ao elaborar a sua Teoria Geral do Imaginário, Durand (1979) partiu da crítica que fez à desvalorização da imagem e do imaginário no pensamento ocidental. Afinal, é o imaginário o lugar dos entre-saberes, o tecido conjuntivo que une as disciplinas (BARROS, 2010).

Partindo das ricas interações socioculturais-ambientais que a compõem, a cidade contemporânea pulsa em seu dinamismo (HERSCHMANN; FERNANDES, 2011). Desse modo, cabe ressaltar a importância dos Estudos do Imaginário como base teórica no sentido de ajudar a desvendar a cidade, bem como para compreender as suas tramas cotidianas sob a ótica da contemporaneidade. Nesse contexto, “pode-se dizer contemporâneo apenas quem não se deixa cegar pelas luzes do século e consegue entrever nessas a parte da sombra, a sua íntima obscuridade” (AGAMBEN, 2009, p. 63). Os Estudos do Imaginário agregam conceitos e teorias para melhor entendimento da cidade contemporânea, e inclusive:

têm sido estendidos a áreas muito diversas daquelas em que nasceram e isso é um ótimo sintoma de sua fecundidade e de sua vocação transdisciplinar. No entanto, a mesma amplitude que os faz penetrar desde a Antropologia e a Literatura até as Ciências da Saúde, a Educação, a Comunicação e a Arquitetura, entre outras, exige que cada área e, provavelmente, cada pesquisa desenvolva sua metodologia própria, capaz não só de equacionar as questões que lhe são peculiares como também de lidar com o relevo de seu corpus teórico e/ou empírico (BARROS, 2016, p. 240).

Para Durand (1997), o imaginário estende sua influência sobre a vida social. Desse modo, “o imaginário, assim, institui relações entre elementos aparentemente disparatados, entre o que imagina e o que precisa esboçar como imagem” (ARRUDA, 2005, p. 215). De acordo com Durand (1997, p. 212), o imaginário pode ser definido como:

o conjunto das imagens não gratuitas e das relações de imagens que constituem o capital inconsciente e pensado do ser humano. Este capital é formado pelo domínio do arquetípico – ou das invariâncias e universais do comportamento do gênero humano – e pelo domínio do idiográfico, ou das variações e modulações do comportamento do homem localizado em contextos específicos e no interior de unidades grupais.

No campo da sociologia do imaginário, Legros *et al.* (2007) refletem acerca das subjetividades abarcadas pelo conceito em questão, fornecendo assim a sustentação teórica e metodológica da tese. De acordo com os autores (2007, p. 88):

O imaginário vai nascer das variações perceptíveis e sensíveis que uma experiência concreta e irreduzível, mas bastante geral, inscreve na nossa prática cotidiana. Uma geografia sentimental das ruas e das edificações, dos parques, dos cafés, de um quarteirão vem, então, se sobrepor àquela dos usos calculados e das obrigações.

Provindos da experiência afetiva da matéria ou das formas, “os produtos da imaginação constituem um repertório individual ou coletivo de imagens, a que se dá o nome de imaginário” (SODRÉ, 2006, p. 117). Complementando o raciocínio em questão, Maffesoli (1995) cita que a perspectiva imaginal nos permite atentar aos objetos e/ou aos eventos por si

mesmos, em toda sua concretude, sua presença e sua dinâmica própria. Ainda segundo o autor, o imaginário é o estado de espírito de um grupo, de um país, de um Estado nação, de uma comunidade, já que ele (o imaginário) é capaz de estabelecer vínculo, é cimento social (MAFFESOLI, 2011). Assim, a sociologia do imaginário oferece contribuições a tudo que concerne o domínio da afetividade (LEGROS *et al.*, 2007).

A tese buscou analisar as traduções acerca do imaginário relativo à Copacabana junto aos diversos atores que, de algum modo, a experienciam e/ou experienciaram. Registra-se aqui que a pesquisa não se limita a uma relação de estereótipos arraigados às construções identitárias sobre a cidade do Rio de Janeiro – e nem sobre o bairro de Copacabana. Para tal, parti da análise atenta dos dados falados dos atores que entrevistei, visando levar a compreensões mais claras para a pesquisa (MYERS, 2011), não permitindo assim que o julgamento ocasionasse a cristalização das ideias, o que atribuiria às mesmas um limitante sentido de verdadeiro ou falso, como ocorre nos estereótipos (CHARAUDEAU, 2017). Não coube a mim julgar cada defesa (ou ataque) em relação ao bairro de Copacabana, pois o que está em jogo não é a ideia de estereótipo, que é

demasiado restritiva, uma vez que só é identificada por seu caráter de fixação de uma verdade que não seria provada ou que seria falsa. O imaginário não é nem verdadeiro nem falso. Ele é uma proposição de visão do mundo que se baseia nos saberes que constroem os sistemas de pensamento, os quais podem se excluir ou se sobrepor uns aos outros. Isso permite ao analista não ter que denunciar este ou aquele imaginário como falso. Não é esse seu papel. Seu papel consiste em ver como aparecem os imaginários, em qual situação comunicativa eles se inscrevem e qual visão de mundo eles testemunham (CHARAUDEAU, 2017, p. 587).

O bairro de Copacabana possui extrema diversidade cultural, conceito que remete à noção de redes que se reencontram nos espaços, sejam eles privados ou públicos (BAUDOUI, 2016). Uma rede é um entrelaçamento social, ou agregação social, como a reatualização do antigo mito da comunidade em que as informações, os desejos e as fantasias circulam em um mecanismo de proximidade (FERNANDES, 2009). E para adentrar o universo das redes que tecem o cotidiano de uma cidade, é necessário compreendê-lo a partir de sua perspectiva intercultural (CANCLINI, 2011). Cada fragmento urbano possui múltiplos significados, e a “tarefa consiste em desdobrar os atores como redes de mediações” (LATOUR, 2012, p. 198). Ou seja, uma cidade se desdobra em variadas redes de fluxos comunicacionais, produzindo percepções diversas (FREITAS; GONÇALVES, 2012). A rede, tomada em sentido amplo, “se apresenta como uma modificação radical das percepções e das alterações comunicacionais

que não acabaram e nem poderiam acabar – culturas intermináveis no sentido mais móvel e mais desordenado possível” (CANEVACCI, 2005, p. 147).

Elementos da vida cotidiana são capazes de realçar as condutas que apelam aos imaginários (LEGROS *et al.*, 2007). Durante o desenvolvimento da pesquisa, constatei que, quando se trata do imaginário de Copacabana, algumas ambiências aparecem de modo recorrente, dentre elas: o calçadão, os idosos, a prostituição, a população de rua, a boemia, as multidões e o réveillon, conforme será tratado no decorrer dos capítulos da tese. Ao definir Copacabana, o morador Rafael³⁶, 24 anos, me relatou:

Quando penso em Copacabana, lembro de velho, cachorro, farmácia... Lembro da praia do Leme. É um bairro especial porque tem rico, tem pobre, tem miserável e tem gente morando na rua. É interessante do ponto de vista social. Possui muito idoso, mas com bastante pluralidade. Copacabana não é jovem. Ela também me remete à casa. Sou criado aqui; em Copacabana estão minhas raízes. Ah, lembro de calor... Mas isso é no Rio de Janeiro todo³⁷.

Contudo, mesmo associado aos idosos, existe uma percepção de que o bairro está sempre se renovando, de acordo com os entrevistados. Copacabana se apresenta como uma “princesinha” que carrega a tradição oriunda da modernidade, mas que se transforma em uma potente e festiva mulher contemporânea, principalmente quando a noite chega. De acordo com Kellys³⁸, 42 anos, diretora e produtora cultural, Copacabana é uma nave. Paraibana da cidade de Patos, ela mora no Rio de Janeiro desde 2009. Em entrevista cedida a mim em abril de 2021, Kellys relatou:

Olha, eu defino Copacabana como uma grande nave espacial, que recebe várias tribos, de vários lugares do mundo. E não é porque tem a ver com extraterrestres, porque são ETs. É uma nave porque apresenta o espaço. Porque em Copacabana você encontra todo tipo de carioca. É um monte de cachorro, é um monte de gente, monte de velhinhos. É uma nave intergaláctica que circunda o Rio de Janeiro, e apresenta os cariocas para o mundo. E essa conexão espacial é que é o charme de Copacabana³⁹.

³⁶ Rafael foi entrevistado por mim em março de 2021. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

³⁷ Informação extraída de entrevista concedida por Rafael à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 26 de março de 2021.

³⁸ Kellys mora no bairro de Santa Teresa (localizado na zona central da cidade do Rio de Janeiro). O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade da entrevistada seja preservada.

³⁹ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Kellys à autora da tese, realizada no dia 1º de abril de 2021.

Já a baiana Beatriz X⁴⁰, 41 anos, residente na cidade desde 2010 e que já trabalhou em Copacabana, frisa a constante mutação do bairro e a sua capacidade de transitar entre o ontem e o hoje:

Eu diria que Copacabana tem uma história. É uma justa associação com o Rio: o Copacabana Palace, a bossa nova... Eu acho que o bairro tem história e tem um futuro. Eu respeito a tradição, eu gosto da riqueza histórica, mas gosto de ver essa renovação. O bairro é vibrante, tem turista, está sempre se renovando⁴¹.

Aos 72 anos de idade, Elizabeth Afonso (uma das proprietárias do bar Pavão Azul) mencionou que adora trabalhar à noite, e fez questão de evidenciar a “mistura de gente” existente no bairro ao ser entrevistada por mim:

Olha, eu acho que Copacabana é um lugar que tem de tudo. Eu adoro o bairro, apesar de nunca ter morado nele. Mas comecei a trabalhar em Copacabana no ano de 1967. Acho que atualmente ela está meio abandonada, porém é um bairro que todo mundo convive bem: idoso, jovem, turista... Todo tipo de gente convive em Copacabana, e penso que é um lugar onde as pessoas fazem amizade facilmente, existe uma harmonia⁴².

E se o conflito se faz presente no que tange à vitalidade das tribos (MAFFESOLI, 2010), ter a imagem de um país, de uma cidade, de um bairro significa “combinar nossos sentidos para compor um olhar, uma decodificação dos elementos urbanos” (LA ROCCA, 2018, p. 24). E na pletora de imagens que a tese descortina acerca do bairro, utilizo expressões para demonstrar alguns dos elementos oriundos das narrativas dos entrevistados sobre Copacabana, como “princesa das muvucas”, “mulher camaleoa” e “cinderela permissiva e boêmia”, com base nos conceitos de Durand (2014) que abordam a dinâmica do imaginário como uma bacia semântica, na qual os deltas e meandros do curso do rio deixam-se penetrar aos poucos pelos escoamentos enunciadores, em um movimento cíclico. Partindo da metáfora potamológica, onde *potamos* significa rio em grego, o conceito de bacia semântica permite:

uma análise mais detalhada em subconjuntos – seis, para ser exato – de uma era e área do imaginário: seu estilo, mitos condutores, motivos pictóricos, temáticas literárias etc., numa mitoanálise generalizada, isto é, propondo uma medida para

⁴⁰ Beatriz nasceu em Salvador, no Estado da Bahia. Atualmente reside no bairro de Jacarepaguá. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade da entrevistada seja preservada.

⁴¹ Informação extraída de entrevista concedida por Beatriz à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 30 de março de 2021.

⁴² Informação extraída de entrevista concedida por Elizabeth Afonso à autora da tese, realizada através de ligação telefônica no dia 31 de agosto de 2021.

justificar a mudança de modo mais pertinente do que o menos explícito princípio dos limites (DURAND, 2014, p. 103).

Ao analisar Copacabana, é possível entender como o bairro ajuda a construir narrativas de vida de quem passa pelo seu calçadão de pedras portuguesas, de quem usufrui de suas belezas naturais e de quem se permitiu viver experiências em sua polifonia (CANEVACCI, 1993). O imaginário que cerca Copacabana ajuda na composição simbólica das histórias que a circunscreve (MAIA; BIANCHI, 2012). E tais simbolismos despontam nessa “nave” atemporal, permitindo analisá-los sob a ótica do regime diurno e noturno (DURAND, 1997), conforme abordarei no capítulo quatro. Quando se trata de Copacabana, o mineiro Davidson⁴³, 39 anos, declarou a mim que o bairro o “encantou”. Morando no Rio de Janeiro desde 2006, ele afirmou ter se “carioquizado”, e definiu Copacabana do seguinte modo:

Tradicionalismo carioca está bem presente ali. A boemia presente no bairro. Copacabana é o bairro mais conhecido do Rio de Janeiro. A praia é a mais famosa do mundo. E quando falo em Belo Horizonte que moro no Rio, todo mundo lá pergunta: “Ah, é perto de Copacabana?” Copacabana é liberdade. Acho que as pessoas lá são livres para andar na rua. São muitos estilos, tem todo tipo de gente, apesar de ser um bairro tradicional⁴⁴.

E, ao sentir no corpo a energia vital de uma cidade, “as transmissões da experiência através de suas narrativas garantem certa continuidade da própria experiência que, obviamente, já não é mais a mesma” (JACQUES, 2012, p. 27). Narrativas coletivas são fios condutores do cotidiano urbano, e se constroem “pela ênfase nas maneiras de ser e estar, bem como nas modas e nos estilos de vida” (LA ROCCA, 2015, p. 79).

Ao agregar uma variedade de territórios simbólicos, os do fazer parte comum, musical, esportiva, religiosa, que formam tribos naturais (MAFFESOLI, 2010), Copacabana é um bairro onde as coisas “rolam” sob a lógica da interculturalidade urbana (BAUDOUI, 2016), e onde o “Outro urbano” (JACQUES, 2012) muitas vezes é o principal responsável por evidenciar uma “nova e empoderada Princesinha do Mar”. Que deixou no passado as grossas roupas de banho de mar do século XIX que mais pareciam uma armadura (O’ DONNELL, 2013), e que agora exhibe corpos com marquinhos de biquínis e sungas de fita isolante nos

⁴³ Davidson nasceu em Belo Horizonte/MG, e atualmente mora no bairro de Del Castilho (localizado na zona norte da cidade do Rio de Janeiro). O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

⁴⁴ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Davidson à autora da tese, realizada no dia 30 de março de 2021.

verões do século XXI⁴⁵. Que comemorou o *réveillon* 2018 com show da cantora Anitta no palco em frente ao Copacabana Palace, ao som de: “Vai, malandra, an an! Ê, tá louca, tu brincando com o bumbum!”, transformando o local em um animado baile funk⁴⁶.

Tomando-se como exemplo o *réveillon* de Copacabana e a sua importância no imaginário carioca, o que melhor caracteriza a pós-modernidade é o vínculo que estabelece entre a ética e a estética, o que “*stricto sensu*, é exatamente isso que constitui o festivo, em seu sentido mais profundo” (MAFFESOLI, 2004, p. 85, grifo do autor). Na verdade, o objeto da estética é a

arte de perceber, uma poética da percepção, portanto, um modo de conhecimento do sensível em sentido amplo – a faculdade de sentir do sujeito humano, semanticamente implicada no grego *aisthánesthai*, isto é, perceber por meio dos sentidos. *Aisthesis* (sensibilidade, estesia), por sua vez, é tanto sensação quanto percepção sensível (SODRÉ, 2006, p. 86, grifos do autor).

Na contemporaneidade, as aglomerações reforçam a importância do lúdico, do retorno festivo, pois é por meio dos excessos e das tensões que as paixões e as emoções reencontraram o lugar que o racionalismo moderno tinha arrancado delas (MAFFESOLI, 2014). Considerado um dos principais megaeventos da cidade do Rio de Janeiro, o *réveillon* de Copacabana possui destaque no cenário mundial de festividades (ELIAS, 2016). E tudo leva a crer que, entre excessos, tensões e emoções oriundos da aglomeração, passar o primeiro *réveillon* em Copacabana é uma experiência singular – mesmo para uma das principais estrelas da noite em que se comemorou a chegada do ano de 2018. Pela primeira vez em Copacabana para realizar um dos espetáculos do *réveillon* 2018, Anitta declarou: “Quando subi aqui hoje só conseguia pensar nisso. Antes de cantar nunca tinha vindo em Copacabana, esses fogos eu nunca tinha visto. [...] Foi o melhor ano da minha vida”⁴⁷.

E é interessante observar que, mesmo para quem declara “não possuir nenhuma ligação com Copacabana” como o entrevistado Jorge⁴⁸, 41 anos, residente na Praça Seca (zona oeste da cidade), a festa de ano novo do bairro é algo que não passa incólume. Ao entrevistá-lo, Jorge se definiu como um “carioca do subúrbio” (assunto a ser tratado no

⁴⁵ Disponível em: <<https://glamurama.uol.com.br/e-moda-no-morro-e-moda-na-zona-sul-sera-a-revista-j-p-descobriu-tudo/1>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

⁴⁶ Disponível em: <<https://f5.folha.uol.com.br/musica/2018/01/anitta-coloca-a-multidao-para-rebolar-em-grande-baile-funk-apos-virada-em-copacabana.shtml>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

⁴⁷ Disponível em: <<https://f5.folha.uol.com.br/musica/2018/01/anitta-coloca-a-multidao-para-rebolar-em-grande-baile-funk-apos-virada-em-copacabana.shtml>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

⁴⁸ Jorge nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

subcapítulo “Santa Clara 33: comprando biquínis, maiôs, sungas e apetrechos praianos em Copacabana”), e me explicou: “Sou um carioca que não tem glamour por Copacabana. Eu sou um carioca que diz que nunca irá ao réveillon de Copacabana”⁴⁹.

Efervescência, anomia e proximidade do excesso são questões que podem ser correlacionadas à virada do ano em Copacabana (ELIAS, 2016), bem como o imaginário acerca da festa. Mas quando começa a contagem regressiva para o ano vindouro, nada disso importa. Afinal de contas, o afeto pesa mais do que o intelecto na hora que os fogos brilham no céu de Copacabana para avisar que o ano novo chegou. E “indignar-se, emocionar-se, vibrar junto, em suma, ser afetado pela alteridade é o denominador comum do imaginário contemporâneo” (MAFFESOLI, 2014, p. 174).

A Copacabana do céu colorido com a tradicional queima de fogos de artifício na noite do dia 31 de dezembro é algo tão marcante no imaginário que, com a suspensão da festa de ano novo 2021 e o fechamento do acesso ao bairro para evitar aglomerações no “*réveillon* da pandemia”, a sensação de vê-lo vazio causou estranheza⁵⁰. O impacto da covid-19 na cultura urbana contemporânea e na compreensão da cidade nos atirou em uma nova realidade: “a coronavida” (BEIGUELMAN, 2020, p. 3). A partir de então, pairava no ar a seguinte indagação no final de 2020: como imaginar a orla de Copacabana sem a multidão aglomerada no dia 31 de dezembro, fazendo a contagem regressiva para receber 2021? Para Benjamin (1991), a multidão é o véu através do qual a cidade acena ao flâneur enquanto fantasmagoria. E ao festejar a sua urbanidade, a cidade contemporânea oferece suas próprias cronologias: luzes de Natal, fogos de artifício de Ano Novo, apresentação de vitrines, etc. (LE BRETON, 2020). Entre a Copacabana real e concreta com as suas areias vazias no *réveillon* 2021, corresponderam outras tantas Copacabanas imaginárias, “a mostrar que o urbano é bem a obra máxima do homem, obra esta que ele não cessa de reconstruir, pelo pensamento e pela ação” (PESAVENTO, 2007, p. 11).

Ao participarem da efervescência coletiva do meio urbano, os sujeitos vivenciam a espacialização da existência, que pode ser entendida como “um processo de elaboração simbólica do espaço emergente nas práticas corporais da vida cotidiana” (LA ROCCA, 2015, p. 176). E visando aprofundar o raciocínio, cabe destacar que a sociologia da vida cotidiana baseia sua investigação no aspecto qualitativo das atitudes sociais (MAFFESOLI, 2005a),

⁴⁹ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Jorge à autora da tese, realizada no dia 30 de março de 2021.

⁵⁰ Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/brasil/rio-vai-fechar-acesso-a-copacabana-no-reveillon/>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

tornando possível observar as subjetividades que se apresentam no dia a dia da cidade, evidenciando “o deslizamento da representação para a apresentação do mundo” (MAFFESOLI, 2010, p. 82).

E quando se trata de investigar o imaginário de uma cidade ou de um bairro (como no caso do presente estudo), fica evidente que a socialidade une a razão e a sensibilidade (FERNANDES, 2009). Em um cenário pandêmico, a principal lição é que só existimos coletivamente, que precisamos passar por outros para existir: objetos, superfícies e humanos (LEMOS, 2020a). E se o viver social é dinâmico e fluido,

no isolamento forçado pelo SARS-COV-2 podemos ver mais claramente a nossa dependência aos outros humanos e não humanos e, por estarmos isolados, valorizamos e sentimos fortemente a necessidade do contato, da comunicação, da conexão (LEMOS, 2020a, p. 1).

Tendo como centro da investigação o imaginário dos jovens cariocas acerca do bairro de Copacabana, o estudo parte da premissa de que “a sociologia do imaginário identifica as imagens que movem subterraneamente o social e determinam os comportamentos coletivos” (LEGROS *et al.*, 2007, p. 189). É importante reiterar que a tese aborda o conceito de juventude “dilatada”, tendo em vista que, na contemporaneidade, a multiplicação das identidades juvenis e nômades deu origem à antropologia da juventude, que evidencia a imprecisão e a instabilidade em definir a percepção de si e do outro sobre o ser jovem (CANEVACCI, 2005) – assunto a ser abordado adiante.

Quando se busca compreender o imaginário de uma cidade, não se pode esquecer que, no discurso, a mesma funciona como baliza para definição de estratégias socioeconômicas e políticas. Mas a riqueza de se investigar o imaginário de uma cidade ou de um bairro está justamente para além do discurso e das demais definições totalizadoras, pois o mundo vivido se apresenta no imaginário, que pode ser visto como “agente de atribuições da realidade, é o elemento responsável pelas criações humanas” (PESAVENTO, 2007, p. 11-12). Nesse caso, o desvendar do imaginário deve buscar o entendimento da vida urbana partindo das suas contradições próprias. E se por um lado a linguagem do poder “se urbaniza”, por outro, a cidade se vê entregue a movimentos contraditórios que se mesclam alheios ao poder panóptico (CERTEAU, 1994).

De modo geral, as produções do imaginário se submetem às paixões e subjetividades de seus atores, fazendo com que o imaginário partilhado seja a “matéria subterrânea das coisas”, assegurando a coerência secreta do natural e do cultural, do espaço social e do

sentimento estético (MAFFESOLI, 2005a), pois o estético é o que depende da sensibilidade ou que se refere à dimensão subjetiva no que tange à representação dos objetos (SODRÉ, 2006). Partindo da subjetividade cotidiana, a leitura do quebra-cabeça do imaginário contemporâneo forma uma “climatologia”, que pode ser entendida como um conceito que:

indica tendências na atmosfera em que estamos envolvidos e que dirige o olhar para as situações cotidianas. A climatologia serve de base para uma imagem-tipo da cidade pós-moderna necessária para a determinação do clima atual da paisagem urbana. Essa climatologia sociológica e cultural se funda sobre observações, parâmetros e outras variáveis que caracterizam a cidade, tais como a “temperatura social”, o “vento cultural”, as “precipitações simbólicas” e as “nuvens estéticas” (LA ROCCA, 2018, p. 23).

A criação de um “lugar-tempo” é o efeito da climatologia pós-moderna, na qual a vida urbana cotidiana se expõe. Isso significa que o tempo se contrai em espaço, tornando fecunda a sinergia entre espaço e socialidade (MAFFESOLI, 2004). E quando se trata de entender o imaginário de uma cidade na perspectiva maffesoliana, faz-se necessário atentar ao localismo, à proximidade, à errância e ao nomadismo (LEGROS *et al.*, 2007). Errâncias urbanas são as experiências de apreensão e investigação do espaço urbano pelos errantes, que são:

aqueles que realizam errâncias urbanas, experiências urbanas específicas, a experiência errática das cidades. A experiência errática afirma-se como possibilidade de experiência urbana, uma possibilidade de crítica, resistência ou insurgência contra a ideia do empobrecimento, perda ou destruição da experiência a partir da modernidade, levantada por Walter Benjamin e retomada por Giorgio Agamben, que radicaliza a questão ao sugerir o que seria uma expropriação da experiência (JACQUES, 2012, p. 19).

E caso partamos do conceito de “cidade-mulher” (aquela que se apresenta justamente nos pequenos detalhes), a riqueza da cidade a ser desvendada é para quem se permite adentrá-la em uma lógica nômade (JACQUES, 2012). E ao desvendarmos a espacialidade escondida no frenesi dos movimentos da “cidade-mulher” (BARBOSA, 2003), é possível refutar a ideia de apropriação da experiência na contemporaneidade proposta por Agamben, já que o processo de domesticação e anestesiamiento impostos aos espaços urbanos (JACQUES, 2012) não apagam as continuidades e as descontinuidades do cotidiano. A alteridade urbana, o Outro urbano (que resiste à pacificação) se impõem de modo vigoroso aos olhares de quem se permite olhar minuciosamente a “cidade-mulher”, e desvendar seus infundáveis mistérios.

No entanto, o ato de circular e de se aglomerar pelas cidades ganhou restrições com a pandemia de covid-19 e, em determinadas situações, a força dos nômades foi suprimida pela contenção em relação à presença física (BEIGUELMAN, 2020). Impossibilitada de estar

fisicamente presente nos lugares de Copacabana, observar *in loco* e conversar com pessoas no decorrer da pesquisa devido ao coronavírus, utilizei recursos como as ligações telefônicas e as videochamadas (via aplicativo de mensagens WhatsApp) para ouvir os atores. Nesse sentido, a descoberta das evidências dos atores são condições básicas da pesquisa social, me permitindo interpretar o que os mesmos narram sobre suas ações, comportamentos e sentimentos (CICOUREL, 1980).

No que diz respeito ao tempo, o compromisso que está em questão na contemporaneidade não possui como base o tempo cronológico no que tange às práticas e experiências. Em se tratando do contemporâneo, o compromisso “é, no tempo cronológico, algo que urge dentro deste e que o transforma” (AGAMBEN, 2009, p. 165). Desse modo, a climatologia (LA ROCCA, 2018) permite avistar as ambiências que configuram a cidade contemporânea, seus atores e as suas múltiplas “experiências de tempo” (AGAMBEN, 2009). A análise climatológica permite a elaboração de metáforas que dão uma conotação específica ao presente das cidades contemporâneas, que:

nos mergulha num labirinto sisifiano ou situacionista do imaginário urbano, dotando cada cidade de um aspecto particular, de uma poética sensível que reflete sua essência, seu estado de espírito, sua vitalidade, seu ser. Vemos que se trata de uma transfiguração a ser entendida como a passagem de um antigo modo de ver para outra perspectiva que contribui para a compreensão das cidades contemporâneas (LA ROCCA, 2018, p. 25).

Sendo assim, a produção da ambiência está associada à forma de viver as vibrações, de sentir em nossos corpos a energia vital de uma cidade como o Rio de Janeiro (LA ROCCA, 2015). E ao perceber tais ambiências, pode-se desvendar o rico labirinto do imaginário espacial e emocional das cidades, uma vez que “ser cidadão, portar um *ethos* urbano, pertencer a uma cidade implicou formas, sempre renovadas ao longo do tempo, de representar essa cidade” (PESAVENTO, 2007, p. 11). A cidade contemporânea se apresenta através de grandes ajuntamentos, aproximando corpos e exibindo suas efervescências sociais (MAFFESOLI, 2005b); e, em nosso cotidiano, raramente possuímos um controle total da nossa proximidade com os outros no curso diário da vida (BUTLER, 2020). Contudo, com a chegada do coronavírus em março de 2020, tal proximidade física com outras pessoas se tornou motivo de preocupação para muitos. Pessoas e objetos podem contaminar e ser contaminados, e

as condições da pandemia nos impelem a reconsiderar como os objetos estruturam e sustentam nossas relações sociais, encapsulando as relações de trabalho, mas também as condições de vida e morte que o trabalho, o movimento, a sociabilidade, o abrigo, implicam (BUTLER, 2020, p. 3).

E diante das condições pandêmicas e da necessidade de distanciamento, percebemos a ausência – e nela podemos reconhecer a importância daquilo que falta (LEMOS, 2020b). E em tempos de isolamento social para evitar o contágio durante a pandemia de covid-19, o que importa é que as redes de socialidade permanecem, por intermédio da internet ou de outras mídias (MAFFESOLI, 2004). E quanto às aglomerações do bairro entre os que ignoram a covid-19 e o seu poder letal, infelizmente a Princesinha do Mar (agora uma madura mulher carioca do século XXI) não pode mandar nos seus súditos. E, ao exibir a areia de sua praia com gente aglomerada nos dias de sol em plena pandemia, a própria Copacabana provavelmente deva ficar apreensiva. E talvez esteja se protegendo com o uso da máscara para viver e pulsar ainda mais, no auge dos seus 129 anos de vida, completados em julho de 2021. Na ocasião do aniversário do bairro, em 6 de julho de 2021, o governo do Estado do Rio de Janeiro anunciou a retomada das obras do Museu da Imagem e do Som (MIS), situado na Avenida Atlântica, já que o projeto estava parado desde o ano de 2016⁵¹. Nesse contexto, vale destacar que o endereço que abrigará o Museu da Imagem e do Som fica localizado onde funcionava a boate Help que, até o seu fechamento no ano de 2009, foi considerada um dos principais “*points*” da noturnidade copacabanense antes de entrar em decadência. Posteriormente, a casa noturna se tornou um dos maiores símbolos da prostituição do Rio de Janeiro no fim da década de 1980, quando

a prostituição e o turismo sexual eclodiram no bairro, bem como nas suas casas noturnas. Pode-se citar como exemplo a boate Help. Inaugurada em 1984 na Avenida Atlântica, a discoteca visava atender um público de classe média alta. Todavia, no final dos anos 80, virou o maior espaço de prostituição da cidade. Partindo de outras reflexões sobre o mosaico que sempre definiu o bairro, Copacabana acabou sendo um dos locais com maiores índices de prostituição e de turismo sexual na cidade do Rio de Janeiro (PORTO, 2014, p. 82).

Contudo, o areal de outrora chegou ao século XXI com uma trajetória de várias transformações, assunto a ser tratado a seguir.

1.2 De areal pulguento à Princesinha do Mar do século XXI: breve panorama do bairro de Copacabana

⁵¹ Disponível em: <<https://br.noticias.yahoo.com/no-anivers%C3%A1rio-copacabana-governo-estado-073000254.html>>. Acesso em: 20 jul. 2021.

Ó pais que tendes filhos enfezados
 Frágeis e macilentos e nervosos,
 Afastai-os da manga e da banana.
 À beira-mar! Aos ares salitrados!
 E hei de vê-los roçados e viçosos...
 Para Copacabana!
 [...]
 Elegante moçaima de alto amor!
Dandies de fina luva e bom havana!
 Para um *flirt* não há melhor
 Do que em Copacabana⁵².

No século XIX, as quadrinhas⁵³ acima podiam ser lidas nos tíquetes de passagem dos bondes que saíam da rua Gonçalves Dias, localizada no centro do Rio de Janeiro, rumo a um até então distante areal. Fundada pela Companhia Ferro-Carril Jardim Botânico, a linha de bondes puxada por burros até Copacabana fez sua primeira viagem no dia 6 de julho de 1892, cujo feito marcaria também

a inauguração do Túnel Real Grandeza (atual Túnel Alaor Prata, mais conhecido como Túnel Velho), que, após oito meses de obras, atravessava a garganta entre o morro da Saudade e o morro de São João, ligando a rua que lhe emprestava o nome, em Botafogo, à rua do Barroso (atual rua Siqueira Campos), em Copacabana (O' DONNELL, 2013, p. 17).

Os bondes e os trens possuíram relevância na expansão geográfica da cidade; e, na época, o aumento da população e a crescente oferta de transportes impulsionaram o movimento de ocupação das áreas periféricas do Rio de Janeiro (CARDEMAN, 2012). É importante frisar que o bonde e o trem tiveram ação diferenciada no crescimento da cidade: enquanto o primeiro inicialmente se encarregou de fazer o transporte para a zona sul, o segundo surgiu como resposta a uma necessidade de deslocamento de pessoas de baixa renda, e que desenvolviam atividades consideradas menos nobres (ABREU, 2008). E mesmo com a transformação proporcionada pelos bondes e trens no período 1870-1902 no que tange à expansão da cidade, o Rio de Janeiro chegara ao século XX ainda associado a uma realidade colonial e escravista. Desse modo, o então prefeito Pereira Passos decidiu “embelezar” o centro com a sua política de “bota abaixo”, como já explicado anteriormente. A administração do engenheiro Francisco Pereira Passos

foi marcada pela realização de grandes reformas urbanas, que atingiram, sobretudo, a área central da cidade do Rio de Janeiro. As obras foram empreendidas por dois

⁵² Trechos impressos nos bilhetes dos bondes que ligavam o centro à Copacabana (O' DONNELL, 2013).

⁵³ Quadrinhas são trovas simples, compostas por quatro versos (o que acabou dando origem ao nome).

setores distintos da administração pública. O Governo Federal, sob o comando do presidente da República Rodrigues Alves, ficou encarregado da remodelação do Porto do Rio de Janeiro, empreendimento que compreendia a construção do trecho final do Canal do Manguê, na região da atual avenida Francisco Bicalho, e a abertura de uma avenida que conectava o porto ao centro comercial da cidade (DE PAOLI, 2013, p. 16-17).

O Rio de Janeiro queria dizer adeus ao seu passado colonial e insalubre; e a partir das reformas de Pereira Passos, a cidade diz “*oui*” para a modernidade em uma atmosfera de francofilia (PORTO, 2014). Tudo levava a crer que, após as modificações urbanísticas de Passos e o seu projeto de transformar o Rio de Janeiro em Paris, o centro rapidamente sofresse mudanças – e se expandisse de modo expressivo na sua forma-aparência (O’ DONNELL, 2013). Ledo engano. No decorrer do século XX, o projeto civilizatório tinha caminhado para o Atlântico, onde acabara de nascer o “fenômeno Copacabana, que atraiu para si não só uma série de atividades outrora radicadas exclusivamente no centro, como grande parte dos capitais que seriam normalmente canalizados para investimentos imobiliários na área central” (ABREU, 2008, p. 113). Cabe destacar que, com a abertura do Túnel Real Grandeza no final do século XIX, Copacabana passou a ser sistematicamente ocupada, já que antes o local “era de difícil acesso, havendo necessidade de transpor, para ali chegar, ladeiras íngremes e tortuosas” (VELHO, 1989, p. 19). E até a metade do século XIX, só se chegava ao bairro praticamente pelo mar (CARDEMAN, 2012).

Antes da facilidade de acesso proporcionada pelos bondes, Copacabana já seduzia quem por lá passava pela variedade de cactos e palmeiras, embora o local tivesse “moradores” que perturbavam os seus visitantes: as pulgas. Em 1845, o botânico *sir* Weddell declarou-se encantado pelo lugar, apesar das dúzias de pulgas, que atrapalharam o seu momento de repouso (O’ DONNELL, 2013). Com a inauguração do bonde que fazia o percurso entre Copacabana e o centro da cidade no ano de 1892, as atenções se voltaram para o oceano Atlântico, sinalizando os primeiros passos para a vida à beira mar – e também trazendo consigo a avidez do capital imobiliário. Todavia, cabe ressaltar que, por não acreditarem no potencial de crescimento daquele vasto areal, alguns empresários da Companhia Ferro-Carril Jardim Botânico se posicionaram contra a abertura da linha de bondes que chegava até Copacabana, conforme se observa a seguir:

A inauguração das linhas de Copacabana sofreu pressões contrárias de alguns acionistas da empresa que viam como um grande erro da diretoria e, na melhor das hipóteses, como um ato imprudente, a decisão de levar o bonde “àquele deserto arenoso, sem habitação e cujo progresso seria muito lento” (ABREU, 2008, p. 48).

No ano de 1894, duas empresas imobiliárias iniciaram o loteamento dos terrenos no bairro (CARDEMAN, 2012). Aos poucos, “o areal que era, definitivamente, o território do vazio” (O’ DONNELL, 2013, p. 32) começou a se desenvolver e a ganhar cada vez mais visitantes, deixando de ser aquele deserto habitado pelas indesejáveis pulgas. Em 1906, Copacabana passou por novas transformações, ganhando o seu segundo túnel, o do Leme (conhecido hoje como Túnel Novo); e nesse mesmo ano, “o prefeito Pereira Passos iniciou a construção da Avenida Atlântica, e começaram a circular os primeiros bondes elétricos” (CARDEMAN, 2012, p. 84).

Na alvorada da modernidade, o centro da cidade parisiense foi obrigado a “abrir alas” para a chegada da “Princesinha do Mar”. De acordo com Kaz (2010, p. 62):

Só Copacabana, dentro da cidade, reunia a oferta de edifícios à salubridade, à beleza da natureza, à atitude progressista pela adoção de um novo modo de vida, à ostentação pela proximidade dos marcos de luxo, da convergência social e de lazer das camadas abastadas, além da promessa mágica de modernidade.

E aquele Rio que se inspirava na França, onde cavalheiros usavam sobrecasacas de lã inglesa e senhoras se embrulhavam em vestido longos e xales em pleno verão (BOECHAT, 1998), abriu espaço para a metrópole da roupa de banho. Naquele momento, “o olhar do carioca ergue-se da praia e extasia-se com o oceano Atlântico” (LESSA, 2005, p. 246). A partir de então, ninguém conseguiu mais deter Copacabana.

No ano de 1922, o Brasil comemoraria o centenário da sua independência. Nesse contexto, o então presidente Epitácio Pessoa (1919-1922) aproveitaria o ensejo para fazer o país ser visto por outras nações do mundo, e decide organizar a Exposição de 22, sediada no Rio de Janeiro. O evento acabou obtendo uma proporção maior do que se pensara, com a participação de vários países estrangeiros (LEVY, 2010). Com uma média de 22 mil habitantes no ano de 1922, Copacabana concentrava a aristocracia moderna, sedenta por exhibir seus atributos distintivos (O’ DONNELL, 2013). E caso não fosse a ousadia do seu projeto de arquitetura para a época, o hotel Copacabana Palace seria inaugurado para as comemorações do centenário da independência no ano de 1922, conforme o presidente Epitácio Pessoa havia planejado. E por mais que os investimentos para a realização da obra fossem vultosos, o atraso na inauguração do hotel acabou sendo inevitável – e ocorreu no dia 13 de agosto de 1923 (PORTO, 2014).

Ao chegar à década de 40, Copacabana passou pela sua grande transformação vertical; e na ocasião:

Terrenos comprados a preços irrisórios são aproveitados para a construção de edifícios, permitindo lucros fantásticos às companhias construtoras. A falta ou precariedade de uma regulamentação, as deficiências de um código de obras, a força de grandes interesses garantem um crescimento desordenado para o bairro (VELHO, 1989, p. 23).

Por outro lado, mesmo consagrado como símbolo da modernidade com seu estilo de vida à beira mar, o crescimento do bairro começou a incomodar, como ressalta Kaz (2010, p. 73):

a ascensão de Copacabana como bairro moderno do Rio não se deu sem resistência. O bairro da elite em 1940 era a Tijuca; também Botafogo, com suas grandes casas; um pouco o Flamengo, em virtude da vizinhança com o poder; Laranjeiras e Cosme Velho recebiam a intelectualidade; o Méier era muito considerado, mas Copacabana não era “lugar de criar moça solteira”.

No final da década de 1950, o presidente do Brasil era Juscelino Kubitschek (1956 - 1960), e Copacabana ainda vivia o ritmo de boom imobiliário que tivera início após a Segunda Guerra, com a explosão das quitinetes (ou “kitinetes”). Na ocasião, as iniciais do presidente eram tratadas de modo irônico quando se tratava do crescimento de Copacabana: “As pessoas se acomodavam em pequenos apartamentos, chegando aos famosos JK (janela e kitchenete), também conhecidos como ‘já vi tudo’, levando à saturação já na década de 1950” (KAZ, 2010, p. 74).

E foi assim que, de lugar isolado, Copacabana passou a ser uma espécie de outro centro da cidade, onde as pessoas passaram a fazer suas compras, divertir-se e, cada vez mais, trabalhar, e muitos escritórios e consultórios se mudaram do centro para o bairro (VELHO, 1989). Pode-se tomar aqui como exemplo o prédio situado no número 33 da rua Santa Clara. Inaugurado em 1958, surgiu como opção de endereço para consultórios médicos e escritórios diversos, e depois acabou se transformando em um importante pólo de moda do bairro – assunto a ser abordado no subcapítulo “Santa Clara 33: consumindo moda praia em Copa”.

Foi também na época do governo Juscelino Kubitschek que o bairro se inseriu na rota do lazer noturno da cidade, com a inauguração de bares, restaurantes, boates e cinemas. Somente na década de 50, Copacabana ganhou oito cinemas: Caruso, Ricamar, Alvorada, Art Palácio, Condor, Copacabana, Riviera e Paris Palace (O’ DONNELL, 2013). O bairro chegou a ter mais de uma dezena de cinemas, e um deles (o Rian) ganhou um privilegiado endereço: a Avenida Atlântica⁵⁴. Inaugurado em 28 de novembro de 1942, o Rian inicialmente seria

⁵⁴ Disponível em: <<https://copacabana.com/cinemas>>. Acesso em: 3 abr. 2021.

chamado de Cine Atlântico⁵⁵. O cinema foi demolido em dezembro de 1983, e em seu lugar foi construído o Hotel Pestana⁵⁶.

Porém, dos anos dourados da década de 1950 até o século XX, os cinemas de rua foram perdendo espaço para as salas localizadas em shopping centers. Ademais, do videocassete da década de 80 à tecnologia streaming do século XXI, os espectadores dos cinemas foram se tornando cada vez mais escassos. E, em se tratando do bairro de Copacabana, restaram apenas os cinemas Roxy e o Joia. Situado no Shopping 680, na Avenida Nossa Senhora de Copacabana, o Joia não resistiu à pandemia de coronavírus, – e encerrou definitivamente as atividades no dia 13 de novembro de 2020⁵⁷. Sendo assim, sobrou somente o Roxy, que interrompeu as atividades no início da pandemia, mas chegou a ser reaberto em outubro de 2020. Mas com o agravamento da crise sanitária de covid-19, o cinema voltou a fechar em janeiro de 2021.⁵⁸ Localizado no número 945 da Avenida Nossa Senhora de Copacabana, o Roxy possui três salas de exibição com capacidade para oitocentas pessoas, e é administrado pelo grupo Kinoplex – cuja assessoria informou no mês de janeiro de 2021 através de nota oficial à imprensa:

O Roxy, em Copacabana, é um cinema de rua cujo público predominante são adultos acima dos 65 anos. Por conta da pandemia da covid-19, grande parte deste público ainda está em suas casas, aguardando a melhor hora de voltar ao cinema. O Roxy foi reaberto em 22 de outubro, seguindo rígidas regras de segurança e prevenção à covid-19, mas por conta de resultados que inviabilizam o funcionamento do local, o Kinoplex optou por interromper de forma temporária a operação do cinema novamente. Esperamos que, em breve, com a disponibilização da vacina, esse público, que tanto ama o cinema, possa retornar e viver novos momentos inesquecíveis no Roxy⁵⁹.

Ao se referir às salas de cinema de Copacabana, a entrevistada Andrea⁶⁰, 53 anos, moradora do bairro, me relatou: “Não tenho ido mais aos cinemas, por causa da pandemia. Eu

⁵⁵ Disponível em: <<http://brasilianafotografica.bn.br/?p=20721>>. Acesso em: 3 abr. 021.

⁵⁶ Disponível em: <<https://copacabana.com/cinemas>>. Acesso em: 3 abr. 2021.

⁵⁷ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/reaberto-em-2011-cine-joia-anuncia-fim-de-suas-atividades-24745098>>. Acesso em: 3 abr. 2021.

⁵⁸ Disponível em: <<https://vejario.abril.com.br/puc-rio/pandemia-agrava- crise-cinemas-de-rua-rio/>>. Acesso em: 3 abr. 2021.

⁵⁹ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/bairros/cinema-roxy-em-copacabana-deve-voltar-abrir-quando-houver-vacina-para-covid-19-24780751>>. Acesso em: 3 abr. 2021.

⁶⁰ Andrea nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade da entrevistada seja preservada.

gosto do Roxy”⁶¹. No final de maio de 2021, o Roxy permanecia sem funcionar, causando especulações quanto ao seu fechamento definitivo. A administração do cinema divulgou que a reabertura do cinema aconteceria de acordo com as medidas sanitárias de combate à covid-19 (juntamente com o andamento da campanha de vacinação), mas surgiram rumores no mercado imobiliário que o Roxy estaria à venda por trinta milhões de reais⁶². E no dia 8 de junho de 2021, a Veja Rio publicou reportagem intitulada “Adeus, Roxy: joia art déco, cinema de Copacabana fecha para sempre”, confirmando a venda do Roxy por trinta milhões de reais.⁶³ Após a notícia causar grande comoção junto à opinião pública, a Prefeitura do Rio de Janeiro publicou um decreto no dia 17 de junho de 2021 incluindo o Roxy no Cadastro dos Negócios Tradicionais e Notáveis da cidade, garantindo assim que, mesmo que venha a mudar de dono e de nome, o prédio se mantenha no segmento cinematográfico após a sua venda⁶⁴.

Salienta-se aqui a relevância dos cinemas no que diz respeito ao imaginário de Copacabana. André⁶⁵, 53 anos, professor, morador da “princesinha do mar”, mencionou que a “dobradinha cinema + fast food” faz parte das suas vivências no bairro. Em entrevista cedida a mim em março de 2021, ele explicou:

Além da praia, a segunda opção de lazer na minha época era o cinema. Era muito cinema: Bruni Copacabana, Roxy, o Art Copacabana, o Condor, o Caruso, o Rian. Ah, tinha um na Avenida Prado Júnior. Era o bairro que tinha mais cinema! Acabaram todos. E naquela época, não tinha TV a cabo; fazia fila nos cinemas. A fila do cinema ia até à praia. Quando acabava a sessão de cinema, a gente ia para o Bob’s, que fechou no ano passado. Era o primeiro Bob’s do Brasil, na rua Domingos Ferreira⁶⁶.

Dando continuidade à análise referente ao súbito crescimento do antigo areal pulguento, Copacabana já não tinha mais casas para demolir na década de 60 (VELHO,

⁶¹ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Andrea à autora da tese, realizada no dia 29 de março de 2021.

⁶² Disponível em: <<https://blogs.oglobo.globo.com/ancelmo/post/o-misterio-da-reabertura-do-cinema-roxy.html>>. Acesso em: 31 mai. 2021.

⁶³ Disponível em: <<https://vejario.abril.com.br/cidade/roxy-joia-art-deco-cinema-copacabana-venda/>>. Acesso em: 8 jun. 2021.

⁶⁴ Disponível em: <<https://odia.ig.com.br/rio-de-janeiro/2021/06/6170205-prefeitura-inclui-cine-roxy-na-lista-de-bens-imateriais-da-cidade.html>>. Acesso em: 18 jun. 2021.

⁶⁵ André nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

⁶⁶ Informação extraída de entrevista concedida por André à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 29 de março de 2021.

1999); e nos anos 1970, havia no bairro setecentos habitantes por hectare, contra quarenta e cinco na década de 20 (KAZ, 2010). No entanto, Velho (1999) ressalta que a população de Copacabana caiu de 250 mil em 1970 para 214 mil em 1980, e chegou a 170 mil em 1991, no final do século XX. Para Kaz (2010), o bairro sofreu um processo de esvaziamento e decadência a partir dos anos 1980. Entretanto, conforme aponta Rezende (2008), até mesmo na produção literária sobre Copacabana, as menções relativas ao declínio da qualidade de vida no bairro teriam ocorrido mesmo na década de 1970, e cita a famosa crônica “Ai de ti, Copacabana”, de Rubem Braga⁶⁷, como exemplo para ilustrar essa questão. Ressalta-se aqui que “Copacabana já esteve retratada em várias telas, músicas, páginas de jornais e da internet, além dos livros. O bairro já foi crônica e cenário de burburinhos que falam da cidade do Rio de Janeiro” (MAIA; BIANCHI, 2012, p. 129).

E embora Rezende (2008) venha a destacar que Copacabana sofreu grandes intervenções urbanísticas na década de 1970, vale ressaltar que os projetos de urbanismo comumente vêm acompanhados de argumentos associados “à correção e à modernização dos espaços”, como se fossem uma espécie de “remédio da salvação” – conforme abordado no capítulo “Comunicação, cidade e imaginário”. A autora explica que:

É nos anos de 1970 que as previsões de Rubem Braga vão se fazendo mais próximas. A decadência da noite, transferida para Ipanema, a especulação imobiliária, o crescimento das favelas são, de algum modo, compensados pela reforma urbanística que moderniza o bairro, com o aterro das praias e o alargamento da avenida Atlântica. O deslocamento da vida boêmia e o afastamento de artistas, intelectuais e políticos farão dessa década o momento de maior modificação na vida do bairro, tomado pela circulação dos automóveis da era JK e com o gabarito das construções liberado (REZENDE, 2008, p. 200-201).

Na primeira década do ano 2000, Copacabana apresentava um panorama de caos urbano, prédios deteriorados, tráfico de drogas, população de rua e falta de segurança (KAZ, 2010). Com a chegada da pandemia e o aumento dos índices de pobreza, tal cenário se agravou na segunda década do século XXI, acarretando um crescimento expressivo da população em situação de rua em Copacabana⁶⁸. E durante a realização das entrevistas para a elaboração da tese, tal questão apareceu espontaneamente, tanto nos depoimentos de

⁶⁷ Escritor e jornalista brasileiro. Tornou-se famoso como cronista de jornais e revistas de grande circulação do país. Falecido no ano de 1990 aos 77 anos, Rubem Braga foi um dos principais cronistas brasileiros, e precursor na descrição dos novos hábitos da classe média da zona sul carioca nos anos 1950. A crônica “Ai de Ti, Copacabana!” foi escrita no ano de 1959. No ano de 1962, Rubem Braga lançou o livro “Ai de Ti, Copacabana!”, com uma compilação de sessenta crônicas escritas entre abril de 1955 e fevereiro de 1960.

⁶⁸ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/moradores-listam-problemas-de-copacabana-vitrine-do-rio-para-entregar-novo-prefeito-24771426>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

moradores quanto nos de não moradores do bairro. Vale salientar o relato de Monica⁶⁹, 53 anos, que reside no bairro de Vila Isabel, e trabalha como analista de atendimento em Copacabana. Ao indagá-la sobre o que pensa sobre o bairro, Monica mencionou de modo espontâneo a temática da população em situação de rua:

Por mais que não seja mais como era, continua Princesinha do Mar, com seus encantos e desencantos. E a violência não é só em Copacabana: é no Rio todo. Acho que devia ter uma política melhor em relação à violência. [...] Tinha que ter uma política para moradores de rua. Quando compro jornal na banca da Hilário de Gouveia, é muito pedinte⁷⁰.

Embora não tenha surgido espontaneamente nas entrevistas, o excesso de barulho também é um dos problemas de Copacabana. Em matéria publicada pelo jornal Extra, o morador João Melgarejo relatou:

Copacabana é um inferno. Barulho vinte e quatro horas por dia. O trânsito não para nem de madrugada. Volta e meia ocorrem obras com britadeiras a madrugada inteira. Briga de moradores de rua. O caos. Meu filho tem três meses de idade, não dá pra continuar morando aqui. Em breve vou me mudar⁷¹.

E quando se trata da percepção dos moradores de Copacabana que foram entrevistados para a elaboração da tese sobre a questão da população em situação de rua, é interessante atentar aos relatos do professor André⁷² e de Isabela⁷³, jornalista e vendedora. Ambos sempre residiram em Copacabana. Ao ser entrevistado por mim, André citou em tom pesaroso:

Eu notei que, com o tempo, a população de rua aumentou muito. Famílias morando na rua com colchão... Sem a menor dignidade. Eu mesmo fiz amizade com um casal que mora na rua. Eram usuários de drogas, moravam na Barata Ribeiro, e venderam o imóvel para pagar a dívida (das drogas)⁷⁴.

⁶⁹ Monica nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade da entrevistada seja preservada.

⁷⁰ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Monica à autora da tese, realizada no dia 28 de março de 2021.

⁷¹ Disponível em: <<https://extra.globo.com/noticias/rio/leitores-apontam-os-locais-mais-barulhentos-do-rio-especialista-faz-alerta-para-estresse-291108.html>>. Acesso em: 4 dez. 2021.

⁷² André nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

⁷³ Isabela nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade da entrevistada seja preservada.

⁷⁴ Informação extraída de entrevista concedida por André à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 29 de março de 2021.

Na opinião de Isabela, o bairro recebe e acolhe a todos (inclusive os desabrigados), já que, segundo ela, Copacabana: “Abraça todo mundo. É espontânea como o carioca, como eu. E agrega os que estão no relento, os mais desvalidos, nas marquises. Aqui tem muito mendigo. E o bairro acaba servindo de abrigo”⁷⁵. Mas se a “princesinha” procura “agregar os desvalidos”, muitas vezes os seus “súditos” agem de modo contrário e sem empatia, evidenciando alguns dos tensionamentos e das contradições presentes no bairro. No ano de 2017, foram instalados “chuveirinhos” na marquise do edifício do cinema Roxy para afastar a população em situação de rua. Composto por vários canos, o sistema hidráulico aspergia água nas pessoas que ali se abrigavam. Conforme reportagem publicada pelo jornal O Globo, Horácio Magalhães, presidente da “Sociedade Amigos de Copacabana”, alegou discordar da instalação dos “chuveirinhos” – mas justificou a ação do seguinte modo:

Se a prefeitura não resolve o problema, o cidadão resolve. Estamos em frente ao cinema. Foi instalado um dispositivo: molha a calçada, e a população de rua não se concentra. É a solução que o cidadão encontra quando o poder público não resolve o problema. Infelizmente, a nossa situação na cidade e no nosso bairro está dessa forma. A prefeitura não toma providência, e o cidadão acaba tomando. É isso aí. [...] Claro que isso não é o tipo de atitude que a gente encoraja, mas a gente entende o que motivou. População de rua virou um problema crônico. Muitas pessoas ficam receosas de passar na calçada, não sabem se vão pedir esmola ou ser assaltados. Essa discussão é macro, com vários aspectos. Tem um aspecto social, mas tem a da segurança. Chegou ao ponto de ter um pedinte em quase toda esquina. Muitos ficam postados em frente aos bancos. Mulher e idoso ficam receosos. Eu fico com um pouco de receio porque eu não sei se ele vai me pedir ou se vai me roubar⁷⁶.

A população em situação de rua presente no bairro também mereceu destaque no relato do mineiro Davidson⁷⁷, 39 anos, morador do Rio de Janeiro desde 2006. Quando o indaguei sobre o que vinha à sua mente quando se trata de Copacabana, ele citou: “Praia, gringo, gente bonita, corpos maravilhosos andando pela praia, boemia, arrastão, farofeiros de plantão na praia, vendedores ambulantes e muito morador de rua. Ah, penso no réveillon também!”⁷⁸.

Outra questão relevante que, embora não mencionada pelos entrevistados, merece atenção quando se trata de Copacabana é o crescimento dos casos de homofobia. Cabe

⁷⁵ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Isabela à autora da tese, realizada no dia 31 de março de 2021.

⁷⁶ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/chuveirinho-instalado-em-marquise-causa-polemica-em-copacabana-21676159>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

⁷⁷ Davidson nasceu em Belo Horizonte/MG. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

⁷⁸ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Davidson à autora da tese, realizada no dia 30 de março de 2021.

salientar que o bairro abriga a segunda maior Parada do Orgulho LGBTI+ do Brasil, levando à Copacabana mais de um milhão de pessoas por edição anual⁷⁹. Fundada pelo Grupo Arco-Íris, a primeira Parada do Orgulho LGBTI+ foi realizada na Praia de Copacabana no ano de 1995. Todavia, de acordo com Sganzerla *et al.* (2021), Copacabana aparece como um dos principais locais quando se trata da violência contra a população LGBTI+, juntamente com os bairros da Taquara, do Leblon e o centro da cidade.

Ou seja, como toda princesa, Copacabana possui suas alegrias, tristezas e mazelas, capazes de provocar diversas emoções e sentimentos nos atores que, de algum modo, vivenciam o seu cotidiano, já que as emoções são atitudes provisórias capazes de evidenciar a tonalidade afetiva dos indivíduos em sua relação com o mundo que o cerca (LE BRETON, 2009). E entre tristezas e alegrias, Copacabana chegou ao século XXI sem perder a sua majestade para alguns dos que a vivenciam. Nesse contexto, vale observar a opinião espontânea de Monica⁸⁰, 53 anos, moradora do bairro de Vila Isabel. Embora a entrevistada tenha mencionado enfaticamente a grande quantidade de “pedintes” existente no bairro (conforme exposto na página anterior), Monica me afirmou: “Tudo acontece em Copacabana. Realmente ela é a princesa mesmo! Show, réveillon, não tem outro bairro em relação a isso”⁸¹.

Em fevereiro de 2006, a banda de rock Rolling Stones se apresentou nas areias da praia de Copacabana, reunindo mais de 1,5 milhão de pessoas (na época, o show foi considerado o maior da história da música)⁸². E em julho de 2013 (pouco antes do bairro completar 121 anos), a praia de Copacabana recebeu mais de três milhões de peregrinos na vigília de oração com o Papa Francisco, durante a realização da Jornada Mundial da Juventude⁸³, megaevento de caráter religioso que mobilizou uma gama de atores nacionais e

⁷⁹ Disponível em: <<https://aliancagbti.org.br/wp-content/uploads/2021/06/Dossie-da-Violencia-LGBTI-COR.pdf>>. Acesso em: 4 dez. 2021.

⁸⁰ Monica nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade da entrevistada seja preservada.

⁸¹ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Monica à autora da tese, realizada no dia 28 de março de 2021.

⁸² Disponível em: <<https://multishow.globo.com/musica/noticia/show-historico-dos-rolling-stones-em-copacabana-e-disponibilizado-na-integra-no-youtube.ghtml>>. Acesso em: 9 jan. 2021.

⁸³ Disponível em: <<https://memoria.ebc.com.br/noticias/internacional/2013/07/prefeitura-do-rio-informa-que-3-milhoes-de-fieis-estiveram-em>>. Acesso em: 9 jan. 2021.

internacionais (SIQUEIRA; SIQUEIRA, 2016). Ao ser entrevistado por mim, André⁸⁴, professor, 53 anos, morador do bairro de Copacabana, lembrou da efervescência oriunda do megaevento religioso, e relatou: “Na época da Jornada Mundial da Juventude, foi muito bom. Foi uma celebração bonita, ver o Papa aqui em Copacabana, a beleza da praia, a alegria das pessoas!”⁸⁵

E foi assim que o antigo “areal longínquo” chegou ao século XXI: apresentando a sua rica, diversa e alegre “fauna humana”⁸⁶, em celebrações que reuniram multidões antes da pandemia de covid-19, evidenciando um vigor societal, que “vem de bem longe e que reencontra uma nova vitalidade nas atividades dos jovens, nas multidões esportivas, nas histerias musicais e outras reuniões religiosas” (MAFFESOLI, 2010, p. 64).

De acordo com a baiana Beatriz X⁸⁷, 41 anos, moradora do Rio desde 2010, o bairro de Copacabana remete à grande circulação de pessoas. Beatriz X nasceu e cresceu em Salvador, outro lugar associado às multidões (a capital baiana teve R\$ 16,5 milhões de pessoas em circulação no carnaval de 2020)⁸⁸. Ao indagá-la sobre o que a faz lembrar de Copacabana, além do calçadão (conforme apresentado no início da tese), a soteropolitana me respondeu:

Me remete à multidão. Muito movimento de gente, muito transeunte. Eu cheguei a trabalhar lá assim que eu me formei em Publicidade. E quando trabalhava lá, eu andava muito pelas galerias, via muito *sexy shop*, clube de *strip tease*... Eu fui nas boates Le Boy e La Girl, para assistir shows. O bairro é muito rico em diversidade de pessoas; convivem idosos e prostitutas, muitos gays, jovens, turistas. Copacabana está para o Rio como o Farol da Barra está para Salvador. A minha família mesmo quando veio de carro de Salvador para o Rio (meu pai, minha mãe, meu irmão e minha cunhada), uma vez quis se hospedar em Copacabana. Virou símbolo da cidade. [...] Ah, minha companheira tem antipatia por Copacabana, pois ela não gosta de lugar que tem muita gente, muito confuso⁸⁹.

⁸⁴ André nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

⁸⁵ Informação extraída de entrevista concedida por André à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 29 de março de 2021.

⁸⁶ “Fauna humana” foi a expressão utilizada pelo entrevistado André para se referir positivamente à diversidade de pessoas e de culturas existentes no bairro de Copacabana. André nasceu no Rio de Janeiro, e é morador de Copacabana. A expressão foi extraída de entrevista realizada por mim no dia 29 de março de 2021 (através de videochamada).

⁸⁷ Beatriz nasceu em Salvador/BA, e atualmente reside no bairro de Jacarepaguá. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade da entrevistada seja preservada.

⁸⁸ Disponível em: <<https://g1.globo.com/ba/bahia/carnaval/2020/noticia/2020/02/26/carnaval-de-salvador-854-mil-turistas-visitaram-capital-baiana-durante-folia-aponta-prefeitura.ghtml>>. Acesso em: 31 mar. 2021.

⁸⁹ Informação extraída de entrevista concedida por Beatriz à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 30 de março de 2021.

Inaugurada no ano de 1992 pelo francês Gilles Lascar, a boate Le Boy ficava localizada na Rua Raul Pompéia, e era destinada ao público gay. Em matéria publicada pelo portal de notícias Terra, o empresário declarou: “Minha casa é 100% gay e nenhum desses lugares fez a revolução que a Le Boy fez no mundo gay”⁹⁰. Posteriormente, Gilles abriu outro estabelecimento: a La Girl, que ficava ao lado da Le Boy e era destinado às lésbicas. No ano de 2016, a Le Boy e a La Girl fecharam as portas, marcando o fim de uma era após quase vinte e cinco anos de existência⁹¹.

Ainda sobre a grande quantidade de gente que circula em Copacabana, salienta-se que, quando o flâneur percorre as galerias e a cidade como um todo em meio à multidão, a cidade é ora paisagem, ora ninho que acolhe (BENJAMIN, 1991). Por ironia, a “Copacabana da multidão” já foi considerada o “território do vazio” (O’ DONNELL, 2013). Mas em março de 2020, dias após o início da pandemia de coronavírus no Brasil, o então prefeito Marcelo Crivella baixou um decreto sobre a permanência nas praias do Rio de Janeiro (assunto que será detalhadamente tratado no subcapítulo “Carioquice e moda praia”), fazendo com que, na ocasião, a praia de Copacabana ficasse vazia. E, de modo geral, vê-la sem gente sempre é motivo de estranheza para os habitantes da cidade do Rio de Janeiro, como já apresentado anteriormente.

“Nunca vi Copacabana assim em 15 anos de praia. Parece um deserto. Se antes já estava difícil por causa da economia ruim, imagina agora”, declarou o ambulante Roberto Gomes na reportagem intitulada “Em cenário inédito, areias de Copacabana ficam vazias com anúncio de suspensão de acesso à praia”, do portal de notícias UOL⁹². Cabe registrar que os ambulantes foram duramente atingidos com a pandemia e as respectivas medidas restritivas para evitar a doença – conforme será abordado adiante.

Na manhã do dia 10 abril de 2020, cabe destacar outro acontecimento significativo em decorrência da pandemia de covid-19: o fechamento temporário do Copacabana Palace. Pela primeira vez na sua história de 96 anos, o hotel fechou as portas, atraindo a atenção dos

⁹⁰ Disponível em:

<https://www.terra.com.br/istoegente/249/reportagens/gilles_lascar.htm#:~:text=Destinada%20aos%20gays%2C%20a%20boate,York%20na%20d%C3%A9cada%20de%202070>. Acesso em: 4 dez. 2021.

⁹¹ Disponível em: <<https://gay.blog.br/gay/le-boy-a-balada-que-marcou-uma-era-no-rio-de-janeiro/>>. Acesso em: 30 nov. 2021.

⁹² Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/noticias/reuters/2020/03/20/em-cenario-inedito-areias-de-copacabana-ficam-vazias-com-anuncio-de-suspensao-de-acesso-a-praia.htm>>. Acesso em: 9 jan. 2021.

curiosos que paravam para tirar fotos e comentavam sobre o ineditismo da situação⁹³. Apesar do cenário pandêmico, no mês de agosto de 2020, o Copacabana Palace reabriu. Contudo, o hotel adotou um protocolo de ações de segurança para contenção da covid-19, disponibilizando somente a metade dos quartos para hospedagem, e também restringindo o acesso aos espaços de uso comum (como a piscina, a academia de ginástica e o spa)⁹⁴.

No dia 31 de dezembro de 2020, ver a praia de Copacabana sem aquele mar de gente com a suspensão da tradicional festa de *réveillon*⁹⁵ (inclusive com a proibição das festas nos quiosques da orla)⁹⁶ provocou um estranhamento ainda maior. Ou seja, a imagem de Copacabana vazia (principalmente na virada do ano) parece algo inimaginável. Nesse contexto, o bairro pode “causar arrepios” para quem não gosta da efervescência da multidão. Em entrevista cedida a mim em março de 2021, Felipe⁹⁷, um contador de 38 anos que reside na Vila da Penha (bairro situado na zona norte do Rio de Janeiro), disse “odiar Copacabana”, e explicou o porquê:

Copacabana é bagunça. Bagunça no sentido dessas festas, muvucas, eventos: carnaval, ano novo... Na maioria das vezes, tudo é feito em Copacabana. Na maioria das vezes, é na Atlântica. Já imaginou você morando na Atlântica nessas ocasiões? Você não entra e não sai! Não gosto de Copacabana pela muvuca, pela falta de tranquilidade. Eu prezo muito a minha tranquilidade. E em relação a isso, para mim Copacabana talvez seja o pior bairro do Rio de Janeiro⁹⁸.

Rolling Stones e Mick Jagger. Jornada Mundial da Juventude e Papa Francisco. Mar de gente reunida. Copacabana também é a princesa das multidões, das “muvucas”.

⁹³ Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2020/04/copacabana-palace-fecha-as-portas-pela-primeira-vez-em-97-anos-devido-ao-coronavirus.shtml>>. Acesso em: 4 dez. 2021.

⁹⁴ Disponível em: <<https://exame.com/casual/fechado-por-cao-da-covid-19-copacabana-palace-volta-as-atividades-hoje/>>. Acesso em: 4 dez. 2021.

⁹⁵ Disponível em: <<https://www.terra.com.br/noticias/brasil/cidades/com-chuva-e-sem-shows-copacabana-fica-vazia-em-noite-de-reveillon,2b6db862b38694a33d795bb630b58fd06ahlw588.html>>. Acesso em: 9 jan. 2021.

⁹⁶ Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2020/12/17/rio-proibe-festas-privadas-quiocques-reveillon.htm>>. Acesso em: 9 jan. 2021.

⁹⁷ Felipe nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

⁹⁸ Informação extraída de entrevista concedida por Felipe à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 31 de março de 2021.

2 OS JOVENS, AS SOCIALIDADES, LAZER E MODA EM COPACABANA.

Conforme destaca Fernandes (2012), a cidade comunicacional é célere, e se mostra um campo fértil para a velocidade da informação entre as tribos urbanas e as diásporas culturais. Nesse contexto, somos capazes de compreender um lugar quando nos deixamos levar pelos elementos que o mesmo nos apresenta: seus espaços de celebração, de lazer, de consumo e suas respectivas socialidades. Quando se trata de Copacabana e de sua mistura intercultural, o rol de elementos a se elencar é farto. O bairro é “uma mistura de Bangu com Nova York. Tem aquele caos, frenesi”⁹⁹. Partindo de uma abordagem demográfica, Copacabana comumente é associada à enorme população de idosos que nela reside. Mas as fronteiras entre jovem e idoso se diluem na contemporaneidade. Aos 129 anos de vida, Copacabana é uma centenária eternamente jovem.

2.1 Sobre jovens e a “juventude dilatada”

As revistas, as revoltas, as conquistas da juventude.
São heranças, são motivos pras mudanças de atitude.
Os discos, as danças, os riscos da juventude.
A cara limpa, a roupa suja, esperando que o tempo mude...
Engenheiros do Hawaii - Terra de Gigantes

Atualmente é possível observar, com frequência, uma grande variedade de matérias e reportagens jornalísticas discorrendo sobre a seguinte questão nos diversos meios de comunicação brasileiros: “O país está envelhecendo”; “O Brasil está ficando cada vez mais velho”; “O número de idosos vem aumentando no Brasil” – e demais abordagens acerca do assunto. Nesse âmbito, vale destacar que, de acordo com o Estatuto do Idoso, são consideradas idosas as pessoas com idade igual ou superior a 60 (sessenta) anos¹⁰⁰. Por outro lado, de acordo com a Lei n.º 12.852/2013 (que dispõe sobre o Estatuto da Juventude), são consideradas jovens as pessoas com idade entre 15 e 29 anos, que foram subdivididos ainda

⁹⁹ Disponível em: <<https://blogs.oglobo.globo.com/gente-boa/post/copacabana-uma-mistura-de-bangu-nova-york-diz-joao-sabia-553159.html>>. Acesso em: 8 jan. 2021.

¹⁰⁰ Disponível em: <https://conselho.saude.gov.br/biblioteca/livros/estatuto_idoso2edicao.pdf>. Acesso em: 8 jan. 2021.

em três grupos etários: jovem-adolescente, de 15 a 17 anos; jovem-jovem, entre 18 e 24 anos; e jovem-adulto, entre 25 e 29 anos¹⁰¹.

Partindo das informações do último censo realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) no ano de 2010, é possível concluir que a população idosa realmente aumentou bastante no país. Houve inclusive um alargamento no topo da pirâmide etária, demonstrando que os grupos com idade menor a vinte anos apresentaram uma diminuição absoluta em seu contingente; e merece destaque o aumento da participação dos idosos no crescimento absoluto da população do Brasil nos últimos dez anos¹⁰². Apenas para complementar o raciocínio em questão, investiguei também o estudo “Síntese de Indicadores Sociais (SIS): uma análise das condições de vida da população brasileira 2016”, realizado pelo IBGE. É interessante observar que, conforme informações extraídas do SIS, enquanto as proporções de idosos de 60 anos ou mais (e de adultos de 30 a 59 anos) cresceram de 2005 a 2015, caíram as proporções de crianças de 0 a 14 anos – e também de jovens de 15 a 29 anos –, demonstrando uma clara tendência de envelhecimento demográfico¹⁰³.

Visando apresentar um breve panorama da distribuição etária no país, as análises anteriores demonstram a necessidade de se criar categorias e sistemas de classificação para o entendimento do que é ser idoso, adulto ou jovem. Tal pensamento acaba nos remetendo à racionalidade oriunda da modernidade, na qual classificações, categorias, modelos e tipologias eram adotados como métodos para o entendimento da sociedade. A constituição moderna da juventude como categoria social é suportada pelos seguintes pilares: escola, mídia e metrópole (CANEVACCI, 2005). Refutando a lógica racional moderna, os conceitos de jovem e de juventude passaram a se estender na contemporaneidade, livre das amarras cronológicas, sem tempo. Não se é mais jovem de modo objetivo, partindo de uma abordagem categórica de classificação, conforme aponta Canclini (2007, p. 209):

Um avanço notório no conhecimento sobre a juventude foi indagar o que significa ser jovem não como uma pergunta geracional e, menos ainda, pedagógica ou disciplinar. Quero examinar em que sentido é uma pergunta social, ou seja, uma averiguação sobre o sentido intercultural do tempo.

¹⁰¹ Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Lei/L12852.htm>. Acesso em: 8 jan. 2021.

¹⁰² Disponível em: <<https://censo2010.ibge.gov.br/noticias-censo.html?busca=1&id=3&idnoticia=1866&t=primeiros-resultados-definitivos-censo-2010-populacao-brasil-190-755-799-pessoas&view=noticia>>. Acesso em: 8 jan. 2021.

¹⁰³ Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/9487-sis-2016-67-7-dos-idosos-ocupados-comecaram-a-trabalhar-com-ate-14-anos>>. Acesso em: 8 jan. 2021.

Para o senso comum, “a juventude é um período de transição da vida que é localizado entre a infância e a fase adulta” (HERMANN; MACHADO, 2018, p. 106). A juventude está intimamente atrelada às questões cronológicas e biológicas da existência humana, mas também é uma categoria socialmente construída, uma invenção cultural, o que explica a “sua mutabilidade ao longo da História e as diferentes interpretações presentes na literatura especializada e no imaginário social” (CASSAB, 2010, 50). Como exemplo desse “jovem construído”, uma invenção cultural, surgiu a categoria *teenager*, termo utilizado para classificar os jovens estadunidenses entre catorze e dezoito anos em 1944, e que originou “no conceito de juventude do pós Segunda Guerra” (SAVAGE, 2009, p. 13). O termo *teenager* foi criado com base nos apelos do marketing, e tinha como objetivo principal refletir o poder de consumo recentemente visível dos adolescentes, já que

depois da Segunda Guerra Mundial, o estereótipo da juventude como problema dividia espaço com o rótulo de modelo de existência para todas as idades. A massa de jovens desempregados e desocupados no contexto da Revolução Industrial não era mais a realidade pós-guerra. Os jovens agora podiam estudar e não precisavam mais trabalhar pela sua sobrevivência. Além disso, ocorria na América e em boa parte da Europa um aumento de renda sem paralelo na história do Ocidente, isto é, crescia o poder de consumo da juventude – e/ou de seus pais. Os jovens, antes somente problema social para o Estado, agora eram oportunidade de negócios para o mercado (NOVAES, 2018, p. 252).

Ou seja, na época, a expressão *teenager* surgiu para atender à sociedade de consumo, com o objetivo de fomentar a oferta de produtos e serviços voltados para o público em questão, já que o termo funcionava na América do Norte como um amálgama de fatores socioculturais com demandas de mercado (NOVAES, 2018). Partindo de critérios que buscavam estimular o consumo, a categoria representava uma “delimitação clara e fixa, determinada pelas regras sociais objetivas ou linguísticas (*teen...ager*) do ser jovem” (CANEVACCI, 2005, p. 30). Na solidez dos tempos modernos, emergiu o rigor da categorização, resumindo e uniformizando as culturas, as narrativas e os saberes. Ancorado na biologia e nas exauridas taxonomias e tipologias impostas pelas ciências sociais, o “ser jovem” da modernidade permanecia preso às gaiolas das classificações (CANEVACCI, 2005). É interessante observar que, ao chegar à contemporaneidade, “já não cabe considerar a juventude apenas dentro de uma faixa de idade do percurso da vida: ela vem se transformando aos olhos da sociedade e dos cientistas sociais” (PEREIRA, 2010, p. 39). Diante de tal cenário, a juventude passa a ser encarada sob a ótica da subjetividade. É interessante observar que, mais uma vez, os apelos do marketing e da publicidade acabam se valendo desse

processo. E diante dele, a publicidade e a sociedade de consumo (com sua multiplicidade de signos) passaram a “ofertar a juventude”, que pode ser “adquirida” através de produtos, serviços, comportamentos e estilos de vida, reiterando que a lógica do consumo se define como manipulação de signos, na qual a relação simbólica é fundada na exterioridade (BAUDRILLARD, 2005). Nesse contexto, a juventude deixa de ser vista meramente à luz da objetividade, atrelada às faixas etárias. Partindo do raciocínio em questão, a juventude, no papel de fenômeno social, é abordada como um conceito publicitário, “considerando que o público-alvo, se adulto, baseia seus desejos e tende a estabelecer suas decisões de compra a partir de um processo aspiracional em que a juventude é o modelo” (PEREIRA, 2010, p. 43), demonstrando a ideia de que a juventude é uma representação simbólica fabricada em seus diferentes tempo e espaço (CASSAB, 2010).

Evidencia-se, aqui, que ser jovem no mundo contemporâneo nos remete a algo que se expandiu, que se confunde, sem amarras ou fronteiras: são as dilatações juvenis, pois “o dilatar-se da autopercepção enquanto jovem sem limites de idade definidos e objetivos dissolve as barreiras tradicionais, tanto sociológicas quanto biológicas” (CANEVACCI, 2005, p. 29). Sendo assim, “se eu me sinto jovem, eu sou jovem – e não importa se eu tenho vinte ou oitenta anos”. Contudo, não se pretende corroborar na tese a ideia de fixação pela juventude, comportamento que contribui para a prática do ageísmo. Também chamado de idadismo, etarismo ou preconceito etário, consiste na discriminação por conta da idade¹⁰⁴. Ou seja, é “uma forma disseminada de preconceito baseado na idade cronológica que comumente funciona de modo velado, causando diferentes modos de discriminação e constrangimento, notadamente contra os mais velhos” (CASTRO, 2015, p.1). O estudo parte da ideia de que, diante de tal cenário de profusas juventudes, as identidades são mutantes, efêmeras e capazes de oferecer respostas ágeis (REGUILLO, 2012). E, em uma atmosfera plural, a despeito de qualquer ditame biológico ou cronológico, a juventude se apresenta para quem a abraça, amparada pela subjetividade individual (REGUILLO, 2003).

Se a ideia de jovem foi objetivamente criada como um local de transição entre uma maturidade adiada e uma infância espremida, a juventude “é uma passagem intermediária e, como tal, mediadora de diferenças entre estados diversos” (ROCHA; PEREIRA, 2009, p. 15). E pela extrema mutabilidade e adaptabilidade encontrada nesses estados diversos, faz-se necessário libertar o conceito de jovem das categorizações tradicionais, do entendimento meramente biológico e cronológico, pois morrem as faixas etárias, desmorona a demografia e

¹⁰⁴ Disponível em: <<https://jornal.usp.br/atualidades/a-busca-excessiva-pela-juventude-eterna-e-prejudicial-para-toda-sociedade/>>. Acesso em: 7 jul. 2022.

multiplicam-se as identidades juvenis e nômades (CANEVACCI, 2005). Se os jovens são nômades, a juventude não é um bloco homogêneo, tornando-se impossível pensar em uma lógica de juventude no singular: são tantas as juventudes quanto são as etnias, os gêneros e os mundos urbanos (KOCH, 2019). Os jovens são nômades porque

com “rodinhas nos pés”, tomam conta da cidade como um todo ou dos bairros das regiões em que vivem, numa circulação transversal e desordenada, que explode os limites da espacialidade urbana e, por vezes, do próprio pertencimento social. São nômades na percepção sobre diferentes temporalidades e portadores de sensibilidade (BORELLI; ROCHA, 2008, p. 34).

Os fluxos das culturas juvenis contemporâneas se apresentam no cotidiano da cidade, cabendo destacar que “identidade juvenil” é a expressão utilizada para nomear, de forma genérica, a abordagem identitária acerca de tais fluxos (móveis, plurais, fragmentários, disjuntivos); e, quanto às culturas juvenis, referem-se a um conjunto heterogêneo de expressões e de práticas (REGUILLO, 2003). Não existe uma visão homogênea das culturas juvenis, já que entre os jovens

as transições encontram-se sujeitas às culturas performativas que emergem das ilhas de dissidência em que se tem constituído os cotidianos juvenis. Ou seja, as culturas juvenis são vincadamente performativas porque, na realidade, os jovens nem sempre se enquadram nas culturas prescritivas que a sociedade lhes impõe (PAIS, 2006, p. 7).

Retomando a discussão acerca do objeto da tese, Copacabana concentra o maior número absoluto de idosos no Brasil, onde um em cada três moradores do bairro tem mais de sessenta anos, segundo informações do Censo 2010 do IBGE¹⁰⁵. Mas, conforme exposto anteriormente, você pode ser um idoso com menos de quarenta anos. Ou ser jovem – mesmo sendo um octogenário. Nesse âmbito, o contador Felipe¹⁰⁶, 38 anos, reitera o quão a juventude está ligada aos aspectos autoperceptuais. Ao me conceder a entrevista, ele relatou: “Não me considero jovem. Eu sou ranzinza. Gosto de ficar em casa, principalmente por ser ranzinza. Eu ouço isso muito da minha esposa: que tenho espírito de velhinho”¹⁰⁷.

¹⁰⁵ Disponível em: <<https://censo2010.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 8 jan. 2021.

¹⁰⁶ Felipe nasceu no Rio de Janeiro, e reside na Vila da Penha (bairro situado na zona norte da cidade). O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

¹⁰⁷ Informação extraída de entrevista concedida por Felipe à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 31 de março de 2021.

Em uma perspectiva contemporânea, não basta para um segmento ou grupo estar jovem (situação atribuída biologicamente pela faixa etária), é preciso ser e sentir-se jovem (KOCH, 2019). Nesse contexto, o que está em jogo aqui é se autoperceber jovem, partindo da premissa de que “as definições sobre ‘o que é ser jovem?’ ‘quem e até quando pode ser considerado jovem?’ tem mudado no tempo e são sempre diferentes nas diversas culturas e espaços sociais” (NOVAES, 2006, p. 105). E é nesse sentido que as jovens gerações devem ser entendidas na contemporaneidade: como uma juventude aquém e além da idade real (SUSCA, 2018).

Em entrevista cedida a mim em março de 2021, Daniel¹⁰⁸, 37 anos, assistente administrativo e estudante universitário, residente na comunidade Pavão-Pavãozinho (localizada em Copacabana), declarou: “Eu me considero muito jovem! E morar na zona sul ajuda muito, é um privilégio. Posso acordar cedo, dar um mergulho na praia, voltar para casa, tomar um banho e depois vou para o trabalho”¹⁰⁹. Corrêa (2009) aponta a vinculação entre a ideia de juventude e a praia, que se revela como um espaço para a busca e/ou exibição dessa juventude, que pode se expressar através da prática de diferentes atividades físicas e esportivas na orla carioca.

Davidson¹¹⁰ é outro exemplo do que seria a autopercepção da juventude de modo desatrelado ao rigor das categorias etárias. Aos 39 anos, o mineiro de Belo Horizonte me explicou em entrevista:

Apesar da idade, eu me sinto jovem. Eu tento ser jovem. E o que me influenciou muito em relação a ser jovem foi uma música de um episódio do seriado “Chaves”, que diz: “Se você é jovem ainda, jovem ainda, jovem ainda... Amanhã velho será, velho será, velho será! A menos que o coração, que o coração sustente a juventude que nunca morrerá!”¹¹¹.

Ao ser entrevistado por mim, Carlos Alberto de Araújo, 48 anos, dono da boate Fosfofox, mencionou: “Sou jovem!”. Conhecido como Cabbet, o mineiro da pequena cidade de Desterro do Melo se justificou: “Eu tenho energia, gosto de aventura, gosto de novidade,

¹⁰⁸ Daniel nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

¹⁰⁹ Informação extraída de entrevista concedida por Daniel à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 26 de março de 2021.

¹¹⁰ O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

¹¹¹ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Davidson à autora da tese, realizada no dia 30 de março de 2021.

de me reinventar!”¹¹². Conforme a categorização do SIS/IBGE, Daniel, Davidson e Carlos não seriam jovens, mas sim adultos – a serem inseridos na faixa de indivíduos de 30 a 59 anos. Contudo, a maneira dos três entrevistados se autoperceberem faz com que se definam como jovens (inclusive em relação ao estilo de vida, como Daniel e Carlos enfatizaram).

Outro caso a ser analisado é o de Monica¹¹³, 53 anos, que se definiu como jovem. E quando perguntei se ela se sentia carioca, Monica respondeu imediatamente que “sim”, justificando que tal sentimento viria do seu jeito extrovertido, por gostar de estar em grupo e de sair. Moradora de Vila Isabel (bairro situado na zona norte da cidade do Rio de Janeiro), trabalha como analista de atendimento em Copacabana. Ao me explicar detalhadamente o porquê de se sentir jovem, Monica frisou que costuma desfilas em duas escolas de samba: na Acadêmicos do Salgueiro e na Unidos de Vila Isabel.

Eu tenho uma cabeça boa em relação às outras pessoas da minha faixa etária. Convivo com pessoas da minha faixa etária que dizem: “Ah, passei dos cinquenta... Não estou mais em idade para isso.” Eu não me sinto jovem para me expor, me vestir como garotinha. Mas a minha cabeça é de jovem. Tem muita gente no meu trabalho que pensa: “Já casei, estou separada...” Ah, eu desfilo em escola de samba, e tem gente que me olha com condenação! Acha que eu sou velha, que eu não tenho mais idade para isso. E eu não tô nem aí para isso.¹¹⁴

E até mesmo para quem se enquadra na categoria de jovem-jovem (entre 18 e 24 anos, como explicado anteriormente), a juventude também é percebida como algo que não necessariamente está sob o jugo da cronologia. Para tal, tomar-se-á como exemplo o caso de Bia Y¹¹⁵, 22 anos, estudante universitária LGBT. Quando a perguntei “Você é jovem?”, ela me disse:

Sim, eu sou. Além da minha idade, eu tenho espírito jovem. Eu sou geminiana, com ascendente em Sagitário. Gosto de novidade, animação, mudança... Gosto de gente. A jovialidade é curiosidade. Então você pode ser jovem até com cinquenta anos. A jovialidade é um estado de espírito.¹¹⁶

¹¹² Informação extraída de entrevista concedida por Cabbet à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 4 de junho de 2021.

¹¹³ Monica nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade da entrevistada seja preservada.

¹¹⁴ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Monica à autora da tese, realizada no dia 28 de março de 2021.

¹¹⁵ Bia Y nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade da entrevistada seja preservada.

¹¹⁶ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Bia Y à autora da tese, realizada no dia 18 de abril de 2021.

Elizabeth Afonso, 72 anos, sócia do Bar Pavão Azul, é mais uma das entrevistadas que afirmou possuir a juventude. Preocupada em admitir que é uma septuagenária, me explicou: “Eu sou jovem, apesar de não ser na idade. Meu espírito é de jovem. Eu encaro a noite. Eu gosto de trabalhar à noite; e eu trabalho com os jovens, com a garotada. Eu não me sinto com a idade que tenho. E, apesar das limitações que ela me traz, eu me sinto com vigor”¹¹⁷.

Assim, se Cronos é o Deus do tempo cronológico, preso às amarras do que é quantificável, os entrevistados Daniel, Davidson, Monica e Elizabeth seriam jovens regidos pelo Deus Kairós: aquele que representa a qualidade das experiências do tempo vivido, que não obedece à rigidez implacável dos calendários e dos relógios. Desse modo, reitero que o meu trabalho não possui uma abordagem enraizada nos rigores das estatísticas das idades, pois “as distinções modernas entre as faixas etárias não funcionam mais. Os jovens são atemporais no sentido de que ninguém pode sentir-se como excluído desse horizonte geracional” (CANEVACCI, 2005, p. 36). Nas práticas cotidianas da juventude e em seus imaginários, surgem sentidos de socialidades, visões e escutas do mundo, sensibilidades e afetos (ROCHA; PEREIRA, 2018). E ao observar elementos que evocam as socialidades, o lazer e o consumo experienciados por “jovens atemporais” no bairro de Copacabana, é possível sentir o *genius loci*, o espírito do lugar (MAFFESOLI, 2004).

2.2 Gang dos Patins: lazer, afetos e socialidades em Copacabana

A ideia de criar a Gang dos Patins partiu dos patinadores Claudio Castro, Claudia Alves e Marcelo Norberto. Fundado no dia 7 de janeiro de 2008, o projeto nasceu no Parque dos Patins, situado na Lagoa Rodrigo de Freitas (no município do Rio de Janeiro). Em entrevista cedida a mim em julho de 2018 (durante o início do trabalho de campo presencial), Claudio mencionou que a ideia de criar a “Gang” surgiu porque na época estava voltando a patinar, já que trabalhava em um local muito estressante – e sentiu a necessidade de praticar uma atividade física. A partir de então, percebeu que não havia, na ocasião, nenhuma estrutura para receber o patinador que estava retomando a atividade (ou mesmo começando a patinar). Desse modo, Claudio decidiu juntamente com os outros dois parceiros reunir um

¹¹⁷ Informação extraída de entrevista concedida por Elizabeth Afonso à autora da tese, realizada através de ligação telefônica no dia 31 de agosto de 2021.

grupo de pessoas que se dedicassem à patinação sem fins comerciais ou financeiros. Ou seja: criar um grupo onde a patinação fosse ensinada gratuitamente. Na entrevista, Claudio mencionou:

Estamos fazendo dez anos agora. Começamos com três componentes, e em pouco tempo nós passamos para trezentos componentes, porque na época houve uma entrevista que foi feita pela parte da Rede Globo no programa da Ana Maria Braga – e nós comentamos e participamos com um dos componentes (da Gang dos Patins). E eles filmaram a gente! De trinta passou para trezentos em três meses, e de repente a gente já estava com três mil componentes; e hoje a gente está na faixa mais ou menos de seis a sete mil componentes¹¹⁸.

Tendo como propósito reunir pessoas para patinar, a “Gang” criou uma espécie de “célula” em Copacabana, na Avenida Atlântica (na altura do Posto de Salvamento 2). Antes do início da pandemia, as reuniões gratuitas ocorriam no Posto 2 aos domingos e feriados para ensinar a patinação, exatamente como surgiu a Gang dos Patins em 2008. A Praia de Copacabana é dividida em cinco postos de salvamento do Corpo de Bombeiros, que vão do Posto 2 até o Posto 6. Os encontros acontecem sempre das 16h às 18h, onde a Gang dos Patins busca incentivar pessoas de todas as idades a praticar a patinação (seja para aprender ou aprimorar novas manobras). É importante frisar que, de acordo com a lei municipal que diz respeito ao funcionamento das áreas de lazer em logradouros públicos da cidade do Rio de Janeiro, a pista junto à orla da Avenida Atlântica permanece fechada das 7h às 18h aos domingos e feriados, para a recreação de pedestres e ciclistas de até oito anos de idade¹¹⁹.

Os espaços públicos abertos de lazer trazem inúmeros benefícios para a melhoria da habitabilidade do ambiente urbano, entre eles a possibilidade do acontecimento de práticas sociais, encontros ao ar livre e manifestações de vida urbana e comunitária, que favorecem o desenvolvimento humano e o relacionamento entre as pessoas (MASCARÓ; OLIVEIRA, 2007). Nesse contexto, a orla copacabanense se torna um grande “*playground*”, conforme destaca Corrêa (2009, p. 141):

Aos domingos e feriados, além do espaço do calçadão, as três faixas da pista da Avenida Atlântica próximas a ele são interditadas ao trânsito de veículos e ficam liberadas exclusivamente para o uso de pedestres, que fazem caminhadas, andam de bicicleta, triciclo, patins, skate, etc.

¹¹⁸ Informação extraída de entrevista concedida por Claudio Castro à autora da tese, realizada de modo presencial no dia 29 de julho de 2018.

¹¹⁹ Disponível em: <<http://www.prefeitura.rio/web/smtr/exibeconteudo?id=2801886>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

A orla faz parte de um grande subsistema linear e contínuo de espaços livres públicos de Copacabana (CARDEMAN, 2012). Sendo assim, ao longo da orla, do Posto 6 da praia de Copacabana até a Avenida Princesa Isabel (localizada no Leme), a diversão vai além do banho de mar aos domingos e feriados¹²⁰. E no horário de verão (antes da pandemia de covid-19), o fechamento da via foi estendido para as 19h¹²¹. Em muitas ocasiões ocorre desordem, já que alguns ciclistas adultos insistem em pedalar na área de lazer (fora da ciclovia), o que acaba provocando acidentes (e até atropelamentos) com pedestres¹²². Mas, independentemente do caos e da desordem que muitas vezes impera na orla, cariocas e turistas procuram aproveitar os domingos e feriados usufruindo da Praia de Copacabana, que “tem lugar de destaque no imaginário social brasileiro e internacional no que se refere a um lugar propício ao lazer” (CORRÊA, 2009, p. 138). Em entrevista cedida a mim em março de 2021, André¹²³, um professor de 53 anos que reside no bairro de Copacabana, destacou que, na sua opinião: “a maior fonte de lazer de Copacabana é a praia. Cinco e meia da manhã a praia já está lotada. A praia é um clube a céu aberto, é uma academia a céu aberto!”¹²⁴

Cabe registrar que tais práticas e experiências na orla sofreram inúmeras modificações em virtude da pandemia, assunto a ser abordado mais à frente. É interessante pensar que a cidade deve ser percebida como uma variedade de lugares, onde as práticas coletivas fortalecem e dão vigor ao imaginário urbano. E nos pontos da orla carioca (e também em outros lugares do mundo), tais práticas se evidenciam, seja “no Rio de Janeiro e na orla das praias de Copacabana e Ipanema; nos parques públicos de Seul; nos interstícios de Paris, nos vãos sob a ponte da Île des Cygnes – no sétimo distrito – ou em La Villette; nos playgrounds de Nova York, etc.” (LA ROCCA, 2015, p. 180).

Foi na década de 20 que a cidade do Rio de Janeiro ganhou uma nova fisionomia, passando a exibir a modernidade às margens do oceano Atlântico. O’ Donnell (2013) cita que

¹²⁰ Aos domingos, a orla e o calçadão de Copacabana também costumam ser palco de manifestações políticas, que se intensificaram a partir da década de 2000. No local, comumente são realizados atos, protestos e passeatas, dentre os quais: marchas feministas, religiosas, manifestações contra o golpe sofrido pela então presidente Dilma Rousseff, a favor do presidente Jair Bolsonaro, etc.

¹²¹ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/cinco-vias-interditadas-para-area-de-lazer-14548142>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

¹²² Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/ministerio-publico-quer-saber-quem-fiscaliza-orla-da-zona-sul-22930982>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

¹²³ André nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

¹²⁴ Informação extraída de entrevista concedida por André à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 29 de março de 2021.

Copacabana era o símbolo da modernidade, onde despontavam novas formas de uso do espaço e de vivência da corporalidade. Os piqueniques eram atividades de lazer bastante comuns na época, e Copacabana era um dos locais preferidos para a prática. Ainda segundo a autora (2013), os trabalhadores embarcavam no bonde (muitos oriundos dos subúrbios), e seguiam para Copacabana em busca de momentos de lazer e diversão ao ar livre, estendendo suas toalhas de piquenique. Ou seja: a dinâmica que diz respeito às formas de usufruir da cidade à beira mar se perpetua em uma perspectiva contemporânea no bairro de Copacabana, e pode ser observada quando a orla permanece fechada para lazer aos domingos e feriados. É interessante observar que, no final de março de 2020 (já no início da pandemia), as pessoas insistiam em ocupar o calçadão de Copacabana; e apesar da orientação dos governos estadual e municipal para que a população ficasse em casa, várias pessoas decidiram quebrar o isolamento social e usufruir normalmente dos momentos de lazer na orla de Copacabana¹²⁵. Alheios às regras impostas pela coronavida (BEIGUELMAN, 2020), as aglomerações permaneciam presentes nas praias da zona sul da cidade do Rio de Janeiro, ignorando a recomendação “mantenha o isolamento social”, que, de acordo com Pellegrino (2020), é denominado “Distanciamento Social” em linguagem científica, e tem por objetivo diminuir a interação e a proximidade entre pessoas numa comunidade onde alguns indivíduos infectados, mas ainda não identificados, podem transmitir a doença¹²⁶.

Retomando a análise sobre o lazer, faz-se necessário entender que “o tempo fora do trabalho é, evidentemente, tão antigo quanto o próprio trabalho, porém o lazer possui traços específicos, característicos da civilização nascida da Revolução Industrial” (DUMAZEDIER, 1979, p. 26). Em se tratando da Gang dos Patins, o projeto procura reiterar em seu site que a patinação também é lazer – conforme se observa a seguir¹²⁷:

Somos um grupo de patinação e nossos encontros foram feitos para você. Visamos patinar como um esporte, como lazer, como meio de transporte ou mesmo como um meio de esquecer do estresse do dia a dia a que todos estamos expostos. Somos pessoas que patinam e muitas vezes estamos aqui para simplesmente bater papo patinando ou não.

¹²⁵ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/fotogalerias/quebra-do-isolamento-social-cariocas-ignoram-recomendacoes-se-aglomeram-em-praias-da-zona-sul-do-rio-nesta-sexta-feira-24334562>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

¹²⁶ PELLEGRINO, Flávia Lúcia Piffano Costa. *COVID-19: Pandemia, quarentena e isolamento social*. 2020. Novo Coronavírus. (Site). Fundação Centro Universitário Estadual da Zona Oeste-UEZO. Disponível em: <http://www.uezo.rj.gov.br/mais_noticias/2020/04/covid-19-pandemia-quarentena-e-isolamento-social.html>. Acesso em: 20 jan. 2021.

¹²⁷ Disponível em: <<http://gangdospatins.com.br>>. Acesso em: 18 dez. 2020.

Partindo do exposto anteriormente, o lazer deve ser entendido como:

um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se e entreter-se ou ainda para desenvolver sua formação desinteressada, sua participação social voluntária, ou sua livre capacidade criadora, após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares e sociais (DUMAZEDIER, 1973, p. 34).

Além de entender a patinação também como um lazer, a Gang dos Patins visa fazer com que seus participantes revejam antigas amizades, bem como conquistem novos amigos¹²⁸. Maffesoli (2004) menciona que em função dos gostos, das vontades e das necessidades, sem esquecer as exigências do trabalho, do lazer e do consumo, podemos encontrar espaços de celebração. A comunicação urbana contemporânea associa o consumo à produção cultural, fato que pode ser observado em metrópoles como o Rio de Janeiro. Cabe lembrar que “o consumo é moldado, dirigido e constringido em todos os seus aspectos por considerações culturais” (MC CRACKEN, 2003, p. 11).

Slater (2002) menciona que é através das formas de consumo culturalmente específicas que produzimos e reproduzimos culturas, relações sociais e, na verdade, a sociedade. Criando e sustentando estilos de vida, o consumo possui um caráter completamente cultural (MC CRACKEN, 2003) e relacionado com a produção de subjetividades (ROCHA; HOFF, 2014). O consumo material e simbólico participa da tessitura da malha cultural das cidades, onde o ato de consumir e o modo como se consome produz cognição, uma vez que “a cultura urbana, em suas implicações simbólicas e em suas materialidades, construiria representações da cena metropolitana de larga pluralidade” (BORELLI *et al.*, 2009, p. 285).

Claudio Castro (um dos fundadores da “Gang”) mencionou em entrevista que: “Não é a parte do esporte exatamente que a Gang dos Patins foca, ela foca a parte de integração social, que é muito mais importante para gente”¹²⁹. O patinador relatou na mesma entrevista que existem outros grupos de patinação no Rio de Janeiro; mas que possuem objetivos unicamente voltados para a prática esportiva, fazendo com que o hábito de patinar com o propósito de lazer ficasse abandonado. Dessa maneira, declarou que fundou a Gang dos Patins (juntamente com seus dois parceiros) com o objetivo de acolher o patinador no que chamou

¹²⁸ Disponível em: <<http://gangdospatins.com.br>>. Acesso em: 18 dez. 2020.

¹²⁹ Informação extraída de entrevista concedida por Claudio Castro à autora da tese, realizada de modo presencial no dia 29 de julho de 2018.

de “*grupo social*”, o que evidencia que “à medida que aumenta o tamanho de um grupo, surge uma sensação euforizante de nós, de liberação, de liberdade para fazer qualquer coisa” (SENNETT, 2018, p. 67). E é justamente nos espaços de celebração das cidades que “as pessoas se reúnem, reconhecem umas às outras e, com isso, conhecem a si mesmas” (MAFFESOLI, 2004, p. 58). Antes da chegada do coronavírus, Claudio organizava encontros e eventos temáticos na Gang dos Patins, promovendo desde festas juninas até noites de Halloween, onde os participantes se fantasiavam a bordo dos seus patins¹³⁰. A Gang dos Patins pode ser vista como uma tribo, na qual cada patinador participante usufrui do prazer de estar junto. Maffesoli (2010, p. 90) aponta que:

Cada um desses fenômenos é causa e efeito do sentimento de fazer parte: emoções sociais, intensificação da camaradagem ou da amizade. Mas esse sentimento significa, em profundidade, que o outro faz parte do grupo porque, juntos, fazemos parte de um território. Território real: o bairro, a cidade, a rua. Território simbólico: fazer parte comum sexual, musical, esportiva, religiosa. É a isso que se pode chamar de tribos naturais.

Maia e Bianchi (2012) argumentam que, quando nos encontramos territorializados, ancorados em algum lugar, compartilhamos identificações, percebemo-nos em grupo, representamos o mundo de forma coletiva, pelo menos em determinados aspectos. O ponto de encontro da Gang dos Patins é a rua (mais especificamente, a Avenida Atlântica). A rua é um espaço coletivo, onde pode se observar “tribos de escritores, de skatistas e de ciclistas que, ao constituir situações, correspondem à natureza do lugar da cidade contemporânea, determinada pela sua capacidade de abraçar uma multiplicidade de significações” (LA ROCCA, 2015, p. 181). Partindo de tais reflexões, pode-se falar em uma tribo de patinadores, já que as cidades são constituídas por tramas cotidianas, que ganham formas e contornos a partir de suas socialidades (MAFFESOLI, 2001a). Ainda segundo o autor, as tribos urbanas “fazem cidade” porque são diferentes e, às vezes, até mesmo opostas (MAFFESOLI, 1998). Desse modo, toda efervescência é estruturalmente fundadora, já que a cidade comunicacional agiliza e se mostra um campo fértil para a comunicação entre as tribos urbanas e as diásporas culturais (FERNANDES; GOMES, 2017).

No ano de 2009, a “Gang” de patinadores ganhou um participante especial: Josias Silva da Silva (Figura 1). Josias é paraense, e reside no bairro do Leme desde 2000 (na comunidade Chapéu Mangueira).

¹³⁰ Disponível em: <<https://vejario.abril.com.br/cidades/onde-patinar-rio/>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

Figura 1 - Josias: patinador e instrutor voluntário da Gang dos Patins.



Fonte: Arquivo pessoal da autora.

Apaixonado pelo esporte, faz questão de exibir no peito um pingente com um patim (Figura 2). Até março de 2020, Josias atuava de modo voluntário como instrutor de patinação aos domingos e feriados (das 16h às 18h), na “célula” da Gang dos Patins do Posto 2 de Copacabana. A partir de então, Josias passou a patinar por conta própria, uma vez que a Gang dos Patins suspendeu as reuniões devido ao risco de contágio da covid-19.

Figura 2 - Josias no Posto 2, em Copacabana.



Fonte: Arquivo pessoal da autora.

A história de Josias na Gang dos Patins começou de modo casual, conforme se observa a seguir:

A minha história começou com a Gang eu passando aqui na Atlântica com a minha filha, que na época tinha 10 anos de idade, e que hoje já tem vinte anos. [...] Ela (Sabrina, filha do Josias) se interessou pela equipe, pelo pessoal patinando, pelas crianças, muitas pessoas patinando, e eu resolvi colocar aqui na Gang dos Patins. E em seguida, um dos fundadores da Gang dos Patins, o Claudio, disse: “Se a filha veio, então o pai também tem que vir!”. Então como eu desde 16 anos tinha experiência com patins, eu resolvi entrar na Gang, e estou até hoje, colaborando inclusive com os trabalhos da Gang¹³¹.

Aos 57 anos de idade, Josias trabalha como motorista particular em um escritório de advocacia, e relatou que o seu maior objetivo como instrutor voluntário na Gang dos Patins é: “Reunir muitos patinadores, rever os amigos, o nosso maior propósito é esse. Esse encontro,

¹³¹ Informação extraída de entrevista concedida por Josias Silva da Silva à autora da tese, realizada de modo presencial no dia 29 de julho de 2018.

essa confraternização de patinadores, de amigos. Esse é o nosso maior propósito: congregar as pessoas aqui com a gente”¹³². Freitas e Fortuna (2009, p. 114) argumentam que:

A sociabilidade se manifesta sem propósitos objetivos. Há interesses individuais, mas eles se dissolvem em meio à interação e se tornam autônomos a ela. Prevalece o interesse coletivo. O que importa é o sucesso da reunião social. Busca-se a confraternização.

Tal raciocínio reforça o pensamento que a contemporaneidade conduz à passagem da época do “eu” à época do “nós”, levando a uma interação, interdependência com o outro da tribo e do espaço no qual se situa (MAFFESOLI, 2014). Na mesma entrevista (cedida a mim no ano de 2018), Josias relatou que a Gang dos Patins recebe aos domingos e feriados um grande número de homens e mulheres de diversas faixas etárias, moradores do município do Rio de Janeiro (e também de outras cidades). O grupo também é composto por pessoas que frequentam a Gang dos Patins de modo regular, cujas histórias de vida foram modificadas pela prática da patinação, conforme será apresentado adiante.

Ao se referir ao trabalho como voluntário no grupo, Josias relata que a patinação é um lazer que possui no final de semana e nos feriados, e completa: “quem quer tirar o estresse, é só botar um patim no pé, e vir patinar”¹³³. Dumazedier (1979) explica que o lazer não é a ociosidade, e corresponde a uma liberação periódica do trabalho no fim do dia, da semana, do ano (ou de toda uma vida profissional). Na entrevista, Josias declarou empolgado: “O meu lazer no final de semana é patinar. É o que eu mais faço e que eu mais gosto. É patinar!”¹³⁴. O motorista declarou que foi através da Gang dos Patins que a sua filha Sabrina Paz se tornou bicampeã carioca de patinação, assunto a ser tratado a seguir.

2.2.1 “Patinando na Atlântica”: os sentidos e os significados para os participantes da Gang

Desde o seu surgimento, o bairro de Copacabana já era “território incorporado, sob o signo do lazer, ao universo simbólico de variados círculos socioculturais” (O’DONNELL, 2013, p. 59). Velho (1999) cita como característica do bairro de Copacabana a sua população

¹³² Informação extraída de entrevista concedida por Josias Silva da Silva à autora da tese, realizada de modo presencial no dia 29 de julho de 2018.

¹³³ Informação extraída da mesma entrevista referida na nota de rodapé anterior.

¹³⁴ Informação extraída da mesma entrevista referida na nota de rodapé anterior.

diversificada sob todos os aspectos, com contrastes, com estilos de vida diferenciados, onde a heterogeneidade é o ponto central. Estilos de vida dizem respeito ao conjunto de práticas e valores disponíveis para serem escolhidos, os quais os indivíduos incorporam, ou aos quais aderem (GIDDENS, 2002). Vale reforçar que o Rio de Janeiro pode ser percebido como um amálgama, conforme destaca Lessa (2005, p. 29):

Nessa configuração imposta pelo lugar existe a possibilidade de um laboratório único de convivência social, para a qual contribui essencialmente a linearidade. [...] No Rio a convivência é sistêmica e estrutural: as classes compartilham um mesmo espaço, uma espécie de solidariedade orgânica, à la Durkheim. [...] O abismo social não cancela a proximidade.

Voltando ao bairro de Copacabana, Velho (1999) aponta que os vários mundos copacabanenses acompanham a sua complexa identidade. Nesse contexto, o bairro e a praia de Copacabana são interculturais sob o olhar da contemporaneidade, indicando que os diferentes se encontram e convivem entre negociação, conflito e benefícios (CANCLINI, 2011). Na pesquisa realizada para a elaboração da tese, André¹³⁵, 53 anos, morador de Copacabana desde criança, relatou:

Copacabana é minha história de vida. Todo o lugar que eu passo, lembro da minha infância, da minha adolescência. É uma diversidade enorme de pessoas! Tem empresário, tem honesto, tem trambiqueiro... As pessoas se misturam aqui. Não tem esse negócio de grupinho, como em Ipanema e no Leblon. Quando eu era adolescente, tinha um colega que o pai era filho de uma rede de postos de gasolina, e um outro, que era filho de porteiro. Mais tarde, a gente aqui em casa chegou a conhecer um rapaz que era “leopardo” na Galeria Alaska. E ele não era gay, esse era o trabalho dele. É uma mistura. Eu sempre falo que aqui é uma “fauna humana”; e essa mistura é legal! Você vive mais alegre. As pessoas têm menos preconceito. E o lugar onde as pessoas têm menos preconceito é na praia¹³⁶.

Desse modo, quando abordamos as praias da cidade do Rio de Janeiro, cabe observar que as mesmas

são o palco comum de múltiplas particularidades, que repartem esse espaço ‘democrático’ em territórios menores, com fronteiras fluidas, mas perceptíveis. Um espaço de interseccionalidades, onde classe, raça, gênero, sexualidade e geração, entre outros fatores, estabelecem marcações no corpo, na interação, na performance e no próprio espaço. As praias cariocas, portanto, adquirem configurações de acordo com os corpos que as frequentam, mas sobretudo conforme os sujeitos que performam esses corpos, ou são performados por esses corpos (RIBEIRO, 2015, p. 3).

¹³⁵ André nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

¹³⁶ Informação extraída de entrevista concedida por André à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 29 de março de 2021.

Ao analisar a fala do entrevistado André, a Copacabana que se descortina “é um caldeirão de tipos humanos, classes sociais e faixas etárias, onde todos convivem aparentemente de forma aceitável” (HORTA; KOS, 2013, p. 2). Seguindo essa linha de pensamento, é importante lembrar que, em meio às disputas simbólicas e territoriais, o conflito muitas vezes eclode. Seja entre os próprios moradores do bairro (como o do episódio dos “chuveirinhos”, abordado anteriormente), ou entre os moradores de Copacabana e os dos bairros da zona norte da cidade, por exemplo. No ano de 2018, um post publicado na página “Copacabana Alerta”, da rede social Facebook, gerou polêmica ao ironizar os moradores da zona norte da cidade que frequentam a praia de Copacabana, onde um dos trechos dizia (Figura 3): “Você que não é da zona sul, evite vir para cá agora nesse verão”¹³⁷.

Figura 3 - Post da página Alerta Copacabana.



Fonte: Jornal Diário do Rio (versão online), dezembro/2018.

Irritados com a brincadeira, muitos responderam em defesa da zona norte da cidade com ataques e ironias ao bairro de Copacabana e aos seus moradores, demonstrando principalmente os antigos embates e desigualdades socioeconômicas e simbólicas entre os moradores da região sul da cidade e os que residem no subúrbio (SOUSA, 2014). Para Corrêa

¹³⁷ Disponível em: <<https://diariodorio.com/pagina-de-copacabana-gera-polemica-na-internet/>>. Acesso em: 23 abr. 2021.

(2009), o “farofeiro” e/ou o “suburbano” são vistos como os “de fora”. Nesse contexto, cabe lembrar que o Túnel Rebouças representa uma clivagem imaginária entre a zona norte e a zona sul da cidade do Rio de Janeiro, em uma lógica “antes do túnel e depois do túnel” (MESQUITA; VELASQUES, 2020).

Em tom de extremo sarcasmo, algumas das respostas ao post “Você que não é da zona sul, evite vir para cá agora nesse verão” foram enumeradas a seguir:

“Mas na hora de irem pra Zona norte curtir o baile da gaiola encher o cu de pó eles gostam né? Filhos da puta...” / “Zona norte avisa que as balas ultimamente estão acertando gente da zona sul, principalmente os preconceituosos, por favor evitem ir pro baile da gaiola e pra qualquer ponto comprar drogas, solidariedade.” / “Pode ficar tranquilo, o pessoal da zona norte seguirá o seu conselho, somente os moradores da ZS tais como: do Pavão-Pavãozinho, Cantagalo, Ladeira dos Tabajaras, Morro dos Cabritos e Chapéu Mangueira frequentarão as praias.” / “Engraçado, a maioria dos moradores de Copa se acham os donos do mundo né, muito acima da sociedade. Lugarzinho beeeeeem ralé, onde eu moro nunca vi arrastão, agora aí, quando trabalhava, era só Cristo na causa. Colega de serviço não conseguia chegar na hora porque o tiro comia dia e noite nesses morrinhos super good vibes que tem aí de vocês”¹³⁸.

Nessa conjuntura, o que é vivido na agregação de valores opostos nos fornece pistas no sentido de compreender a presença de uma harmonia conflitual, uma vez que “a harmonia abstrata de uma unanimidade de fachada está em vias de ser substituída, através de múltiplas tentativas e erros, por um equilíbrio conflitivo, causa e efeito da vitalidade das tribos” (MAFFESOLI, 2010, p. 39). Afinal, o conceito de interculturalidade significa um conjunto de propostas de convivência entre diferentes culturas, buscando integrá-las sem anular sua diversidade, fomentando assim o potencial criativo e vital resultante das relações entre diferentes agentes e seus respectivos contextos¹³⁹.

Conforme exposto anteriormente, aos domingos e feriados a Gang dos Patins não recebe somente patinadores que residem em Copacabana e nos demais bairros das zonas sul e norte do Rio de Janeiro, mas também pessoas que moram em outros municípios do Estado – e vão para Copacabana em busca de lazer. Turistas de outros estados do Brasil também aparecem, ansiosos por patinar pela Praia de Copacabana. Cidades e seus bairros são mídias, personagens, roteiros e cenários, além de centros produtores de cultura (FREITAS, 2017). Em entrevista cedida a mim, Josias (instrutor voluntário de patinação da “Gang”) relatou:

¹³⁸Disponível em: <<https://diariodorio.com/pagina-de-copacabana-gera-polemica-na-internet/>>. Acesso em: 23 abr. 2021.

¹³⁹ Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/maisdefinicoes/INTERCULTURALIDADE.pdf>>. Acesso em: 23 abr. 2021.

A Gang dos Patins aqui em Copacabana, aqui na Zona Sul: muitas pessoas patinadoras elas vêm dos municípios do Rio de Janeiro, tipo Duque de Caxias, vêm de São Gonçalo, Itaboraí, Niterói. Então eles vêm de lá porque aqui é Zona Sul, então você tem várias opções, aqui você tem uma rua de lazer. A Avenida Atlântica fica fechada para carros e fica aberta para o lazer. Então eles vêm para cá, vêm se reunir para patinar aqui na Gang dos Patins e se sentem à vontade, entendeu?¹⁴⁰

Cabe registrar que a escolha da palavra “gang” está atrelada à lógica dos sentimentos como substrato do elo social (MAFFESOLI, 2014). Ou seja: no caso da Gang dos Patins, não possui nenhuma associação com a temática da “delinquência” e do “desvio”, conforme o conceito de gangue para a Escola de Chicago. Para Diógenes (1998, p. 108):

É evidente que o termo gangue é recortado por toda a visão que tematizou o “desvio” através da vasta produção da Escola de Chicago nos anos 40 e 50 nos Estados Unidos e, no Brasil, durante toda a década de 60 até os anos 70. Gangue e delinquência passam a ser termos correlatos tanto na visão policial, no imaginário social, como na percepção que pontua a diferenciação entre as turmas de jovens.

Reunindo pessoas de várias idades, gêneros e locais de nascimento e de moradia, a Gang dos Patins proporciona uma experiência intercultural. Entre dicas e manobras de patinação, o paraense Josias busca atender a todos, incluindo os patinadores que não são cariocas e nem copacabanenses. Para Canclini (2007), a interculturalidade remete ao entrelaçamento, àquilo que se sucede quando os grupos entram em relações e trocas. Baudouin (2016) frisa que a interculturalidade apresenta um nível alto de integração, de algum modo um processo sobre o qual a diversidade cultural age como um espaço de negociação das culturas umas em relação às outras – e que abre o caminho para um aprofundamento das trocas.

Também existe um grupo composto apenas por patinadores infantis na “Gang” (Figura 4). As crianças são recebidas com carinho e paciência pelo instrutor voluntário de patinação. Ao ser indagado sobre o seu relacionamento com o público infantil, Josias mencionou emocionado:

Ah, aí já mexe mais com o coração da gente... É uma relação mais dedicada. É um carinho mais profundo por elas, porque elas têm uma recíproca verdadeira a meu respeito, entendeu? Elas compartilham alegria comigo, sabe? Elas reconhecem o meu carinho que eu tenho por elas. E pelos pais, que trazem elas para aprender a patinação¹⁴¹.

¹⁴⁰ Informação extraída de entrevista concedida por Josias Silva da Silva à autora da tese, realizada de modo presencial no dia 29 de julho de 2018.

¹⁴¹ Informação extraída da mesma entrevista referida na nota de rodapé anterior.

Figura 4 - Patinadores infantis na Gang dos Patins.



Fonte: Arquivo pessoal da autora.

De acordo com o trabalho de campo realizado no ano de 2018 no Posto 2 da Praia de Copacabana, foi possível perceber que o ato de patinar na Gang dos Patins é capaz de suscitar sentimentos e afetividades entre os diversos membros do grupo. Freitas (2011) aponta que é justamente entre as evidências que a cidade produz permanentemente sentidos e significados para os seus habitantes. A afetividade mistura-se a acontecimentos da vida coletiva e pessoal, implicando em um sistema de valores posto em prática pelo indivíduo (LE BRETON, 2009). Nesse contexto, a afetividade na vida social a impulsionaria rumo à epifanização e à valorização do que faz a natureza humana, colocando em comum seus afetos e celebrando esta comunalização em refeições, festas, procissões, “um modo de dizer o prazer de estar-junto” (MAFFESOLI, 2010, p. 74).

Cabe registrar que, em virtude da pandemia de covid-19, Marcelo Crivella, então prefeito da cidade do Rio de Janeiro, suspendeu a interdição de vias públicas para o funcionamento das áreas de lazer através do Decreto n.º 47.282 de 21 de março de 2020¹⁴². A Avenida Atlântica permaneceu livre para o trânsito de veículos de março até 12 de julho de 2020, quando as vias públicas foram novamente reabertas para o lazer¹⁴³. E, em dezembro de

¹⁴² Disponível em: <<https://prefeitura.rio/cidade/decreto-da-prefeitura-do-rio-determina-novas-medidas-para-o-combate-a-pandemia-do-novo-coronavirus/>>. Acesso em: 12 jan. 2021.

¹⁴³ Disponível em: <<https://prefeitura.rio/cidade/prefeitura-anuncia-fase-3b-de-flexibilizacao-ficar-na-areia-da-praia-so-sera-liberado-quando-houver-vacina-torcidas-estao-proibidas-nos-jogos-de-futebol-e-demais-esportes>>. Acesso em: 12 jan. 2021.

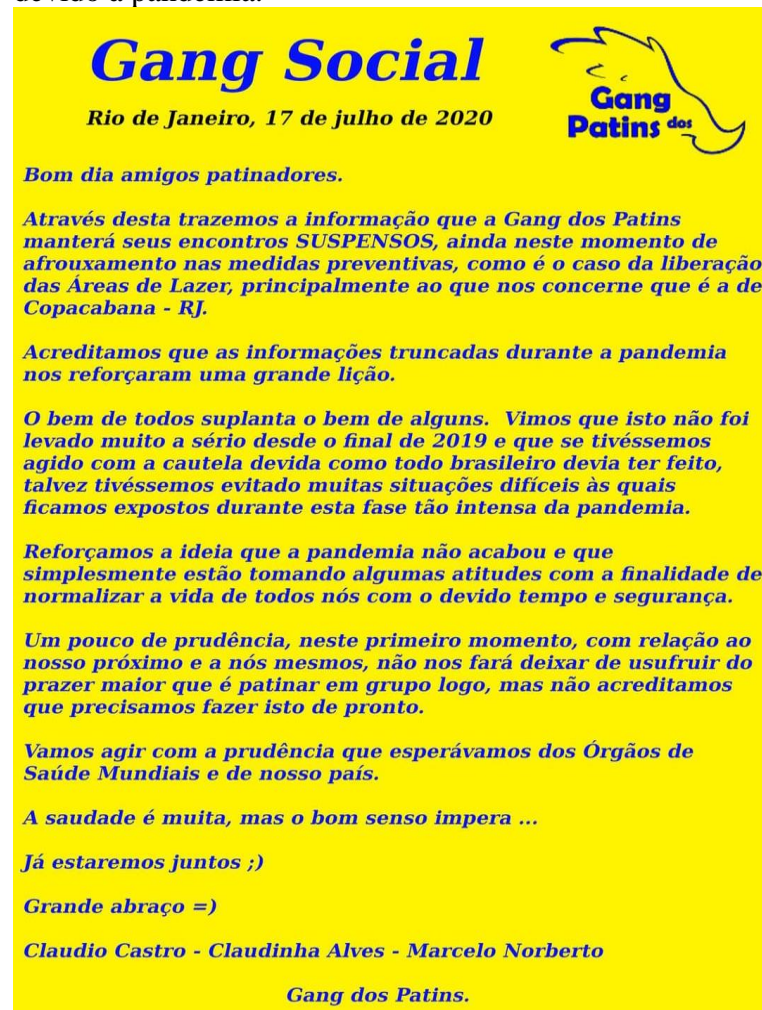
2020, a Prefeitura do Rio publicou novas medidas para conter a propagação da covid-19 em edição extra do Diário Oficial do município, ordenando novamente o cancelamento das áreas de lazer nas orlas de Copacabana, Ipanema e Leblon¹⁴⁴. Entre idas e vindas, no dia 12 de janeiro de 2021, Eduardo Paes, o novo prefeito da cidade, decretou que as vias públicas voltassem a ser interditadas para a realização de atividades de recreação e lazer aos domingos e feriados, de 7h às 18h¹⁴⁵. Após a determinação do prefeito, o dia 17 de janeiro de 2021 foi o primeiro domingo com a Avenida Atlântica fechada para circulação de veículos e livre para o lazer.

Diante da pandemia de coronavírus na cidade do Rio de Janeiro, a Gang dos Patins optou por suspender as suas atividades. E em julho de 2020, postou um comunicado (Figura 5) acerca da prorrogação da suspensão dos encontros em seu grupo na rede social Facebook.

¹⁴⁴ Disponível em: <<https://prefeitura.rio/cidade/prefeitura-do-rio-publica-edicao-extra-do-diario-oficial-do-municipio-com-novas-medidas-para-conter-propagacao-da-covid-19-sem-prejuizo-a-cadeia-produtiva/>>. Acesso em: 12 jan. 2021.

¹⁴⁵ Disponível em: <https://doweb.rio.rj.gov.br/apifront/portal/edicoes/imprimir_materia/704608/4803>. Acesso em: 12 jan. 2021.

Figura 5 - Suspensão das atividades da Gang dos Patins devido à pandemia.



Fonte: Página da Gang dos Patins na rede social Facebook, julho/2020.

Encontros de patinadores na Avenida Atlântica, confraternizações e festas a bordo de patins e demais ajuntamentos. Diante de tais afetos, pode-se observar que a convivência na Gang dos Patins foi capaz de trazer novas e positivas experiências para a vida de alguns dos seus participantes, partindo das entrevistas presenciais realizadas antes da pandemia. Desse modo, serão analisados três casos cujas histórias de vida se misturam com a da Gang dos Patins: Renata Falcão, Pedro Falcão e George¹⁴⁶.

Renata Falcão possui 47 anos e é separada. Nasceu no Rio de Janeiro, e reside em Copacabana desde 1995. É jornalista e psicopedagoga. Mora com o filho, Pedro Falcão (patinador na Gang dos Patins). Renata conheceu a Gang dos Patins em 2014, e mencionou que chegou a patinar logo após se separar do marido. Todavia, Renata teve que parar com a

¹⁴⁶ O sobrenome do George não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

patinação por ordens médicas, já que possui hérnia de disco. Mesmo impedida de patinar, Renata continuou frequentando o grupo com o filho, conforme relato a seguir:

Nesses quatro anos, todo domingo e feriado, o Pedro está patinando. E graças à Gang, há cerca de um mês e meio atrás teve campeonato, que foi realizado lá no Clube Boqueirão – e o Pedro foi o 2º colocado no campeonato de Slalom¹⁴⁷ junto com a Sabrina, que é a filha do Josias, que é um dos professores daqui. E ela foi a 1ª colocada¹⁴⁸.

Quando indagada sobre a importância da Gang dos Patins na sua vida, Renata me respondeu:

Toda! Na realidade, fui casada durante 20 anos. E depois que eu me separei, eu tive que recomeçar a vida. E nesse recomeço, eu conheci a Gang. E graças à Gang, o meu filho hoje ele... Ele sempre foi esportista. Mas graças à Gang, ele não foi para o caminho errado, ele está competindo. Na 1ª competição que ele participou, já conquistou uma medalha. [...] Sem a Gang, seria muito mais difícil para mim como mãe. Eu me tornei mãe solteira da noite para o dia, né...¹⁴⁹

Visando complementar a análise, também foi realizada uma entrevista com Pedro Falcão (filho de Renata). No início da conversa, o adolescente (na época com 15 anos) demonstrou extrema timidez. Mas ao ser indagado sobre os seus dados pessoais (idade, bairro de moradia, etc.), Pedro respondeu espontaneamente: “Eu tenho 15 anos. Estudo no Pedro II. Minha família é: eu e minha mãe. E a Gang dos Patins também, porque aqui eu faço vários amigos, e sempre um ajuda o outro, um apoia o outro”¹⁵⁰.

Por fim, o caso do sexagenário George¹⁵¹ também apresenta uma história de vida onde a Gang dos Patins possui grande importância. George mora na Zona Sul do Rio de Janeiro. O seu primeiro contato com o grupo de patinação foi no Parque dos Patins (na Lagoa Rodrigo de Freitas, onde o projeto nasceu). Durante a entrevista cedida a mim em julho de 2018, George revelou que a sua segunda esposa morreu assassinada, fazendo com que ele entrasse em

¹⁴⁷ Modalidade técnica de patinação que consiste em realizar manobras em torno de uma fileira de cones espaçados com igual distância entre eles.

¹⁴⁸ Informação extraída de entrevista concedida por Renata Falcão à autora da tese, realizada de modo presencial no dia 29 de julho de 2018.

¹⁴⁹ Informação extraída da mesma entrevista referida na nota de rodapé anterior.

¹⁵⁰ Informação extraída de entrevista concedida por Pedro Falcão à autora da tese, realizada de modo presencial no dia 29 de julho de 2018.

¹⁵¹ O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

desespero. George falou sobre a importância da patinação e do grupo Gang dos Patins após a morte da companheira:

Eu tive uma coisa assim muito triste na minha vida. Eu me separei da primeira mulher. Mais tarde eu encontrei uma japonesa. Isso faz uns dezoito anos. E essa japonesa, ela foi assassinada pelo filho por causa do dinheiro do meu pai. E isso aí foi muito triste. Está sendo triste até hoje. E como a família é amiga de político, nada aconteceu. Isso significa que até hoje é como se ela tivesse morrido de um ataque do coração, quando sei que ela foi assassinada... Então eu vivo esse dilema. É um dilema pesado. [...] Eu estava assim bem desesperado, que eu tinha perdido a minha esposa. E eu fui lá para o Parque dos Patins. Eu inclusive perdi muito peso, fiquei muito fraco com essa história. Eu comecei a ter muitas dores. E aí o patins fez com que eu voltasse a usar as pernas, a movimentar de novo. E aí eu comecei a me sentir cada vez melhor. O Josias sempre me dando apoio. E assim... Foi um momento assim de esquecer os problemas. De meditar e dançar. É fantástico. Eu recomendo muito¹⁵².

Partindo das experiências e vivências de cada pessoa entrevistada em relação à Gang dos Patins, pode-se observar que as sensibilidades também são elaboradas no deambular das ruas, já que “quando prestamos atenção nas cidades, percebemos o quanto elas nos comunicam” (FREITAS, 2017, p. 63). Ou seja, é na maneira como os sujeitos ocupam os espaços urbanos lado a lado com os outros que a cidade vai se construindo nos encontros e desencontros, revelando as possibilidades de partilhá-la (MAIA; BIANCHI, 2012). A cidade enquanto corpo coletivo está “indissociavelmente ligada ao sentido do humano: cidade, lugar do homem; cidade, obra coletiva que é impensável no individual” (PESAVENTO, 2007, p. 14).

Para finalizar, vale ressaltar que, além de uma forma de lazer, a patinação também é considerada um estilo de vida. McCracken (2003) menciona que os estilos de vida podem ser entendidos partindo da utilização das teorias estruturais do significado, já que as coisas andam juntas por causa de sua consistência cultural interna. E no caso da Gang dos Patins, o convívio entre os patinadores transborda para as múltiplas facetas da história pessoal de cada um, já que o lazer é uma criação humana que está em constante diálogo com as demais esferas da vida, e participa da complexa trama histórico-social que caracteriza a vida em sociedade (GOMES, 2008).

¹⁵² Informação extraída de entrevista concedida por George à autora da tese, realizada de modo presencial no dia 29 de julho de 2018.

2.3 “Santa Clara 33”: consumindo moda praia em “Copa”

Copacabana cresceu vertiginosamente, chegando ao final da década de 40 como um verdadeiro subcentro em formação (ABREU, 2008). O Rio de Janeiro viveu “os anos dourados” na década de 50; e na ocasião, a “Princesinha do Mar” já estava repleta de prédios. Em 1958, Copacabana ganhou mais um edifício dentre os vários que passaram a existir no bairro. O seu endereço é: Rua Santa Clara, número 33. Ao ser inaugurado, o prédio abrigava somente escritórios de diversos segmentos – e também consultórios médicos e odontológicos. Mas foi na década de 70 que vários comerciantes do segmento de moda acabaram se mudando para o endereço acima. Atraídos na época pelo baixo aluguel, iniciaram seus projetos de expansão de negócios no que mais tarde viria a ser o “Santa Clara 33”. Visando oferecer principalmente peças de vestuário de moda praia, o prédio acabou se tornando um importante centro comercial copacabanense dos anos setenta até os dias atuais. E embora a ênfase ainda seja na oferta de moda praia, o prédio atualmente conta com variado mix de produtos, serviços e diferentes artigos de moda. E como a moda é um elemento que interminavelmente ressuscita e recombina coisas (SLATER, 2002), entender as imbricações entre os estilos de vida e a cultura “praieira” sob a ótica do consumo de moda praia do “Santa Clara 33” é o tema a ser apresentado a seguir.

2.3.1 O banhista: do moderno ao contemporâneo

A origem do banho de mar nas praias no Rio de Janeiro está associada a uma história curiosa. No período em que a corte portuguesa estava instalada na cidade, o médico de D. João VI recomendou o banho de mar como cura para uma doença que afligia Sua Majestade. Nas cercanias da residência real, o Paço da Quinta da Boa Vista, foi instalada uma “Casa de Banhos”, com vestiário e lugar de repouso para o rei em suas incursões à Praia de São Cristóvão. Tal construção histórica ainda existe e nela funciona o Museu da Limpeza Urbana, mantido pela Comlurb. A Praia de São Cristóvão, porém, desapareceu com a expansão do porto do Rio na direção dos antigos cais de São Cristóvão e Caju¹⁵³.

¹⁵³ Disponível em:

<http://portalgeo.rio.rj.gov.br/estudoscariocas/download/2418_O%20Rio%20de%20Janeiro%20e%20sua%20orla.pdf>. Acesso em: 20 jan. 2021.

Camargo (2016) aponta que, no século XIX, o hábito dos banhos de mar no Rio de Janeiro criou a demanda por maior comodidade para as trocas de roupa. Ainda segundo a autora (2016), o costume de tomar banho de mar deu origem a uma série de casas de banho, que funcionavam desde as primeiras horas da manhã. Tais estabelecimentos ofereciam, a preços variados, pequenos quartos ou cabines com banquinho e espelho onde era possível vestir-se e desvestir-se com privacidade. Os quartinhos de madeira ficavam dispostos nos compridos corredores das casas de banho; não ofereciam conforto e cheiravam a maresia (O’ DONNELL, 2013).

Em 1880, Copacabana ainda era um local apenas para os passeios de final de semana, embora já possuísse alguns habitantes mais abastados. O hábito de banhar-se nas águas salgadas era permitido somente como tratamento de saúde; e “após o banho de mar, era costume dos mais abonados tomar um copo de leite ao pé da vaca, num famoso estábulo na rua Barata Ribeiro, nas proximidades das atuais ruas Siqueira Campos e Santa Clara” (PERROTTA, 2015, p. 179).

No ano de 1886, ao se banhar nas águas do mar de Copacabana em trajes sumários quando esteve no Rio de Janeiro, a atriz Sarah Bernhardt¹⁵⁴ cometera um verdadeiro sacrilégio para a época. Todavia, a ousadia da atriz francesa “plantara as primeiras e tímidas sementes de uma mudança de estilo” (BOECHAT, 1998, p. 23). Na época, Sarah Bernhardt escandalizou a cidade ao se deslocar para a então longínqua Copacabana, passar horas contemplando o horizonte e depois mergulhar no mar após as sete horas da manhã, atitude inconcebível na época (PERROTTA, 2015).

Aprofundando a análise, no século XIX, quando o assunto era banho de mar, a balneabilidade não poderia extrapolar as fronteiras da necessidade, e obrigatoriamente deveria possuir uma relação marcada com o comedimento e com a cerimônia, conforme exposto a seguir:

[...] se não era hábito social, no século XIX, o banho de mar, só sendo indicado justamente como tratamento de saúde (sobretudo para doenças de pulmão, como bronquite, ou a tuberculose), o passeio às praias já se fazia com os bondes, no fim do século XIX (LUZ, 1994, p. 81).

Dessa maneira, o banho de mar deveria ser “com roupas de tecido grosso, em geral azul marinho ou de debrum vermelho, calças até os pés, *espadrilles* de lona e touca, o uniforme balneário confundia-se com uma verdadeira armadura” (O’ DONNELL, 2013, p.

¹⁵⁴ Henriette Rosine Bernardt, conhecida mundialmente por Sarah Bernhardt, foi uma atriz francesa que atuou nos palcos da Europa em 1870.

97). Trazido no bojo da modernidade, o hábito de desfrutar do banho de mar exigia trajes comportados no Rio de Janeiro do século XX (Figura 6). Em 1917, Amaro Cavalcanti, então prefeito do Rio, assinou o Decreto n.º 1143 no dia 1º de maio, estipulando a construção de seis postos de salvamento distribuídos pela praia de Copacabana, que sinalizavam os trechos onde o banho de mar seria mais seguro, como detalha O'Donnell (2013, p. 103):

Cada trecho corresponderia a uma faixa de praia demarcada com bandeirinhas e guarnecida por uma embarcação no mar e um poste de observação na areia, onde trabalhariam os “banhistas” ou “auxiliares”, como eram chamados os nadadores funcionários do município. Como medida preventiva, o prefeito determinava ainda que “o banho só será permitido de 2 de abril a 30 de novembro, das 6h às 9h e das 16h às 18h. De 1º de dezembro a 31 de março, das 5h às 8h e das 17h às 19h. Nos domingos e feriados haverá uma tolerância de mais uma hora em cada período”.

Figura 6 - Banhistas em Copacabana no ano de 1919.



Fonte: Globo.com (Revista da Semana/Divulgação)¹⁵⁵.

Silva (2002) aponta que o banho de mar em Copacabana e no Leme na época era um hábito asséptico, higiênico, seguro e muito chato. Complementando o raciocínio, é importante frisar que o banho de mar era uma prática utilizada principalmente para fins terapêuticos. Desse modo, era necessário manter a ordem e o decoro – como se observa a seguir na íntegra dos artigos 11, 12 e 13 do Decreto n.º 1143:

¹⁵⁵ Disponível em: <<http://ego.globo.com/moda/noticia/2012/12/livro-mostra-trajetoria-dos-trajes-de-banho-nas-praias-cariocas.html>>. Acesso em: 12 jul. 2021.

Art. 11 – Os banhistas deverão apresentar-se com vestuário apropriado e decente a juízo da autoridade policial;

Art. 12 – São expressamente proibidos quaisquer ruídos e vozeria na praia ou no mar, durante o período do banho;

Art. 13 – Será punido com multa de 20\$000, e na falta de pagamento cinco dias de prisão, todo aquele que infringir as disposições estabelecidas nestas instruções¹⁵⁶.

Graças à aristocracia praiana, aos poucos o lado imoral e promíscuo imputado aos trajes de banho era deixado para trás, buscando alinhar-se aos padrões internacionais de civilização – sem abandonar as características locais do Rio de Janeiro. E entre a modernidade e a moralidade, houve uma franca identificação do Rio de Janeiro com o *ethos* praiano (O’ DONNELL, 2013). Aos poucos a praia passou a ocupar um papel primordial na cultura da cidade, exigindo que o carioca começasse a adotar alguns apetrechos para frequentá-la.

A partir de então, a figura do “banhista” como alguém que está desfrutando da praia com roupas específicas para se banhar no mar finalmente é incorporada à orla carioca, deixando para trás um dos seus significados iniciais: o homem que segurava as moças pelos braços enquanto estas tomavam seus banhos terapêuticos (nadadores funcionários do município). Os banhistas ajudavam as senhoras “a levantar e abaixar conforme o movimento das ondas. Não se tratava de diversão. Esses profissionais contribuía para que a prescrição médica do banho de mar fosse cumprida sem perigo” (PERROTTA, 2015, p. 180). A profissão banhista chegou a ser “uma profissão de tão largos proventos quanto a de motorista” (O’ DONNELL, 2013, p. 97).

Alguns dos objetos que hoje em dia são comumente utilizados para frequentar a praia tiveram o seu uso atrelado ao banho de mar por acaso. É interessante observar que a toalha de praia (que acabou sendo substituída pela canga junto ao público feminino) apareceu ainda no início do século XX. A primeira toalha de praia surgiu em Copacabana no ano de 1902 graças ao barbeiro inglês Wallace Green¹⁵⁷. Tudo era novo no que se refere ao ambiente praiano, conforme se observa a seguir:

Algumas novidades geradas nesse ambiente experimental viriam para ficar. Um exemplo: em 1902, o barbeiro inglês Wallace Green inventou por acaso a toalha de praia. Após ter barbeado um cliente que morava no bairro, Green resolveu dar um mergulho em Copacabana e levou consigo o material de trabalho. Lá chegando, sem ter no que se sentar (nem sequer um jornal, que muitos usavam para esse fim), estendeu a toalha na areia e se deitou confortavelmente sobre ela. Logo copiaram

¹⁵⁶ Disponível em: <<http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4204433/4101397/estudos5.pdf>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

¹⁵⁷ Disponível em: <<https://istoe.com.br/14866-AREIAS+ESCALDANTES/>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

esse gesto casual e prático. Sem saber, Green criara o costume que ainda hoje alimenta um colorido comércio de moda no Rio (BOECHAT, 1998, p. 27-28).

Quanto à barraca de praia (também conhecida como guarda-sol), começou a ser utilizada para abrigar o banhista em caso de pancadas de chuva na areia. Embora posteriormente passasse a ser usado para proteção contra os raios solares, é curioso observar que, na realidade, o primeiro guarda-sol foi um guarda-chuva.

Somente oito anos depois da toalha é que surgiu a barraca. Admite-se que o primeiro modelo não passava de um modesto guarda-chuva. Foi introduzido em Copacabana por Firmino Gurgel, nacionalidade desconhecida, dono de uma fábrica de polainas, que só ia à praia nos dias em que o Serviço de Meteorologia anunciava “pancadas esparsas”¹⁵⁸.

Partindo de tal análise, observa-se também o surgimento dos primeiros trajes voltados para o banho de mar, como por exemplo, o *maillot*. Inicialmente criado para facilitar o exercício e a natação, o *maillot* havia se difundido pela Europa durante o ano de 1910. Vale destacar que as *bagneuses*¹⁵⁹ já tentavam ousar nos trajes de banho utilizados no Rio de Janeiro, conforme menciona Luz (1994, p. 81):

[...] vemos as *bagneuses* (em fotografias de Malta, por exemplo) em trajes sensuais (para a época) tomando seu banho de mar. Vulgariza-se paulatinamente a ida à praia, que caracteriza até hoje o carioca, como forma de lazer e lugar de prática de esportes (natação, ginástica, jogo de peteca, posteriormente vôlei e, finalmente o futebol de praia.

Em 1920, o *maillot* era o traje balneário por excelência no Rio de Janeiro. Como já era muito utilizado na Europa, a cidade aderiu ao maiô, uma vez que “a moda é importada do exterior com particular predileção e é muito mais apreciada dentro de um círculo, se ela não tiver surgido no seu seio” (SIMMEL, 2008, p. 28). E na contemporaneidade, a moda tece uma rede baseada na necessidade de conformidade e de diferenciação, visando difundir ideais, gostos e atitudes coletivas (FERNANDES; SOUZA, 2013).

De acordo com O’ Donnell (2013), o maiô foi a peça de vestuário incorporada ao imaginário urbano do carioca, que o elegeu como um dos signos da modernidade e civilização vigentes, atraindo os defensores da exibição da beleza plástica dos corpos. Surgia então um novo estilo de vida no Rio de Janeiro, associado a um território específico: a praia. E não faria

¹⁵⁸ Disponível em: <<http://historianovest.blogspot.com/2009/04/das-coxias-ao-palco.html>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

¹⁵⁹ Banhistas, no idioma francês.

sentido frequentar a praia de Copacabana sem utilizar o maiô, “o traje das cidades civilizadas”, como complementa a autora (2013) – conforme reportagem publicada na revista *Atlântico*¹⁶⁰:

[...] um colaborador de *O Atlântico* reforçava a convocatória, lembrando que não “causaria bom aspecto para nós, que somos um povo com ares de civilização, outra vestimenta na nossa Copacabana senão o maillot”, afinal, o uso das antigas vestimentas, além de ser assaz deselegante, seria também um atestado comprobatório do nosso grau de atraso (O’ DONNELL, 2013, p. 157).

A cidade começava a possuir o cotidiano atrelado a uma cultura praiana, responsável pela criação de novos costumes que até então não faziam sentido na vida dos cariocas. E de modo geral, elementos associados à vida balneária ganharam cada vez mais destaque junto aos habitantes do Rio de Janeiro com o passar dos anos. Pode-se tomar como exemplo o Arpoador, local da cidade que se tornou um verdadeiro celeiro no que se refere aos costumes e modismos praianos – assunto a ser tratado mais adiante.

Retomando a análise sobre os cariocas e o hábito de ir à praia, as elites exibiam sua elegância através de *maillots* e para-sóis em um Rio de Janeiro moderno, onde a moda fazia aflorar novidades para acompanhar os novos hábitos aristocráticos. Barbosa (2004) ressalta que a moda é um fenômeno que pertence ao mundo ocidental moderno, e possui como início o âmbito do vestuário entre os grupos aristocráticos. O sistema de moda toma novos estilos de se vestir, e os associa a princípios culturais (MC CRACKEN, 2003). É interessante observar que veio da Europa um hábito que ajudaria a transformar a Copacabana da década de 20 em bairro balneário. Em viagem pelo Brasil,

o rei Alberto da Bélgica, em sua visita ao Rio em 1920, tomava banhos de mar, diariamente, na praia de Copacabana. Menos assídua, a rainha Elizabeth também ia à praia para banhos curtos, sempre depois do rei. Enquanto ele nadava centenas de metros todos os dias, ela entrava no mar ocasionalmente, acompanhada de um cavalheiro, no qual se amparava (PERROTA, 2015, p. 179-180).

E na Copacabana da década de 20, a moda do maiô unia e diferenciava as elites em um contexto balneário, uma vez que a moda é “produto da divisão de classes e comporta-se como muitas outras configurações, sobretudo como a honra, cuja dupla função é formar um círculo social fechado e, ao mesmo tempo, isolá-lo” (SIMMEL, 2008, p. 25). Cabe frisar que tal ideia remete à afinidade de grupos sociais pela moda, levando a um processo de identificação e

¹⁶⁰ “*Atlântico - Magazine Mensal*” foi uma revista fundada em 1913, cuja filiação e pautas buscavam fazer referências à aristocracia carioca. Possuía como colaboradores intelectuais e políticos como Olavo Bilac, Coelho Netto e Lindolfo Collor de Mello.

segmentação, pois a moda é capaz de estabelecer comunicação e diferenciação entre grupos (MC CRACKEN, 2003; DOUGLAS; ISHERWOOD, 2004). Vale enfatizar que o vestuário é uma fonte valiosa de evidência para o estudo dos elementos culturais vigentes (MC CRACKEN, 2003). Corpo, cidade e moda não devem ser analisados só como “um aparato programado e planejado, mas também como um espaço de comunicabilidades dinâmicas que se dobram e se desdobram infinitamente, construindo espaços comunicantes de cultura” (FERNANDES; SOUZA, 2013, p. 21).

Considerado o primeiro choque de ordem para as praias do Rio de Janeiro, o Decreto n.º 1143 do prefeito Amaro Cavalcanti completara três anos em 1920¹⁶¹. Ou seja: no verão de 1927 (dez anos após a assinatura do decreto), o maiô havia se popularizado por completo em Copacabana. E como o desfrute do banho de mar e dos mergulhos exige vestir os corpos, além do maiô tradicional, posteriormente surgiu também o maiô de duas peças. O traje era composto pelos seguintes itens: um vestindo o busto com sutiã “tomara que caia”; e o outro, vestindo a parte inferior do tronco com calça de babado cobrindo o umbigo (BRAGA; PRADO, 2011). De acordo com os autores (2011), posteriormente tanto os maiôs tradicionais quanto os de duas peças começaram a ser produzidos em tecidos de algodão, em jérsei (malha) de lã ou com fibras elásticas sintéticas, sendo confeccionados sob medida por modistas, costureiras e alfaiates.

Nesse contexto, é interessante observar o crescimento da variedade de produtos relacionados à moda praia. Leitão (2007) menciona que a história da moda praia começa no início do século XX, tendo seu processo de construção intimamente ligado à valorização da praia e sua transformação em espaço de lazer e socialidades, conforme será exposto a seguir.

2.3.2 “Carioquice” e moda praia

Dos séculos XIX ao XXI, os costumes e hábitos ligados à praia foram ganhando novas configurações e significados no Rio de Janeiro, reforçando a essência balneária da cidade. Fernandes e Herschmann (2012) apontam a existência de uma cultura de rua carioca na perspectiva da contemporaneidade. E um dos elementos centrais de tal cultura é a praia,

¹⁶¹ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/completa-cem-anos-decreto-considerado-primeiro-choque-de-ordem-para-as-praias-do-rio-21264695>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

trazendo à tona estilos de vida e modas que remetem “à carioquice”¹⁶² – e onde diversos produtos são consumidos para se usufruir da areia da praia e do banho de mar. Gontijo (2002) frisa que, desde o século XVIII, o que era criado no Rio acabava se tornando a essência da “brasilidade” (mesmo antes da transferência da capital colonial de Salvador para o Rio de Janeiro), o que caracterizaria a “carioquice”. Todavia, o Rio foi deixando aos poucos de ser somente um produtor e exportador da brasilidade. A cidade passou a apresentar uma série de características próprias, “particulares, permitindo que falemos, então, de uma espécie de “carioquidade” (GONTIJO, 2002, p. 42). De modo geral, cariocas sintetizam comunicação, fluxo e movimento (ABREU, 2000). Aprofundando as discussões acerca do assunto, a “carioquidade” seria algo mais abrangente em relação à “carioquice”, como se observa a seguir:

Quanto ao Rio de Janeiro, no entanto, nunca se tentou fazer alusão à existência de uma suposta carioquidade. Ao contrário, ainda há uma espécie de ideologia (sutil) da carioquice permeando os escritos da maioria dos cientistas sociais e intelectuais brasileiros (de todos os tempos), que generaliza os traços cariocas para o resto do Brasil, transformando-os em traços culturais nacionais, formadores da própria identidade nacional brasileira (GONTIJO, 2002, p. 126).

Embora Gontijo (2002) faça distinção entre os conceitos de “carioquice” e “carioquidade”, a primeira palavra passou a ser comumente utilizada para designar o conjunto de costumes e práticas característicos da cidade do Rio de Janeiro, resultando em uma cultura carioca. Em contrapartida, vale salientar também o que seria uma espécie de “carioquice patológica”, uma vez que

A carioquice não é sinônimo de identidade carioca, é um vetor que adensa determinados aspectos e elementos que compõem e recompõem essa identidade, é uma obsessão, uma espécie de patologia. De uma interpretação que parte de uma referência pejorativa sobre o universo de elementos e os usos da identidade carioca a uma apropriação poética ambígua que mescla o tom de menosprezo com uma aberta simpatia (...), as referências à carioquice vão sendo cada vez mais frequentes a partir da década de 1960, estreitamente relacionadas aos debates em torno da mudança da capital para Brasília (MOREIRA, 2018, p. 47-48).

Partindo das abordagens em questão, recorrer-se-á ao pensamento de Gontijo (2002), que aponta a “carioquidade” como as peculiaridades e as características específicas da cidade do Rio de Janeiro e dos seus habitantes. Assim, com base na premissa de que a palavra

¹⁶² A palavra “carioquice” foi dicionarizada, e segundo o Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, possui os seguintes significados: 1) Ação ou dito próprio de carioca; cariocada; carioquismo. 2) Caráter ou qualidade peculiar do que é ou de quem é carioca. 3). Predisposição favorável às coisas cariocas.

“carioquice” foi dicionarizada, a mesma será usada para se referir a tais peculiaridades no presente trabalho.

Azevedo (2010) aponta que a conjugação entre si de alguns dos aspectos sociais, culturais e políticos que sobressaíram no Rio de Janeiro do século XIX tornaram-se decisivos para a constituição de traços fundamentais da cultura carioca, se fazendo perceber até os dias atuais. Esses aspectos são:

a) o caráter densamente urbano da cidade, a maior do Brasil de então; b) a vultosa presença do fenômeno da escravidão na urbe, sobretudo àquela destinada ao ganho, fortemente presente no seu espaço; c) a sua tradição de baixa disciplina dos usos urbanos pelo poder público; d) a estrutura habitacional da cidade, baseada nas habitações coletivas, tais como os cortiços e casas de cômodos; e) a interação sócio-cultural dos povos que aqui se estabeleceram; f) a sua tradição de centralidade por ter sido a capital do Brasil e; g) a sua tradição de cidade aberta ao mundo (AZEVEDO, 2010, p. 33).

O carioca possui estilos de vida e características que lhes são peculiares. Para Abreu (2000), a infinita plasticidade do carioca é o que permite que a sua identidade se mantenha viva, plena de significados e aberta a novas situações, ressaltando que o carioca tem se mostrado receptivo às influências em toda a história do Rio de Janeiro. Seja através do carnaval (que trouxe de volta às ruas a força dos blocos), dos grandes eventos (como o *réveillon* na orla de Copacabana), do samba, da bossa nova, do funk e demais manifestações intimamente ligadas ao imaginário carioca, o Rio de Janeiro produz uma identidade composta por diversos mundos culturais. Pereira e Barros (2013, p. 102) mencionam que:

A este perfil de um povo especial/único, se somaria a percepção do Rio de Janeiro como uma cidade especial/única, onde se coloca uma ênfase nas belezas naturais ímpares ali presentes. Ser carioca, assim, aparece como um estado de espírito que pode ser vivenciado mesmo por quem não tenha nascido na cidade, mas more nela e compartilhe de seu estilo de vida.

Portanto, observou-se que “a carioquice mais cedo ou tarde aparece para garantir ao Rio o que é do Rio. Mas a carioquice também apareceu como opção, algo a ser adotado, como um estado de espírito” (MOREIRA, 2018, p. 51).

Quando se trata de entender que ser carioca é um estado de espírito, pode-se tomar como exemplo a declaração de Davidson¹⁶³, em entrevista cedida a mim em março de 2021. Morador do bairro de Del Castilho (zona norte do Rio de Janeiro), ele possui 39 anos, nasceu

¹⁶³ Davidson nasceu em Belo Horizonte/MG. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

em Minas Gerais e trabalha como profissional autônomo. Davidson citou que, “apesar da idade”, se sente jovem. Residindo no Rio de Janeiro há catorze anos, ele relatou:

Eu me sinto carioca. Eu me carioquizei, apesar de ser mineiro. Eu me identifico muito com o carioca, eu me identifico muito com o Rio no geral. Eu estou no Rio desde dezembro de 2006, e eu amo tanto o Rio a ponto de não querer voltar para Belo Horizonte. Não tenho vontade de sair do Rio, exceto por motivo de força maior. A única coisa que me faria sair do Rio (na realidade, do Brasil) seriam as questões econômicas e políticas¹⁶⁴.

Carlos Alberto de Araújo, 48 anos, dono da boate Fosfobox, é outro mineiro que declarou se sentir carioca. Conhecido como Cabbet, o empresário mora no bairro da Urca, embora esteja ficando em seu sítio em Itaguaí (município da Região Metropolitana do Rio de Janeiro) desde o início da pandemia, conforme será abordado no capítulo “De Princesinha do Mar à Cinderela Permissiva: noturnidades festivas de Copacabana”. Quando o questionei o porquê de se sentir carioca, ele me respondeu:

Quando me mudei para o Rio há 30 anos atrás, eu era um mineiro que queria ganhar o mundo. Eu visualizei que ali seria feliz e realizaria o meu sonho. E consegui. No Rio, eu tenho o meu business, meus amores... Naquela época, teve uma vez que eu peguei o ônibus 583 em Laranjeiras para ir à praia, e encontrei uns amigos cariocas no ônibus, que também estavam indo para a praia. Foi ali que me senti carioca¹⁶⁵.

Outro exemplo a ser analisado é o de Elizabeth Afonso, 72 anos, uma das sócias do Bar Pavão Azul. Portuguesa de nascimento, ao ser indagada por mim se era carioca, “Dona Beth” respondeu de modo enfático: “Sou carioca de tudo! Eu vim de Portugal com dois anos. Eu acho que sou mais carioca do que você... Sou carioca de coração, de amor, de tudo!”¹⁶⁶.

Santos e Veloso (2009) apontam como o discurso sobre o carioca e suas práticas de consumo interferem e atuam na construção do sujeito e no modo como ele se apresenta socialmente. E quando pensamos em espaços da cidade que possuem destaque no imaginário nacional e internacional, cabe lembrar de Copacabana e da sua praia. De acordo com Corrêa (2009, p. 138):

¹⁶⁴ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Davidson à autora da tese, realizada no dia 30 de março de 2021.

¹⁶⁵ Informação extraída de entrevista concedida por Cabbet à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 4 de junho de 2021.

¹⁶⁶ Informação extraída de entrevista concedida por Elizabeth Afonso à autora da tese, realizada através de ligação telefônica no dia 31 de agosto de 2021.

A Praia de Copacabana é também palco de um intenso fluxo de atividades comerciais e se revela como espaço privilegiado para reflexões sobre as mudanças – nos campos do comportamento, do trabalho e do consumo – em curso nesse ambiente tão tipicamente carioca.

Em entrevista cedida a mim em março de 2021, Daniel¹⁶⁷, 37 anos, residente na comunidade Pavão-Pavãozinho (localizada em Copacabana), declarou que, na sua opinião, o que remete à “carioquice” é o “calçadão de Copacabana no domingo à tarde”, e fez questão de explicar o porquê:

Posso descer no domingo à tarde só para beber uma caipirinha. Eu acho que o calçadão de Copacabana é o lugar que eu vou encontrar todos os gêneros e classes. Pobre, rico, favelado, prostituta, mendigo... É a concentração do não preconceito. Todos no mesmo ambiente compartilhando a mesma coisa. Ali todo mundo ganha o seu. O cara que faz a caipirinha e a garota que está ali fazendo o seu programa discretamente. O calçadão de Copacabana é um milkshake multicultural: bota todo mundo ali, bate e fica gostoso¹⁶⁸.

Cabe registrar que a chegada da pandemia mudou o comportamento de muitas pessoas no que diz respeito a frequentar as praias cariocas. Por outro lado, várias pessoas permaneceram se aglomerando durante o ano de 2020 como se o coronavírus não existisse, tanto nas praias quanto nos bares e restaurantes do Leblon, de Copacabana e demais lugares da zona sul e da cidade como um todo, desde a reabertura de tais estabelecimentos comerciais (fechados em virtude da pandemia e reabertos em julho de 2020)¹⁶⁹. Contudo, outras pessoas passaram a chegar à praia antes de 8h em dezembro de 2020, estendendo suas cangas e abrindo seus guarda-sóis nas areias logo nas primeiras horas da manhã, para evitar aglomerações. Em reportagem publicada pelo jornal O Globo (cujo título é “Para fugir de aglomerações, madrugar na praia é nova onda que surge na pandemia”), a profissional de hotelaria Nathaly Barbosa declarou que, em março de 2020, saía para passear com as suas cadelas Cereja e Pitaya por volta das 8h. Em dezembro do mesmo ano (com a chegada do verão), passou a sair de casa por volta das 5h, e explica: “Depois do passeio com elas, eu me

¹⁶⁷ Daniel nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

¹⁶⁸ Informação extraída de entrevista concedida por Daniel à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 26 de março de 2021.

¹⁶⁹ Disponível em: <<https://exame.com/brasil/rio-ja-recebeu-22-mil-denuncias-de-aglomeracao-em-bares-e-restaurantes/>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

troco e volto para a praia, mas não fico muito tempo porque começa a encher. E prefiro Copacabana, porque lá em Ipanema e no Arpoador lota muito”¹⁷⁰.

Sungas, biquínis, maiôs e cangas de múltiplas cores e estampas; jogar frescobol, futevôlei e “altinho”; “pegar jacaré” e depois beber copos de mate com limão e comer biscoitos de polvilho são alguns dos elementos que remetem à importância da praia para o Rio de Janeiro, demonstrando que “os produtos trafegam em complementos porque a cultura lhes confere as mesmas propriedades simbólicas” (MC CRACKEN, 2003, p. 156). Cabe registrar que os vendedores de mate de barril e de biscoito de polvilho foram considerados patrimônio cultural e imaterial da cidade do Rio de Janeiro via decreto n.º 35179, de 2 de março de 2012, do então prefeito Eduardo Paes¹⁷¹ (assunto a ser tratado no subcapítulo “Globo: a história da rosquinha que quase se chamou Biscoito Copacabana”). Nesse contexto, nenhum dos elementos supracitados possuiria uma lógica caso o carioca não fosse capaz de criar um composto particular gerador de sentidos. Segundo Douglas e Isherwood (2004), as decisões de consumo se tornam a fonte vital da cultura. Sendo assim, o consumo seria a própria arena em que a cultura é objeto.

A praia é parte integrante da identidade carioca, e é um espaço da cidade onde a moda aparece ditando ostensivamente as suas próprias regras, funcionando como uma espécie de “laboratório” (principalmente durante o verão). Território anárquico e democrático, onde as diversas classes se misturam, a praia é responsável pelo surgimento de símbolos, idiomas, músicas, imagens, personagens e acontecimentos que constituem o acervo da história urbana carioca¹⁷². Em contrapartida, cabe frisar que as pessoas se dividem na areia de acordo com as suas identificações. Para Corrêa (2009, p. 149):

As adesões ou rejeições aos pontos da praia estão diretamente relacionadas às questões identitárias; sentir-se pertencente ou não aos grupos que predominam em cada lugar é o que vai determinar, em grande medida, a escolha e a frequência a um ou outro ponto.

¹⁷⁰ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/para-fugir-de-aglomeracoes-madrugar-na-praia-nova-onda-que-surge-na-pandemia-1-24805419>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

¹⁷¹ Disponível em: <<http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4368015/4108330/18DECRETO35179AtividadeVendedorAmbulanteDeMateLimonadaeBiscoitodePolvilho.pdf>>. Acesso em: 21 jan. 2021.

¹⁷² Disponível em: <http://portalgeo.rio.rj.gov.br/estudoscariocas/download/2418_O%20Rio%20de%20Janeiro%20e%20sua%20orla.pdf>. Acesso em: 21 jan. 2021.

E em meio à multiplicidade de tribos que ocupa a praia e o bairro de Copacabana, vale destacar também a “Copacabana gay”, seja através do trecho das suas areias frequentado por homossexuais do sexo masculino conhecido como “Bolsa”, ou das boates Le Boy e La Girl (assunto já tratado no subcapítulo “De areal pulgento à Princesinha do Mar do século XXI: breve panorama do bairro de Copacabana”). De acordo com Ribeiro (2015), a “Bolsa de Copacabana” talvez seja a primeira praia reconhecidamente gay da cidade do Rio de Janeiro. Ainda segundo o autor (2015), a primeira referência para localizar a “Bolsa” na praia de Copacabana é o hotel Copacabana Palace, inaugurado em 1923.

Pensada sob a adjetivação “democrática” através das territorialidades ali estabelecidas, a praia:

é um espaço democrático, mas é uma democracia à carioca, isto é, reinventada com o mesmo jeitinho que tantas vezes é atribuído à capacidade de criatividade e de reinvenção brasileira. É democrática quanto ao acesso, mas não o é quanto às relações nela vividas, já que cada um busca a “sua praia” ou o “seu quadrado” (HUGUENIN, 2011, p. 59-60).

Ou seja, percebidas como “espaços democráticos”, as praias cariocas apresentam grupos sociais diferentes, que passam a frequentar determinada faixa de areia onde outras pessoas também compartilham interesses e gostos comuns (CORRÊA, 2009). Entre os participantes da pesquisa qualitativa realizada para a elaboração da tese, quando se trata de frequentar a praia na cidade do Rio de Janeiro, alguns dos “*points*” preferidos foram: Leme, Ipanema, Arpoador e Praia Vermelha (na Urca), espontaneamente citados pelos mesmos. Apesar de “curtir” bastante Copacabana, a paraibana Kellys¹⁷³, 42 anos, afirmou que, na hora do mergulho, não gosta do mar do bairro, e me explicou: “No momento de curtir a praia, acho o mar sujo. Vou à praia na Urca, no Arpoador, no posto nove ou no ‘dez e meio’, em Ipanema. Na Urca, faço stand up paddle”¹⁷⁴.

Já o mineiro Cabbet Araújo, 48 anos, dono da boate Fosfofox (localizada em Copacabana), “curte” praia em Ipanema, e me explicou que a “carioquice” é: “Encontrar a galera no posto nove e tomar uma cerveja!”¹⁷⁵. E no “cardápio de carioquices” de Monica¹⁷⁶,

¹⁷³ Kellys mora no bairro de Santa Teresa (localizado na zona central da cidade do Rio de Janeiro). O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade da entrevistada seja preservada.

¹⁷⁴ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Kellys à autora da tese, realizada no dia 1º de abril de 2021.

¹⁷⁵ Carlos Alberto (Cabbet) reside no bairro da Urca. A informação foi extraída da entrevista cedida a mim através de videochamada, no dia 4 de junho de 2021.

¹⁷⁶ Monica mora em Vila Isabel e trabalha em Copacabana. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade da entrevistada seja preservada.

53 anos, estão presentes: “frequentar as quadras de escola de samba e os pagodes, torcer pelo time de futebol (que não é mais como era antes, por causa da violência), e ir à praia. Gosto de ir para a Praia Vermelha (Urca) e no posto 9, em Ipanema”¹⁷⁷.

Complementando a análise acerca dos “*points* praieiros”, o Leme apareceu no rol de preferências dos entrevistados. Rafael, 24 anos, é um “jovem de Cronos”¹⁷⁸. Na hora de “pegar praia”, o universitário nascido no Rio de Janeiro contou: “Até os cinco anos, morei no Leblon. Depois vim para Copa, e aí sempre morei aqui. A praia que eu mais costumo ir é em Ipanema, no posto nove. Quando vou à praia em Copa, vou no Leme, na barraca do Rasta”¹⁷⁹.

Andrea, 53 anos, “jovem de Kairós”¹⁸⁰. Moradora da Rua Santa Clara (em Copacabana), ela me explicou: “Eu faço tudo (ou até mais!) que um jovem faz. Eu malho, eu saio, vou para bar. Muitos jovens já saem da cama cansados. Eu acordo e saio da cama cheia de disposição”¹⁸¹. E quando o assunto é praia, Andrea citou: “Eu acho Leme a melhor. Porque tem a pedra, os barzinhos da pedra”¹⁸².

Os fortes do Leme e de Copacabana delimitam a extensão da Avenida Atlântica; e o trecho de um quilômetro entre o primeiro forte e a Avenida Princesa Isabel compõem a praia do Leme, levando o nome do bairro contíguo à Copacabana (CORRÊA, 2009). Tendo o posto de salvamento número um como referência em relação à sua posição na orla, a praia possui esse nome devido à formação rochosa que está na lateral esquerda do local, conhecida como Pedra do Leme. E bem no final da praia, colada à enorme pedra, fica a mureta do Leme, que possui vários quiosques ao longo da sua extensão, conforme mencionou a entrevistada Andrea, quando se referiu aos “barzinhos da pedra”. Antes da pandemia, o Leme já vinha se destacando tanto em relação à programação noturna quanto como “*point* praieiro” do verão

¹⁷⁷ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Monica à autora da tese, realizada no dia 28 de março de 2021.

¹⁷⁸ “Jovem de Cronos” é a expressão que criei para me referir às pessoas que possuem a juventude cronológica, do tempo linear, conforme abordado no subcapítulo 2.1.

¹⁷⁹ Informação extraída de entrevista concedida por Rafael à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 26 de março de 2021.

¹⁸⁰ “Jovem de Kairós” é a expressão que criei para me referir às pessoas que possuem a juventude atemporal, que não obedece à lógica do tempo linear, sem os rigores das faixas etárias (CANEVACCI, 2005), conforme abordado no subcapítulo 2.1.

¹⁸¹ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Andrea à autora da tese, realizada no dia 29 de março de 2021.

¹⁸² Informação extraída da mesma entrevista referida na nota de rodapé anterior.

2019¹⁸³. É interessante observar que, no inverno de 2019, o Leme já dava sinais de que seria o novo “*point* praieiro”. Em reportagem publicada pela Folha de São Paulo em junho do ano supracitado, ao explicar para uma amiga de Minas Gerais que, na sua opinião, o Leme era a “praia do momento”, a colunista Antonia Pellegrino mencionou: “Amada, Ipanema acabou. Tivemos vários territórios ícones no Rio de Janeiro, nos quais acontecia o imaginário de que na praia todo mundo se encontra: o Posto 9 nos anos 90, o Arpoador de 2000 a 2010. Hoje é o Leme”¹⁸⁴.

E mesmo quem considerava apenas Ipanema como local preferido para “pegar praia”, passou a também frequentar o Leme, como o entrevistado Rafael, conforme já exposto anteriormente¹⁸⁵. No balé nômade das tribos urbanas, os atores se apropriam da cidade, e agem em relação a ela segundo os significados que eles lhes conferem, fazendo existir assim mil cidades na mesma cidade, de acordo com as apropriações individuais que guiam uns e outros (LE BRETON, 2020).

Para o entrevistado Rafael, passou a existir uma “dobradinha Ipanema-Leme” no que se refere a aproveitar as areias e as águas cariocas¹⁸⁶. De acordo com a reportagem publicada pelo jornal O Globo em dezembro de 2019, o Leme está atraindo um banhista com perfil mais liberal, como o do antigo Píer de Ipanema e do Arpoador¹⁸⁷. Vale lembrar que, na década de 1960, tanto as areias do Arpoador quanto as do Píer de Ipanema representavam a contracultura da época (FERNANDES, 2013a). Espaço de areia ocupado pela rica rede de interações entre diferentes atores por conta da proximidade entre o Morro da Babilônia e a Avenida Atlântica, a praia do Leme inclusive possui algumas semelhanças com o Arpoador, tema central a ser aprofundado no subcapítulo “O Arpoador como lugar altar entre Copacabana e Ipanema”.

¹⁸³ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rioshow/leme-quente-do-verao-novidades-bares-concorridos-praia-que-caiu-no-gosto-carioca-24147697>>. Acesso em: 30 mar. 2021.

¹⁸⁴ Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2019/06/polarizacao-politica-do-pais-chega-as-praias-cariocas-e-reorganiza-areia.shtml>>. Acesso em: 30 mar. 2021.

¹⁸⁵ Rafael foi entrevistado por mim em março de 2021. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

¹⁸⁶ Informação extraída de entrevista concedida por Rafael à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 26 de março de 2021.

¹⁸⁷ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rioshow/leme-quente-do-verao-novidades-bares-concorridos-praia-que-caiu-no-gosto-carioca-24147697>>. Acesso em: 30 mar. 2021.

Já para o entrevistado Daniel¹⁸⁸, 37 anos, morador de Copacabana, Ipanema permanece como o local preferido quando se trata de ir à praia:

Eu nunca vou para o Leme. Sempre vou em Ipanema, entre o posto oito e o posto nove. Nem me lembro em qual barraca eu fico lá, já que desde antes da pandemia não vou à praia. Acho até que lá tem uma barraca chamada “Quase Nove”. Raramente vou à praia no Leme¹⁸⁹.

De acordo com Huguenin (2011), o Posto 9 é representado como um lugar de todas as tribos e, por isso, o “mais democrático” da praia de Ipanema. Ainda segundo a autora (2011), o Posto 9 se decompõe em variados microterritórios, formados por diferentes tribos, e é em frente à barraca “Quase Nove”, em direção à Rua Vinícius de Moraes, que costumam ficar os praticantes de vôlei de praia. Quiosques, barracas, bares e restaurantes da orla são comumente mencionados como referências dos pontos da praia. E quando se trata de ocupar um espaço na areia na hora de “pegar uma praia”,

as barracas dos comerciantes instaladas na areia se revelam importantes referenciais porque, estando na areia, são os elementos mais próximos e visíveis. Essas barracas, além de uma numeração, possuem um nome – em geral, o nome ou apelido do comerciante responsável pela barraca (CORRÊA, 2009, p. 154).

E, embora Daniel não frequente a praia no Leme, no que tange à noturnidade de Copacabana, o entrevistado declarou gostar bastante da noite do local e enfatizou o Leme:

Conheço muito as opções de lazer de Copacabana, até os lugares mais dark... Acho que tem uns lugares escondidos. Exemplo: na Miguel Lemos, tinha uma boate lá. Tinha a Help, que acabou. Agora tem a Dolce Vita, na Prado Júnior. Ah, eu gosto muito do Leme. É reservadinho, acho aconchegante. Eu gosto inclusive do lazer nas sacadas dos hotéis. Tem o happy hour do Sky Lab, que fica no Othon. E gosto do Baixo Copa¹⁹⁰.

Localizada no Leme, a Avenida Prado Júnior se consolidou na década de 1970 como um centro de boates e de casas noturnas de “diversões adultas” de cunho sexual, com shows de *striptease* e oferta de prostituição, popularmente conhecidos como “inferninhos”¹⁹¹.

¹⁸⁸ Daniel nasceu no Rio de Janeiro, e mora na comunidade Pavão-Pavãozinho. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

¹⁸⁹ Informação extraída de entrevista concedida por Daniel à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 26 de março de 2021.

¹⁹⁰ Informação extraída da mesma entrevista referida na nota de rodapé anterior.

¹⁹¹ Disponível em: <<https://copacabana.com/avenida-prado-junior/>> Acesso em: 4 dez. 2021.

Todavia, já no século XXI, a crise econômica e a violência na cidade do Rio de Janeiro (aliadas à tecnologia, que fez com que a relação entre os clientes e os profissionais da prostituição migrasse para os aplicativos) afugentaram os *habitués* do pólo de “diversões adultas”, decretando o fim da “era dos inferninhos” da Prado Júnior¹⁹².

Retomando a análise da “ascensão” do Leme como “*point* praieiro” para diversas tribos desde o verão de 2019, cabe citar um dos espaços mais concorridos na areia: a barraca Rasta Beach¹⁹³. O local desperta a atenção pela temática inspirada na Jamaica e no reggae, com bandeiras rastafári listradas de verde, amarelo e vermelho indicando a barraca nas areias do Leme, perto do Posto 1 da praia. Com variada programação musical, na Rasta Beach se pode ouvir reggae, MPB e show de voz e violão¹⁹⁴. Os barraqueiros e suas barracas na areia fazem parte da rede de interações sociais que ali se estabelece, uma vez que

a frequência a um mesmo ponto da praia, tendo como referência uma barraca/um barraqueiro, é um fator importante que permite a transformação da rua em casa, pois o frequentador, quando se torna conhecido do barraqueiro e de outros frequentadores daquele mesmo ponto, passa de indivíduo a pessoa, e, mais facilmente, conquista a condição de habitué do lugar (CORRÊA, 2009, p. 154).

De acordo com Canevacci (2005), é nos módulos diferenciados e escorregadios da metrópole que se difundem o consumo, a comunicação, a cultura, os estilos e o híbrido. Sendo assim, a praia pode ser vista como um celeiro de novas práticas, onde diversos estilos e mercadorias trafegam sob a ótica da cultura de consumo. E tais práticas acabam posteriormente por consolidar alguns dos hábitos dos cariocas no que tange a usufruir do espaço da praia. Desse modo, “usar a expressão cultura de consumo significa enfatizar que o mundo das mercadorias e seus princípios de estruturação são centrais para a compreensão da sociedade contemporânea” (FEATHERSTONE, 1995, p. 121). E como aponta Corrêa (2009), aquilo que insere a praia no cenário cultural da cidade é a sua apropriação enquanto lugar de um grupo, um espaço que faz sentido enquanto sistema de significação.

Vale lembrar que, “de outra perspectiva, revelando o seu lado menos idílico e idealizado, as praias cariocas também têm sido cenário para a deflagração de conflitos envolvendo grupos de frequentadores, comerciantes e poder público” (CORRÊA, 2009, p.

¹⁹² Disponível em: <<https://revistapegn.globo.com/Noticias/noticia/2017/08/crise-violencia-e-prostituiacao-line-fecham-portas-de-boates-em-copacabana.html>> Acesso em: 4 dez. 2021.

¹⁹³ Disponível em: <<https://br.noticias.yahoo.com/confira-um-roteiro-shows-gratuitos-070038631.html>>. Acesso em: 30 mar. 2021.

¹⁹⁴ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rioshow/leme-quente-do-verao-novidades-bares-concorridos-praia-que-caiu-no-gosto-carioca-24147697>>. Acesso em: 30 mar. 2021.

137). Nesse contexto, em março de 2020, o verão carioca estava em contagem regressiva para dar passagem ao outono, quando o coronavírus chegou ao Brasil, sendo declarado o estado de transmissão comunitária do vírus em todo o território nacional – conforme explicado na introdução da tese. Desse modo, foram adotadas várias medidas sanitárias para evitar o contágio. Estar em locais com aglomerações de pessoas passou a oferecer riscos de contaminação, e através do Decreto n.º 47.282 de 21 de março de 2020 (conforme já abordado anteriormente), a prefeitura do Rio de Janeiro determinou medidas restritivas sobre a permanência nas praias da cidade¹⁹⁵. Na prática, as cenas de cariocas lotando as águas e areias das praias se tornaram recorrentes – e as determinações da prefeitura, pouco cumpridas.

Em agosto de 2020, Marcelo Crivella, então prefeito do Rio de Janeiro, chegou a anunciar o lançamento de um aplicativo que permitiria aos frequentadores das praias marcarem de modo antecipado os lugares na areia, cujo objetivo seria evitar aglomerações em virtude da pandemia. A ideia propunha fazer marcações de espaços na praia com fitas, criando pequenas cercas¹⁹⁶. O projeto piloto começaria pela praia de Copacabana; porém, após receber uma enxurrada de ataques e críticas, a ideia do prefeito Marcelo Crivella do “cercadinho na praia com reserva por aplicativo” não seguiu adiante¹⁹⁷.

Salienta-se que vários comportamentos e práticas (e até mesmo modalidades esportivas) nasceram nas praias cariocas e depois se difundiram pelo país, podendo-se tomar como exemplo o hábito de jogar “altinho”. Também chamada de “altinha”, a atividade surgiu nas areias da Praia de Ipanema, virou moda no Rio de Janeiro e acabou ganhando o Brasil¹⁹⁸. O altinho adaptou os fundamentos do futevôlei para a prática em círculo, e possui como objetivo não deixar a bola cair entre os jogadores, sem que os mesmos usem as mãos. É preciso manter a bola sempre no alto, o que acabou dando origem ao nome da modalidade esportiva que nasceu através de uma reconfiguração do futevôlei. E é na sociedade contemporânea que os indivíduos mudam de gostos e preferências à medida que passam pelo processo de se recriar por seguirem a moda (CAMPBELL, 2006).

¹⁹⁵ Disponível em: <<https://prefeitura.rio/cidade/decreto-da-prefeitura-do-rio-determina-novas-medidas-para-o-combate-a-pandemia-do-novo-coronavirus/>>. Acesso em: 21 dez. 2020.

¹⁹⁶ Disponível em: <<https://extra.globo.com/noticias/rio/reserva-de-cercadinho-na-praia-por-app-sera-gratuita-primeiro-teste-com-areas-demarcadas-deve-acontecer-neste-domingo-rv1-1-24580873.html>>. Acesso em: 21 jan. 2021.

¹⁹⁷ Disponível em: <<https://vejario.abril.com.br/cidade/coronavirus-criticas-crivella-desiste-cercadinhos-praias/>>. Acesso em: 21 jan. 2021.

¹⁹⁸ Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/eu-atleta/treinou/guia/esportes-de-verao-fernanda-paes-leme-joga-altinha-na-areia-da-praia.html>>. Acesso em: 21 jan. 2021.

Tendo em vista que as praias cariocas são lugares de práticas esportivas e de lazer, atividades como altinho, futevôlei, frescobol e surfe de peito surgiram como “moda de verão” e acabaram se associando a tais espaços. E de acordo com o Decreto n.º 39.758 de 6 de fevereiro de 2015, ano em que se comemorou o 450º aniversário de fundação da Cidade, Eduardo Paes (que então estava em seu segundo mandato como prefeito) reconheceu o frescobol como Patrimônio Cultural de Natureza Imaterial do Rio de Janeiro, já que a atividade é “um esporte genuinamente carioca, inventado na Praia de Copacabana em 1945, e integra e acentua o estilo de vida do carioca.”¹⁹⁹. E em março de 2015, a Prefeitura divulgou o “Certificado de Carioca” (Figura 7) para os que comungam da “carioquice”, como uma espécie de “certidão” no mês do aniversário de quatrocentos e cinquenta anos da cidade²⁰⁰.

¹⁹⁹Disponível em: <<https://leismunicipais.com.br/a1/rj/r/rio-de-janeiro/decreto/2015/3976/39758/decreto-n-39758-2015-declara-patrimonio-cultural-de-natureza-imaterial-o-frescobol>>. Acesso em: 21 jan. 2021.

²⁰⁰ Disponível em: <https://twitter.com/prefeitura_rio/status/572763751058948098>. Acesso em: 15 jul. 2021.

Figura 7 - Certificado de Carioca.



Fonte: Twitter da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, março/2015.

Conhecido também como “jogo de raquetes” ou “tênis de praia”, o frescobol é “copacabanense”, e surgiu no trecho popularmente chamado de “Posto 2,5” (entre a Rua Duvivier e o hotel Copacabana Palace), conquistando os jovens frequentadores das praias, e se tornando símbolo do espírito lúdico, rebelde e boêmio da geração dos anos 1940²⁰¹. A prática esportiva nasceu por acaso no ano de 1945, enquanto Lian Pontes de Carvalho (considerado o pai do frescobol) se divertia com um amigo na praia de Copacabana, batendo uma bola de tênis descascada com uma pequena tábua. Nadador e dono de uma fábrica de

²⁰¹ Disponível em: <<http://multirio.rio.rj.gov.br/index.php/leia/reportagens-artigos/reportagens/1109-frescobol-das-praias-a-patrimonio-cultural>>. Acesso em: 21 jan. 2021.

móveis de piscina, pranchas e esquadrias de madeira, Lian passou a confeccionar as primeiras raquetes, feitas de cedro e pinho. Pesadas e rústicas, as raquetes eram vendidas na praia com o auxílio dos guarda-vidas; e, na ocasião, os jogadores de frescobol que não podiam comprar suas raquetes cortavam pedaços de madeiras das obras dos prédios em construção na Avenida Atlântica, e davam forma e acabamento às mesmas utilizando cacos de vidro, serras tico-tico e lixas. Com o decorrer dos anos, as raquetes foram se tornando mais leves, ganharam cabos menores e passaram a ser pintadas (ou até mesmo envernizadas) para protegê-las da água do mar. O jogo é, por essência, dinâmico e sem pontuação, e possui como objetivo manter a bola em movimento o maior tempo possível entre os participantes. A prática de rebater a bolinha de modo ligeiro se espalhou entre os frequentadores da praia, contabilizando um número cada vez maior de praticantes do Leme até o Posto 6^{202,203}.

Cabe destacar que o frescobol já nasceu envolto em polêmicas e divergências, como por exemplo, a que diz respeito ao criador da prática esportiva. Embora o Instituto Rio Patrimônio da Humanidade (IRPH) reconheça o empresário Lian de Carvalho como o pai do frescobol, o cartunista e escritor Millôr Fernandes mencionava ser um dos seus idealizadores. Para o escritor (falecido no ano de 2012), o frescobol teria surgido entre os postos 4 e 6 da Praia de Copacabana na década de 1950, e não em 1945 no Posto “2,5”, conforme explicado anteriormente²⁰⁴. No início da década de 90, Millôr Fernandes inaugurou um painel (Figuras 8 e 9) para homenagear o frescobol na Praça Sarah Kubitschek, localizada no bairro de Copacabana²⁰⁵.

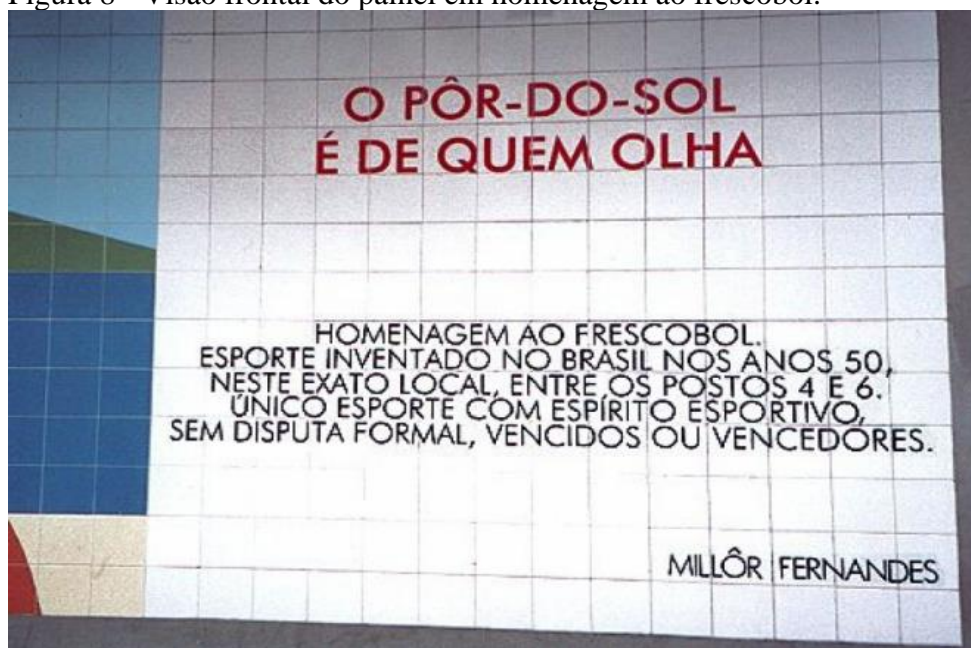
²⁰² Disponível em: <<https://maisfrescobol.com/frescobol-verdadeiro-sem-regras-nem-contagem-de-pontos/>>. Acesso em: 21 jan. 2021.

²⁰³ Disponível em: <<https://acaradorio.com/curiosidade-frescobol-foi-criado-em-copacabana/>>. Acesso em: 21 jan. 2021.

²⁰⁴ Disponível em: <<http://multirio.rio.rj.gov.br/index.php/leia/reportagens-artigos/reportagens/1109-frescobol-das-praias-a-patrimonio-cultural>>. Acesso em: 21 jan. 2021.

²⁰⁵ Disponível em: <<https://acaradorio.com/curiosidade-frescobol-foi-criado-em-copacabana/>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

Figura 8 - Visão frontal do painel em homenagem ao frescobol.



Fonte: Jornal Lance (versão online), março/2012.

Figura 9 - Visão lateral do painel em homenagem ao frescobol.



Fonte: Site Copacabana.com²⁰⁶

Millôr Fernandes costumava praticar o frescobol nas praias da cidade (Figura 10), e se gabava de ter sido um dos inventores da prática esportiva.

²⁰⁶ Disponível em: <<https://copacabana.com/frescobol>>. Acesso em: 13 jul. 2021.

Figura 10 - Millôr jogando frescobol no Arpoador.



Fonte: Editora L&PM/Site: Zona Curva²⁰⁷

Assim como o imbróglie acerca do seu verdadeiro idealizador, a origem do nome “frescobol” também é motivo de divergências. Em uma das versões, a palavra frescobol seria oriunda da expressão: “frescor do final da tarde”, utilizada por senhoras que frequentavam a Praia de Copacabana no horário vespertino. E como os “gringos” não aguentavam praticar a modalidade esportiva no auge do calor do Rio de Janeiro, teriam misturado as seguintes palavras: fresco (em português) + *ball* (bola, em inglês), o que possivelmente deu origem ao nome frescobol²⁰⁸. Na segunda versão, o nome teria surgido em virtude da mobilização contra o crescimento do frescobol na década de 50, realizada tanto pela imprensa quanto por alguns cidadãos contrários ao jogo. Na época, a prática esportiva era pejorativamente chamada de “coisa de frescos” e de “jogo de frescos” e, alheios à provocação, os praticantes de frescobol teriam acabado por adotar o nome²⁰⁹.

Retomando a análise acerca da natureza dos bens culturais de natureza imaterial, o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) definiu que os mesmos são aqueles que:

²⁰⁷ Disponível em: <<https://riomemorias.com.br/memoria/frescobol/>>. Acesso em: 13 jul. 2021.

²⁰⁸ Disponível em: <<http://www.invencoesbrasileiras.com.br/frescobol/>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

²⁰⁹ Disponível em: <<https://maisfrescobol.com/frescobol-verdadeiro-sem-regras-nem-contagem-de-pontos/>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

dizem respeito àquelas práticas e domínios da vida social que se manifestam em saberes, ofícios e modos de fazer; celebrações; formas de expressão cênicas, plásticas, musicais ou lúdicas; e nos lugares (como mercados, feiras e santuários que abrigam práticas culturais coletivas) [...] O patrimônio imaterial é transmitido de geração a geração, constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função de seu ambiente, de sua interação com a natureza e de sua história, gerando um sentimento de identidade e continuidade, contribuindo para promover o respeito à diversidade cultural e à criatividade humana²¹⁰.

Embora os bens de natureza imaterial possuam fulcral importância no que tange aos aspectos identitários de uma cidade, vale lembrar que tais pedidos de tombamento relacionados ao Rio de Janeiro já foram alvo de polêmicas. No ano de 2017, o historiador Marcus Antônio Monteiro Nogueira (então presidente do Instituto Estadual de Patrimônio Cultural do Rio de Janeiro, o INEPAC) declarou em entrevista à coluna “Gente Boa” (jornal O Globo) que pedidos para tornar o surfe de peito como patrimônio são inconstitucionais – tema a ser explorado no subcapítulo “O Arpoador como lugar altar entre Copacabana e Ipanema”. Na entrevista supracitada, Marcus Monteiro reforça o argumento da inconstitucionalidade alegando que o tombamento e o registro de bens materiais e imateriais são atos do executivo e não do legislativo, e frisa que a Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro (ALERJ) não possui competência para tornar um bem histórico²¹¹. Mas apesar das críticas feitas pelo historiador, modalidades esportivas como o surfe de peito, o frescobol, o futevôlei e o “altinho” foram tombadas como patrimônio imaterial do Rio de Janeiro.

Em virtude de uma intensa repressão policial e da repercussão negativa da imprensa, o frescobol quase foi banido das praias na década de 70²¹². Mas a modalidade esportiva cujos jogadores utilizam duas raquetes de madeira e uma bolinha atravessou décadas e gerações, podendo ser vista como uma prática que diz respeito às “artes do fazer” cotidiano (CERTEAU, 1994), juntamente com as outras práticas de esporte mencionadas anteriormente, que também possuem a praia como local de origem. Ao abordar o imaginário sobre as praias do Rio de Janeiro, observa-se que

estas funcionam como emblemas da maneira de ser e do modo de viver do carioca, pois a construção simbólica da praia passa pela sua percepção como espaço natural –

²¹⁰ Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/234>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

²¹¹ Disponível em: <<https://blogs.oglobo.globo.com/gente-boa/post/diretor-do-inepac-critica-pedidos-de-tombamento-esdruxulos-de-caveira-do-bope-ao-surfe-de-peito.html>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

²¹² Disponível em: <<http://multirio.rio.rj.gov.br/index.php/leia/reportagens-artigos/reportagens/1109-frescobol-das-praias-a-patrimonio-cultural>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

sua beleza –, mas também como espaço social – as redes de relações sociais que ali se estabelecem (CORRÊA, 2009, p. 136).

Muitas modalidades esportivas que posteriormente se popularizaram no Rio de Janeiro saíram das areias da praia de Copacabana (GONTIJO, 2002). Em setembro de 2015, o futevôlei (considerado o “pai” do altinho) também foi reconhecido como Patrimônio Cultural de Natureza Imaterial do Rio de Janeiro. A atividade surgiu no ano de 1962 nas areias de Copacabana, em uma quadra em frente à Rua Bolívar – e foi declarado Patrimônio Imaterial pela Câmara Municipal do Rio de Janeiro através do Projeto de Lei n.º 1520/2015²¹³. Todavia, em sua gestão como prefeito, Marcelo Crivella vetou o projeto referente ao futevôlei mesmo após a sua aprovação, alegando que: “o mesmo não poderá lograr êxito, tendo em vista o vício de inconstitucionalidade que o macula²¹⁴. Sendo assim, somente no ano de 2017 (após o veto do prefeito Crivella ter sido rejeitado pela Câmara), o futevôlei foi reconhecido como patrimônio dos cariocas²¹⁵. E, em maio de 2018, o altinho também passou a fazer parte do rol de modalidades esportivas declaradas como patrimônio imaterial do Rio de Janeiro, através do Projeto de Lei n.º 828²¹⁶.

No ano de 2020, com a coronavida (BEIGUELMAN, 2020) instaurada no país e no Rio de Janeiro, o altinho (ou altinha) virou notícia em tom humorístico. No dia 4 de setembro de 2020, o site de humor Sensacionalista publicou o seguinte texto: “O esporte popular desta temporada nas praias é a altinha: altinha nas estatísticas da Covid-19”²¹⁷. No que tange ao imaginário em questão, o pôr do sol no Arpoador também foi outro elemento abordado humoristicamente pelo site supracitado – assunto a ser explorado adiante. Desde março de 2020, muitos cariocas prosseguiram (e prosseguiram no ano de 2021) frequentando as praias

²¹³ Disponível em:

<<http://mail.camara.rj.gov.br/Apl/Legislativos/scpro1316.nsf/1d1661bc95c4bed1032576e200627770/078b312c5398eb5d83257ec10068ddb9?OpenDocument>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

²¹⁴ Disponível em:

<<http://mail.camara.rj.gov.br/APL/Legislativos/scpro1720.nsf/e63c86d709249b73032577590051acc2/a5ea5eb47d7a8c7183258117005aa18d?OpenDocument>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

²¹⁵ Disponível em:

<<http://mail.camara.rj.gov.br/APL/Legislativos/scpro1720.nsf/249cb321f17965260325775900523a42/3e1a861ed4753116832580b4005aeafd?OpenDocument>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

²¹⁶ Disponível em:

<<http://mail.camara.rj.gov.br/APL/Legislativos/scpro1720.nsf/249cb321f17965260325775900523a42/52f50ebadc421c5e8325828f006a02b1?OpenDocument>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

²¹⁷ Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/blog/sensacionalista/por-do-sol-no-arpoador-agora-tem-palmas-para-o-coronavirus/>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

alheios ao coronavírus e às polêmicas medidas adotadas pela prefeitura do Rio de Janeiro, que na 5ª fase da flexibilização do isolamento social (em julho de 2020)²¹⁸ determinou as seguintes regras sobre a frequência às praias da cidade:

os ambulantes podem operar das 7h às 18h nas praias e logradouros, sem aluguel de cadeiras e barracas e sem bebida alcoólica;
banho de mar liberado, mas permanência na areia e uso de caixas térmicas proibidos;
a prática da altinha continua proibida²¹⁹.

Mas foi justamente em um sábado de sol do mês de julho de 2020 que as praias do Rio ficaram cheias; e no Arpoador, muitas pessoas jogavam altinha e futevôlei, e outras permaneciam sem máscaras na praia de Copacabana, mesmo com a proibição²²⁰. Em relação à presença física na cidade, o coronavírus impôs várias restrições nas interações entre atores sociais no sentido de proporcionar experiências e vivências. Seja entre os que saíram de casa para ir à praia sem atentar às medidas de prevenção, os que se deslocaram em transportes públicos lotados para garantir a própria sobrevivência, e os que viviam (e vivem) aglomerados em favelas e expostos às condições sanitárias precárias (LIMA, 2020). Utilizar máscara é algo sufocante tanto no sentido simbólico quanto no literal, porém é necessário. Somente no segundo semestre do ano de 2020, a média móvel de infectados pelo coronavírus na cidade do Rio de Janeiro sofreu um aumento por doze dias seguidos em agosto, passando de 374 para 808 casos entre os dias 9 e 23 do mês e ano supracitados, uma alta de 116%²²¹.

Retomando a análise acerca dos trajés e “apetrechos praianos” que se inserem no segmento conhecido como moda praia, artigos como biquínis, sungas, cangas e saídas de banho são apenas alguns dos produtos utilizados em uma cidade balneária como o Rio de Janeiro, seja para mergulhar no mar ou para praticar modalidades esportivas nas areias da praia, como altinho e futevôlei. Sendo assim, Leite (2013) explica que, para intermediar a relação do homem com o cenário da praia, surge um apanágio de objetos e rituais, que passam a ser produzidos e utilizados para responder a uma demanda aparentemente funcional,

²¹⁸ Disponível em: <<https://prefeitura.rio/cidade/prefeitura-anuncia-fase-5-de-flexibilizacao-na-cidade/#:~:text=O%20prefeito%20do%20Rio%20de,vedada%20a%20perman%C3%Aancia%20na%20areia>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

²¹⁹ Disponível em: <<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2020/07/31/fase-5-de-flexibilizacao-libera-banho-de-mar-e-ambulantes-nas-praias-e-amplia-horario-de-bares-no-rio.ghtml>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

²²⁰ Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/saude/ultimas-noticias/redacao/2020/07/18/mesmo-com-proibicao-cariocas-jogam-altinha-e-futevolei-em-praias-do-rio.htm>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

²²¹ Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2020/08/rio-de-janeiro-ve-aumento-de-casos-e-mortes-de-covid-19.shtml>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

inventada, proveniente de uma série de comportamentos codificados pelo processo civilizatório. Visando aprofundar o raciocínio, vale também destacar que as praias da cidade do Rio de Janeiro são peças importantes do imaginário construído sobre a maneira de ser do carioca. São espaços de lazer, e funcionam como lugares privilegiados para o exercício da socialidade no município. Diante de tal cenário, o Rio de Janeiro se destaca quando o assunto é moda praia. E de acordo com a pesquisa “Territórios da Moda: a indústria da moda na cidade do Rio de Janeiro”²²², pode se afirmar que:

Cada estado brasileiro possui sua peculiaridade na produção de moda. O Rio de Janeiro, cuja estação fria é menos acentuada, concentra sua produção de moda principalmente em moda praia, que é o carro-chefe das exportações da cidade. A moda praia é um setor dominado pelo Rio, inclusive no exterior, pois expressaria algo que fascina as pessoas: o estilo de vida do Rio²²³.

O Estado do Rio de Janeiro sempre se destacou na quantidade de marcas e produtos de moda praia, seja pelo seu litoral (destino turístico para brasileiros e estrangeiros) ou pela vocação no segmento de moda²²⁴. Situada em Cabo Frio, a “Rua dos Biquínis” é considerada o maior pólo de moda praia do Estado do Rio²²⁵. O local (que funciona como um “shopping a céu aberto”) também foi reconhecido internacionalmente como a maior rede de moda praia da América Latina, sendo inclusive citado no Guinness Book²²⁶.

Ou seja: a oferta de produtos *beach wear* (como também é chamado o segmento moda praia) é ampla e variada quando se trata do Rio de Janeiro. Abreu (1986, p. 26) aponta que:

a moda praia é sem dúvida o setor onde o Rio de Janeiro tem de fato uma vantagem comparativa frente aos outros pólos de moda, mesmo em nível internacional. O estilo carioca de praia, materializado em biquínis e maiôs, é exportado para vários países europeus e para os Estados Unidos.

Quando se trata de Copacabana, pode-se perceber, então, que o bairro atrai o interesse de muita gente desde a década de 60 pela mistura entre a metrópole e o trópico, o luxo e a

²²² Pesquisa realizada pela Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro.

²²³ Disponível em: <http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/1806097/DLFE-230511.pdf/Territorios_da_ModaRelatorio_Qualit.pdf>. Acesso em: 22 jan. 2021.

²²⁴ Disponível em: <<https://sebraeinteligenciasetorial.com.br/produtos/boletins-de-tendencia/moda-beachwear-nicho-de-mercado-crescente-e-promissor/5b21095ad0a9751800f2ae1d>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

²²⁵ Disponível em: <<https://g1.globo.com/rj/regiao-dos-lagos/noticia/2018/12/28/travessia-pelo-canal-do-itajuru-entre-o-bairro-gamboa-e-o-centro-e-retomada-em-cabo-frio-no-rj.ghtml>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

²²⁶ Disponível em: <<http://mapadecultura.rj.gov.br/manchete/rua-dos-biquinis>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

simplicidade (FERNANDES; NOGAROLI, 2016). E ao analisá-la, o “bairro e a praia se confundem: falar de um implica fazer referência ao outro” (CORRÊA, 2009, p. 136). Desse modo, o bairro e a praia se unem no sentido de oferecer artigos de moda praia, sendo que “o Santa Clara 33” possui lugar de destaque.

2.3.3 “Santa Clara 33”: comprando biquínis, maiôs, sungas e “apetrechos praianos” em Copacabana

A Rua Santa Clara é considerada uma das mais arborizadas do bairro de Copacabana²²⁷. Sua história está atrelada à chegada do Comendador Paulo Felisberto Peixoto, um comerciante português que desembarcou no Brasil em 1875. Em 1903, o comendador iniciou a compra dos terrenos que ficavam entre as seguintes ruas de Copacabana: Siqueira Campos, Tonelero e Santa Clara, e que deram origem à sua chácara²²⁸. Na década de 20, um abaixo-assinado pediu ao dr. Francisco Sá, então ministro de Viação e Obras, a instalação da iluminação elétrica na Rua Santa Clara (O’ DONNELL, 2013). Mas foi somente em 1938 que a área relativa à Santa Clara foi loteada, logo após a abertura do Corte do Cantagalo – conforme apontam Cardeman e Cardeman (2016, p. 126):

A abertura do Corte do Cantagalo, na administração Dodsworth, que possibilitou a ligação de Copacabana com a Lagoa Rodrigo de Freitas, foi concluída em 1938, após anos de obras de alargamento do antigo Caminho do Caniço. Neste mesmo ano, foi aprovado o Projeto de Arruamento e Loteamento da área pertencente ao comendador Paulo Felisberto Peixoto, proprietário de uma imensa chácara entre as ruas Santa Clara e Figueiredo Magalhães, que resultou no traçado do Bairro Peixoto.

É interessante observar que, mesmo com o passar dos anos, o Bairro Peixoto manteve o seu ar de chácara, apresentando uma calma bem diferente da efervescente Copacabana. Considerado um bairro “não oficial” da cidade, o clima de interior presente no local surpreende ao destoar da agitação das ruas e avenidas copacabanenses e, inclusive, a associação de moradores do Bairro Peixoto se chama Oásis²²⁹. No ano de 2010, o local

²²⁷ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/orgao-da-prefeitura-faz-lista-das-11-ruas-mais-arborizadas-9599684>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

²²⁸ Disponível em: <<http://copacabana.com/rua-santa-clara/>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

²²⁹ Disponível em: <<https://associacaodobairropeixoto.com.br/quem-somos/>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

chegou a contar com uma publicação impressa que levava o seu nome: a revista Bairro Peixoto, na qual um dos textos o definia do seguinte modo:

[...] é uma ilha dentro de Copacabana, cercado de verde com pracinha e chafariz, crianças correndo no fim de tarde, e um certo ar bucólico. Gostamos de ver nosso bairro dessa forma, mas claro que não esquecemos dos problemas que enfrentamos. Isso é assunto para outro texto. Hoje, queremos falar do amor ao nosso bairro, da qualidade de vida admirada por tantos, do aspecto de cidade de interior, onde todos se conhecem e se cumprimentam, do padeiro da esquina, do barbeiro que está no bairro há mais de vinte anos, do pipoqueiro conhecido por todos, das conversas dos velhos amigos nos banquinhos da praça, dos papos no botequim e até mesmo dos animados cachorrinhos que desfilam nas manhãs de sol. O Bairro Peixoto acompanha Copacabana pelas encostas, como se estivesse vigiando esse bairro gigante e ao mesmo tempo dizendo: vejam como sou diferente²³⁰.

Tais socialidades “de cidade do interior” presentes no Bairro Peixoto foram associadas aos elos sociais comumente encontrados nos bairros da zona norte da cidade do Rio de Janeiro, onde a familiaridade amigável se faz presente na banalidade da vida cotidiana (MAFFESOLI, 2014). Ao ser entrevistada por mim, Monica, 53 anos²³¹, se referiu espontaneamente ao Bairro Peixoto. Moradora de Vila Isabel, ela trabalha em Copacabana, e mencionou durante a realização da entrevista: “Tem tudo no bairro de Copacabana. Ah, aquela parte do Bairro Peixoto é legal. Todo mundo se conhece. É aquela sensação de zona norte. As pessoas se conhecem”²³².

Como já explicado antes, a partir da década de 40, houve a grande expansão vertical do bairro, pois foi nessa época que “Copacabana foi se transformando aceleradamente, com a intensificação da construção de edifícios e a demolição de casas” (VELHO, 1989, p. 23). Cardeman (2012) aponta que o processo de transformação mais intenso de Copacabana teve início em 1946, a partir da aprovação da nova Planta de Zoneamento do bairro. Ainda de acordo com o autor (2012), a planta de zoneamento tinha a função de determinar o limite de profundidade das novas edificações para cada quadra. E com base na nova planta, foi possível assistir ao boom imobiliário de Copacabana no ano de 1946, com a substituição rápida e quase total das edificações construídas na fase da ocupação do bairro, por construções mais modernas, de vários pavimentos (ABREU, 2008).

²³⁰ Disponível em: <<https://diariodorio.com/historia-do-bairro-do-peixoto/>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

²³¹ Monica nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade da entrevistada seja preservada.

²³² Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Monica à autora da tese, realizada no dia 28 de março de 2021.

Cabe lembrar que a Segunda Guerra Mundial terminara em 1945, e Copacabana respirava ares de mudança. A cidade do Rio de Janeiro no pós-guerra vivera um boom de desenvolvimento urbano-industrial e de otimismo, iniciado no segundo governo Vargas (1951-1954) e acelerado no governo de Juscelino Kubitschek, de 1956 até 1960 (MESQUITA, 2014). E foi exatamente no pós-guerra que a composição arquitetônica dos prédios de Copacabana começou a mudar. As quitinetes começaram a surgir no bairro, como ressaltam Cardeman e Cardeman (2016, p. 145):

Com o fim da guerra, já consagrada pela voz de Dick Farney como a “Princesinha do Mar”, Copacabana começou a sofrer um processo de renovação imobiliária, com a substituição dos imóveis da ocupação inicial por outros dotados de equipamentos mais modernos e o aparecimento dos conjugados de dimensões mínimas (quitinetes).

Complementando o raciocínio apresentado acima sobre a música “Copacabana”, a obra nasceu depois que o cineasta americano Wallace Downey encomendou aos compositores João de Barro (Carlos Alberto Braga, o Braguinha) e Alberto Ribeiro uma canção que pudesse identificar musicalmente um “*night-club*” de Nova York, cujo título era Copacabana, em homenagem à famosa praia carioca²³³. Desenvolvida em forma de samba-canção, “Copacabana” foi gravada pelo cantor e pianista Dick Farney no ano de 1946, e transformou-se em um enorme sucesso²³⁴.

A década de 50 (conhecida como “anos dourados”) foi marcada por grandes transformações no cenário brasileiro. O Rio de Janeiro apresentava vigoroso crescimento; e os bairros da zona sul carioca cresciam de modo substancial, sempre com destaque para o aumento populacional de Copacabana, impulsionado pelo aumento dos apartamentos conjugados, conforme exposto anteriormente. No ano de 1956, o Brasil ganhou um novo presidente: Juscelino Kubitschek. O clima era de euforia; e Copacabana crescia tanto que as suas circunscrições tiveram um aumento de 86% na década de 50 (ABREU, 2008). Ou seja: o bairro colhia os frutos do boom imobiliário que teve início em 1946. Lessa (2005, p. 238) ressalta que:

[...] na década de 1950 o Rio viveu o momento de intensa confirmação de seu prestígio urbano, com Copacabana como a glamurosa manifestação da cidade. Na

²³³ Informações extraídas do texto explicativo referente à partitura da música “Copacabana”, disponibilizada pela Fundação Nacional de Artes (FUNARTE). Disponível em: <<https://www.funarte.gov.br/wp-content/uploads/2013/10/1-Copacabana-partitura.pdf>>. Acesso em: 8 ago.2021.

²³⁴ Disponível em: <<https://bossanova.folha.com.br/autores-2-biografia.html>>. Acesso em: 8 ago. 2021.

memória dos mais idosos cariocas, nos anos 50 ainda estava viva a demolição da cidade pestilenta e a implantação do centro parisiense. Lembavam-se de Copacabana como um areal, com pitangueiras e cajueiros. Haviam visto a praia, delimitada pela elipse da avenida Atlântica, converter-se em outro prodígio urbanístico e arquitetônico: a Copacabana Princesinha do Mar.

Registra-se também o surgimento das galerias comerciais de Copacabana, que, segundo Horta e Kos (2013), mudaram o formato do comércio do bairro na metade do século XX, e dentre as quais podemos destacar: a Menescal, a Duvivier, a Alaska (cujo nome mudou para Atlântica), e a galeria que posteriormente foi “batizada” de Shopping Cidade Copacabana. Cardoso e Machado (2015) apontam que, na década de 1970, a Galeria Alaska chegou a funcionar como um espaço de socialidade homoafetiva na cidade do Rio de Janeiro, e inclusive foi tema da música “A Galeria do Amor”, composta e gravada no ano de 1975 pelo cantor Agnaldo Timóteo, falecido em abril de 2021 em decorrência da covid-19²³⁵. Em um dos trechos, a canção diz:

Na galeria do amor é assim/Muita gente a procura de gente/A galeria do amor é assim/ Um lugar de emoções diferentes/ Onde a gente que é gente se entende/Onde pode se amar livremente/Numa noite de insônia saí/E encontrei o lugar que buscava/A galeria do amor me acolheu²³⁶.

Ao abordar a Galeria Alaska, a composição musical do falecido cantor evidencia que quem faz o lugar são os sujeitos e que, em meio à pluralidade comunicativa, eclodem as narrativas de afeto (FERNANDES; NOGAROLI, 2016). Na década de 1980, a Galeria Alaska abrigou o espetáculo de nu frontal masculino a “Noite dos Leopardos”. “Leopardo” era o nome dado aos *strippers* que integravam o show no palco do Teatro Alaska, tradicional *point gay* da época²³⁷. A “Noite dos Leopardos” acabou dando origem a uma moda que, nos anos seguintes, se popularizou pelo país: o “Clube das Mulheres”, a versão hétero dos “Leopardos”²³⁸.

Para Sennett (2018), uma galeria é, de modo geral, uma passagem com cobertura na trama das ruas ou avenidas, tendo em seu interior uma sucessão de lojas. E em meio às

²³⁵ Disponível em: <<https://cultura.estadao.com.br/noticias/musica,agnaldo-timoteo-morre-aos-84-anos-vitima-do-novo-coronavirus,70003669529>>. Acesso em: 5 abr. 2021.

²³⁶ Disponível em: <<https://www.letras.com.br/agnaldo-timoteo/a-galeria-do-amor>>. Acesso em: 5 abr. 2021.

²³⁷ Disponível em: <<https://gay.blog.br/cultura/noite-dos-leopardos-o-lendario-espetaculo-gay-que-abalou-copacabana-nos-anos-80/>>. Acesso em: 4 dez. 2021.

²³⁸ Disponível em: <<https://gay.blog.br/cultura/noite-dos-leopardos-o-lendario-espetaculo-gay-que-abalou-copacabana-nos-anos-80/>>. Acesso em: 4 dez. 2021.

sucessivas transformações ocorridas em Copacabana com o passar dos anos, as galerias atravessaram o século XX e chegaram ao século XXI como importantes centros de compras do bairro, mas também como espaços que apresentam uma rica teia de relações. Pode-se tomar como exemplo a galeria localizada entre as ruas Siqueira Campos e Figueiredo Magalhães que, mesmo que tenha passado a carregar a palavra shopping em seu nome (Shopping Cidade Copacabana), demonstra que tais espaços não podem ser analisados por uma ótica enraizada apenas na releitura lógica do capitalismo e dos produtos e marcas globalizados. Nesse contexto, é interessante observar a grande quantidade de antiquários encontrados no local, fazendo com que o mesmo passasse a se tornar conhecido como “Shopping dos Antiquários”, e neles

encontram-se todo tipo de bricabraque: azulejos antigos, brinquedos, porcelana, cristaleiras, pratarias, lustres, arte sacra, tapetes persas, pinturas, esculturas, relógios de parede, móveis de época... É a maior concentração, da América Latina, de casas do gênero²³⁹.

E no Shopping Cidade Copacabana, em meio à lógica presente no regime diurno (DURAND, 1997), organizado a partir dos seus objetivos voltados para o trabalho e suas respectivas normas, eclodem a festa, os agrupamentos, o dionisíaco do regime noturno, com a presença da boate Fosfofox, localizada próximo à área do shopping – assunto a ser tratado no capítulo “De Princesinha do Mar à Cinderela Permissiva: noturnidades festivas de Copacabana”. Ao abordarmos o regime noturno, é preciso “recordar a figura de Dionísio, que descrevi como uma divindade arbustiva, uma divindade mundana, subterrânea e cuja especificidade é, justamente, simbolizar, cristalizar o prazer de viver” (MAFFESOLI, 2010, p. 69).

Ao analisar Copacabana, fica evidente que, ao atravessarem as décadas da metade do século XX até chegarem ao XXI, as galerias e centros comerciais do bairro apresentam uma certa autonomia no que tange à existência coletiva (FERNANDES; NOGAROLI, 2016). A discussão está para além do fato de que o Shopping Cidade Copacabana, o “Santa Clara 33” e demais centros ou galerias comerciais do bairro nascidos sob a luz da modernidade são apenas espaços onde se pode comprar diversos bens e serviços na Copacabana do século XXI, totalmente submetidos aos ditames do mercado e aos apelos do marketing. Tal argumentação faria com que a reflexão apresentasse somente o óbvio, ignorando inclusive elementos que demonstram como tais espaços chegaram pulsantes ao Rio contemporâneo. O que se pretende

²³⁹ Disponível em: <<https://cidadecopacabana.com.br/origem-e-historia-de-copacabana/>>. Acesso em: 5 abr. 2021.

aqui é justamente entender o sensível que se apresenta muitas vezes na superfície das relações de consumo, já que é necessário romper o ciclo virtuoso das análises óbvias, feitas mais de virtuosismo do que de amor (MAFFESOLI, 2007). Posto isto, o que desperta a atenção é

que as galerias em questão sejam espaços tão fora do convencional que seu uso atual assume caráter poético de aventura, através de um mundo paralelo que desconhece a dureza do mercado imobiliário ou o glamour dos shopping centers. É possível estabelecer um paralelo com a pesquisa de Walter Benjamin sobre as Passagens comerciais de Paris no século XIX (HORTA; KOS, 2013, p. 1).

Ou seja, a expressão “galerias comerciais” leva muitas pessoas a vincularem de imediato à concepção de “espaços análogos aos famigerados shopping centers, embora suas estruturas não alcancem os mesmos patamares” (FERNANDES; NOGAROLI, 2016, p. 1). Todavia, por mais que tais galerias (e alguns centros comerciais da Copacabana da modernidade) muitas vezes sejam percebidos como decadentes ou pouco convidativos (especialmente para os “idolatradores” do modelo de shopping centers), neles existe uma vitalidade especial (HORTA; KOS, 2013). E em meio à oferta de bens e serviços, os seus espaços repletos de história demonstram que o élan comunitário não se define em uma lógica econômica, e sim nas atuações sensíveis dos sujeitos (FERNANDES; NOGAROLI, 2016).

Inaugurado em 1958, o prédio que veio a se tornar “o Santa Clara 33” das inúmeras vitrines de biquínis e maiôs era apenas mais um edifício na Copacabana que crescia de modo vertiginoso. A construção surgiu com o objetivo de abrigar consultórios médicos e odontológicos em seus doze andares, bem como escritórios de advocacia. Todavia, foi na década de 70 que o perfil dos condôminos do prédio começou a sofrer modificações²⁴⁰. Cabe destacar que, no ano de 1968, os artistas plásticos Roberto de Sousa, José Carlos Nogueira da Gama, Holmes Neves, Guima e Hugo Bidet – frequentadores do bar Jangadeiros, próximo à Praça General Osório, no bairro de Ipanema – decidiram, em um final de semana, expor de modo desprezioso alguns de seus trabalhos na praça, depois de uma feira de livros que estava acontecendo no local. No fim de semana seguinte, os cinco amigos voltaram a expor os seus trabalhos na praça; e na terceira semana, cerca de 20 pessoas haviam se juntado a eles. E assim nasceu a Feira Híppie de Ipanema. Embora existam divergências sobre o ano em que a feira efetivamente começou, essa é a história mais comum no tocante ao início da mesma²⁴¹. E

²⁴⁰ Disponível em: <<https://vejario.abril.com.br/consumo/santa-clara-33/>>. Acesso em: 21 jan. 2021.

²⁴¹ Disponível em: <<http://www.multirio.rj.gov.br/index.php/leia/reportagens-artigos/reportagens/2977-feira-hippie-de-ipanema-um-patrimonio-do-rio>>. Acesso em: 21 jan. 2021.

de acordo com a Lei n.º 5286 de 27 de junho de 2011, a Feira Híppie de Ipanema foi tombada como patrimônio imaterial da cidade do Rio de Janeiro, cujo 1º artigo se encontra a seguir:

Fica tombada, como bem de natureza imaterial da Cidade do Rio de Janeiro, a Feira Híppie de Ipanema, localizada na Praça General Osório, Ipanema, em face de sua relevante concentração e produção de práticas culturais fortalecedoras da memória e da identidade da sociedade brasileira²⁴².

Voltando à análise sobre as transformações sofridas pelo “Santa Clara 33”, na década de 70 alguns artistas e comerciantes que faziam sucesso expondo na Feira Híppie de Ipanema começaram a almejar a expansão das suas atividades. E atraídos pela localização privilegiada do prédio no bairro de Copacabana e pelo baixo preço do aluguel, acabaram se mudando para o endereço da rua Santa Clara 33. Gomes (2002) comenta que os papéis desempenhados pelo comércio e pelo consumo se encontram em constante articulação, podendo ser tomados como cenários para o exercício de uma pedagogia dos modos de apresentação.

A Copacabana do final dos anos 60 possuía um tipo de residência predominante: o apartamento. Ou seja: “em 1969, 98,8% das moradias do bairro eram apartamentos, enquanto em 1933 apenas seis das 214 construções tinham cinco ou mais pavimentos. Copacabana é, sem dúvida, hiperbólica” (O’ DONNELL, 2013, p. 14). Visando complementar o raciocínio em questão, de 1920 até 1970, a cidade do Rio de Janeiro obteve um crescimento populacional de 240%, enquanto Copacabana cresceu no mesmo período cerca de 1500%, o que demonstra um aumento populacional do bairro quase sete vezes maior em comparação à cidade (VELHO, 1989). E foi justamente a partir da década de 70 que a moda praia iniciou o seu processo de industrialização no Brasil (BRAGA; PRADO, 2011).

Desse modo, pouco a pouco os antigos escritórios e consultórios deram espaço às vitrines de moda no “Santa Clara 33”. O prédio inclusive passou a abrigar grifes que depois se tornaram famosas em todo o país – como a Blue Man e a Yes, Brazil²⁴³. Com peças de roupa estampadas e customizadas, a Yes, Brazil virou símbolo da identidade nacional baseada no jeito carioca de vestir, e acabou se tornando uma das marcas que revolucionou o cenário da moda no Rio de Janeiro da década de 80²⁴⁴. A moda é capaz de nos remeter ao lugar. E o

²⁴² Disponível em: <<http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4368015/4108325/14LEI5286FeiraHippie.pdf>>. Acesso em: 21 jan. 2021.

²⁴³ Disponível em: <<https://vejario.abril.com.br/consumo/santa-clara-33/>>. Acesso em: 21 jan. 2021.

²⁴⁴ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/bairros/cinco-marcas-famosas-que-deixaram-saudades-14877454>>. Acesso em: 21 jan. 2021.

vestuário é capaz de revelar temas e relações formais que servem a uma cultura (MC CRACKEN, 2003).

De acordo com La Rocca (2015, p. 177):

A moda vestuária é o resultado de um vasto simbolismo de pertença e de particularização dos espaços, uma forma de apego ao lugar de referência, como os gestos e a postura corporal são os componentes simbólicos criados pela atitude de estar em determinado lugar e produzir uma tal ambiência. Moda e gestos são, assim, a forma de comunicação primária para destacar a presença do corpo, fazê-lo estar em um lugar e particularizá-lo.

Segundo dados da Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT) referentes ao ano de 2018, a moda praia brasileira é responsável pelo faturamento de US\$ 1,9 bilhão por ano através da produção de 60 milhões de peças fabricadas por aproximadamente 700 empresas formais, e cerca de 10% dessa produção é destinada ao mercado externo²⁴⁵. Cabe frisar que, desde o início do século XXI, a participação da moda praia carioca na indústria da moda em geral se diluiu por outros setores. E por mais que as exportações de biquínis, maiôs e de moda praia em geral produzidos no Rio de Janeiro tenham crescido a partir do ano 2000, é interessante observar que roupas como jardineiras, calças e vestidos também passaram a obter um lugar de destaque dentre as peças de vestuário produzidas na cidade que são comercializadas no exterior²⁴⁶. De acordo com levantamento do Senac-RJ, quando o assunto é moda, o Rio de Janeiro cria tendências, influencia comportamentos e inspira. Ainda segundo a instituição, a arrecadação de ICMS do segmento de moda no estado do Rio de Janeiro no ano de 2018, em áreas como comércio varejista e confecção, chegou a R\$ 1,1 bilhão, valores acima do apurado no ano anterior (em 2017, R\$ 1,0 bilhão)²⁴⁷.

Com a chegada do coronavírus ao país, veio a crise econômica, afetando diferentes tipos de negócios. Diante do cenário pandêmico, o varejo de moda foi fortemente atingido no ano de 2020, já que a compra de peças de vestuário é considerada não essencial. De acordo com pesquisa realizada pelo Sebrae-SP em abril de 2020, cabe ressaltar que

²⁴⁵ Disponível em: <

²⁴⁶ Disponível em: <

²⁴⁷ Disponível em: <

os efeitos da crise do novo coronavírus chegaram à indústria da moda já no começo de 2020, quando o vírus se concentrava basicamente na China e arredores, e que teve um impacto na cadeia global, pois além de boa parte produtiva dessa cadeia estar na China, o país também é um grande consumidor mundial – representa 40% do faturamento de luxo do mundo –, e não esteve presente nos circuitos de apresentação de moda como Nova York, Londres, Milão e Paris²⁴⁸.

E mesmo após a flexibilização do isolamento social e a reabertura do comércio em várias cidades do país no segundo semestre de 2020, a queda no faturamento das empresas de moda ainda era de 40% frente aos resultados anteriores à pandemia; e no segmento de moda praia, a perda foi ainda maior: 76%²⁴⁹. Em agosto de 2020, a Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT) divulgou que, ainda com grandes incertezas, a expectativa do setor para o ano de 2021 é de retomada, com perspectivas de que a produção venha a crescer 8,1%; as vendas, 6,8%; as importações, 5,2%; e as exportações, 6,25%²⁵⁰.

E ao analisar a produção de moda no Rio de Janeiro, seja na simplicidade do “Santa Clara 33” ou no glamour dos eventos que exibem marcas famosas (como o Fashion Rio e o Veste Rio), a cidade é a única que possui um *lifestyle* próprio, facilmente identificável pela elegância descontraída do carioca²⁵¹. Em entrevista cedida a mim em março de 2021, Rafael²⁵², estudante universitário de 24 anos que reside em Copacabana, afirmou: “Paulista vai para o shopping arrumado. Carioca vai ao shopping de bermuda e chinelo. É o carioca *way of life*”²⁵³.

Para Bueno (2008), existe uma correlação entre cultura, cidade, consumo e estilos de vida nos séculos XX e XXI, a partir da qual a lógica dos estilos de vida introduz transformações radicais em mundos como a arte, a moda, o turismo, dentre outros. Beatriz

²⁴⁸ Disponível em: <<https://sebraeseunegocio.com.br/artigo/os-impactos-da-pandemia-no-varejo-de-moda/>>. Acesso em: 21 jan. 2021.

²⁴⁹ Disponível em: <<https://extra.globo.com/economia/emprego/empresas-de-moda-faturam-40-menos-na-pandemia-veja-10-dicas-para-vencer-desafios-24710601.html>>. Acesso em: 21 jan. 2021.

²⁵⁰ Disponível em: <<https://www.abit.org.br/noticias/retomada-efetiva-do-setor-textil-e-de-confeccao-prevista-para-2021>>. Acesso em: 21 jan. 2021.

²⁵¹ Disponível em: <<https://www.valor.com.br/patrocinado/sebraerj/sebraerj/made-rio-moda-carioca-se-mantem-como-celeiro-de-criatividade>>. Acesso em: 21 jan. 2021.

²⁵² Rafael nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

²⁵³ Informação extraída de entrevista concedida por Rafael à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 26 de março de 2021.

X²⁵⁴ possui 41 anos, nasceu em Salvador (Bahia) e reside na cidade desde 2010. Em entrevista cedida a mim em março de 2021, ela disse que não se sente carioca, e explicou: “Meu coração é mais baiano do que carioca. Eu me identifico mais com a Bahia, o litoral, os frutos do mar, o dendê... Eu entendo melhor os cariocas agora. Mas a minha identidade ainda é mais baiana”²⁵⁵.

Como apontam Silva e Rocha (2010), o fato de a pessoa sair do Nordeste não significa que o Nordeste saiu dela, pois vivenciar a “carioquice” não significa perder a nordestinidade. O Nordeste brasileiro é uma região inventada historicamente, onde

a referida invenção levou à constituição de uma “experiência de Nordeste”, em cuja associação não apenas essa região foi produzida, como também novos ideais, valores e comportamentos foram postos em circulação e disponibilizados para seus habitantes. Dito de outra forma, em torno de tal experiência, os habitantes da região inventada não apenas passam a ser denominados de “nordestinos”, mas são levados a se reconhecer como sujeitos de uma “nordestinidade” (MAKNAMARA, 2013, p. 11).

Seguindo tal raciocínio, cabe analisar também o caso da paraibana Kellys²⁵⁶, 42 anos, produtora cultural, natural da cidade de Patos. Residente no Rio de Janeiro desde 2009, ela explicou ao ser entrevistada por mim em abril de 2021:

Eu não me sinto carioca, pois eu acho assim... Eu sou paraibana e eu vejo equivalências, similaridades entre o Estado do Rio e o meu Estado da Paraíba. A culinária, as belezas naturais... O que faz com que eu não me sinta carioca é que o povo carioca não se aprofunda. O carioca tem um distanciamento intrapessoal. Se eu chamar uma pessoa para ir na minha casa, eu vou dar o endereço, será um convite real! [...] Eu me aprofundo, e o carioca não. Às vezes encontra na rua, finge que não vê... E isso faz com que eu não me sinta carioca.²⁵⁷

E embora a paraibana Kellys e a baiana Beatriz X não se sintam cariocas, definiram a “carioquice” sob os seus pontos de vista. Em tom alegre, Kellys fez questão de me dizer que a “carioquice” para ela “é uma coisa boa”, e completou:

Você entra no ônibus, e você começa a conversar com uma pessoa. Essa malandragem é legal. Não é pejorativo. Você não tem guarda sol, aí você pega com

²⁵⁴ O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade da entrevistada seja preservada.

²⁵⁵ Informação extraída de entrevista concedida por Beatriz à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 30 de março de 2021.

²⁵⁶ O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade da entrevistada seja preservada.

²⁵⁷ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Kellys à autora da tese, realizada no dia 1º de abril de 2021.

a pessoa que está perto. É um povo engraçado! Às vezes uma pessoa engravatada tomando um picolé. São essas carioquices [...] Eu me sinto feliz no Rio, e acho os cariocas incríveis²⁵⁸!

E quando se trata do vestuário carioca, vale salientar que o detalhe de “ter o chinelo como peça importante do guarda roupa” é algo que não passa despercebido para quem mora no Rio de Janeiro, mas nasceu em outros lugares do Brasil. E, analisando os relatos da publicitária Beatriz X, pude observar que, assim que a soteropolitana chegou ao Rio de Janeiro em 2010, percebeu logo o estilo de vestir do carioca; e quando a indaguei sobre o que seria a “carioquice”, Beatriz X me respondeu:

Eu acho que a carioquice é a correspondência da baianidade. Carioquice é andar de chinelo, de mochila... Ah, quando eu cheguei no Rio, comprei logo uma mochila. É um estilo de vida. É como se fosse a baianidade nagô. O espírito praiano do carioca se assemelha ao do baiano. Acho que o carioca é *bon vivant*²⁵⁹.

Todavia, esse *way of life* que é complacente com o uso do chinelo às vezes é execrado por pessoas do próprio mundo da moda. Utilizado como tema do evento Rio Summer, o *carioca way of life* foi duramente criticado pela carioca Thereza Chammas, blogueira de moda:

Parece que no Rio as pessoas não se permitem, usam a desculpa de ser uma cidade de praia para se vestir de maneira simplória. [...] Outra coisa que me irrita é esse “carioca *way of life*” que é vendido para o mundo e foi tema do Rio Summer. O estereótipo da caipirinha, biquíni e praia é chaaato, e o carioca merece mais. Além disso, parece que no final do dia, todos os caminhos te levam à praia, o que não é bem assim. Existem marcas (conheço duas) que usam esse estilo de vida como tema, e se você compra essas roupas, sai de lá fantasiado de carioca. Amo minha cidade, mas em lugares como São Paulo, Nova York ou Londres, as pessoas são mais livres para se vestir, e se maquiar, da maneira que quiserem, enquanto aqui no Rio, a barreira, e até o preconceito, são constantes no dia a dia²⁶⁰.

Mas mesmo em meio às críticas sobre o jeito “simplório” do carioca se vestir, a “dupla” jeans e chinelo é lembrada como uma prática opção na hora do lazer para Daniel²⁶¹, 37 anos, que trabalha como assistente administrativo e reside na comunidade Pavão-Pavãozinho, em Copacabana: “Cara... Eu acho que ser carioca é... Vou encontrar uns amigos,

²⁵⁸ Informação extraída da mesma entrevista referida na nota de rodapé anterior.

²⁵⁹ Informação extraída de entrevista concedida por Beatriz à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 30 de março de 2021.

²⁶⁰ Disponível em: <<https://www.fashionismo.com.br/2009/04/moda-carioca/>>. Acesso em: 23 mar. 2021.

²⁶¹ Daniel nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

boto uma calça jeans, uma Havaianas... Estou pronto! É a simplicidade de ser elegante e despojado ao mesmo tempo. É amarrar fitinha de São Jorge e estar elegante”²⁶².

Para Bia Y²⁶³, uma estudante universitária de 22 anos que se mudou para São Paulo em 2020, andar de chinelo é um dos elementos presentes dentre as variadas tribos de cariocas e suas respectivas práticas, e explicou: “Chinelo também é carioquice, tanto que as Havaianas entenderam isso, e trabalharam na marca”²⁶⁴.

E meio a outros itens e ambiências acerca do assunto, André²⁶⁵, 53 anos, também mencionou o chinelo: “Carioquice é a maneira de falar, sempre puxando o R (o sotaque). Quem mora na zona sul anda de chinelo, é outra coisa bem carioca. Gostar de samba, de pagode. Rodas de samba”²⁶⁶. E embora o entrevistado André tenha associado o hábito de andar de chinelo aos moradores da zona sul da cidade, a pesquisa intitulada “Carioquices” apontou que 82,5% dos respondentes declararam que “os cariocas gostam de andar de chinelo em diversas situações”²⁶⁷. Realizado entre os meses de fevereiro e março de 2021 pelo Instituto Rio 21, o estudo quantitativo “Carioquices” foi composto por uma amostra de 714 moradores das quatro regiões da cidade do Rio de Janeiro: centro, zona norte, zona oeste e zona sul²⁶⁸.

Vale destacar que a Havaianas (sandália fabricada pela Alpargatas, empresa brasileira de calçados e artigos esportivos) foi eleita pela segunda vez consecutiva no ano de 2020 como a marca que tem “mais a cara do Rio de Janeiro” junto aos consumidores cariocas, seguida pelo mate Leão e pela grife de roupas Farm, de acordo com o estudo realizado pela cRio, um

²⁶² Informação extraída de entrevista concedida por Daniel à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 26 de março de 2021.

²⁶³ Bia Y nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade da entrevistada seja preservada.

²⁶⁴ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Bia Y à autora da tese, realizada no dia 18 de abril de 2021.

²⁶⁵ André nasceu no Rio de Janeiro, e mora em Copacabana. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

²⁶⁶ Informação extraída de entrevista concedida por André à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 29 de março de 2021.

²⁶⁷ Disponível em: <<https://rio21.org/uma-pesquisa-sobre-os-cariocas-e-seus-habitos/>>. Acesso em: 8 ago.2021.

²⁶⁸ Disponível em: <<https://diariodorio.com/wp-content/uploads/2021/04/Carioquices.pdf>>. Acesso em: 8 ago. 2021.

dos laboratórios da ESPM-RJ²⁶⁹. No ano de 2019 (quando aconteceu a primeira edição da pesquisa), Havaianas, Mate Leão e Biscoito Globo estavam nas três primeiras colocações²⁷⁰. Segundo Pereira e Barros (2013), a Farm é vista como uma marca cujo jeito de ser é “zona sul e praia” e que, por exclusão, se afasta da zona norte da cidade do Rio de Janeiro, da Baixada Fluminense – e de tudo aquilo que pode representá-las originalmente excetuando para o que não lhe é próprio. Com fama de elitista e racista, a Farm se envolve em polêmicas de maneira recorrente. Em 2014, a marca publicou uma foto de uma modelo branca representando o orixá feminino Yemanjá, cultuado nas religiões de matriz africana²⁷¹. No ano de 2017, a Farm gerou revolta ao lançar roupas com estampas que remetem à escravidão²⁷². E em junho de 2021, logo após a morte brutal da gestante Kathlen de Oliveira Romeu, de 24 anos, atingida por um tiro durante uma ação policial no Rio de Janeiro, a marca criou uma campanha envolvendo o código comercial da moça, que trabalhava como vendedora da loja Farm de Ipanema²⁷³.

Assim, não se pretende defender aqui que “a cara do Rio” está associada somente à zona sul, à praia e aos “apetrechos praianos”, mas apenas impedir que a discussão se distancie por completo dos olhares sobre o bairro de Copacabana, e como tais experiências se apresentam para os entrevistados, bem como quais sentimentos emergiram. Destarte, faz-se necessário compreender que, por mais que o “Rio de Janeiro do litoral” e das praias lotadas seja o mais conhecido mundo afora, ele não é o único a se apresentar (BELART, 2021), como se poderá observar adiante.

Nesse sentido, apresento outros olhares em relação à temática da “carioquice”, oriundos da pesquisa qualitativa realizada para a elaboração da tese. Partirei do relato de Bia Y²⁷⁴, estudante universitária de 22 anos que nasceu no Rio de Janeiro, e se mudou para a capital paulista em março de 2020, após morar vários anos na cidade (principalmente no

²⁶⁹ Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2020/10/27/estudo-aponta-marcas-tem-a-cara-do-rio-de-janeiro-segundo-cariocas.htm>>. Acesso em: 29 mar. 2021.

²⁷⁰ Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2020/10/27/estudo-aponta-marcas-tem-a-cara-do-rio-de-janeiro-segundo-cariocas.htm>>. Acesso em: 29 mar. 2021.

²⁷¹ Disponível em: <<https://extra.globo.com/noticias/rio/farm-representa-iemanja-com-modelo-branca-causa-polemica-na-web-14782639.html>>. Acesso em: 29 mar. 2021.

²⁷² Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/sociedade/internautas-veem-racismo-em-estampa-de-grife-carioca-que-pede-desculpas-21573342>>. Acesso em: 29 mar. 2021.

²⁷³ Disponível em: <<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2021/06/09/apos-criticas-grife-farm-tira-acao-com-codigo-de-gravida-baleada-do-ar.ghtml>>. Acesso em: 9 jun. 2021.

²⁷⁴ O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade da entrevistada seja preservada.

bairro da Tijuca). Bia Y afirmou que se sente carioca e, ao ser entrevistada por mim, explicou que existem “carioquices” (reforçando a pluralidade) – e seus diferentes comportamentos e expressões:

O Rio te molda. É um traço da sua personalidade. São várias tribos: existe o tijucano, o barrense... Você acha a sua tribo. Ah, ser carioca para mim não é uma questão de localização. Assim como a jovialidade, é um estado de espírito. Depende da sua carioquice. São várias carioquices. Depende da tribo de cada um²⁷⁵.

E ao indagá-la sobre o que seria a “carioquice zona norte”, Bia Y associou imediatamente ao bairro onde morou durante anos: a Tijuca. E elencou como “carioquice zona norte”: “Rolezinho no Shopping Tijuca, ver jogos de futebol na Praça Varnhagen, definir as saídas do metrô como ponto de encontro. E o ponto de encontro universal do tijucano é em frente à C & A”²⁷⁶. Salienta-se ainda os que se identificam com a “carioquice suburbana”, o carioca *way of life* do subúrbio, cabendo destacar que o “conceito carioca de subúrbio é uma referência quase exclusiva e obrigatória aos bairros populares, e aos que estão nas franjas ferroviárias da cidade” (MAIA; CHAO, 2017, p. 38).

Ao ser entrevistado por mim, Jorge²⁷⁷, 41 anos, morador da Praça Seca (zona oeste do Rio de Janeiro), fez questão de frisar:

A minha carioquice é a do subúrbio. Pessoas na rua batendo papo, conversa no botequim, soltar pipa, vizinho se dando com vizinho, crianças na rua, aquela fofocada... Foi a minha criação. Fui criado convivendo na rua. No subúrbio, o jeito carioca de ser passa por se adaptar. Desde cedo, a gente aprende a identificar bicheiro, traficante, a autoridade da polícia... No subúrbio, o estilo carioca de ser é se adaptar ao meio. Você precisa saber onde está pisando. Se não, você vai sofrer as consequências. [...] Minha profissão é “suburbano”, porque precisei aprender a me virar, a sobreviver, a ganhar o pão²⁷⁸.

Nascido no subúrbio de Pilares e criado em Madureira, Jorge completou a sua defesa da “carioquice suburbana” declarando que, na sua opinião, existe uma hostilidade em relação a quem mora no subúrbio. Com um ar ressentido, Jorge revelou:

Vivi uma experiência... Um amigo me chamou para ir em um prostíbulo lá em Copacabana. Quando as prostitutas descobriram que a gente não era gringo, elas não

²⁷⁵ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Bia Y à autora da tese, realizada no dia 18 de abril de 2021.

²⁷⁶ Informação extraída da mesma entrevista referida na nota de rodapé anterior.

²⁷⁷ Jorge nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

²⁷⁸ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Jorge à autora da tese, realizada no dia 30 de março de 2021.

nos trataram bem. A gente viu a frieza da pessoa quando ela perguntou: “Cê mora aonde?” Eu vi o bairrismo até na prostituição. Até as prostitutas olham o suburbano como morto de fome. Até ali identifiquei o preconceito.²⁷⁹

Outro caso a ser analisado é o do mineiro Davidson²⁸⁰, morador do Rio de Janeiro desde 2006, e que atualmente reside no bairro de Del Castilho. Nascido em Belo Horizonte, ele relatou que “se carioquizou” e que “sente a diferença” quando se trata da zona norte e da zona sul da cidade. Ao ser entrevistado por mim, ele declarou:

Comecei a minha vida boêmia em Madureira. Mas quando conheci Copacabana, eu me encantei. E a diferença de status entre os bairros é grande... Quando as pessoas falam “O Rio de Janeiro continua lindo!”, o lindo é a zona sul. A zona norte não. É uma discrepância grande²⁸¹.

Compreende-se que existe um tensionamento envolvendo elementos como urbanidade/suburbanidade na cidade do Rio de Janeiro, ressaltando que tais posições são objetivadas, e que tendem a reproduzir uma oposição constitutiva enquanto estruturas mentais (SOUSA, 2014). Em contrapartida, as falas do entrevistado Jorge avultam o seu “orgulho suburbano” (SOUSA, 2014, p. 205); e que, novamente expressando mágoa, fez questão de reiterar:

Eu sou um carioca do subúrbio! Eu penso como suburbano. Quando eu tinha 22 anos, arrumei um trabalho que tinha que visitar clientes na zona sul. E aí descobri a diferença, a discrepância, tem preconceito. Uma vez eu ia fazer uma festa, e chamei um colega de trabalho que morava na zona sul. Aí ele me disse: “Não vou no subúrbio”²⁸².

E de acordo com Felipe²⁸³, 38 anos, morador da Vila da Penha, o sotaque carioca (elemento intimamente associado à “carioquice”, conforme será exposto mais adiante) apresenta diferenças entre a zona sul e o subúrbio da cidade do Rio de Janeiro.

Me sinto carioca pelo meu jeito de ser. Sou brincalhão, descontraído. Aqui no Rio, a coisa de ser esperto acaba sendo associada ao malandro no sentido pejorativo. Mas

²⁷⁹ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Jorge à autora da tese, realizada no dia 30 de março de 2021.

²⁸⁰ O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

²⁸¹ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Davidson à autora da tese, realizada no dia 30 de março de 2021.

²⁸² Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Jorge à autora da tese, realizada no dia 30 de março de 2021.

²⁸³ Felipe nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

não falo nesse sentido. Falo da vivacidade. E pelo meu sotaque, embora mesmo no município do Rio de Janeiro tenha diferença de sotaques. Exemplo: o sotaque da zona sul é de um jeito; o do subúrbio, como o meu, é de outro. Trabalhei em uma empresa de São Paulo, e os meus colegas falavam que o meu sotaque é forte.²⁸⁴

Após analisar minuciosamente o que seriam as diferentes “carioquices”, alguns dos seus significados e expressões (como o modo de se vestir, por exemplo) e as percepções e os contrastes entre as zonas norte e sul da cidade do Rio de Janeiro sob o olhar dos entrevistados da pesquisa para a elaboração da tese, retomaremos a discussão acerca da visibilidade do segmento de moda no município, visando melhor contextualizar o centro comercial “Santa Clara 33”. No mês de outubro de 2018, várias marcas de moda praia e casual fecharam 863 mil dólares em negócios internacionais na 6ª edição do Veste Rio²⁸⁵. Visando estimular os negócios internacionais das empresas expositoras, os programas de internacionalização Texbrasil e Fashion Label Brasil convidaram um grupo com cinco jornalistas e sete compradores internacionais para participar do evento, realizado no Píer Mauá²⁸⁶. A 7ª e 8ª edições do Veste Rio foram realizadas em 2019, novamente no Píer Mauá, nos armazéns 2, 3 e 4 (situados na zona portuária do Rio de Janeiro)²⁸⁷. Frisa-se, aqui, que o porto do Rio de Janeiro foi inserido em um projeto maior em anos anteriores: a Cidade Olímpica, já que o município viria a sediar os Jogos Olímpicos de 2016. Nele, a área portuária deixa de ser um espaço de produção, e se transforma em um projeto urbanístico chamado Porto Maravilha, que se apresenta como um espaço de serviços, de cultura e de lazer (FREITAS; SANTOS, 2019). A área da Praça Mauá veio a se tornar o coração do projeto Porto Maravilha, e o píer e os armazéns foram convertidos em novos usos, funcionando como espaços para a realização de eventos de moda, gastronomia, arte e música (FREITAS; SANTOS, 2019).

Em virtude da pandemia de covid-19, a 9ª edição do Veste Rio decidiu migrar para o ambiente digital, e realizou o evento forma virtual. O Veste Rio 2020 se transformou em uma plataforma digital entre os meses de julho e outubro, com uma programação

²⁸⁴ Informação extraída de entrevista concedida por Felipe à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 31 de março de 2021.

²⁸⁵ O Veste Rio é considerado um dos eventos de moda mais relevantes do segmento no Brasil. É promovido pela Revista Ela (jornal O Globo) em parceria com a Vogue Brasil.

²⁸⁶ Disponível em: <<http://texbrasil.com.br/pt/marcas-de-moda-praia-e-casual-fecham-usd-863-mil-em-negocios-internacionais-durante-o-veste-rio/>>. Acesso em: 21 jan. 2021.

²⁸⁷ Disponível em: <<https://www.vesterio.rio/>>. Acesso em: 21 jan. 2021.

contemplando *talks*²⁸⁸ com nomes da moda nacional e internacional, mentorias para estilistas e empresários do setor, apresentações virtuais de coleções e um *outlet* totalmente online²⁸⁹. Para Lemos (2009), as mídias móveis digitais ampliaram as possibilidades de consumir, produzir e distribuir informação, fazendo com que esta se exerça e ganhe força a partir da mobilidade física. Ou seja, a dinâmica do evento físico foi modificada diante da pandemia, e através de plataformas virtuais, ocorreu a digitalização de feiras, convenções, congressos, etc.

O impacto do coronavírus no segmento de moda praia foi grande até para gigantes do setor, como a marca Lenny Niemeyer. Em reportagem publicada pelo jornal O Globo em março de 2020, a empresária Lenny (proprietária da grife de mesmo nome) desabafou: “Estamos fazendo *delivery*, entregando as peças na casa das clientes, as vendas no e-commerce aumentaram. Mas, mesmo assim, o movimento caiu 50%”²⁹⁰.

Trazendo a discussão para o consumo no “Santa Clara 33”, cabe destacar que as marcas de moda praia ali localizadas são, em sua maioria, desconhecidas do grande público. Ou seja, não desfilam suas criações de biquínis, sungas e maiôs nas semanas de moda – e nem mesmo exibem suas coleções em catálogos²⁹¹, como as gigantes da moda praia Lenny Niemeyer e Salinas. Mas o grande atrativo das peças de moda praia e demais “apetrechos praianos” comercializados no prédio da rua Santa Clara são os preços baixos. O “Santa Clara 33” é um prédio de escritórios dos anos 50, da “Copacabana símbolo da modernidade”, e que acabou virando um centro comercial adaptado. Freitas (1996) aponta que os espaços da cidade reproduzem entre muros as opções principais do espaço público e aberto da modernidade, como se pode perceber ao observar o planejamento arquitetônico de construções típicas, como os shopping centers e os centros comerciais e empresariais. Nas últimas décadas do século XX, a cidade se reinventou em busca da segurança e da privacidade oferecidas pelos locais fechados no tocante ao ato de fazer compras, mas com a ideia de lugar aberto e livre propostos pela modernidade. Desse modo, shopping centers e centros comerciais evocando tais atributos de “liberdade” passaram a ser espaços valorizados na arquitetura pós-moderna, como reitera Freitas (2005, p. 7):

²⁸⁸ O termo “*talks*” diz respeito ao modelo de palestras mais curtas, comumente realizadas sobre um tema específico.

²⁸⁹ Disponível em: <<https://www.promoview.com.br/categoria/exposicoes/veste-rio-migra-para-o-digital-com-aco-es-multiplataforma.html>>. Acesso em: 21 jan. 2021.

²⁹⁰ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/ela/moda/coronavirus-provoca-pane-na-industria-da-moda-24319749>>. Acesso em: 21 jan. 2021.

²⁹¹ Disponível em: <<https://vejario.abril.com.br/consumo/santa-clara-33/>>. Acesso em: 21 jan. 2021.

Os shopping centers fazem parte de uma mesma família arquitetônica surgida nas últimas décadas que pretende reforçar a ideia da segurança e do conforto entre grades e muros como os condomínios fechados e os centros empresariais. Em todos esses lugares, os conceitos fundamentais da cidade pública e aberta são levados a espaços fechados ou privados de maneira a compor uma sociabilidade e uma convivialidade “protegida” em relação aos malefícios da metrópole contemporânea, com especial destaque à fuga da violência.

Em suma: o “Santa Clara 33” não é um centro de compras que foi projetado arquitetonicamente para tal. Desse modo, com seus corredores apertados e sem ar-condicionado, o prédio da década de 50 “anda na contramão” dos centros comerciais pós-modernos. E para “garimpar” bons produtos e preços, o ideal é ir de elevador até o 12º andar – e depois descer de escada cada um dos andares, percorrendo as lojas. Mas o preço e a variedade de produtos fazem com que o “adaptado” centro de compras desperte o interesse dos consumidores apesar das dificuldades mencionadas. Em relação à oferta de biquínis, os preços mais baixos chegaram a custar na faixa de R\$ 50,00 em 2018 – incluindo ambas as peças: a calça e o soutien. O local também é frequentado por muitos turistas nacionais e estrangeiros, que vão até o “Santa Clara 33” porque esqueceram de trazer o biquíni ou a sunga, ou simplesmente porque trouxeram apenas uma peça de roupa de praia na mala de viagem. Alguns camelôs inclusive compram cangas bem abaixo do preço no centro comercial – e as revendem na praia pelo dobro (ou até mesmo o triplo) do valor²⁹².

No ano de 2018, o “33” (como o prédio é popularmente chamado) atraiu em média cerca de 20.000 pessoas por mês, e permanecia como um dos centros de compras mais famosos de Copacabana²⁹³. A edificação chegou a reunir mais de 280 lojas no ano supracitado²⁹⁴. Embora o mix de lojas e de produtos seja variado, oferecendo roupas para adultos, adolescentes, crianças, calçados, acessórios, bijuterias e lingerie, a moda praia ainda é um dos pontos fortes do estabelecimento. Em comemoração ao seu sexagésimo aniversário, o prédio passou por uma reforma estrutural que teve início em outubro de 2018. No site do “Santa Clara 33” (cujo texto o posiciona como um shopping center), os sessenta anos do tradicional centro de compras não passaram despercebidos – como se observa a seguir:

²⁹² Disponível em: <<https://acaradorio.com/galeria-33-na-santa-clara/>>. Acesso em: 21 jan. 2021.

²⁹³ Disponível em: <<https://vejario.abril.com.br/consumo/santa-clara-33/amp/>>. Acesso em: 21 jan. 2021.

²⁹⁴ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/bairros/aos-60-anos-edificio-santa-clara-33-vai-ganhar-cara-nova-23087813>>. Acesso em: 21 jan. 2021.

O tempo passou sim e a nossa memória está muito bem, obrigada! Porém ainda estamos no auge da nossa juventude! Vivemos momentos de mudanças, trocando as roupas da alma e ressurgindo com energia total! Porque 60 anos é vida, meu bem! Terceira idade é pra quem deixa a vida passar. Somos um shopping cheio de história e temos muito orgulho disso²⁹⁵.

É interessante observar que a memória é um atributo evocado na comunicação do centro comercial, é algo que está arraigado à Copacabana agora contemporânea, pois a memória mostra “que o passado nunca permanece uno e idêntico a si, mas é constantemente selecionado, filtrado e restaurado por questões e necessidades do presente, tanto no nível individual quanto no social” (JEDLOWSKI, 2005, p. 87).

Segundo matéria publicada pelo jornal O Globo em setembro de 2018, a reforma do prédio teve “como ponto de partida não ignorar a tradição do edifício e preservar a sua identidade, buscando criar um contraste do antigo com o novo, e do urbano com o tropical”²⁹⁶. O texto ressalta que a tradição permaneceria como elemento identitário do “33” após a reforma, já que “a identidade é a permanência sob as mudanças, as rupturas, a inovação, portanto, a invariância sob as variações” (LIPOVETSKY, 2005, p. 142).

Na reportagem mencionada na página anterior, Camila Rodrigues²⁹⁷ declarou que:

o objetivo da obra tem como base três pontos. Impactar o público passante, que não entra ou não conhece a história do edifício, e os turistas; fortalecer o marketing digital, com campanhas publicitárias; e aumentar o número de neomarcas, depois da consolidação dos dois primeiros pontos²⁹⁸.

Além do site, o centro de compras possui um blog, e também está presente nas redes sociais Facebook e Instagram. Cabe frisar que as tradições, transmissões e significações que compõem a dinâmica identitária do Rio de Janeiro contemporâneo estão presentes na comunicação do “Santa Clara 33” no ambiente digital, onde a memória da Copacabana dos tempos de outrora é valorizada – vide trecho a seguir:

Aqui todos se sentem em casa, pois tem aroma de saudade, de tempos áureos do nosso bairro querido! Somos vintage! Nosso prédio tem memória, nossos

²⁹⁵ Disponível em: <<http://santaclara33copa.com/site/o-shopping/>>. Acesso em: 21 jan. 2021.

²⁹⁶ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/bairros/aos-60-anos-edificio-santa-clara-33-vai-ganhar-cara-nova-23087813>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

²⁹⁷ Produtora de moda e responsável pelo marketing do “Santa Clara 33”.

²⁹⁸ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/bairros/aos-60-anos-edificio-santa-clara-33-vai-ganhar-cara-nova-23087813>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

frequentadores têm história! E é assim que queremos te receber, como um café que tomamos com um amigo distante, sabe? Então, venha nos visitar²⁹⁹!

Com a chegada do coronavírus, Wilson Witzel (então governador do Estado do Rio de Janeiro, afastado por impeachment em abril de 2021)³⁰⁰ decretou, no dia 16 de março de 2020, o fechamento de shopping centers e centros comerciais em geral, como parte integrante das medidas de enfrentamento à pandemia de covid-19³⁰¹. Sendo assim, o “Santa Clara 33” permaneceu fechado entre os dias 18 de março e 12 de junho de 2020, quando reabriu as lojas para as vendas do Dia dos Namorados. Durante os quase três meses em que o centro comercial esteve fechado, vários comerciantes do “33” prosseguiram as atividades de vendas através das redes sociais e do WhatsApp, utilizando o sistema de *delivery*. Essa foi a maneira encontrada por muitos lojistas para garantir a sobrevivência do negócio, já que tanto os estabelecimentos comerciais do centro da cidade quanto o dos bairros da Zona Sul do Rio de Janeiro sofreram grandes prejuízos devido à pandemia – especialmente o comércio de rua, que teve uma perda de 80% nas primeiras semanas de julho de 2020³⁰². E no final de julho do mesmo ano, era possível ver portas fechadas e anúncios de "aluga-se" em toda a Avenida Nossa Senhora de Copacabana e na Rua Barata Ribeiro (tradicionalis endereços do comércio do bairro)³⁰³. E da Copacabana da modernidade, do já longínquo projeto praiano-civilizatório (O’ DONNELL, 2013) até à Copacabana pandêmica (que em abril de 2020 liderou o índice de óbitos em decorrência da covid-19 na cidade)³⁰⁴, ressalta-se aqui que o bairro possui a capacidade de renascer como fênix, com o seu mosaico de gente, entre o novo e o velho, o rico e o pobre.

²⁹⁹ Disponível em: <<http://santaclara33copa.com/site/o-shopping/>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

³⁰⁰ Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/politica/por-unanimidade-witzel-sofre-impeachment-por-corrupcao-no-rio/>>. Acesso em: 30 abr. 2021.

³⁰¹ Disponível em: <<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2020/03/17/confira-as-medidas-do-decreto-do-governo-do-rj-para-conter-o-coronavirus.ghtml>>. Acesso em: 30 abr. 2021.

³⁰² Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-07/rio-comercio-de-rua-teve-perda-de-80-nas-primeiras-semanas-de-julho>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

³⁰³ Disponível em: <<https://revistapegn.globo.com/Banco-de-ideias/Varejo/noticia/2020/07/lojistas-tem-perdas-de-ate-90-na-reabertura-de-comercio-no-centro-do-rio.html>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

³⁰⁴ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/bairro-com-mais-idosos-do-pais-copacabana-lidera-mortes-por-coronavirus-no-rio-24362837>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

De acordo com Daniel³⁰⁵, 37 anos, assistente administrativo e estudante universitário, morador de Copacabana: “o bairro tem uma coisa que os outros não têm: é antigo e moderno. Copacabana a partir das 22h é outro bairro... É um bairro de velhos, e de noite saímos para a farra, para a juventude”³⁰⁶. E em meio às várias Copacabanas e aos seus múltiplos imaginários, o relato de Daniel evidencia a ambiência urbana e os agentes presentes no regime noturno do bairro que, como aponta Durand (1997), diz respeito aos agrupamentos, às celebrações e aos mistérios, como será tratado mais adiante.

Nesse contexto, Copacabana pode ser vista como local que simboliza o cosmopolitismo do Rio contemporâneo, uma vez que o “contemporâneo é aquele que recebe em pleno rosto o facho de trevas que provém do seu tempo” (AGAMBEN, 2009, p. 63). Na contemporaneidade, se “de um lado, intensifica-se a sede das novidades, do outro veem-se aprovados os sem-idade, a herança, as grandes marcas históricas” (LIPOVETSKY, 2005, p. 17). O “Santa Clara 33” e os seus visitantes oriundos do Rio de Janeiro, das outras regiões do Brasil e também do mundo refletem a cosmopolita Copacabana; e ser cosmopolita é atuar como deslocamento e antiglobalização (BAUDOUI, 2016). Bairro que passou pela modernidade com a exibição dos *maillots* das *bagneuses*, e depois viu Janis Joplin fazer *topless* em suas areias no verão de 1970³⁰⁷. E como a moda prevê a transgressão do passado e a subjetivação a partir do desejo de afirmação de uma personalidade própria (LIPOVETSKY, 1989), a Copacabana dos *maillots* das *bagneuses* chegou à contemporaneidade com suas banhistas exibindo marcas de biquínis de fita isolante. A praia de Copacabana guarda uma clara continuidade com o bairro onde se localiza (CORRÊA, 2009), e ambos permanecem como diversificados espaços de consumo e de lazer.

Contudo, não há como negar a violência urbana que assola a cidade, fixando na retina a guerra do tráfico, as balas perdidas e o crime organizado que tanto assombram o Rio de Janeiro (LESSA, 2005). E, de certo modo, as praias cariocas muitas vezes acabam refletindo tal violência, pois frequentemente se tornam cenários de furtos, assaltos e também arrastões (CORRÊA, 2009; HUGUENIN, 2011). No dia 22 de agosto de 2021, um domingo ensolarado (marcando 33°C em pleno inverno carioca), as praias da cidade ficaram lotadas, e repletas de

³⁰⁵ Daniel nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

³⁰⁶ Informação extraída de entrevista concedida por Daniel à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 26 de março de 2021.

³⁰⁷ Disponível em: <<https://revistatrip.uol.com.br/trip/janis-joplin-topless-copacabana>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

pessoas aglomeradas³⁰⁸. A prefeitura do Rio de Janeiro liberou a permanência na areia e o banho de mar desde maio de 2021, mas as autoridades sanitárias prosseguiram recomendando o uso de máscara e o distanciamento, principalmente devido ao fato da cidade ter sido classificada como o epicentro da variante Delta do SARS-CoV-2 no Brasil³⁰⁹. Diante do cenário de lotação nas praias, mais uma vez as tensões eclodiram entre muitos moradores de Copacabana e os de outros bairros da cidade (especialmente os da zona norte, que chegam de ônibus à praia)³¹⁰. No segundo inverno da pandemia de covid-19, o domingo de sol em Copacabana terminou com aglomeração e confusão nos pontos de ônibus, pessoas viajando penduradas nas janelas e no teto dos coletivos, arrastões e assaltos³¹¹. E, no eterno embate entre as zonas sul e norte, sempre sobram preconceito e truculência policial para os que moram “além-túnel” (HUGUENIN, 2011). No dia seguinte à confusão, o telejornal RJTV publicou reportagem intitulada “Copacabana vira princesinha do caos no fim de semana”³¹². Ainda de acordo com a autora supracitada, “no ônibus lotado, a violência pode ser exercida por atores bem diversos: tanto por parte dos agentes do Estado, sobretudo da polícia, quanto dos próprios usuários” (HUGUENIN, 2011, p. 78).

Somado a isso, a partir das últimas duas décadas, houve o surgimento das milícias cariocas que, no segundo semestre de 2020, controlavam 25,5% dos bairros do Rio de Janeiro, em um total de 57,5% do território da cidade³¹³. E ao estender cada vez mais os seus tentáculos sobre a cidade, as milícias são tratadas como algo que fazem parte do seu cotidiano, conforme publicação irônica da jornalista e colunista carioca Lu Lacerda: “Milícia para o carioca está virando o novo biscoito Globo: se encontra em qualquer esquina. Só que o biscoito Globo está difícil de achar ultimamente, já a milícia...”³¹⁴.

³⁰⁸ Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/banhistas-lotam-praias-no-rio-neste-domingo-depois-de-manha-de-nevoeiro/>>. Acesso em: 23 ago. 2021.

³⁰⁹ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/com-alta-na-sensacao-termica-praias-do-rio-ficam-lotadas-no-domingo-1-25166172>>. Acesso em: 23 ago. 2021.

³¹⁰ Disponível em: <<https://odia.ig.com.br/rio-de-janeiro/2021/08/6218469-video-jovens-causam-confusao-em-onibus-de-copacabana-moradores-relatam-medo.html>>. Acesso em: 23 ago. 2021.

³¹¹ Disponível em: <<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2021/08/23/volta-casa-confusao-copacabana.ghtml>>. Acesso em: 23 ago. 2021.

³¹² Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/9792091/>>. Acesso em: 23 ago. 2021.

³¹³ Disponível em: <<https://brasil.elpais.com/brasil/2020-10-19/milicias-ja-dominam-um-quarto-dos-bairros-do-rio-de-janeiro-com-quase-60-do-territorio-da-cidade.html>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

³¹⁴ Disponível em: <<https://lulacerda.ig.com.br/milicia-para-o-carioca-e-o-novo-biscoito-globo/>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

De modo geral, a violência é algo que há tempos assusta quem reside na cidade do Rio de Janeiro, repercutindo em uma sensação real de insegurança³¹⁵. Morador da Urca, o mineiro Cabbet Araújo, 48 anos, dono da boate Fosfofox, relatou a mim que a pandemia transformou Copacabana durante à noite, lhe provocando receios:

A Copacabana da noite agora é deserta com a pandemia. Era um bairro vivo. Em determinados dias, eu saía da Fosfofox e andava a pé até à Nossa Senhora de Copacabana para fazer um lanche. Eu não ando mais em Copacabana à noite. Eu tenho medo³¹⁶.

Em entrevista cedida a mim em março de 2021, Isabela³¹⁷, 39 anos, jornalista, residente no bairro de Copacabana, fez a seguinte declaração em relação à violência que assola a cidade, e que “tirou as suas cores”: “Acho que o Rio de Janeiro perdeu a cor. A partir de então, a cidade deixou de ser libertária e libertina. O carioca está triste faz tempo...”³¹⁸ É interessante observar que, quando se trata de Copacabana, Isabela parece até “esquecer a falta de cor” que, na sua opinião, assolou o Rio de Janeiro. “Cria” do bairro, a jornalista (que também atua como vendedora) mencionou: “Copacabana é tudo para mim. Eu moro, vivo, durmo aqui há 39 anos. Tem muita coisa ruim, mas tem muita coisa boa. É um bairro colorido, cosmopolita”³¹⁹.

Mas se as cores do sol costumam ser indispensáveis na cidade e os “cariocas não gostam de dias nublados”³²⁰, tal fato não justifica a falta de empatia dos que prosseguem se aglomerando nas areias das praias do Rio de Janeiro em plena pandemia. Na praia de Copacabana, as aglomerações são uma constante tanto nas areias quanto nas águas nos dias ensolarados desde o início da pandemia em março de 2020, a despeito das medidas restritivas que precisam ser frequentemente adotadas no combate à covid-19, ignorando a incômoda,

³¹⁵ Disponível em: <<https://extra.globo.com/casos-de-policia/papo-federal/a-sensacao-de-inseguranca-real-no-rio-22306534.html>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

³¹⁶ Informação extraída de entrevista concedida por Cabbet à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 4 de junho de 2021.

³¹⁷ Isabela nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade da entrevistada seja preservada.

³¹⁸ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Isabela à autora da tese, realizada no dia 31 de março de 2021.

³¹⁹ Informação extraída da mesma entrevista referida na nota de rodapé anterior.

³²⁰ Trecho da música “Cariocas”, composta pela cantora e compositora Adriana Calcanhotto.

invisível e agressiva existência do coronavírus³²¹. No dia seis de setembro de 2020 (domingo da véspera do feriado da Independência), a praia de Copacabana ficou lotada; e na manhã do mesmo dia, uma centena de banhistas desembarcava a cada cinco minutos na estação de metrô Cardeal Arcoverde³²², trazendo caixas térmicas, guarda-sóis e cadeiras³²³. Infelizmente muitas pessoas são obrigadas a se aglomerar no transporte público lotado no Rio de Janeiro para garantir o sustento, mesmo em plena pandemia de covid-19³²⁴. E se o cidadão pode encarar um transporte “lata de sardinha” rumo ao trabalho, como fazê-lo respeitar as restrições sobre aglomerações nas praias, no momento de aproveitar o seu momento de lazer no feriado? ³²⁵ No ano de 2018, o transporte público no Rio de Janeiro foi classificado como o pior do mundo, de acordo com a pesquisa realizada pelo instituto americano Expert Market, que analisou a mobilidade de setenta e quatro metrópoles em dezesseis países³²⁶.

Mesmo com o início da campanha de vacinação contra a covid-19 na cidade (que começou no dia 18 de janeiro de 2021),³²⁷ não sabemos quanto tempo viveremos no regime de exceção da pandemia (BEIGUELMAN, 2020), o qual impõe a não aglomeração como medida de prevenção no espaço público (e até mesmo no privado). Contudo, o sol sempre há de brilhar mais uma vez – e a coronavida chegará ao seu fim. Alheio à violência urbana, o astro rei é presença indispensável no Rio de Janeiro. E sem ele não é possível usufruir plena e intensamente dos biquínis e das sungas comprados no “33”, em comunhão com as cores das areias e águas da praia de Copacabana.

³²¹ Disponível em: <<https://exame.com/brasil/carioca-vai-a-praia-apesar-de-decreto-proibir-aglomeracoes/>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

³²² O bairro de Copacabana possui três estações de metrô: Cardeal Arcoverde, Siqueira Campos e Cantagalo.

³²³ Disponível em: <<https://exame.com/brasil/cariocas-lotam-praias-e-desrespeitam-regras-de-isolamento/>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

³²⁴ Disponível em: <<https://fotografia.folha.uol.com.br/galerias/1661450498600327-transporte-publico-no-rio-de-janeiro-cheio-apesar-do-coronavirus>> Acesso em: 22 jan. 2021.

³²⁵ “Lata de sardinha” é uma gíria utilizada para se referir aos espaços com muitas pessoas; quando existe superlotação no ambiente.

³²⁶ Disponível em: <<https://odia.ig.com.br/rio-de-janeiro/2018/07/5557816-pesquisa-rio-tem-o-pior-transporte.html>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

³²⁷ Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2021-01/rio-da-inicio-vacinacao-contracovid-19-aos-pes-do-cristo>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

3 COMUNGANDO EMOÇÕES, PRÁTICAS E SABORES CARIOCAS: DE COPACABANA AO ARPOADOR

Ser carioca é ser alguém/Nem melhor nem pior do que ninguém/Famoso desconhecido, quem?/Com conta bancária ou sem/Que não tem medo do verão que vem/Nascido ou não no Rio de Janeiro, amém/É da gema do ovo ou da clara do povo/Ter como característica estar sempre elegante nas fotos, de bem com a vida, versus qualquer tempestade/Como a das setas do Tião Padroeiro, que contra a sua vontade respingam gotas de sangue ferindo sua cidade chamada maravilhosa, injustamente sofrida/Que corre o risco de achar expansiva, encamisada, exclusiva ou traçante/No cartão postal escondida a tal da bala perdida/Ser carioca é beber mais poluído/É comer o biscoito jornal/É lamentar o tatuí sumido das areias do seu litoral/É dar um jeitinho no jeitão para disfarçar seus defeitos/Fazendo de domingos todos os dias lindos e feriado improvisado de qualquer dia nublado/Ser carioca é morar no River of January da Barra da Tijuca/Conviver no *end of the world* que a esperança batuca/Transformando o samba em marcha cara de pau/ Só pra caber no tempo de atravessar o Sambódromo no carnaval/É harmonizar a labuta para não fugir da luta/É usar o seu desgosto para pagar imposto/É fingir que foge da raia para ser descoberto na praia fazendo o que for preciso para bronzear seu sorriso/Ser carioca é ver a existência como se fosse um coco e tratar o sol como se fosse Deus/É ver seu rosto na face do Cristo para ter certeza que é visto/É ter bexiga cheia de sorte para mijar no sorteio da morte/É estar sempre na moda por gourmetizar a foda/Fazendo um menu de afeto sob as bençãos do Redentor/Em qualquer sotaque que for, ser carioca é ser do mundo/Desde que tenha seu lindo mar imundo para pescar amor lá no fundo³²⁸.

Erasmu Carlos – Carioca do Ovo

“Carioca” é a palavra utilizada para definir quem nasceu na cidade do Rio de Janeiro. E quando a pessoa nasce e mora no Rio de Janeiro, usa-se a expressão “carioca da gema”³²⁹. Entretanto, “ser carioca” é algo além do local de nascimento: está atrelado à identidade, a um estilo de vida. E na cidade contemporânea, as identidades são móveis, plurais e líquidas, permitindo experimentar novos territórios de libertação (CANEVACCI, 2005). Não há sentido em denominar como “carioca” apenas quem nasceu no município do Rio de Janeiro. Bairros

³²⁸ “Carioca do Ovo” é um poema escrito pelo cantor e compositor Erasmo Carlos em homenagem à cidade do Rio de Janeiro. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=LHC3qVudg3A>>. Acesso em: 1 mar. 2021.

³²⁹ Disponível em: <<http://jornaldapuc.vrc.puc-rio.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?from%5Finfo%5Findex=37&infoid=3812&sid=24>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

(ênfatiza-se aqui Copacabana), lugares, sensações, emoções, cheiros e sabores são alguns dos elementos que remetem ao “jeito carioca de ser”, conforme exposto na tese. E que muitas vezes podem vir a refletir, em algumas ocasiões, o “jeito brasileiro”, refutando o pensamento de Gontijo (2002), que discorda da generalização dos traços cariocas para o resto do Brasil. E mesmo para o mineiro Davidson³³⁰, 39 anos, morador do Rio de Janeiro desde 2006, o carioca acaba sintetizando um pouco da identidade brasileira, conforme relatou em entrevista cedida a mim em março de 2021:

Carioquice para mim é o jeito do carioca ser. É o jeito maroto. Acho que o carioca é o brasileiro da gema. Acho que o jeito brasileiro de ser vem do carioca. Ele tem a mente mais aberta. O Rio é a porta para o mundo, então o carioca troca muito com outras culturas³³¹.

O sentir em uníssonos, o experimentar de modo coletivo geram laço social, por meio do qual tais elementos que remetem a uma cidade evidenciam a prevalência de afetos, ancorados pelo sentimento de pertença (MAFFESOLI, 2014). Nesse caso, pode-se recorrer ao conceito de climatologia (LA ROCCA, 2018), que fornece pistas sobre a atmosfera carioca e as situações cotidianas que emergem da mesma. Então é carioca quem comunga dessa atmosfera, se sente como pertencente à mesma – independentemente do local de nascimento.

3.1 Saudações “ao astro rei e à carioquice”: o gesto de aplaudir o pôr do sol do Arpoador

Segundo a pesquisa “Sunset Skies”, realizada pelo aplicativo internacional Bounce³³² no ano de 2021, o pôr do sol no Rio de Janeiro foi considerado o quarto mais bonito do mundo, perdendo apenas para Santorini (Grécia), Bali (Indonésia) e Havaí (Estados Unidos)³³³. Ainda de acordo com o levantamento acima, a “despedida do sol” em terras

³³⁰ Davidson nasceu em Belo Horizonte/MG. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

³³¹ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Davidson à autora da tese, realizada no dia 30 de março de 2021.

³³² Bounce é um aplicativo internacional de armazenamento de bagagem (malas de viagens).

³³³ Disponível em: <<https://usebounce.com/blog/sunset-skies>>. Acesso em: 26 jul. 2021.

cariocas é a mais citada no Instagram (Figura 11), com grande quantidade de postagens na rede social mencionando as *hashtags*³³⁴: #riosunset e #riosunrise³³⁵.

Figura 11 - Pesquisa “Sunset Skies”: o pôr do sol no Rio de Janeiro.



Fonte: Pesquisa “Sunset Skies” (Bounce)/julho de 2021.

De acordo com a Riotur³³⁶, o melhor local para se apreciar o mar e o pôr do sol é nas pedras do Arpoador³³⁷. Sendo assim, dezenas de pessoas sobem os degraus irregulares da Ponta do Arpoador, se aglomerando no alto das rochas, em busca do melhor ângulo para assistir ao crepúsculo³³⁸. Em entrevista cedida a mim em março de 2021, Daniel³³⁹, 37 anos, assistente administrativo e estudante universitário, residente em Copacabana, declarou que, na

³³⁴ Uma *hashtag* é qualquer palavra ou frase precedida pelo símbolo cerquilha (#), muito utilizada entre os usuários das redes sociais. A cerquilha transforma qualquer expressão em um link indexador que faz com que seja mais fácil encontrar e seguir uma conversa sobre o assunto contido nela.

³³⁵ Disponível em: <<https://usebounce.com/blog/sunset-skies>>. Acesso em: 26 jul. 2021.

³³⁶ Empresa de turismo do município do Rio de Janeiro.

³³⁷ Disponível em: <http://visit.rio/que_fazer/arpoador/>. Acesso em: 26 jul. 2021.

³³⁸ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/verao-2016/aplauto-da-lugar-selfie-no-por-do-sol-do-arpoador-14759561>>. Acesso em: 26 jul. 2021.

³³⁹ Daniel nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

sua opinião, “carioquice” tem a ver com: “Parar tudo e contemplar o pôr do sol no Arpoador. Fumar um de vez em quando... E praia. Arpoador é ser carioca”³⁴⁰.

Para Le Breton (2020, p. 5), “o olhar, sentido da distância, da representação, até mesmo da vigilância, é o vetor essencial pelo qual o cidadão se apropria do espaço que o entorna”. No afã de ver o sol se despedir, alguns levam cadeiras, e se comportam como se estivessem acomodados em um camarote nas pedras do Arpoador. Com olhos atentos, a plateia vibra emocionada enquanto o sol vai se despedindo aos poucos, em um momento de afeto e confraternização, e assim, a partir dessa performance coletiva, compreendemos que a afetividade se mistura aos acontecimentos da vida coletiva e pessoal, implicando em um sistema de valores teatralizados pelos atores em cena (LE BRETON, 2009; DUVIGNAUD, 1980).

Conforme mencionado no subcapítulo “O banhista: do moderno ao contemporâneo”, boa parte da cultura praiana do Rio surgiu no Arpoador, local escolhido para o encontro entre personagens folclóricos, pioneiros de hábitos mais relaxados e da moda mais livre, assustando e provocando os cariocas mais conservadores (FERNANDES, 2013). A chegada do surfe nas areias do Rio em meados dos anos de 1960 e início dos 70 representou não somente o advento da prática de um esporte, mas a origem de um estilo, no qual a juventude, a comida natural, as roupas confortáveis, os cabelos longos e a interação sensível com a natureza re-significaram os sentidos daquele espaço (PORTO; FERNANDES, 2018). Conforme Ruy Castro:

O Arpoador sempre acolhera várias turmas, até então, não houvera o predomínio de umas sobre as outras. Mas, com a crescente hegemonia do surfe, a partir de 1964 – e com a ocupação do Arpoador pelas grandes massas que os surfistas atraíam – os habitués começaram a debandar [...] Em 1965, a cultura e mitologia do Arpoador clássico estavam chegando ao fim – mesmo porque, sendo Ipanema um território pronto para recebê-las, suas bandeiras erguidas (como a do sexo sem culpa) foram rapidamente assimiladas pelo bairro e deixaram de ser um privilégio (CASTRO, 1999, p. 43).

Corroborando com esse imaginário baseado no surfe e na contracultura, a Galeria River – localizada no Arpoador – transformou-se, nos anos 70, num “ícone da moda”, pois além de lojas destinadas aos surfistas, boutiques como Aniki Bóbó³⁴¹, de Celina M. da Rocha destinava-se ao estilo dos jovens frequentadores das areias de Ipanema (FERNANDES, 2014). O nome da marca de design psicodélico, criada em parceria com o artista plástico

³⁴⁰ Informação extraída de entrevista concedida por Daniel à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 26 de março de 2021.

³⁴¹ Sobre Aniki Bóbó consultar: Renata Sernagiotto “Butiques de Ipanema” in Antenna Web – Revista Digital do IBModa <<http://www.antennaweb.com.br/edicao2/artigos/artigo2.htm>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

Gilles Jacquard, inspirou-se no filme homônimo do português Manuel de Oliveira, precursor do neo-realismo italiano e colaborou demasiadamente para atrair uma clientela que cultivava manifestações culturais típicas que emergiram após os anos 60.

A “carioquice” (conforme exposto anteriormente) tem o Arpoador como um de seus principais berços. O lugar permanece eternizado na letra da canção “Faz parte do meu show”, onde o falecido poeta, cantor e compositor Cazuzza confessa: “Vago na lua deserta das Pedras do Arpoador”. Aproveitar o espetáculo do pôr do sol no Arpoador (e homenageá-lo com uma salva de palmas como expressão das emoções que evocam o espírito carioca) constituem o tema da próxima discussão.

3.1.1 Os cariocas e a comunhão das emoções

Nas cidades interculturais, as narrativas estão sempre e constantemente sendo recriadas, deslocando-se e se re-imaginando com e por meio de diversas interações e negociações culturais, as quais ressignificam as práticas, os usos e experiências cotidianas contemporâneas das urbes. Partimos da premissa de que a cidade do Rio de Janeiro é representativa de relações em que os espaços são redefinidos seguindo os fluxos e os fixos, as continuidades e as discontinuidades cotidianas balizadas por modos de estar, de vivenciar e de experienciar os locais e lugares por meio de uma prática intercultural (CANCLINI, 2011). E se as cidades nos remetem ao estriado espaço dos sedentários, é justamente a potência alisadora, a potência transformadora dos espaços lisos e de suas práticas, que permanece nas narrativas (JACQUES, 2012). Tais práticas, enquanto “artes do fazer” cotidiano (CERTEAU, 1994), podem ser apreendidas em diversos “pedaços” da cidade. Cidade que aqui é tratada como espaço comunicacional-interacional, vivificado nas dinâmicas socioculturais-ambientais comunicantes de diversas identificações, modos de presença, gostos e significações dos indivíduos que convivem e interatuam nela e com ela (HERSCHMANN; FERNANDES, 2011). A partir dessas considerações, pode-se afirmar que o Rio de Janeiro é uma metrópole brasileira, que assim como outras, assume determinadas características identitárias propagadoras de ideias e valores que se dão a ver em narrativas e imaginários “formadores” de seus lugares. E conforme explicitado ao longo do capítulo anterior, o que cristaliza a identidade relativa ao que é ser carioca diz respeito a uma multiplicidade de estilos de vida. Abreu (2000, p. 168) aponta que:

O carioca é um ser que vem sendo inventado de formas variadas há quase cinco séculos. “Ser carioca” é, portanto, uma fórmula que admite uma pluralidade de significados que variam com fatores como tempo, lugar e também de acordo com a posição, a trajetória e os objetivos daqueles que acionam essa categoria.

Portanto, o que faz do cidadão um carioca é a maneira com que tais elementos são materializados, experimentados e tangibilizados em seu cotidiano – aliados ao modo de se relacionar com a cidade e com o outro. Sendo assim, o que faz o carioca ser o que é parte também da sua capacidade de se relacionar com o outro, visando usufruir das vibrações que a cidade emana. Para a elaboração da tese, entrevistei Bia Y³⁴², estudante universitária LGBT, nascida no Rio e que mora na capital paulista desde 2020. Mesmo sendo natural do Rio de Janeiro, eu a indaguei sobre se sentir ou não carioca (tendo em mente a abordagem presente na tese), e Bia Y me respondeu:

Eu amo ser carioca! Agora moro aqui. E como sou carioca, eu vejo a diferença em relação aos paulistas. O paulista é frio. Eu tatuei no meu braço “Made in Rio”. Não quero que ninguém me confunda como de nenhum outro lugar. É como eu me defino: eu sou carioca³⁴³.

Assim, a tatuagem da entrevistada Bia Y (Figura 12) demonstra um sujeito-corpo que incorpora e armazena (CANEVACCI, 2005) a cidade do Rio de Janeiro na carne.

³⁴² O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade da entrevistada seja preservada.

³⁴³ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Bia Y à autora da tese, realizada no dia 18 de abril de 2021.

Figura 12 - Tatuagem (entrevistada: Bia Y).



Fonte: Arquivo pessoal da autora.

No que diz respeito a entender as diferenças entre o carioca e o paulista, outro relato a ser analisado é o de Rafael³⁴⁴, 24 anos, morador de Copacabana. Em entrevista cedida a mim em março de 2021, Rafael mencionou o jeito de ser dos cariocas do Leblon para explicar o que, na sua opinião, não o remetia “totalmente à carioquice”. Para o entrevistado, o carioca do Leblon é “gourmetizado”. A “carioquice”, segundo Rafael:

É a Lapa, Copacabana... O Leblon não muito. O Leblon é diferente. É um carioca, mas muito gourmet. É como se o paulista tivesse vindo morar no Rio. Ah, a Rocinha também... Na realidade, pode ser a imagem de qualquer comunidade, com as casas, com as luzes³⁴⁵.

Percebidos como “egoístas e metidos” segundo estudo realizado pelo instituto Datafolha, a pesquisa apontou que os paulistanos (como são chamados os paulistas nascidos na capital) se julgam melhores do que os brasileiros de outros estados e cidades³⁴⁶. Ou seja, na

³⁴⁴ Rafael nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

³⁴⁵ Informação extraída de entrevista concedida por Rafael à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 26 de março de 2021.

³⁴⁶ Disponível em: <<https://exame.com/brasil/egoistas-e-metidos-e-assim-que-o-brasil-ve-os-paulistanos/>>. Acesso em: 31 mar. 2021.

opinião de Rafael, o leblonense seria o “carioca gourmet”, “com jeito de paulistano”. Preocupado em me explicar o que destoaria totalmente da “carioquice”, Rafael mencionou espontaneamente: “O antônimo do carioca é a Barra da Tijuca. A Barra não tem nada a ver com porra nenhuma daqui. É um bairro planejado. E o carioca não é de fazer plano”³⁴⁷.

Ainda sobre a discussão acerca do “se sentir carioca”, analisaremos o caso da jornalista e vendedora Isabela³⁴⁸, natural da cidade do Rio de Janeiro. Aos 39 anos, Isabela mora em Copacabana desde que nasceu, e declara o seguinte sobre o bairro: “Copacabana é tudo para mim!”, conforme detalhado anteriormente. Contudo, se o apreço pelo bairro é perceptível nos seus relatos, o mesmo não se aplica à cidade do Rio de Janeiro. Por conta da violência no município, Isabela afirmou que não se sente carioca, e explicou:

Apesar de ter nascido no Rio, não me sinto. É porque me sinto de Petrópolis. Passei a minha infância indo muito para lá durante as férias. Ah, também ia muito para Barra Mansa. Para mim, Petrópolis é colorido. Para mim, o Rio deixou de ser colorido quando a violência se espalhou pela cidade, e precisamos colocar grades.³⁴⁹

Para melhor entendermos a analogia, partimos do pensamento de que uma cidade se comunica por intermédio de suas cores, onde a dialética existente entre policromia e monocromia se faz presente como elemento evocador (CANEVACCI, 1993). Nesse contexto, o Rio de Janeiro de Isabela perdeu as suas cores devido à violência e, em contrapartida, menciona o “colorido” da cidade de Petrópolis³⁵⁰, lugar que frequentava na infância. Isabela se sente copacabanense, porém, não se sente carioca. Apenas para complementar o raciocínio em questão, cabe reiterar que ser carioca é algo que transcende o local de nascimento, já que “no meio de todo esse caos urbano, move-se um ser diferente de qualquer outro no mundo: o carioca. O que é ser carioca? É ter nascido na cidade do Rio de Janeiro. Sim, é claro, e também não. Não, porque ser carioca é antes de tudo um estado de espírito” (MORAES, 1992, p. 40).

³⁴⁷ Informação extraída de entrevista concedida por Rafael à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 26 de março de 2021.

³⁴⁸ O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade da entrevistada seja preservada.

³⁴⁹ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Isabela à autora da tese, realizada no dia 31 de março de 2021.

³⁵⁰ Município localizado na região serrana do Estado do Rio de Janeiro. Conhecida como “Cidade Imperial”, fica a 65 km da capital carioca.

E é justamente entre cores, corpos e demais elementos que se compõe a atmosfera urbana, pois é assim que se pode experimentar as sensações e sentir a carga emocional das cidades, traduzida como uma energia que o solo urbano libera (LA ROCCA, 2015). Em uma ambiência emocional, o hábito de aplaudir o colorido pôr do sol (principalmente nos dias de verão) age como uma espécie de celebração no Rio de Janeiro. Nesse contexto, o ambiente deve ser entendido “como a concha do caracol revestindo o organismo vivo lá dentro” (SENNETT, 2018, p. 12).

La Rocca (2015) destaca a importância do lugar e da rua como predisposição, funcionando como um palco onde se “encena” a existência fazendo surgir a sua vitalidade. E mesmo nas estações mais frias do ano, o pôr do sol do Arpoador é um dos mais festejados do Rio de Janeiro³⁵¹. Fernandes (2015) frisa que viver é ritualizar o cotidiano, e a compreensão da repetição que acessa o mito pode levar ao reconhecimento de fenômenos conformadores da poética da vida cotidiana. Cabe registrar que o carioca é um indivíduo que gosta de experimentar as sensações e emoções positivas que o Rio de Janeiro libera, tendo em vista que “a cidade é um estado de espírito, um conjunto de atitudes, um produto da natureza humana” (LA ROCCA, 2015, p. 176). Reunidos com pessoas de todos os locais do Brasil e do mundo, os cariocas se juntam na Pedra do Arpoador para aplaudirem emocionados o espetáculo da natureza: o sol se põe no mar, ao lado da Pedra da Gávea e do Morro Dois Irmãos. Le Breton (2009) cita que as emoções que acometem o indivíduo são formas organizadas de existência, identificáveis no seio de um mesmo grupo. Na busca da confraternização, fatores como “cultura, posição social e méritos não podem participar do momento sociável, visto que comprometem a pureza da sua manifestação” (FREITAS; FORTUNA, 2009, p. 114).

A partir do mês de outubro, o espetáculo do pôr do sol no Arpoador se torna ainda mais belo, pois é justamente quando o sol começa a se posicionar próximo ao mar³⁵². Le Breton (2009) aponta que as emoções são oriundas de uma simbólica social, embora venham a se traduzir de acordo com as circunstâncias e com as singularidades individuais. Siqueira (2012) menciona que, da ordem de um olhar sociológico e antropológico relacional, é importante tratar as emoções como construções sociais, já que operam como termos de uma

³⁵¹ Disponível em: <<http://cidadedorio.com/lugares-para-curtir-o-por-do-sol-no-rio-de-janeiro/>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

³⁵² Disponível em: <<http://cidadedorio.com/lugares-para-curtir-o-por-do-sol-no-rio-de-janeiro/>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

linguagem feita a partir de diferenças (amor versus ódio/raiva; tristeza versus felicidade; medo versus coragem) e todas as suas gradações.

A Pedra do Arpoador, que divide as praias de Copacabana e Ipanema, é o lugar mais concorrido do Rio de Janeiro na hora do pôr do sol, especialmente no verão, onde diariamente centenas de cariocas e turistas comparecem ao local munidos de câmeras fotográficas³⁵³. Maffesoli (2014) ressalta que a ética da estética diz respeito ao prazer de estar junto, chamando a atenção para um elo social elaborado a partir das paixões e emoções comuns. E o local se apresenta na construção comum do sentido que gera o vínculo social (BOURDIN, 2001).

Contudo, através do Decreto n.º 47.282 de 21 de março de 2020, a prefeitura do Rio de Janeiro determinou medidas restritivas sobre a permanência nas praias da cidade devido à pandemia – assunto já abordado anteriormente. O coronavírus e as medidas adotadas para evitar a sua propagação trouxeram “uma cultura urbana do isolamento, da ojeriza ao contato físico” (BEIGUELMAN, 2020, p. 5). Com a necessidade de isolamento social imposta pela pandemia, é interessante observar que, conforme estudo realizado pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-RJ) no ano de 2020, uma das saudades do “carioca” foi justamente “abraçar”. A pesquisa da ESPM-RJ aconteceu no mês de abril de 2020, e ouviu 403 pessoas que residem e/ou trabalham na cidade, buscando investigar quais as ausências mais sentidas por elas no cotidiano do Rio de Janeiro com a chegada do coronavírus, partindo dos seguintes estímulos sensoriais: visão, som, toque, cheiro e sabor. Partindo da abordagem em questão, recorrer-se-á ao pensamento de Maffesoli (2010), que ressalta que os atores tendem a presentificar as formas elementares de sua vida cotidiana: cheiros, barulhos, sentimentos de pertencer a um vínculo.

Para 84% dos participantes da pesquisa, “os abraços” foram a maior saudade. “O cheiro salgado de maresia no pôr do sol do Arpoador” e “o mate refrescante bebido na areia quente” (tema a ser abordado no subcapítulo “Globo: a história da rosquinha que quase se chamou Biscoito Copacabana”) também foram mencionados como “saudades” para os entrevistados³⁵⁴. De acordo com La Rocca (2015), tais elementos seriam referentes à atmosfera urbana da cidade. Quanto ao olfato, Le Breton (2020) destaca que o mesmo diz respeito ao ato geral de perceber, porém também é capaz de traduzir o ato de vivenciar

³⁵³ Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,turistas-aplaudem-por-do-sol-no-rio-e-fogem-do-calor-com-banho-noturno,174833e>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

³⁵⁴ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/abraco-serveja-som-do-mar-na-quarentena-do-que-carioca-sente-mais-saudade-1-24398274>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

fisicamente e de sentir através dos cheiros. O fato de existir exige a unidade e a multiplicidade dos nossos sentidos, através dos quais nossas experiências sensoriais:

são os afluentes que desaguam no mesmo rio, que é a sensibilidade de um indivíduo singular que nunca descansa, sempre solicitado pelos movimentos do mundo ao seu redor. Os sentidos se corrigem, se revezam, se misturam, remetem a uma memória, uma experiência que se apodera da pessoa inteira para dar consistência a seu ambiente. Os estímulos se misturam e respondem uns aos outros, ricocheteiam se influenciando mutuamente em uma corrente sem fim (LE BRETON, 2020, p. 4).

E como os lugares onde se vive interferem diretamente nos processos de interação social e de percepção do corpo (LE BRETON, 2016), o Arpoador também pode ser visto como “lugar altar” sob a ótica maffesoliana – assunto a ser tratado a seguir.

3.1.2 O Arpoador como “lugar altar” entre Copacabana e Ipanema

Tendo em mente a disposição dos postos de salvamento que dividem a orla carioca, o Posto 6 fica situado no final da Avenida Atlântica, onde está localizado o Forte de Copacabana (antigo Forte da Igrejinha). Velho (1989) aponta que o Posto 6 é uma zona de transição entre Copacabana e Ipanema, embora o local seja percebido mais como Ipanema do que como Copacabana (devido ao fato do primeiro bairro ser mais elitizado). É interessante destacar que foi justamente no Posto Seis que, no início do século XX, funcionava o cabaré *Mère Louise*, como se observa a seguir:

Ainda neste ano, 1907, na esquina da rua da Igrejinha, atual Francisco Otaviano, com a Avenida Atlântica, na recém inaugurada casa da francesa Madame Louise Chabas, que se tornou um dos cabarés mais famosos do Brasil, o *Mère Louise*, houve uma festa para comemorar o 14 de julho, data nacional da França. “*Tem pois agora o Rio um cabaré à maneira do de Montmartre, em Paris, onde quem saiba fazer algo sobe ao palco e... faz o que sabe!*” (Jornal do Brasil, 23 de abril de 1907, segunda coluna; Jornal do Brasil, 15 de julho de 1907, oitava coluna). Madame Chabas vendeu o estabelecimento à Cervejaria em 1910. Posteriormente, tornou-se um hotel que foi fechado, em 1931, pela polícia do 30º Distrito Policial³⁵⁵.

No dia 30 de outubro de 2002, foi inaugurada no Posto 6 a estátua de um dos grandes nomes da literatura brasileira: Carlos Drummond de Andrade. Lavrada em bronze pelo artista plástico mineiro Leo Santana para a comemoração do nascimento do escritor, a estátua possui 150 quilos, e é um ponto de parada na orla para selfies, que viram lembrança para as diversas

³⁵⁵ Disponível em: <<https://brasilianafotografica.bn.gov.br/?p=20721>> Acesso em: 30 nov. 2021.

peessoas que passam pelo local³⁵⁶. O monumento é constante alvo de ações de vandalismo (que incluem o roubo dos óculos da estátua), mas mesmo assim resiste como local de encontro na orla e chamariz para turistas. É interessante observar que o “Carlos Drummond de Andrade de bronze” serve até como companhia, já que toda terça-feira, por pelo menos uma hora, a cuidadora de idosos Wânia Maurício senta ao lado da estátua e toma uma água de coco antes de começar a jornada de trabalho³⁵⁷. No Posto Seis, o cantor e compositor baiano Dorival Caymmi também foi eternizado em forma de estátua; e no Leme, a homenageada foi a escritora Clarice Lispector, que ganhou uma estátua no bairro onde morou por doze anos³⁵⁸. Em dezembro de 2019, o piloto Ayrton Senna, tricampeão de Fórmula 1, passou a integrar o time de homenageados, com a instalação de sua estátua em frente ao hotel Copacabana Palace³⁵⁹.

Retomando a análise, é entre o Forte de Copacabana e a Praia de Ipanema que se situa o Arpoador, considerado um dos pontos mais famosos da orla da cidade³⁶⁰. Ou seja, entre as praias de Copacabana e a de Ipanema, funcionando como um território onde experiências emergem, e acabam se incorporando aos imaginários da cidade. E no “Garota de Ipanema” (parque situado no Arpoador) acontece variada programação cultural, reforçando a alma desse “lugar altar”, bem como os elos que nele se apresentam (MAFFESOLI, 2004). Desse modo, a “energia jovem gira no Arpoador”, que:

além das duas praias, é conformado pelo Parque “Garota de Ipanema”, local no qual, além de área de lazer e recreação, são realizados com frequência concertos com artistas nacionais e internacionais. O imaginário sobre esse local da cidade está submerso nas histórias de práticas sociais transgressoras. O Arpoador, devido sua localização geográfica, serviu ao longo da metade do século XX como um recanto dos encontros clandestinos, dos novos comportamentos sexuais e de modas violadoras das normas e regras morais tradicionais (FERNANDES, 2013a, p. 3).

Vale ressaltar que o local possui uma grande formação rochosa: a Pedra do Arpoador (também chamada de Ponta do Arpoador), que acabou dando origem à praia de mesmo nome.

³⁵⁶ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/pela-11-vez-estatuade-drummond-recebe-oculos-novos-apos-vandalismo-22151723>>. Acesso em: 28 jan. 2021.

³⁵⁷ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/vandalismo-na-estatuade-drummond-ultrapassa-preco-de-compra-da-obra-22017830>>. Acesso em: 28 jan. 2021.

³⁵⁸ Disponível em: <<https://copacabana24horas.com.br/palavrachave/clarice-lispector-e-carlos-drummond-de-andrade/>>. Acesso em: 28 jan. 2021.

³⁵⁹ Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-12/calçada-de-copacabana-ganha-estatuade-em-homenagem-ayrton-senna>>. Acesso em: 28 jan. 2021.

³⁶⁰ Disponível em: <http://visit.rio/que_fazer/arpoador/>. Acesso em: 28 jan. 2021.

A Pedra do Arpoador fica situada entre a praia do Arpoador e a Praia do Diabo. O nome “arpoador” possui correlação com a atividade de caça às baleias e arraias-jamantas com o uso de arpões a partir da pedra, pois os caçadores usavam a Ponta do Arpoador como mirante para avistar os animais³⁶¹. A caça comercial de baleias foi proibida no ano de 1986 pela Comissão Baleeira Internacional (CBI), embora já tenha sido uma atividade muito intensa no país³⁶². As práticas da pesca submarina e do mergulho no Rio de Janeiro tiveram início na Pedra do Arpoador, e a Praia do Arpoador sempre foi considerada detentora das melhores ondas para surfar. É interessante observar que a Ponta do Arpoador serviu de palco da emancipação cultural de diversas gerações, abrindo espaço para a modernidade³⁶³. Em janeiro de 1982, foi inaugurado o Circo Voador no Arpoador. A ideia nasceu em virtude da reivindicação da instalação de uma tenda para shows no início do bairro de Ipanema. Sendo assim, vários artistas promoveram um cortejo no dia 10 de janeiro do mesmo ano, e marcharam da Praça Nossa Senhora da Paz (localizada em Ipanema) até o Arpoador para reivindicar o espaço cultural. E a partir do dia 15 de janeiro de 1982, uma lona foi esticada por dois meses e meio no Arpoador durante o verão, sendo posteriormente transferida para o bairro da Lapa – onde o Circo Voador permanece até os dias atuais. O Circo Voador veio a se transformar em uma das principais casas de espetáculo da cidade³⁶⁴.

Na década de 50, os conservadores resistiam à difusão dos primeiros rádios de pilha e ao aparecimento do biquíni³⁶⁵. Desse modo, era para o Arpoador que iam as meninas “avançadas” quando queriam usar a peça de vestuário, já que o biquíni não era socialmente aceito em outros lugares da cidade do Rio de Janeiro³⁶⁶. E com o passar dos anos, o Arpoador

³⁶¹ Disponível em:

<<https://diariodorio.com/curiosidades-historicas-sobre-o-arpoador/>>. Acesso em: 28 jan. 2021.

³⁶² Disponível em:

<https://www.wwf.org.br/informacoes/sala_de_imprensa/?uNewsID=67323#:~:text=Desde%201986%2C%20uma%20morat%C3%B3ria%20internacional,ca%C3%A7a%20para%20%22fins%20cient%C3%ADficos%22>
Acesso em: 28 jan. 2021.

³⁶³ Disponível em:

<http://portalgeo.rio.rj.gov.br/estudoscariocas/download/2418_O%20Rio%20de%20Janeiro%20e%20sua%20origem.pdf>. Acesso em: 28 jan. 2021.

³⁶⁴ Disponível em:

<<https://vejario.abril.com.br/cidades/documentario-circo-voador/>>. Acesso em: 28 jan. 2021.

³⁶⁵ Disponível em:

<http://portalgeo.rio.rj.gov.br/estudoscariocas/download/2418_O%20Rio%20de%20Janeiro%20e%20sua%20origem.pdf>. Acesso em: 28 jan. 2021.

³⁶⁶ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/o-arpoador-como-luz-no-coracao-dos-cariocas-7743102>>. Acesso em: 28 jan. 2021.

virou quase uma “república independente”, funcionando como um polo produtor de inesgotáveis novidades. Nesse contexto, “a modalidade do corpo pelas vestimentas e posturas típicas dá um tom emocional ao lugar, uma construção de um ar natural” (LA ROCCA, 2015, p. 177).

Nacif (2005) menciona que, na cidade do Rio de Janeiro, a geografia da moda costuma eleger os locais de lazer junto ao mar – conforme apresentado no capítulo anterior. Além de ser o lugar eleito para o uso do biquíni nos anos 50, possivelmente também foi na praia do Arpoador que pela primeira vez alguém “pegou jacaré”³⁶⁷. Também conhecido como surfe de peito ou *Bodysurf*, o hábito de “pegar jacaré” consiste originalmente em descer as ondas do mar com o corpo sem a utilização de nenhum equipamento ou suporte material (como prancha, por exemplo). A atividade é considerada como a “forma mais pura de surfe”, já que para praticá-la basta um corpo e uma onda, o que fez com que fosse percebida como um “resgate essencial com a natureza, tornando-se tanto uma atividade esportiva quanto uma atividade de lazer”³⁶⁸. Conforme exposto anteriormente, a chegada do surfe nas areias do Rio entre as décadas de 60 e 70 deu início a um estilo que resultou em uma interação sensível, por meio da qual estar em comunhão com a água salgada e com a areia da praia era fundamental para a tribo de surfistas, lembrando que o conceito de tribalismo leva ao perder-se em um sujeito coletivo, no qual prevalece as noções de comunidade emocional (MAFFESOLI, 1998). Ainda segundo Maffesoli (2010), na sociedade contemporânea, as tribos urbanas se permitem viver a naturalidade dos corpos em seu cotidiano, no qual prevalecem a ecologia e a socialidade, possibilitando um outro modo de se relacionar com a natureza.

No Brasil, o crescimento da prática do *bodysurf* ocorreu a partir da evolução do surfe tradicional, já que os *bodysurfers* despencavam das grandes ondas a cada manobra feita pelos praticantes que utilizavam a prancha³⁶⁹. Diferente do *bodyboard* (onde o praticante surfa sobre uma prancha), no *bodysurf* (ou “jacaré”) a ação acontece com a pessoa utilizando o corpo como um instrumento para pegar as ondas. No Rio de Janeiro, o *bodysurf* atravessou

³⁶⁷ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/o-arpoador-como-luz-no-coracao-dos-cariocas-7743102>>. Acesso em: 28 jan. 2021.

³⁶⁸ Disponível em: <<http://mail.camara.rj.gov.br/APL/Legislativos/scpro1720.nsf/249cb321f17965260325775900523a42/3871259885c6c8588325825000571b8b?OpenDocument&Start=1.1.1.1>>. Acesso em: 28 jan. 2021.

³⁶⁹ Disponível em: <http://www.camara.rj.gov.br/noticias_avisos_detalhes.php?m1=comunicacao&m2=notavisos&id_noticia=13498>. Acesso em: 28 jan. 2021.

décadas. E da fase inicial (onde “pegar jacaré” sem equipamentos era percebido como a forma “mais pura” de surfe) até o século XXI, a modalidade esportiva ganhou um apetrecho: o *handplane*. Também conhecida como palmar, o *handplane* é uma prancha de mão que permite ao usuário fazer um leque ainda maior de manobras nas ondas³⁷⁰.

No ano de 2017, o historiador Marcus Monteiro³⁷¹ teceu duras críticas ao pedido de tombamento do surfe de peito como patrimônio imaterial carioca em entrevista ao jornal O Globo, ao declarar: “Agora, eu estou analisando o pedido de tombamento do surfe de peito, o famoso jacaré. Não tem como dar parecer favorável! É um esporte, seria como registrar basquete, vôlei, futebol...”³⁷². Apesar das críticas do então diretor do INEPAC, a prática esportiva foi declarada Patrimônio Cultural de Natureza Imaterial do Município do Rio de Janeiro no dia 13 de março de 2018, uma vez que o “jacaré” ou surfe de peito representa para a cidade “uma de suas manifestações esportivas mais características, atividade indissociável da cultura carioca e uma de suas marcas mais simbólicas”³⁷³.

Ou seja, várias novidades surgiram no Arpoador, tornando a pequena faixa de areia uma plataforma de lançamento de modas e invenções tão típicas do carioca. Visando complementar a análise referente ao fato de o Arpoador funcionar como “república independente”, é curioso observar que o vereador Carlo Caiado (DEM-RJ) apresentou no final do mês de outubro de 2017 um projeto de lei que propõe a subdivisão de Copacabana e Ipanema. De acordo com a proposta do vereador, seria criado o bairro do Arpoador, formado pelo polígono limitado pelas ruas Gomes Carneiro, Bulhões de Carvalho e Francisco Otaviano, incluindo a grande pedra e a faixa de areia com cerca de 500 metros de comprimento mundialmente famosa³⁷⁴. O projeto de lei n.º 475/2017 propõe:

[...] elevar o sub bairro do Arpoador, parte integrante dos sub bairros existentes na Zona Sul do Município, a um bairro com limites próprios definidos, a partir da subdivisão dos bairros de Copacabana e Ipanema. O novo bairro teria um polígono

³⁷⁰ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/verao-2016/body surf-ou-jacare-ganha-novos-equipamentos-adeptos-no-rio-18443605>>. Acesso em: 28 jan. 2021.

³⁷¹ Presidente do Instituto Estadual de Patrimônio Cultural do Rio de Janeiro (INEPAC) no ano de 2017.

³⁷² Disponível em: <<https://blogs.oglobo.globo.com/gente-boa/post/diretor-do-inepac-critica-pedidos-de-tombamento-esdruxulos-de-caveira-do-bope-ao-surfe-de-peito.html>>. Acesso em: 28 jan. 2021.

³⁷³ Disponível em: <<http://mail.camara.rj.gov.br/APL/Legislativos/scpro1720.nsf/249cb321f17965260325775900523a42/3871259885c6c8588325825000571b8b?OpenDocument&Start=1.1.1.1>>. Acesso em: 29 jan. 2021.

³⁷⁴ Disponível em: <<http://m.folha.uol.com.br/colunas/alvaro-costa-e-silva/2017/10/1931692-vereador-quer-a-independencia-do-arpoador.shtml?mobile>>. Acesso em: 29 jan. 2021.

limitado pelas Ruas Gomes Carneiro, Bulhões de Carvalho, Francisco Otaviano, Parque Garota de Ipanema, Praia do Arpoador (inclusa a Pedra do Arpoador) e Avenidas Francisco Bering e Vieira Souto (até a esquina com a Rua Gomes Carneiro). A elevação do bairro do Arpoador a categoria de bairro não só corrige distorção na divisão política administrativa da Cidade, visto que há tempos, desde a ocupação formal dos bairros de Copacabana e Ipanema, iniciadas ainda no final do século XIX, e acelerada na metade do século XX, que a região é chamada e conhecida como Arpoador, certamente que influenciada pela nomenclatura dada ao conjunto rochoso que existe na ponta leste da praia de Ipanema, e que ajuda também a nomear esta parte da mesma praia. Assim, pode esta Casa legislativa contribuir para a correção da divisão política administrativa da Cidade, elevando o sub bairro do Arpoador a categoria de bairro da Zona Sul da Cidade do Rio de Janeiro³⁷⁵.

Após o início da tramitação na Câmara Municipal do Rio de Janeiro, o projeto de lei n.º 475/2017 passaria por todas as comissões permanentes antes de ir para votação, o que estava inicialmente previsto para o final do ano de 2019; porém, até os primeiros meses do ano de 2021, nada havia sido decidido³⁷⁶. Virando ou não um bairro carioca independente, o “Arpex” (apelido carinhoso dado ao Arpoador)³⁷⁷ apareceu nos primeiros lugares da pesquisa “O Carioca e a Felicidade”³⁷⁸, sendo mais citado do que o Pão de Açúcar. Elaborada pela agência “Quê Comunicação” juntamente com a Casa 7 Núcleo de Pesquisa para o Jornal O Globo, a pesquisa perguntou aos entrevistados os lugares que mais inspiram felicidade no Rio. As praias cariocas (em geral) apareceram em primeiro lugar, seguidas pelo Cristo Redentor. O Arpoador veio logo atrás, com 22%, na frente do Pão de Açúcar. O Arpoador é um lugar singular no Rio de Janeiro, partindo da premissa de que “a cidade é pontilhada por uma multiplicidade de pequenos altares que têm a mesma função: neles se elaboram os mistérios da comunicação-comunhão” (MAFFESOLI, 2004, p. 59).

De acordo com reportagem publicada pelo jornal O Globo, a democracia das areias do Arpoador não é utopia: são 500 metros de extensão com todo mundo junto e misturado. No local, convivem banhistas que chegam de metrô ou ônibus, pessoas que descem o Morro do Cantagalo (situado entre Copacabana e Ipanema), surfistas e intelectuais. Em entrevista ao jornal O Globo, o artista plástico Ernesto Neto (um dos frequentadores do Arpoador) define o

³⁷⁵ Disponível em:

<<http://mail.camara.rj.gov.br/APL/Legislativos/scpro1720.nsf/249cb321f17965260325775900523a42/cc463082ea382c6083258183006625b2?OpenDocument&Start=1&Count=80&ExpandView>>. Acesso em: 29 jan. 2021.

³⁷⁶ Disponível em:

<<http://mail.camara.rj.gov.br/APL/Legislativos/scpro1720.nsf/249cb321f17965260325775900523a42/cc463082ea382c6083258183006625b2?OpenDocument&Start=1&Count=80&ExpandView>>. Acesso em: 29 jan. 2021.

³⁷⁷ Disponível em: <<https://www.palavradecarioca.com/entrada/arpex-para-os-intimos>>. Acesso em: 29 jan. 2021.

³⁷⁸ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/pesquisa-exclusiva-revela-que-75-dos-cariocas-consideram-rio-uma-cidade-feliz-7713601>>. Acesso em: 29 jan. 2021.

local do seguinte modo: “Churrasco pra esquentá. Música pra dançar arte surfe jacaré maré baixa maré onde pretos brancos pardos amarelos vermelhos azuis e alaranjados, rico e pé rapado, mistura miscigenada, é rebuliço festa, cultura e escultura!”³⁷⁹.

Nesse contexto, vale reforçar que os sentimentos humanos se intensificam quando se afirmam coletivamente (DURKHEIM, 1996). Partindo do raciocínio anterior, o Arpoador se insere na lista dos “lugares altares”, onde as pessoas fazem parte de um mundo compartilhado com os outros. Para Maffesoli (2004, p. 64):

É longa a lista dos “altares” em que podemos investir fisicamente ou na fantasia. E, como um eco, encontramos alguma coisa parecida em todos os “pequenos altares” que vêm aninhar-se no seio das grandes megalópoles, como tantos outros abrigos matriciais em que posso viver, locomover-me e passar tempo com outros.

Todavia, compartilhar o “Arpex” com “todo mundo junto e misturado” não deveria ser algo a se fazer a partir de março de 2020. Tendo em mente a irritante expressão “novo normal” que, no contexto da covid-19, “tem sido utilizada para designar o que será do nosso futuro enquanto sobreviventes da pandemia” (BERINO; CABRAL, 2020, p. 1), uma das medidas preventivas seria não se aglomerar, porque “roçar uns nos outros ou em qualquer coisa nos rodeando, se tornou potencialmente fatal, uma vez que o contato aumenta a possibilidade da doença, e a doença traz consigo a possibilidade da morte” (BUTLER, 2020, p. 3). Mas no dia 27 de março de 2020 (na primeira semana do outono carioca), a academia ao ar livre do Arpoador ficou lotada, com pessoas fazendo exercícios sem usar máscaras³⁸⁰.

Na noite do dia 14 de novembro de 2020 até a manhã de domingo (15/11), aconteceu no Arpoador o “Luau Bateu a Onda”, reunindo duas mil pessoas aglomeradas, sendo que a maioria não utilizava máscaras³⁸¹. Ressalta-se aqui que a prefeitura do Rio de Janeiro liberou a realização de eventos e atividades de lazer em ambientes abertos (como praças, parques, praias e afins) a partir do dia 1º de novembro, com a exigência de que a área do evento fosse delimitada com 50% de lotação e que o acesso ao local fosse controlado, com reserva de lugar

³⁷⁹ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/o-arpoador-como-luz-no-coracao-dos-cariocas-7743102>>. Acesso em: 29 jan. 2021.

³⁸⁰ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/fotogalerias/quebra-do-isolamento-social-cariocas-ignoram-recomendacoes-se-aglomeram-em-praias-da-zona-sul-do-rio-nesta-sexta-feira-24334562>>. Acesso em: 29 jan. 2021.

³⁸¹ Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2020/11/luau-reune-2000-pessoas-no-arpoador-no-rio-durante-a-pandemia.shtml>>. Acesso em: 29 jan. 2021.

numerado³⁸². Ou seja, a forma como ocorreu a liberação dos eventos acabou demonstrando as ações do então prefeito, Marcelo Crivella, no sentido de se eximir de suas responsabilidades. Ao ser entrevistado pelo jornal Extra, Roberto Dal Poz, pesquisador, sanitarista e professor do Instituto de Medicina Social da UERJ (IMS/UERJ) fez a seguinte declaração sobre o evento:

Em princípio, atividades do lado de fora de casa têm menos risco de contaminação, porém devem ser mantidas as formas de prevenção. O distanciamento social, o uso de máscara, a higiene das mãos, o menor contato social possível. Não dá para ter esse tipo de situação como o luau. Elas precisam ser reprimidas, mas a prefeitura e demais órgãos sanitários não estão “nem aí”, popularmente falando. Não há preocupação. Esse luau é a desinformação e ausência de ação das autoridades³⁸³.

O Arpoador “altar” é lugar de gente reunida e aglomerada, mas é preciso que a pandemia chegue ao seu fim. E é lá que, quando o sol desaparece no mar, as pessoas em unísono o aclamam com longos aplausos.

3.1.3 Palmas para o astro rei! Celebrando a “carioquice no Arpex”

Existem controvérsias sobre quem foi o verdadeiro inventor do aplauso para o astro rei na hora que ele some no horizonte carioca. Todavia, talvez o hábito tenha surgido de modo espontâneo no início da década de 60, conforme revelou em entrevista ao jornal O Globo no ano de 2013 o falecido ator Arduíno Colasanti, um dos galãs do Cinema Novo³⁸⁴. Considerado uma “lenda viva” do Arpoador, Arduíno foi um dos pioneiros no surfe ao ficar em pé numa prancha de madeira. “O ritual de aplaudir o pôr do sol surgiu de forma natural [...] Eu estava na primeira turma. Foi um dia esplendoroso, acho que era verão, porque o sol se pôs perto das Ilhas Tijuca. Aplaudimos naturalmente”³⁸⁵. Arduíno Colasanti faleceu no dia 22 de fevereiro de 2014 em decorrência de uma parada cardíaca. Dias após o seu falecimento, os amigos e familiares de Colasanti organizaram uma cerimônia informal de despedida no

³⁸² Disponível em: <<https://pge.rj.gov.br/comum/code/MostrarArquivo.php?C=MTIwMzE%2C>>. Acesso em: 29 jan. 2021.

³⁸³ Disponível em: <<https://extra.globo.com/noticias/rio/luau-no-arpoador-reune-2-mil-pessoas-na-madrugada-de-domingo-gera-reclamacoes-de-moradores-rv1-1-24747691.html?fbclid=IwAR1PG9FyY8F8IJXBvKrvTfzs-k9dz2A93i6XzVd3CN58Nx9brmET0lndeBs>>. Acesso em: 29 jan. 2021.

³⁸⁴ Movimento cinematográfico surgido no Brasil na segunda metade dos anos 50.

³⁸⁵ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/o-arpoador-como-luz-no-coracao-dos-cariocas-7743102>>. Acesso em: 29 jan. 2021.

Arpoador justamente no fim da tarde³⁸⁶. O luto é motivo de reunião, conforme menciona Durkheim (1996, p. 437):

Quando um indivíduo morre, o grupo familiar ao qual pertence sente-se diminuído e, para reagir contra essa diminuição, se reúne. Uma infelicidade comum tem os mesmos efeitos que a chegada de um acontecimento feliz: aviva os sentimentos coletivos que, por isso, levam os indivíduos a se procurar e a se aproximar.

Voltando à análise dos aplausos para o pôr do sol no “Arpex”, o astro rei costumava se retirar entre 19h e 19h30min na época do horário de verão – conforme mencionado no subcapítulo “Os cariocas e a comunhão das emoções”. O acesso à Pedra do Arpoador conta com escadas, facilitando a subida. Ao chegar ao topo, a paisagem é estonteante: pode-se ver a faixa de areia que vai do Arpoador ao Leblon, passando por Ipanema, tendo ao fundo o Morro Dois Irmãos e a Pedra da Gávea. E é entre as duas rochas que o sol se põe no mar. Ao reunir coleções de imagens, as paisagens urbanas são capazes de proporcionar aspirações e nostalgias (WENDERS, 1994). E quando o sol finalmente desaparece, todos os presentes se unem emocionados em um longo aplauso na Pedra do Arpoador. Segundo Le Breton (2009, p. 118):

De certa maneira, a emoção é indicada pelo grupo, que dá certo grau de importância a alguns fatos. Sua emergência, intensidade, duração, suas modalidades de aplicação, seu grau de incidência sobre os outros, respondem a incitações coletivas variáveis de acordo com o público e a personalidade dos atores solicitados.

É importante frisar que a reunião de pessoas para ver o pôr do sol também acontece em outros locais do Rio de Janeiro, como o Pão de Açúcar, a Pedra da Gávea, a Lagoa Rodrigo de Freitas, dentre outros. Dessa forma, é interessante destacar que, quando se trata de olhar a cidade, a lua anda “fazendo concorrência” com o sol no Rio de Janeiro. Em julho de 2021, teve carioca trocando o pôr do sol no Arpoador pelo nascer da lua na Enseada de Botafogo³⁸⁷. Para La Rocca (2018, p. 13), “o olhar sobre a atmosfera contemporânea urbana e social é, portanto, uma simbiose entre diversas partes, resíduos, fragmentos e facetas, que formam todo um complexo que nos permite ler a essência da cidade”.

³⁸⁶ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/morre-arduino-colasanti-gala-do-cinema-novo-pioneiro-do-surfe-no-brasil-11688103>>. Acesso em: 29 jan. 2021.

³⁸⁷ Disponível em: <<https://blogs.oglobo.globo.com/ancelmo/post/tem-carioca-trocando-o-por-do-sol-no-arpoador-pelo-nascer-da-lua-em-botafogo.html>>. Acesso em: 26 jul. 2021.

Quando se trata do astro rei e do Rio de Janeiro, o lugar onde se cultua o pôr do sol em uma espécie de ritual coletivo é no Arpoador³⁸⁸. Olhar o sol sumindo no horizonte tendo como referência a Pedra do Arpoador reforça que a sensorialidade urbana valoriza a visão, e o cidadão é convidado a assistir ao espetáculo da cidade (LE BRETON, 2020). Nesse espetáculo em que o principal ator é o sol, o vibrar em uníssono e o gosto de estar juntos constituem as chamas da socialidade contemporânea (SUSCA, 2018). Para Maffesoli (2004), a megalópole é constituída por uma série de “altares” ou “alto lugares”, como exposto anteriormente. E os lugares são espaços do acontecer solidário (SANTOS, 1994). Nos “alto lugares”, são celebrados cultos de diversas naturezas, como se observa a seguir:

São os cultos do corpo, do sexo, da imagem, da amizade, da comida, do esporte, etc. Nesse aspecto, a lista é infinita. O denominador comum é o lugar onde se realiza esse culto. Com isso, o lugar faz o elo. Uma formulação de Rilke resume bem essa colocação: “o espaço de celebração” (Raum des Rühmung) (MAFFESOLI, 2004, p. 57).

Todavia, mesmo após o sol se despedir em meio às rochas, a festa no Arpoador não termina quando chega a noite. O local é um dos únicos pontos da orla carioca que possui um projetor de luz capaz de iluminar a extensão da pequena praia³⁸⁹. Apelidado de “prestobarba” pelos frequentadores por se assemelhar a um aparelho de barbear descartável, o projetor foi posicionado aos pés da Pedra do Arpoador, clareando o mar para os surfistas e banhistas que se aventuram durante a noite, alheios aos diversos perigos existentes no local.

Como nem “tudo são flores” quando se trata da vida cotidiana no Rio de Janeiro, é necessário tomar cuidado ao frequentar o Arpoador. Em abril de 2019, uma turista paranaense filmou o momento em que sofreu um assalto enquanto fazia uma selfie no Arpoador³⁹⁰. E quando se trata de aproveitar a noite (incluindo o banho de mar) no “Arpex”, o cuidado deve ser dobrado. Em matéria publicada pelo jornal O Estado de São Paulo, um guarda-vidas do Corpo de Bombeiros Militar do Estado do Rio de Janeiro (CBMERJ) disse que o Arpoador

³⁸⁸ Disponível em: <<http://cidadedorio.com/lugares-para-curtir-o-por-do-sol-no-rio-de-janeiro/>>. Acesso em: 29 jan. 2021.

³⁸⁹ Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2015-12/praiado-arpoador-e-um-dos-pontos-mais-disputados-do-verao-carioca>>. Acesso em: 29 jan. 2021.

³⁹⁰ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/turista-filmou-momento-em-que-sofre-assalto-enquanto-fazia-selfie-no-arpoador-veja-video-23613176>>. Acesso em: 29 jan. 2021.

não possui condições de receber frequentadores no horário noturno, conforme se observa a seguir³⁹¹:

A praia não está preparada para receber o público à noite, não há estrutura. As pessoas se embebedam e depois caem no mar, podendo se afogar ou se machucar nas pedras. A maioria não tem familiaridade com o mar. A iluminação não é suficiente. Se houver uma emergência, não dá tempo de socorrer. Além disso, quase todo dia tem arrastão.

E como a praia do Arpoador possui fortes correntezas, o banho de mar noturno exige ainda mais atenção. No dia 5 de janeiro de 2021, os irmãos gêmeos Diogo e Diego Lima, de 21 anos, morreram afogados no Arpoador após o mergulho durante a madrugada. O primeiro a entrar no mar do Arpoador foi Diogo; e ao perceber que o irmão estava se afogando, Diego tentou salvá-lo, mas também foi levado pela correnteza³⁹².

Retomando a análise sobre o pôr do sol no “Arpex”, cabe registrar que as palmas ganharam um forte concorrente na hora que o astro rei se despede: o selfie³⁹³. O cenário é o mesmo; todavia, algumas pessoas preferem dar as costas para o astro rei – e usar as mãos para segurar o pau de selfie ao invés de aplaudir o sol. Tais fotos costumam ser imediatamente postadas nas redes sociais, e “nesse universo midiático-cultural contemporâneo, as redes sociais digitais também cumprem um interessante papel ao catalisar afetos, emoções e subjetividades, usando aparatos de difusão simbólica” (SIQUEIRA, 2015, p. 9).

Em reportagem publicada pelo jornal O Globo em 2014 (cujo título é “Aplauso dá lugar a selfie no pôr do sol do Arpoador”), o goianiense Anderson Souza declarou ao manejar um pau de selfie em pleno “Arpex”: “Quem bate palma não bate foto!”³⁹⁴. Alheio aos que preferem movimentar as mãos para bater palmas ou para segurar o pau de selfie para fotografá-lo, o astro rei se põe entre o Morro Dois Irmãos e a Pedra da Gávea durante os dias ensolarados de verão, despertando emoções na plateia que o assiste. E é justamente “o corpo, com seus gestos e palavras, que materializa a emoção” (SIQUEIRA, 2015, p. 10).

³⁹¹Disponível em: <<http://brasil.estadao.com.br/noticias/rio-de-janeiro,no-rio-movimento-noturno-na-praia-se-intensifica-no-verao,10000100296>>. Acesso em: 29 jan. 2021.

³⁹² Disponível em: <<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2021/01/05/irmaos-gemeos-de-21-anos-morrem-afogados-na-praia-do-arpoador.ghtml>>. Acesso em: 6 jan. 2021.

³⁹³ Selfie é uma fotografia tirada de si mesmo (comumente via *smartphone*) e enviada para um site ou mídia social.

³⁹⁴ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/verao-2016/apluso-da-lugar-selfie-no-por-do-sol-do-arpoador-14759561>>. Acesso em: 29 jan. 2021.

E assim como a modalidade esportiva altinha, o pôr do sol no Arpoador também foi outro elemento que diz respeito ao imaginário carioca abordado pelo site de humor Sensacionalista em setembro de 2020, em virtude da pandemia. Intitulado “Pôr do sol no Arpoador agora tem palmas para o coronavírus”, o texto relata de modo irreverente:

O carioca está sempre lançando moda, até mesmo durante a pandemia. A novidade agora é o aplauso para o coronavírus nas areias do Arpoador. O movimento começou no último fim de semana, que teve praias lotadas. A aglomeração nas areias vem junto com um inverno quente na cidade. A temperatura chegou a 38 graus – de febre³⁹⁵.

Ironizando o fato de muitos cariocas desrespeitarem o isolamento social e se aglomerarem nas praias, a publicação humorística também abordou a má gestão do então prefeito Marcelo Crivella, como se observa a seguir: “Quem mora fora se assusta, mas o nativo sabe que não é possível resistir a uma praia. Afinal, todo mundo conhece as três coisas de que o carioca mais gosta: sol, cerveja e prefeito ruim”³⁹⁶.

Quando se trata das más escolhas feitas pelo eleitor carioca, vale destacar a opinião de Daniel³⁹⁷, 37 anos, morador de Copacabana. Ao ser indagado por mim sobre o que seria a “carioquice”, além do pôr do sol no Arpoador (conforme abordado anteriormente), ele me respondeu:

Blusa do Flamengo é uma carioquice. Gírias: *brother*, moleque, cara, tá ligado, meu irmão. Fé: Nossa Senhora e São Jorge. Nem sou devoto, mas ando com uma fitinha de São Jorge. Carnaval. Blusa florida, estampada. Ah, sofrer com político também é carioquice...³⁹⁸.

No dia 22 de agosto de 2021, apesar da rápida circulação da variante Delta do coronavírus no Rio de Janeiro, as praias da cidade ficaram lotadas durante o domingo ensolarado, como se a pandemia já tivesse chegado ao fim³⁹⁹. No dia seguinte ao episódio, o

³⁹⁵ Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/blog/sensacionalista/por-do-sol-no-arpoador-agora-tem-palmas-para-o-coronavirus/>>. Acesso em: 6 jan. 2021.

³⁹⁶ Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/blog/sensacionalista/por-do-sol-no-arpoador-agora-tem-palmas-para-o-coronavirus/>>. Acesso em: 6 jan. 2021.

³⁹⁷ Daniel nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

³⁹⁸ Informação extraída de entrevista concedida por Daniel à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 26 de março de 2021.

³⁹⁹ Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/banhistas-lotam-praias-no-rio-neste-domingo-depois-de-manha-de-nevoeiro/>>. Acesso em: 23 ago.2021.

site humorístico Sensacionalista publicou a seguinte notícia: “Com praias cheias, variante Delta tomou sacolé em Copacabana e aplaudiu o pôr do sol no Arpoador”⁴⁰⁰.

E em toda essa teatralidade cotidiana do Rio de Janeiro, o Arpoador e todo imaginário que o constitui resistem e existem a partir dos jogos jogados pela cidade, expressos em pequenos rituais cotidianos. Ou seja, os aplausos ao pôr do sol são expressão de uma performatividade que brota das interações, das experiências sensíveis, do desejo de “estar-com” e de re-encantar o mundo através de um gesto.

3.2 “Olha aí o Bixxxxcoito Globo!”: uma análise das imbricações relativas à praia e à identidade carioca

De acordo com matéria intitulada “Ser carioca vai além de nascer no Rio de Janeiro, é um estado de espírito” (publicada pelo site de notícias G1 no ano de 2015)⁴⁰¹, ser carioca é: “Biscoito, mate, água... ó ó biscoito! É a cara do Rio. Biscoitinho de polvilho!”. Nesse contexto, a famosa rosquinha de polvilho passou a ser presença marcante em Copacabana e nas demais praias do Rio de Janeiro, bem como em vários locais espalhados pela cidade (até mesmo nos enormes engarrafamentos que assolam a capital fluminense). Também representa uma marca que remete à “carioquice”, já que os produtos e demais souvenirs que carregam a identidade visual do Biscoito Globo evocam o estilo carioca de ser, suscitando as memórias, as lembranças e o imaginário de uma cidade que resiste às mazelas – e ainda permanece sendo definida como “maravilhosa”. Conjunto de símbolos e cores que identificam uma marca, a identidade visual é composta por elementos como logotipo, padrões visuais da embalagem, cores, dentre outros (SAMPAIO, 2003). Compreender as subjetividades abarcadas pela marca Biscoito Globo (e que fazem com que a mesma seja vista como “a cara do Rio”) é o tema a ser abordado a seguir⁴⁰².

⁴⁰⁰ Disponível em: <<https://blogs.oglobo.globo.com/sensacionalista/post/com-praias-cheias-variante-delta-tomou-sacole-em-copacabana-e-aplaudiu-o-por-do-sol-no-arpoador.html>>. Acesso em: 23 ago.2021.

⁴⁰¹ Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2015/02/ser-carioca-vai-alem-de-nascer-no-rio-de-janeiro-e-um-estado-de-espírito.html>>. Acesso em: 6 jan. 2021.

⁴⁰² De modo inicial, o trabalho de pesquisa deu origem ao artigo “Olha aí o Biscoito Globo: uma análise das imbricações relativas à identidade carioca”, apresentado no GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional (DT3) do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba, 2017. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2115-1.pdf>>. Acesso em: 8 out. 2021.

3.2.1 Globo: a história da rosquinha que quase se chamou “Biscoito Copacabana”

O “pai” da tradicional rosquinha de polvilho chama-se Milton Ponce. Ele faleceu aos 78 anos no dia 18 de maio de 2017, em decorrência de um câncer⁴⁰³. Apesar de ter se tornado um ícone da cidade do Rio de Janeiro, o Biscoito Globo nasceu em solo paulista (MANIER, 2017). A história da rosquinha de polvilho começou no ano de 1953, em virtude da separação dos pais de Milton: Antonio Ponce Morales e Encarnação Fernandes. O casal vivia na capital paulista com os quatro filhos: Aparecida, João, Jaime e Milton Ponce. Após o término do casamento, Antonio ainda tinha esperanças de reatar a união. Mas as suas expectativas foram em vão. Desse modo, Antonio Ponce seguiu para Franca (cidade paulista situada a 401 km da capital) com três dos seus quatro filhos, visando recomeçar a vida. Jaime (o mais velho) estava em outra cidade do interior paulista servindo ao Exército, e não acompanhou o pai e os irmãos. Porém, as coisas não saíram como Antonio planejava. Diante das dificuldades para sobreviver com os três filhos em Franca, Antonio resolveu voltar para a cidade de São Paulo com Milton e João. Aparecida permaneceu em Franca na casa de tios, e posteriormente Encarnação foi buscá-la.

Mas Antonio permanecia desolado, já que não aceitava o término do seu casamento. Enquanto isso, as dificuldades aumentavam diariamente na vida de Milton e João. A situação dos irmãos só piorava, e era preciso garantir a sobrevivência na capital paulista. Milton estava preocupado com o futuro de João, seu irmão caçula. Sendo assim, Milton resolveu pedir auxílio a um primo, conforme cita Manier (2017, p. 40):

Foi nesse momento de desespero e necessidade de uma decisão que Milton se lembrou de um primo, Germano Felipe. Era mais velho, morava no Ipiranga e tinha uma padaria anexa à casa: Padaria Record. Talvez o primo Germano lhes desse abrigo. Talvez ele e João pudessem ficar lá e ajudar de alguma forma para compensar as despesas. Talvez fosse essa a saída. Falaria com ele.

O primo Germano ficou sensibilizado com a situação, e deu abrigo aos irmãos Ponce. Milton e João começaram a trabalhar juntos na Padaria Record, e Germano ensinou aos primos como fazer biscoitos de polvilho. E assim nasciam os “Biscoitos Felipe” (em homenagem ao patrão, que se chamava Germano Felipe). Manier (2017) menciona que a produção dos “Biscoitos Felipe” alcançava 50 a 60 quilos por dia. Eram vendidos a peso na Padaria Record, e também por ambulantes em vários pontos da “terra da garoa”, bem como

⁴⁰³ Disponível em: <<https://extra.globo.com/noticias/rio/morre-milton-ponce-um-dos-donos-do-biscoito-globo-aos-78-anos-21358206.html>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

em outras cidades paulistas (incluindo a Praia de Santos, no litoral). Como ainda não chegara a oportunidade de comercializar o produto no Rio de Janeiro, Milton e João vendiam os biscoitos de modo laborioso na capital paulista⁴⁰⁴.

Trabalhando como ambulantes, os irmãos Ponce integravam a força de vendas que incrementava a distribuição dos biscoitos. Os ambulantes serviam como canal de informação entre a Padaria Record e os consumidores, como explica Manier (2017, p. 42):

Atuantes, espertos, dedicados e sempre a par dos acontecimentos, os ambulantes não só eram uma boa fonte de renda para a padaria, como bons informantes também. Cobrindo grandes quilometragens diárias com a venda dos biscoitos e papeando com os clientes, surgiam a todo o momento com notícias frescas sobre o que acontecia na cidade e até no país, assim como com ótimas ideias que podiam incrementar suas vendas.

Os “Biscoitos Felipe” se tornaram o faturamento excedente da Padaria Record. Era início da década de 50, e o então presidente Getúlio Vargas havia solicitado verba para a realização do 36º Congresso Eucarístico Internacional, megaevento realizado no Rio de Janeiro dos “anos dourados”. Para Freitas *et al.* (2016), um evento pode ser classificado como mega a partir de seu impacto na mídia antes, durante e depois da sua realização. Partindo de tal premissa, o megaevento 36º Congresso Eucarístico Internacional foi considerado uma injeção de ânimo para o turismo no país, como se observa a seguir:

No dia 4 de fevereiro de 1953, o presidente Getúlio Vargas enviou mensagem ao Congresso Nacional, acompanhada de projeto-lei, solicitando a abertura de crédito de Cr\$ 14 milhões pelo Ministério das Relações Exteriores para atender as despesas com o 36º Congresso Eucarístico Internacional, a realizar-se em julho de 1955, no Rio. Na exposição de motivos, o ministro da Fazenda apresentou as diversas razões invocadas pelo cardeal dom Jayme Câmara para a concessão desse auxílio, inclusive o reflexo do certame no movimento turístico para o Brasil⁴⁰⁵.

Classificado como um megaevento de caráter religioso, o 36º Congresso Eucarístico Internacional mobilizava o governo e a sociedade da década de 50, já que propunha várias inovações e mudanças na cidade do Rio de Janeiro para que viesse a acontecer. Na ocasião, o megaevento reiterou a forte vocação católica da cidade: “Em 1955, realizou-se um Congresso Eucarístico Internacional no Rio de Janeiro, espetáculo de fé, como foi chamado pela imprensa, que fortaleceu as tradições cristãs na cidade” (TURAZZI, 2014, p. 56).

⁴⁰⁴ Disponível em: <<https://www.biscoitoglobo.com.br/>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

⁴⁰⁵ Disponível em: <<http://acervo.oglobo.globo.com/em-destaque/em-1955-36-congresso-eucaristico-fez-do-rio-capital-mundial-do-catolicismo-9123322>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

Para que aconteçam (seja antes, durante e após a sua realização), os megaeventos alteram o cotidiano de uma cidade, já que os mesmos:

habitam o imaginário urbano, marcam a memória do lugar, redesenham a cidade e se inscrevem na vida diária, criando e alimentando uma importante rede de comunicação. A educação, o trânsito, a saúde, a sustentabilidade, a segurança pública – são vários os aspectos da vida urbana que se movimentam em função da sua realização (FREITAS *et al.*, 2014, p. 2).

Os irmãos Ponce enxergaram o megaevento 36º Congresso Eucarístico Internacional como uma oportunidade de negócios, e resolveram comercializar os biscoitos no Rio de Janeiro em 1955. Siqueira e Siqueira (2016) apontam que os megaeventos de caráter religioso acabam envolvendo um tipo muito especial de articulação entre os setores públicos e privados da área de turismo, transporte, alimentação, dentre outros. Visando preparar a cidade para o congresso, foram executadas várias construções no Rio de Janeiro, conforme enumerado a seguir:

O encontro [...] motivou a realização de grandes obras, como a ampliação da adutora do Guandu e parte do aterramento do Flamengo, onde futuramente surgiriam o Parque do Flamengo e o Monumento aos Pracinhas. A primeira fase do aterramento, entre a Rua Santa Luzia e o Passeio Público, foi transformada na Praça do Congresso. Ali, em confessionários improvisados, fiéis de todo mundo podiam contar seus pecados e receber a absolvição⁴⁰⁶.

O 36º Congresso Eucarístico Internacional aconteceu entre os dias 17 e 24 de julho de 1955 na cidade do Rio de Janeiro⁴⁰⁷. Uma imagem de Nossa Senhora Aparecida veio de trem do Santuário de Aparecida do Norte (cidade localizada no interior paulista) especialmente para o Congresso⁴⁰⁸. Com o suicídio do presidente Getúlio Vargas em 1954, quem proferiu a “Saudação aos peregrinos do XXXVI Congresso Eucarístico Internacional” foi o presidente Café Filho, cujo trecho inicial se encontra a seguir:

A palestra com que habitualmente nos dirigimos à nação coincide desta vez com a semana do Congresso Eucarístico Internacional, a ser inaugurado oficialmente

⁴⁰⁶ Disponível em: <<http://acervo.oglobo.globo.com/em-destaque/em-1955-36-congresso-eucaristico-fez-do-rio-capital-mundial-do-catolicismo-9123322>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

⁴⁰⁷ Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/Hotpage/HotpageBN.aspx?bib=089842_06&pagfis=50201&url=http://memoria.bn.br/docreader#>. Acesso em: 7 jan. 2021.

⁴⁰⁸ Disponível em: <<http://arqrio.org/formacao/detalhes/816/60-anos-do-congresso-eucaristico-do-rio>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

amanhã no Rio de Janeiro. Não pode o Governo ficar indiferente à significação de um empreendimento como este, que proporciona ao Brasil a oportunidade, única numa geração, de realizar um conclave mundial de tanta magnitude, que empolga não só pela sua expressão religiosa, mas também como espetáculo de grandeza humana, de esplendor cívico e beleza democrática. Todos os brasileiros nos devemos orgulhar deste momento alto e raro, em que os lares da Capital da República se abrem para acolher, em convívio harmônico e saudável, tão grande número de personalidades ilustres e peregrinos de todas as categorias, provenientes de diversos pontos do país e de quase todos os quadrantes da terra. Festa universal da catolicidade, este Congresso é um encontro de vários povos, que através de seus representantes aqui se reúnem e fraternizam, numa demonstração internacional de fé e concórdia⁴⁰⁹.

Durante a realização do 36º Congresso Eucarístico Internacional, as vendas da rosquinha de polvilho superaram as expectativas dos irmãos Milton e João Ponce. Manier (2017) cita que a equipe era composta por cinco ambulantes, que juntos trouxeram de São Paulo um total de 2.500 saquinhos de biscoito para vender durante os seis dias de evento. Ainda segundo a autora (2017), a quantidade acima foi insuficiente, já que 100% dos biscoitos (vendidos a preço superfaturado) foram comercializados somente nos dois primeiros dias do congresso. Empolgados com o grande volume de vendas do produto durante a realização do 36º Congresso Eucarístico Internacional (e com base no sucesso obtido em São Paulo), os irmãos Ponce anteviram que o Rio de Janeiro seria o mercado ideal para os biscoitos de polvilho⁴¹⁰. Partindo das experiências vividas no tempo em que ainda eram ambulantes no litoral paulista, os irmãos Ponce perceberam que, “diferentemente dos paulistas, que iam à praia e queriam se alimentar, os cariocas eram mais descontraindo e não ligavam para fazer refeições; queriam apenas beliscar” (MANIER, 2017, p. 48).

A partir de então, Milton e João começaram a produzir as rosquinhas no bairro carioca de Botafogo, juntamente com o primo Germano⁴¹¹.

Ao chegar, ainda em 1955, os rapazes e o primo alojaram-se na pensão de um casal de portugueses, em Botafogo – a mesma onde os vendedores haviam se hospedado durante o Congresso Eucarístico –, ocupando quartos com beliches, banheiro no final do corredor e trocando o bom e costumeiro arroz com feijão paulistano pelo típico bacalhau com batatas lusitano em rios de azeite (MANIER, 2017, p. 53).

⁴⁰⁹ Disponível em: <http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/publicacoes-oficiais/catalogo/cafe-filho/cafe-filho-palestras-2a-serie-1955./@_download/file/Caf%C3%A9%20Filho%20-%20Palestras%202%C2%AA%20s%C3%A9rie%201955.pdf>. Acesso em: 7 jan. 2021.

⁴¹⁰ Disponível em: <<https://www.biscoitoglobo.com.br/>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

⁴¹¹ Disponível em: <<https://paginacinco.blogosfera.uol.com.br/2017/01/18/voce-sabia-que-o-biscoito-globo-icone-do-rio-de-janeiro-nasceu-em-sao-paulo-e-o-que-mostra-biografia-do-quitute/>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

Em 1965, passados dez anos após a realização do 36º Congresso Eucarístico Internacional e da chegada dos rapazes no Rio de Janeiro, Milton Ponce tinha outro sócio na fabricação dos biscoitos: o português Francisco Torrão. Germano Felipe (seu primo) havia saído da sociedade. Foi no ano de 1965 que o Rio de Janeiro comemorou 400 anos. Cabe registrar que, em abril de 1960, o antigo Distrito Federal assumiu a condição de estado da Federação, com o nome de Estado da Guanabara, passando a ser administrado por governadores, fazendo com que o Estado da Guanabara tivesse simultaneamente o perfil de cidade-estado e de cidade-capital⁴¹². Ou seja: o Estado da Guanabara já nasceu com praticamente quatro séculos, como explica Mesquita (2014, p. 87-88):

Na condição de cidade-estado, a Guanabara nasceu quase quatrocentona, pois no ano em que se comemorava o quarto centenário da cidade, o Estado completava apenas cinco anos de existência. Criada pela Lei San Tiago Dantas em 12 de abril de 1960, a Guanabara já surgiu com a marca de cidade-capital – assim definida pelo caráter pedagógico de modelar comportamentos e inculcar valores associados a um projeto de nação – e predestinada a ser cosmopolita, na medida em que a cidade que lhe deu origem foi sucessivamente sede da capitania do Rio de Janeiro; capital do Brasil colônia (1763-1808); Corte do Reino de Portugal (1808-1816); capital do Brasil imperial (1822-1889); e sede do Brasil republicano (1889-1960).

A condição de cidade-estado perdurou até março de 1975, quando houve a fusão entre os estados do Rio de Janeiro e da Guanabara, enquanto a cidade do Rio de Janeiro, como capital do novo estado, ganhou status de município, voltando a ser administrada por prefeitos. Se para alguns essa medida era mais um indício da perda de prestígio do Rio no cenário nacional (iniciada com a transferência da capital federal para Brasília), para outros, a fusão seria o ponto de partida para uma nova fase de desenvolvimento econômico e social⁴¹³.

Retornando ao ano de 1965, vale frisar que, em decorrência das comemorações do IV Centenário da cidade, o Rio de Janeiro viveu um tempo ímpar de transbordamento de memória (MESQUITA, 2014). E em meio a esse momento de expressão cultural e de reafirmação da identidade do Rio de Janeiro, os irmãos Ponce finalmente tinham começado a prosperar com a venda das rosquinhas de polvilho dez anos após o início da sua fabricação no bairro de Botafogo. Jaime (o irmão que estava servindo ao Exército quando Milton e João foram para São Paulo ainda crianças) também viera para o Rio. Na ocasião, os rapazes demonstravam o desejo de adquirir uma panificação falida localizada no centro da cidade do

⁴¹² Disponível em: <<http://multirio.rio.rj.gov.br/index.php/estude/historia-do-brasil/rio-de-janeiro/71-um-rio-de-muitos-janeiros/3365-a-fusao-do-estado-da-guanabara-ao-estado-do-rio-de-janeiro>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

⁴¹³ Disponível em: <<http://www.multirio.rj.gov.br/index.php/assista/tv/8089-fus%C3%A3o-da-guanabara>>. 7 jan. 2021.

Rio de Janeiro. Porém, João começou a trabalhar em outra empresa, e ficou com receio de ingressar no negócio. Mas ainda no ano de 1965, Milton arrumou outro sócio para substituir João. E adquiriu a Panificação Mandarino (razão social do Biscoito Globo até hoje), juntamente com o irmão Jaime e o português Francisco Torrão.

Na época, os cariocas já degustavam o petisco de polvilho em vários locais, e “os biscoitos, que faziam sucesso nas praias, eram agora conhecidos em toda a cidade” (MANIER, 2017, p. 63). Todavia, um problema persistia. O produto ainda se chamava “Biscoitos Felipe”, e era reconhecido como os “biscoitos paulistas”. Desse modo, era necessário criar um nome para a marca que tivesse identificação com os cariocas. O nome de marca é uma escolha de importância fundamental, porque muitas vezes captura o tema central ou as associações-chave de um produto de maneira direta, ficando intimamente vinculado ao produto na mente dos consumidores (KELLER; MACHADO, 2006).

Como os irmãos Ponce trouxeram as rosquinhas de polvilho para o Rio de Janeiro em 1955, “com excelente receptividade por parte do povo, o ideal seria um nome que os identificasse como cariocas: Biscoito Copacabana pareceu uma ótima solução” (MANIER, 2017, p. 64). Mas a ideia não seguiu adiante, pois uma confeitaria da cidade serrana de Petrópolis (RJ) já era detentora da marca. Como o nome de fantasia da panificadora que havia adquirido era “Padaria Globo”, Milton Ponce não titubeou: batizou o polvilho de Biscoito Globo.

E ao chegar ao século XXI, a “dupla mate e biscoito de polvilho” é percebida como “a mais carioca possível”, uma vez que ao passear pelas praias do Rio, não há quem não reconheça os vendedores desses produtos, cada um com seu jeito próprio de atrair a freguesia.⁴¹⁴ Vale destacar que nas praias cariocas:

A variedade de produtos vendidos é enorme: água mineral, água de coco, refrigerantes, cerveja, mate, refrescos, sucos, batidas, sanduíches, biscoitos, empadas, pastéis, queijo coalho na brasa, camarão frito, churrasquinho, frutas, ostras, cuscuz, bijuterias, artesanato, cosméticos [...], roupas (cangas, batas, saias, vestidos, chapéus e bonés, óculos, bolsas, redes, mantas, brinquedos...) (CORRÊA, 2009, p. 152).

Em relação à venda de produtos como o camarão frito, destaca-se aqui a proibição do Guarda Municipal do Rio de Janeiro referente à venda de alimentos perecíveis, conforme explicado a seguir:

⁴¹⁴ Disponível em: <<http://www.multirio.rj.gov.br/index.php/leia/reportagens-artigos/reportagens/913-patrimonio-imaterial-carioca-vendedores-de-mate-e-biscoito-de-polvilho>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

A fiscalização do Código de Posturas Municipal também faz parte da rotina do Grupamento Especial de Praia e Marítimo, que atua com o foco na orientação de banhistas sobre a proibição da presença de cães na areia, acampamentos, churrasqueira, botijão de gás, fogareiro, tochas, garrafas de vidro, venda de alimentos perecíveis, como camarão frito e queijo coalho, entre outros⁴¹⁵.

A regra é extensiva às práticas esportivas como o altinho e o frescobol (já abordados no subcapítulo “Carioquice e moda praia”), que também são proibidas no espelho d’água das 8h às 17h. Além das ocorrências mencionadas acima, o GEP (Grupamento Especial de Praia)⁴¹⁶ também busca oferecer auxílio em situações que envolvam crianças perdidas, afogamentos, animais silvestres feridos, furtos e roubos⁴¹⁷.

Alheios às ações do Grupamento Especial de Praia, ainda é possível ver alguns ambulantes exibindo seus fogareiros de queijo coalho e espetinhos de camarão regados a limão pelas areias das praias cariocas. Mas apesar da farta oferta de produtos, a “dupla mate e biscoito de polvilho” possui local de destaque junto aos frequentadores das praias cariocas. E para compor a dupla, existe outra bebida: a limonada. Juntamente com o mate, a limonada é vendida em galões pelos ambulantes por toda a extensão da orla carioca para acompanhar os biscoitos de polvilho. O recipiente utilizado pelos vendedores de mate e limonada nas praias cariocas também acaba gerando outro segmento de negócios: a venda dos galões. Produzidos em metalúrgicas, são vendidos por um preço que girava em torno de R\$ 2,5 mil e R\$ 3 mil em 2018, o que acabou resultando em outro mercado: o de aluguel de galões (principalmente durante o verão)⁴¹⁸. Quando cheios de mate e de limonada, ambos os galões pesam mais de 20 kg (totalizando em média 50 kg)⁴¹⁹. Em reportagem realizada pela BBC News Brasil, Fabiano Souza (vendedor ambulante de mate, limonada e biscoito de polvilho) relatou ao ser entrevistado:

⁴¹⁵ Disponível em: <<http://www.rio.rj.gov.br/web/gmrio/exibeconteudo?article-id=848165>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

⁴¹⁶ O Grupamento Especial de Praia (GEP) foi criado pela Guarda Municipal do Rio de Janeiro com a missão de patrulhar as praias da Zona Sul e da Zona Oeste, desenvolvendo ações de assistência a banhistas e frequentadores em geral.

⁴¹⁷ Disponível em: <<http://prefeitura.rio/web/gmrio/especial-de-praia>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

⁴¹⁸ Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-42643527>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

⁴¹⁹ Disponível em: <<https://www.terra.com.br/economia/a-rotina-dos-vendedores-de-mate-nas-praias-do-rio-sob-calor-de-40-e-com-50-kg-nas-costas.28f235176bac1c6a061d8fde5563c3b2lr84m0ba.html>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

Não é todo mundo que tem dinheiro para comprar o par. Aí tem pessoas que compram quatro ou cinco pares de galão e colocam pessoas para trabalhar para eles na praia. Eles mesmos não trabalham. Dão o material, o galão, e aí o que o cara fizer no dia, eles racham⁴²⁰.

Elemento potente no imaginário carioca, “a saudade do mate refrescante bebido na areia quente” foi citada pelos entrevistados como uma das ausências mais sentidas no cotidiano da cidade, segundo pesquisa realizada pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-RJ) em abril de 2020, um mês após a chegada da pandemia no Brasil, que trouxe a adoção de medidas restritivas sobre a permanência nas praias da cidade do Rio de Janeiro – e a necessidade de isolamento social⁴²¹.

Em setembro de 2020, quando a prefeitura do Rio de Janeiro adotou medidas de flexibilização no combate à covid-19 que permitiram frequentar as praias com a permanência na areia, muitos ambulantes sentiram a queda drástica nas vendas. Em reportagem publicada pelo portal de notícias UOL no mês acima, Márcio Silva do Nascimento, vendedor ambulante, explicou:

Tenho que correr para vender mate e biscoito. Antes, eu chegava a fazer R\$ 120 das 9h às 16h. Agora, quando a praia tá boa, consigo uns R\$ 40. Fico mais aqui no Arpoador, vendendo para a rapaziada do surf. Fiz a minha clientela por aqui. Tá liberado para o ambulante, mas proibiram as pessoas de sentar na areia. Daqui a pouco, a Guarda Municipal aparece e manda todo mundo sair da praia. Depois do expediente, dou um mergulho. Para tirar o olho grande e dar uma relaxada.⁴²²

Em suma: como a pandemia de covid-19 completou um ano em março de 2021, as medidas para conter o coronavírus fizeram com que muitos ambulantes tivessem muita dificuldade para garantir o próprio sustento (mesmo nos períodos de flexibilização), inclusive devido à burocracia para obtenção do auxílio dos governos federal e municipal. Edson do Amaral, popularmente conhecido como Dinho, é outro exemplo. Vendedor de mate e de limão nos Postos 11 e 12 da praia do Leblon desde 2008, Dinho se viu sem meios para garantir a sobrevivência em 2021. Foi quando decidiu entregar a dupla mate e limão na casa dos clientes, gritando o bordão “O geladão voltou!” pelas ruas, vendendo o litro de cada uma das bebidas pelo mesmo preço: R\$ 17,00. Em reportagem publicada pela revista Veja Rio em março de 2021, Dinho explicou: “Foi uma alternativa para me manter na ativa e, ao mesmo

⁴²⁰ Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-42643527>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

⁴²¹ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/abraco-serveja-som-do-mar-na-quarentena-do-que-carioca-sente-mais-saudade-1-24398274>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

⁴²² Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/reportagens-especiais/praias-cariocas-pos-quarentena.htm>>. Acesso em: 1 abr. 2021.

tempo, colocar o arroz com feijão na mesa. Graças a Deus tem dado certo. Marketing é tudo. E o biscoito Globo sai de brinde”⁴²³.

Voltando a analisar a importância da bebida mate com limão nas praias cariocas, é interessante observar que, no Rio de Janeiro do século XIX, a limonada já era “muito requisitada e vendida pelas negras de ganho” (PRIORE, 2016, p. 267). E no ano de 2015, a limonada foi “gourmetizada” por alguns ambulantes nas praias cariocas, conforme publicado na coluna “Gente Boa” (jornal O Globo): “Gourmetizaram a limonada da praia. O bom e velho limão, companheiro do mate, estava sendo anunciado nas areias de Ipanema como ‘limonada suíça’ por um vendedor da bebida em galão”⁴²⁴. Cabe registrar que o conceito de gourmetização deve ser entendido aqui como o processo intencional de sofisticação e exclusividade de um produto, uma forma de diferenciar o que é preparado de modo tradicional, relacionando um produto com a ideia de requinte (PALMIERI JUNIOR, 2017).

Com ou sem “gourmetização”, a limonada chegou ao século XXI como uma bebida tradicional na orla carioca. Desse modo, “o trio biscoito de polvilho + mate + limonada de galão” faz parte da cultura carioca, na qual as praias podem ser vistas como “lugares de invenção de modas e de divulgação de modos de vida alternativos” (GONTIJO, 2002, p. 54).

Ou seja:

Quem passou por alguma praia do Rio de Janeiro no verão provavelmente ouviu o grito: “Ó o Mate! Ó o limão! Limonada, Mate!” ou alguma outra das muitas variações existentes. Por trás dos gritos estão homens de todas as idades, vestidos num uniforme laranja com dois galões nos ombros e um saco do famoso biscoito de polvilho Globo nas mãos⁴²⁵.

O mate é uma bebida ligada ao imaginário da cidade para os nascidos e não nascidos no Rio de Janeiro. Paraibana do município de Patos, a produtora cultural Kellys⁴²⁶ mora na cidade desde 2009. Quando a indaguei sobre o que ela associava à “carioquice”, Kellys me respondeu espontaneamente: “Chá mate. É muito carioca! Copacabana também, que eu acho

⁴²³ Disponível em: <<https://vejario.abril.com.br/comer-e-beber/dinho-vendedor-mate-leblon-delivery/>>. Acesso em: 1 abr. 2021.

⁴²⁴ Disponível em: <<https://blogs.oglobo.globo.com/gente-boa/post/gourmetizacao-limao-do-mate-e-vendido-como-limonada-suica-na-praia-de-ipanema.html>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

⁴²⁵ Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-42643527>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

⁴²⁶ O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade da entrevistada seja preservada.

incrível. Mas o que me remete mesmo é o mate. Parece que quem não gosta de mate, bom sujeito não é”⁴²⁷.

Bia Y⁴²⁸, estudante universitária LGBT, nascida no Rio e moradora da capital paulista desde 2020, me explicou que “Copacabana para ela não fede e nem cheira”⁴²⁹. Contudo, ao relatar o que pensa sobre a vida noturna copacabanense, a opinião da entrevistada mudou – e se transformou em elogios à noturnidade do bairro, como será tratado mais adiante. Mas se Bia Y e Kellys divergem acerca do imaginário de Copacabana, o mate é uma unanimidade para ambas quando se trata da “carioquice”. De acordo com Bia Y: “Eu acho que carioquice é uma ação do traço de personalidade que você tem. Eu acho que é o mate na praia. Eu sei que pode ser elitista, porque são várias carioquices. Mas mate é muito carioca”⁴³⁰.

Cabe recordar que os tradicionais ambulantes da bebida passaram por outro período difícil no final de 2009, quando a prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro proibiu a venda de mate e de limonada em galões nas praias cariocas, alegando “questões relativas à higiene dos produtos”⁴³¹. Tal proibição causou comoção e alvoroço junto à população; e frequentadores das praias chegaram a fazer abaixo-assinado pela volta da tradição da cidade⁴³². E através das redes de colaboração, nota-se aqui a articulação de alianças, oriundas dos processos de interação entre atores submetidos a variadas condições de dificuldade, caracterizada aqui como

a condição politicamente induzida de vulnerabilidade e exposição maximizadas de populações expostas à violência arbitrária do Estado, à violência urbana ou doméstica, ou a outras formas de violência não representadas pelo Estado, mas contra quais os instrumentos judiciais do Estado não proporcionam proteção e reparação suficientes (BUTLER, 2018, p. 41).

Com a proibição da venda de mate e de limonada em galão, os ambulantes passaram a trabalhar clandestinamente nas praias, e contavam com o auxílio dos banhistas para fugir dos

⁴²⁷ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Kellys à autora da tese, realizada no dia 1º de abril de 2021.

⁴²⁸ O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade da entrevistada seja preservada.

⁴²⁹ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Bia Y à autora da tese, realizada no dia 18 de abril de 2021.

⁴³⁰ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Bia Y à autora da tese, realizada no dia 18 de abril de 2021.

⁴³¹ Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2012/03/vendedores-de-mate-na-praia-agora-sao-patrimonio-do-rio-diz-paes.html>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

⁴³² Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-42643527>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

agentes da Guarda Municipal – conforme relatou o ambulante Fabiano Souza (em reportagem da BBC News Brasil).

Nessa época, viramos fora da lei. Era um corre para lá e para cá. A gente ficava de rabinho de olho para ver quando vinham os guardas municipais. Muitos amigos perderam galão nessa época, eles confiscavam. O pessoal nos ajudava, mandava a gente se esconder e colocava a canga em cima. Se voltamos a trabalhar, foi por causa da população, que protestou⁴³³.

Após a repercussão negativa, o governo municipal voltou atrás, e liberou os vendedores ambulantes de mate e de limonada em galão. E no dia 2 de março de 2012 (pouco mais de anos após a polêmica proibição), o então prefeito Eduardo Paes declarou os vendedores ambulantes de mate, limonada e de biscoito de polvilho das praias cariocas patrimônio cultural e imaterial da cidade do Rio de Janeiro via decreto n.º 35179/2012, conforme detalhes a seguir:

O Prefeito da Cidade do Rio de Janeiro, no desempenho de suas atribuições legais, e considerando a importância das praias na paisagem da Cidade do Rio de Janeiro como símbolo carioca e parte integrante do imaginário nacional e internacional; considerando a apropriação das praias pelos cariocas, espaço democrático de interação social onde se desenvolvem várias práticas e atividades culturais e esportivas; considerando que o vendedor ambulante destes produtos nas praias é um personagem marcante e tradicional e se tornou referência nas praias cariocas, sendo elemento importante desta paisagem cultural; considerando a necessidade de se preservar a memória da cultura carioca, através do registro de seus bens de natureza imaterial; [...] decreta:

Art. 1º Fica declarado Patrimônio Cultural Carioca a atividade de vendedor ambulante de mate, limonada e biscoito de polvilho nas praias cariocas, nos termos do §1º do art. 4º do Decreto 23.162, de 21 de julho de 2003.

Art. 2º O órgão executivo municipal de proteção do Patrimônio Cultural inscreverá a atividade de vendedor ambulante de mate, limonada e biscoito de polvilho nas praias cariocas, como bem cultural de natureza imaterial, no Livro de Registro de Atividades e Celebrações⁴³⁴.

Com o decreto, os ambulantes passaram a ter um alvará para comercializar o mate, a limonada e as rosquinhas de polvilho nas praias da orla carioca. Contudo, salienta-se que, mesmo após virarem patrimônio cultural e imaterial, as ambiguidades permanecem. Em meio às confusões simbólicas que eclodem nos espaços urbanos, os diversos ambulantes que circulam pela cidade (incluindo os vendedores de mate e de biscoito Globo) comumente são

⁴³³ Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-42643527>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

⁴³⁴ Disponível em: <<http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4368015/4108330/18DECRETO35179AtividadeVendedorAmbulanteDeMateLimonadaeBiscoitodePolvilho.pdf>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

reprimidos pelo poder municipal, seja nas praias ou nos blocos carnavalescos (BELART, 2021).

No ano de 2012, através de um ato simbólico, o então prefeito Eduardo Paes entregou os quatro primeiros alvarás de liberação do exercício da profissão para os vendedores – e mencionou a importância dos mesmos para a cidade do Rio de Janeiro:

Em 2009, havia uma polêmica de acabar com o mate na praia e vendê-lo apenas se fosse em copinho. Mas há males que vêm para o bem e, agora, esses profissionais são patrimônio da cidade. O grito desses vendedores representa a alma e o espírito do povo carioca que, mesmo sob o sol quente, carregando o galão pesado o dia inteiro, fazem seu trabalho com alegria e energia. Isso é a marca do Rio. Acho que todos que ouvem esse grito lembram dessa cidade, por isso, eles passam agora a ser um ícone⁴³⁵.

E sejam acompanhadas de mate ou de limonada (ou de ambos: mate com limão), as rosquinhas de polvilho seguem como um produto que remete ao imaginário da cidade – assunto a ser tratado a seguir.

3.2.2 O “biscoito” que é um dos sinônimos da “carioquice”: correlações entre o produto, a marca e o imaginário da cidade

No ano de 1965, as comemorações relativas ao quarto centenário do Rio de Janeiro fizeram com que a cidade presenciasse um momento de efervescência cultural. O Rio vivia um momento de explosão criativa; e artistas e intelectuais se movimentaram no sentido de fixar a cidade como capital cultural do país, generalizando os traços cariocas para o resto do Brasil, transformando-os em traços culturais nacionais (conforme exposto no subcapítulo “Carioquice” e moda praia”). Ao evocar simultaneamente o moderno e o contemporâneo, “os centenários e suas celebrações têm uma história, com tempos e espaços que se entrecruzam, conjugando o passado, o presente e o futuro dos lugares materiais e simbólicos de sua existência” (TURAZZI, 2014, p. 10). Na ocasião, o Golden Room⁴³⁶ do Copacabana Palace exibiu o espetáculo “Rio de 400 Janeiros”, musical inspirado pelo quarto centenário de

⁴³⁵Disponível em: <<http://www.rio.rj.gov.br/web/guest/exibeconteudo?id=2617685>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

⁴³⁶“Golden Room” é o nome de um dos salões mais famosos do hotel Copacabana Palace. A origem do nome deve-se à cúpula dourada localizada na parte central do teto do salão.

fundação da cidade (PORTO, 2014). As comemorações dos quatrocentos anos do Rio de Janeiro foram marcadas por um cenário onde o passado da cidade, seus marcos fundadores e mitos de origem estiveram na ordem do dia (MESQUITA, 2014).

Nesse contexto, vale destacar que um dos traços marcantes da “carioquice” é o sotaque. Chamado de “carioquêx”, o modo de falar do carioca força o chiado da letra “s”, bem como “arranha da garganta” ao pronunciar o “r” – e também troca a letra “e” pela “i” (exemplo: no Rio, a palavra “esquerda” vira “ixquerrrrda”)⁴³⁷. É interessante observar que o chiado presente no sotaque carioca (que faz com que a letra s tenha o som da letra x) surgiu em virtude de a população da cidade ter sido composta por quase um terço de portugueses⁴³⁸. Vale ressaltar que, para fugir do Bloqueio Continental decretado por Napoleão Bonaparte, a Corte Portuguesa se transferiu para o Rio de Janeiro no ano de 1808 (ABREU, 2000). E até inícios do século XX:

Os imigrantes portugueses representavam o maior contingente de estrangeiros em duas cidades brasileiras: Rio de Janeiro e São Paulo. Em 1890, a população do Rio de Janeiro era de 522.651, incluindo 106.461 portugueses, a maioria esmagadora dos 155.202 residentes nascidos no exterior (LESSER, 2015, p. 148).

Partindo da discussão acerca do sotaque carioca, a palavra “biscoito” em “carioquêx”⁴³⁹ costuma ser pronunciada do seguinte modo: “bixcoito”. Mas ser carioca é realmente algo que ultrapassa o “carioquêx”, conforme apontou o estudante universitário Rafael, residente em Copacabana. Em entrevista cedida a mim em março de 2021, Rafael⁴⁴⁰, 24 anos, explicou:

Me sinto carioca porque é algo da vida, da rotina, do jeito de viver. Meus pais são cariocas. Sou carioca da gema. Mate na praia, beck em Ipanema, cervejinha no churrasco, Maracanã para ver o Mengão. Vivência carioca vai além de um sotaque e do lugar de nascença⁴⁴¹.

Retomando a análise do Biscoito Globo como tema do presente subcapítulo, pode-se destacar a simplicidade da sua receita, que é composta por apenas quatro itens: polvilho,

⁴³⁷ Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2016/08/06/cultura/1470502556_718385.html>. Acesso em: 7 jan. 2021.

⁴³⁸ Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/livrariadafolha/2013/06/1288985-portugueses-deixaram-sotaque-carioca-como-heranca-diz-livro.shtml>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

⁴³⁹ Carioquês (ou “carioquêx”) é a palavra popularmente utilizada para definir as gírias e o sotaque dos cariocas.

⁴⁴⁰ Rafael nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

⁴⁴¹ Informação extraída de entrevista concedida por Rafael à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 26 de março de 2021.

gordura, leite e ovos. Tais ingredientes permanecem os mesmos desde o início da produção da rosquinha na cidade de São Paulo durante a década de 1950. Visando facilitar o crescimento da massa, a receita costuma ganhar apenas um pouco mais de gordura, leite, sal ou açúcar (MANIER, 2017). Ou seja, a singularidade do Biscoito Globo não está atrelada ao fato de sucumbir de tempos em tempos às exigências de inovação do produto, como rezam as cartilhas de marketing.

Uma das acepções do conceito de marca diz respeito à combinação de vários elementos que deverá ser capaz de torná-la singular. Para enriquecer a presente análise, faz-se necessário entender o conceito de branding, que “pode ser definido, então, como o conjunto das tarefas de marketing – incluindo suas ferramentas de comunicação – destinadas a otimizar a gestão das marcas” (SAMPAIO, 2003, p. 49). Keller e Machado (2006) ressaltam que os sentimentos sobre uma marca podem ser entendidos como as respostas e as reações emocionais causadas pela mesma. Ainda segundo os autores (2006), as emoções despertadas por uma marca poderão ficar fortemente associadas à mesma, continuando acessíveis durante o contato com o produto/a organização.

Apesar da simplicidade que caracteriza a gestão da Panificação Mandarinino⁴⁴² (cujas práticas organizacionais não contemplam grandes investimentos em publicidade e comunicação de marketing), o Biscoito Globo e demais itens com a sua respectiva marca remetem espontaneamente ao imaginário carioca, suscitando nas pessoas a alma do Rio de Janeiro (incluindo as suas praias). Para Legros *et al.* (2007), as imagens e visões ordenam as significações que nos reportam não ao racional (ou irracional), mas ao imaginário. Tecido conjuntivo entre as disciplinas, o imaginário é o reflexo que acrescenta significados ao banal significante (DURAND, 1998). E em se tratando do imaginário carioca, o mesmo vai além da delimitação geográfica – assunto detalhado no primeiro capítulo da tese. Para Santos e Veloso (2009, p. 97):

o imaginário carioca não se constrói pela geografia, e sim por outras características. [...] Já que o que remete à identificação e ao orgulho são as características de personalidade atribuídas ao povo e à cidade – o jeito despojado, a abertura, etc. – procede-se a uma personificação do espaço: o Rio de Janeiro não é aquele espaço físico assim demarcado nos mapas: é todo o espaço imaginado ao qual se atribuem aquelas características de personalidade; e o carioca não é quem vive naquela delimitação geográfica, mas sim todo aquele que, mesmo vivendo nos arredores daquele espaço físico, compartilha aquele imaginário.

⁴⁴² Conforme explicado em 3.2.1, Panificação Mandarinino é a razão social da empresa que fabrica o Biscoito Globo.

E tanto o produto Biscoito Globo quanto a identidade visual da marca (exibida em diversos bens de consumo, como: bolsas, cangas, camisetas, etc.) tornaram-se presença constante nas praias e em demais locais da cidade, fazendo parte da personalidade do Rio de Janeiro. Portadores de significado, “os bens de consumo definitivamente não são meras mensagens; eles constituem o próprio sistema. Tire-os da interação humana, e você desmantela tudo” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2004, p. 120).

Lipovetsky e Roux (2005) apontam que a imagem de uma marca corresponde ao conjunto das associações estocadas na memória do indivíduo. Rede complexa de atividades, a memória deve ser vista partindo da pluralidade de funções interrelacionadas (JEDLOWSKI, 2005). No ano de 2016, a polêmica se instaurou no Rio de Janeiro quando um repórter americano do The New York Times criticou o sabor do Biscoito Globo, como será abordado adiante. Afinal de contas, “mexer com o Biscoito Globo é mexer com o imaginário de uma cidade”. Cabe lembrar que o imaginário tem algo de imponderável, uma vez que é o estado de espírito que caracteriza um povo (MAFFESOLI, 2001b).

Todavia, antes de ser surpreendida pela pandemia de coronavírus, a Panificação Mandarinó parecia andar na contramão quando o assunto é branding e demais elementos planejados deliberadamente para o fortalecimento da imagem da marca do Biscoito Globo. A empresa nunca teve como prática investir em grandes campanhas publicitárias, e chegou até a recusar ofertas de abertura de franquias em outros estados do Brasil⁴⁴³. Outro ponto a ser ressaltado é que o produto chegou ao ano de 2021 sem jamais ter mudado a identidade visual da embalagem, que possui o mesmo bonequinho desde 1965 (MANIER, 2017). E até o início do ano de 2020 (antes da pandemia), a marca possuía duas páginas no Facebook: “RRM Distribuição - Biscoito Globo”⁴⁴⁴ e “Biscoito Globo”⁴⁴⁵. Em maio de 2019 (antes do processo de Defesa de Qualificação da tese), após pesquisa realizada por mim na rede social supracitada, observei que as últimas postagens feitas pela marca em ambas as *fan pages*⁴⁴⁶ aconteceram respectivamente nos anos de 2016 e 2015. Ou seja, as páginas não eram atualizadas, e tampouco “alimentadas” com conteúdo de modo frequente.

⁴⁴³ Disponível em: <<http://super.abril.com.br/saude/biscoito-de-polvilho-conheca-mais-sobre-o-petisco-mais-praiano-do-brasil/>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

⁴⁴⁴ Após consulta realizada em janeiro de 2021, verifiquei que a página RRM Distribuição foi removida. Disponível em: <<https://www.facebook.com/biscoitogloborj>>. Acesso em: 6 jan. 2021.

⁴⁴⁵ Disponível em: <https://www.facebook.com/biscoito-globo-138495045007/?epa=SEARCH_BOX>. Acesso em: 6 jan. 2021.

⁴⁴⁶ *Fan page* é uma página no Facebook criada especialmente para empresas, marcas, produtos, serviços, etc.

No final de março de 2020, logo após o início da pandemia de coronavírus, a Panificação Mandarinino teve que suspender a produção do Biscoito Globo, e chegou a fechar temporariamente a fábrica no centro da cidade do Rio de Janeiro. Com as medidas decretadas pela prefeitura devido à pandemia, exigindo restrições quanto ao funcionamento do comércio, das escolas e também quanto à permanência nas praias cariocas, as vendas da rosquinha de polvilho despencaram, fazendo com que a produção diária de cerca de cinco mil unidades do biscoito fosse interrompida⁴⁴⁷. Em entrevista publicada pelo jornal O Globo no dia 30 de abril de 2020, Marcelo Ponce (filho do fundador Milton Ponce e um dos proprietários da Panificação Mandarinino) declarou:

É a primeira vez que fechamos a empresa. A fábrica está fechada hoje, sem atendimento ao cliente. Quando há um pedido de algum cliente, produzimos de forma específica. Chamamos dois ou três funcionários e produzimos rapidamente. As praias estão vazias, assim como as trezentas cantinas de escolas e as duzentas lojas de biscoitos que vendemos. Não há o que fazer⁴⁴⁸.

Mas as dificuldades trazidas pela pandemia não atingiram apenas a fabricante do Biscoito Globo: os ambulantes foram ainda mais duramente afetados. A presença dos ambulantes nas ruas desde os primórdios da cidade do Rio de Janeiro possui “uma relação direta com os problemas sociais brasileiros e precarizações. Mas acima de tudo, provocam um intenso e vibrante modo de ser, que acabou fortalecendo a cultura de rua carioca” (BELART, 2021, p. 91). Atores importantes na comercialização da rosquinha desde que a mesma surgiu na capital paulista na década de 50, os ambulantes que vendem o biscoito no Rio de Janeiro (especialmente os das praias cariocas) nos remetem à ambiência do lugar com os seus gritos de “Olha o Globo! Olha o mate!”, pois os “lugares particulares e um certo número de componentes urbanos se tornam traços distintivos da experiência vivida, onde cada um estabelece uma relação espacial e espiritual singular” (LA ROCCA, 2018, p. 125). E com a chegada do coronavírus, muitas pessoas que tinham a venda da rosquinha como principal sustento ficaram sem alternativas, conforme relatou Marcelo Ponce na mesma entrevista (em abril de 2020): “Hoje, 60% das vendas são os biscoitos com embalagem de papel, vendidos

⁴⁴⁷ Disponível em: <<https://vejario.abril.com.br/beira-mar/coronavirus-biscoito-globo-fecha-fabrica/>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

⁴⁴⁸ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/icone-da-cultura-do-rio-biscoitos-globo-suspende-producao-pela-primeira-vez-24404151>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

nas praias pelos ambulantes, que agora estão sem emprego e em situação bem crítica”⁴⁴⁹. Mas em meio ao negacionismo, a falta de empatia e a indiferença de muitos em relação ao coronavírus e ao seu poder de destruição, é interessante observar que “uma coisa é certa, sentimos mais do que nunca que só vivemos, e só viveremos no futuro, fomentando formas de ligação mais solidárias. Dependemos, agora mais do que nunca, de solidariedade” (LEMOS, 2020b, p. 1).

Ao ver a dificuldade do Biscoito Globo e dos tradicionais ambulantes que comercializam o produto para se manter durante a pandemia, a Ambev/Companhia de Bebidas das Américas não titubeou – e decidiu estender a mão para ajudar⁴⁵⁰. Em uma ação que aliou Relações Públicas, Marketing, Branding e outras ferramentas que integram o escopo da comunicação organizacional, a Ambev comprou quinze mil unidades do Biscoito Globo e distribuiu nos pontos de venda do aplicativo Zé Delivery⁴⁵¹, que passou a vender o combo “Coisa Boa”⁴⁵² (Figura 13), composto de três pacotes da rosquinha de polvilho e um *pack*⁴⁵³ de seis unidades da cerveja Antartica 350 ml⁴⁵⁴.

⁴⁴⁹ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/icone-da-cultura-do-rio-biscoitos-globo-suspende-producao-pela-primeira-vez-24404151>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

⁴⁵⁰ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/parceria-com-ambev-vai-permitir-venda-do-biscoito-globo-na-internet-com-cerveja-1-24445152>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

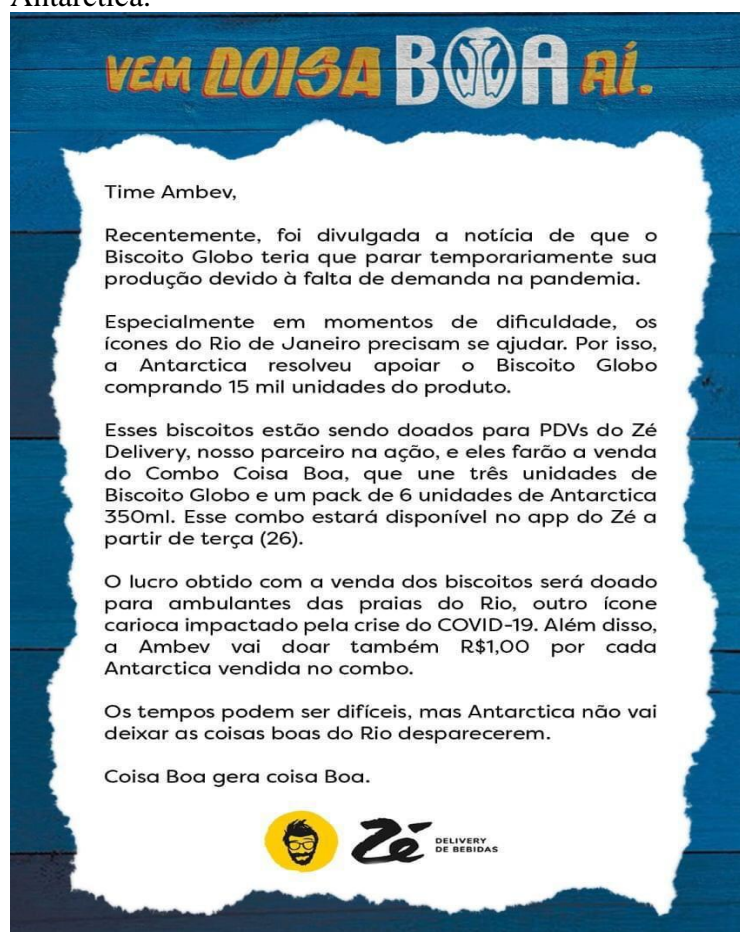
⁴⁵¹ O Zé Delivery é um aplicativo especializado em entregas de bebidas. Foi criado em 2016 pela Ambev.

⁴⁵² “B.O.A.” é o adjetivo utilizado como *slogan* pela marca de cerveja Antartica, cujo significado é: “Bebedores Oficiais de Antartica”.

⁴⁵³ *Pack* é um termo usado como sinônimo de embalagem em marketing de varejo.

⁴⁵⁴ Disponível em: <<https://vejario.abril.com.br/blog/luciana-brafman/resgate-biscoito-globo-pandemia/>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

Figura 13 - “Combo Coisa Boa”: Biscoito Globo e Antarctica.



Time Ambev,

Recentemente, foi divulgada a notícia de que o Biscoito Globo teria que parar temporariamente sua produção devido à falta de demanda na pandemia.


Especialmente em momentos de dificuldade, os ícones do Rio de Janeiro precisam se ajudar. Por isso, a Antarctica resolveu apoiar o Biscoito Globo comprando 15 mil unidades do produto.

Esses biscoitos estão sendo doados para PDVs do Zé Delivery, nosso parceiro na ação, e eles farão a venda do Combo Coisa Boa, que une três unidades de Biscoito Globo e um pack de 6 unidades de Antarctica 350ml. Esse combo estará disponível no app do Zé a partir de terça (26).

O lucro obtido com a venda dos biscoitos será doado para ambulantes das praias do Rio, outro ícone carioca impactado pela crise do COVID-19. Além disso, a Ambev vai doar também R\$1,00 por cada Antarctica vendida no combo.

Os tempos podem ser difíceis, mas Antarctica não vai deixar as coisas boas do Rio desaparecerem.

Coisa Boa gera coisa Boa.

 **Zé** DELIVERY DE BEBIDAS

Fonte: AMBEV.

O “Coisa Boa” passou a ser oferecido no aplicativo Zé Delivery no dia 26 de maio de 2020, e 100% dos lucros com a venda do Biscoito Globo foram doados para os ambulantes das praias cariocas⁴⁵⁵. Complementando a ação, cada R\$ 1,00 referente à venda das unidades de cerveja Antarctica do combo também foram destinados aos ambulantes. Os valores foram transferidos via Ame Digital⁴⁵⁶, uma vez que a Ame possui o cadastro dos ambulantes autônomos das praias cariocas (que desde janeiro de 2020 realizavam vendas pelo aplicativo)⁴⁵⁷.

⁴⁵⁵Disponível em: <<https://vejario.abril.com.br/blog/luciana-brafman/resgate-biscoito-globo-pandemia/>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

⁴⁵⁶ O Ame Digital é uma carteira digital na qual o consumidor consegue pagar compras nas lojas parceiras usando cartão de crédito, cobrar e pagar contas via QR Code, além de receber *cashback* (dinheiro de volta) nas compras pagas pelo aplicativo.

⁴⁵⁷ Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2020/05/25/antarctica-reverte-venda-do-biscoito-globo-para-ambulantes.html>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

Em virtude da crise provocada pela pandemia, o Biscoito Globo permaneceu ainda mais na contramão das marcas que investem ostensivamente em publicidade. Porém, as notícias relativas à drástica redução na produção das rosquinhas de polvilho (e também ao fechamento temporário da fábrica pela primeira vez em 65 anos) geraram bastante repercussão junto à mídia e à opinião pública, exigindo que a marca se tornasse mais presente nas suas páginas nas redes sociais Instagram e Facebook a partir de abril de 2020. Contudo, é importante frisar que, de modo geral, a Panificação Mandarinão não possui maiores preocupações com a adoção de estratégias e táticas de comunicação de marketing mais caras e sofisticadas em relação à marca Biscoito Globo, conforme aponta Manier (2017, p. 103):

Não é só a ausência de propaganda da empresa, contudo, que intriga os profissionais de marketing, assim como não são só os profissionais de marketing que ficam intrigados com o tamanho do sucesso de uma empresa que infringe todas as leis de comunicação. Outro ponto que se mantém alvo de discussão em relação ao Biscoito Globo é a sua embalagem.

No mês de março de 2020, o Biscoito Globo passou a utilizar somente uma *fanpage* no Facebook⁴⁵⁸, e mensagens com o objetivo de alavancar as vendas do produto começaram a ser veiculadas na rede social, tendo como abordagem a pandemia e seu impacto no cotidiano da cidade e das pessoas. E desde o segundo semestre de 2020, a *fanpage* supracitada começou a exibir *banners*⁴⁵⁹ para divulgar a venda do Biscoito Globo via *delivery*, para que o mesmo fosse degustado em casa, visando atingir o consumidor final do produto (inclusive com menções ao trabalho *home office*). Lembrando que, entre os que puderam trabalhar em casa de modo remoto para evitar a propagação da covid-19, o *home office* é pura ficção, já que na prática o que ocorre é a conversão da casa em *office home* (BEIGUELMAN, 2020).

Voltando às ações do Biscoito Globo no Facebook para estimular as vendas do produto após a chegada da pandemia, observou-se que na *fanpage* também podem ser encontrados *banners* com ênfase na captação de estabelecimentos comerciais que tivessem interesse em revender a rosquinha de polvilho, na tentativa de ampliar a oferta do produto para além do consumidor final⁴⁶⁰. E em janeiro de 2021, a *fanpage* exibiu até um *banner* incentivando que o Biscoito Globo fosse consumido em casa “enquanto a vacina não vem”, fazendo menção ao fato da imunização contra o coronavírus na ocasião ainda não ter chegado

⁴⁵⁸ Disponível em: <https://www.facebook.com/biscoitogloboreal/?ref=page_internal>. Acesso em: 6 jan. 2021.

⁴⁵⁹ *Banners* são peças publicitárias criadas para publicação em sites, portais na internet, redes sociais (ou impressas).

⁴⁶⁰ Disponível em: <https://www.facebook.com/biscoitogloboreal/?ref=page_internal>. Acesso em: 7 jan. 2021.

para boa parte da população brasileira. Mas cabe reiterar que, se por um lado, “ficar em casa” passou a ser atitude de muitos brasileiros para evitar o contágio, são os socialmente vulneráveis que mais sofrem com a pandemia de covid-19, e precisam sair de casa em transportes públicos lotados para garantir o próprio sustento (BEIGUELMAN, 2020), como os próprios vendedores ambulantes.

Quanto à presença no Instagram, o Biscoito Globo movimentava apenas um perfil na rede social em questão em junho de 2019⁴⁶¹, estimulando as pessoas a postarem fotos através da mensagem: “Seja destaque no perfil mais Carioca do Instagram. Marque: @biscoitoglorj”⁴⁶². Todavia, foi justamente a partir da repercussão da matéria “Coronavírus: símbolo do Rio, Biscoito Globo fecha sua fábrica na pandemia”⁴⁶³ (publicada pela Veja Rio no dia 30 de abril de 2020) que a marca passou a utilizar o perfil @biscoitogloboreal⁴⁶⁴ no Instagram – e inclusive se pronunciou oficialmente sobre o assunto, conforme a seguir:

Esse é o Instagram oficial da fábrica do Biscoito Globo. Não fechamos de vez. Reduzimos a produção devido à quarentena. O título da reportagem que foi capcioso. Lendo toda matéria, pode-se interpretar isso. Todos os nossos funcionários se mantêm empregados, recebendo seus salários. Sabemos que se trata de uma crise, a quarentena é séria e salva vidas. Por isso reduzimos a produção. Ao fim da quarentena, voltamos a funcionar a plena normalidade⁴⁶⁵.

Para finalizar, destaca-se que o Biscoito Globo também possui um site⁴⁶⁶; mas o mesmo não tem menu com organização de páginas e nem atualização de conteúdo. E mesmo com o incremento nas redes sociais do Biscoito Globo em decorrência da pandemia e da polêmica em torno da reportagem da revista Veja Rio, o site da marca ainda permanecia com a mesma apresentação em agosto de 2021 (se comparado ao mês de julho de 2019).

Ao observarmos a embalagem de um produto, vale frisar que a mesma comunica uma parte significativa da identidade de muitas marcas (AAKER, 2007). Nesse contexto, é

⁴⁶¹ Pesquisa realizada antes da tese passar pelo processo de Defesa de Qualificação (que ocorreu em julho de 2019).

⁴⁶² Após consulta realizada em janeiro de 2021, verifiquei que a página mencionada foi removida. Disponível em: <<https://www.instagram.com/biscoitoglorj/>>. Acesso em: 6 jan. 2021.

⁴⁶³ Disponível em: <<https://vejario.abril.com.br/beira-mar/coronavirus-biscoito-globo-fecha-fabrica/>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

⁴⁶⁴ Disponível em: <<https://www.instagram.com/biscoitogloboreal/>>. Acesso em: 6 jan. 2021.

⁴⁶⁵ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B_n1hqGHBwI/>. Acesso em: 7 jan. 2021.

⁴⁶⁶ Disponível em: <<https://www.biscoitoglobo.com.br/>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

interessante observar que o Biscoito Globo sempre foi comercializado em saquinhos de papel; e, posteriormente, adotou também os saquinhos de plástico (para varejistas como padarias, supermercados, bancas de jornais, etc.). Desde o ano de 1963 que a embalagem possui o desenho do bonequinho utilizado como personagem na seção de crítica de cinema do Jornal O Globo, chamada de “O bonequinho viu”⁴⁶⁷. Na época, foram inseridos desenhos de três torres para compor a estampa da embalagem do produto: Eiffel (França), Pisa (Itália) e a de Belém (Portugal). Porém, surgiu um problema referente aos desenhos utilizados na embalagem: era fundamental que o Rio de Janeiro também estivesse representado, e não existe uma torre na cidade (MANIER, 2017). Sendo assim, a solução encontrada foi inserir o desenho do Pão de Açúcar na embalagem do produto. Exuberante como relevo, o Pão de Açúcar “tornou-se um ponto de referência fundamental para a identificação da cidade, por estar localizado na ponta mais extrema, do lado esquerdo da entrada da Baía de Guanabara” (PERROTTA, 2015, p. 172).

Para Keller e Machado (2006), a concepção de uma embalagem engloba as atividades de projeto e a produção de recipientes e rótulos para um produto, ressaltando a identificação da marca. Ainda de acordo com os autores (2006), um dos elementos mais importantes do design de uma embalagem é a sua cor, já que a mesma pode afetar as percepções do consumidor quanto ao produto em si. Os criadores do Biscoito Globo desenvolveram uma embalagem que é “um mal feito que é bem feito e que dá certo” (MANIER, 2017, p. 107), e que soa como espontânea e intuitiva, pois é uma embalagem desenvolvida por quem não é profissional. Quando se trata da famosa rosquinha de polvilho, tais elementos também reforçam a ausência de preocupações em relação à adoção de estratégias e de táticas de marketing na concepção de embalagens. Sejam as de papel ou as de plástico, as embalagens do Biscoito Globo são encontradas apenas em duas cores: verde (para o sabor salgado) e vermelha (para o sabor doce). A escolha pelas cores diferentes serviu para facilitar os ambulantes na hora de distinguir o biscoito doce do salgado, já que muitos eram analfabetos quando o produto chegou ao Rio de Janeiro em 1955⁴⁶⁸. Entretanto, ambas as cores e sabores permanecem até os dias atuais.

Para Aaker (2007), o branding significa dotar produtos e serviços com o poder de uma marca, fazendo com que os mesmos sejam capazes de possuir potencialidades únicas e

⁴⁶⁷ Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI34635-15259,00.html>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

⁴⁶⁸ Disponível em: <<http://super.abril.com.br/saude/biscoito-de-polvilho-conheca-mais-sobre-o-petisco-mais-praiano-do-brasil/>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

exclusivas. Todavia, a preocupação com os diversos usos da marca também não faz parte da gestão da empresa que fabrica a rosquinha. E mesmo com a comercialização dos mais diversos objetos por terceiros exibindo a marca Biscoito Globo, os seus proprietários não cobram pela sua utilização.

São cangas, bolsas, camisetas, chinelos, canecas, bonés, capachos, capas de celular, barracas, cadeiras de praia... estampados com a embalagem dos biscoitos sem que nenhuma confecção, loja ou artesão pague um centavo por isso. Em outras palavras, não há exploração da marca por parte da empresa e nem política de licenciamento. É como se o nome Biscoito Globo fosse de domínio público. E a justificativa também é simples: não há tempo e nem pessoal para agenciar a marca (MANIER, 2017, p. 101-102).

O culto ao corpo bronzeado e à praia, a corporeidade e a preocupação com a saúde física e mental, as invenções de modos de vida alternativos, a criatividade musical, o ciclo festivo do verão, o amor pelo futebol e pelas festas esportivas, o sotaque e as gírias, o apego à cidade, a urbanidade, a violência emotiva e tantos outros elementos escolhidos aleatoriamente compõem o repertório cultural da carioca (GONTIJO, 2002). E embora tenha nascido em São Paulo, o Biscoito Globo compõe a identidade e o estilo de vida carioca. Para Bueno (2008), os estilos de vida tornaram-se uma das primeiras instâncias de construção de identidades na contemporaneidade, afluindo e ganhando visibilidade no interior de um amálgama de práticas culturais. E na contemporaneidade, o significado da identidade diz respeito tanto às pessoas quanto às coisas, podendo ser adotado (e também descartado) como uma troca de roupa (BAUMAN, 1998). O estilo de vida do carioca pode ser percebido através de gestos rotineiros como a maneira de vestir e de comer, embora as rotinas estejam reflexivamente abertas às mudanças à luz da natureza móvel da autoidentidade (GIDDENS, 2002). A cidade vai se transformando, e vive imersa em

um processo contínuo de transformações e de transfigurações dos seus próprios espaços, que mudam de natureza oferecendo a possibilidade de deixar se expressarem livremente o vivido social e a adaptação das situações abertas, onde o espaço é desenvolvido pelas práticas de uso e pelos percursos (LA ROCCA, 2018, p. 125).

E assim experienciamos a cidade, onde o futebol dominical no Maracanã, as rodas de samba regadas a feijoada e caipirinha, as idas à praia para o mergulho no mar podem ser considerados alguns dos vários mecanismos identitários do Rio de Janeiro. Quando se trata de situações ligadas à identidade carioca, o entrevistado André⁴⁶⁹, 53 anos, morador do bairro de

⁴⁶⁹ André nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

Copacabana, me explicou que lembra de: “Feijoada. Praia. Sol. Calor. O pessoal pegando o ônibus cheio com isopor para chegar na praia. Quadras de escolas de samba”⁴⁷⁰.

Em matéria publicada pela revista Food Service News, Quintino Freire, editor-chefe do portal “Diário do Rio”, declarou que:

O biscoito Globo é como um bom queijo, é para entendedores, precisa ser harmonizado. A combinação ideal é com um mate gelado, o lanche oficial do carioca, porque assim você tem um pós-sabor. Brincadeiras à parte, o biscoito de polvilho é simples, não leva muitos ingredientes, como disseram, é para entendidos, é parte da cultura carioca. [...] A culinária carioca não tem medo de experimentar e é uma bela mistura da gastronomia europeia e africana. Há uma dificuldade de mostrar quais são os pratos típicos dos cariocas, mas temos desde o angu do Gomes até o Filé à Oswaldo Aranha⁴⁷¹.

E nessa mescla de culturas que alimenta a culinária carioca, é curioso observar que, apesar de ter sido “batizado” no Rio de Janeiro como angu à baiana, a receita composta por mingau de fubá de milho misturado com miúdos de boi é apontada como um prato criado na cidade, onde o restaurante Angu do Gomes é tido como o mais tradicional no que se refere à iguaria (PORTO; NOVAES, 2019). Feijoada acompanhada da caipirinha, biscoito de polvilho acompanhado do mate, angu do Gomes, dentre outros. No que diz respeito aos hábitos alimentares (seja no cotidiano ou nos momentos de lazer), assim como em outros lugares do Brasil, o jeito de comer dos cariocas é tipicamente seu (SANTOS; VELOSO, 2009), pois o que dá ao lugar sua especificidade é o fato de que este se constrói a partir de uma constelação particular de relações socioculturais, que se encontram e se entrelaçam em um locus (CUNHA *et al.*, 2020).

Em matéria publicada pela BBC News Brasil, Fabiano Souza (que vende biscoito, mate e limonada na praia) declarou: “O mate e o biscoito Globo são como o Cristo Redentor no Rio de Janeiro. Se não beber mate e comer biscoito Globo, é como ir na Disney e não ver o Mickey”⁴⁷². Sendo assim, o mate e a limonada acompanhados do “Bixxxxcoito” Globo fazem parte do cardápio do carioca quando se trata de “belixxxxcar” na praia. Ou até mesmo em casa, ao comprar o mate “com o Biscoito Globo que vem de brinde no *delivery* do ambulante Dinho” (conforme tratado acima), caso a reflexão parta das sequelas da coronavida na cultura urbana (BEIGUELMAN, 2020).

⁴⁷⁰ Informação extraída de entrevista concedida por André à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 29 de março de 2021.

⁴⁷¹ Disponível em: <<https://www.foodserviceneeds.com.br/rio-mostra-tua-culinaria/>>. Acesso em: 30 mar. 2021.

⁴⁷² Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-42643527>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

3.2.3 “O Biscoito Globo é sem gosto!”: a avaliação que irritou os cariocas

O Rio de Janeiro sediou os Jogos Olímpicos no ano de 2016, que aconteceu entre os dias 5 e 21 de agosto. A cidade recebeu 11.238 atletas, e o megaevento teve a participação de 207 países⁴⁷³. Conforme apresentado no subcapítulo “Globo: a história da rosquinha que quase se chamou Biscoito Copacabana”, os megaeventos são incorporados à rotina dos noticiários, e o que faz um evento ser classificado como “mega” é o seu impacto na mídia (FREITAS *et al.*, 2016). Nesse contexto, os megaeventos esportivos:

representam também um complexo de ações, capazes de causar grandes impactos na vida social das cidades que os recebem, em diversos setores. [...] Sendo assim, os megaeventos esportivos extrapolam a simples concepção de serem palco para exposição de delegações esportivas, mas, adquirem a versatilidade de impactarem uma sociedade em diferentes níveis, devido ao envolvimento de uma diversidade de interesses que os perpassam (SCHWARTZ; TAVARES, 2016, p. 136).

Também chamado de “Rio 2016”, os Jogos Olímpicos foram percebidos como uma oportunidade que aceleraria a transformação do Rio de Janeiro em uma cidade global ainda maior⁴⁷⁴. Para Belart (2021), os Jogos Olímpicos 2016, de certo modo, acabaram funcionando como uma justificativa de várias empresas e dos governantes para realizar transformações e gerar dinheiro rápido com a mutação do espaço urbano carioca, com o objetivo de inserir a cidade em um mapa global. Partindo de tal raciocínio, pode-se observar que existe um esforço no sentido de consolidar o Rio de Janeiro como uma cidade globalizada, cujo projeto e respectivas ideias muitas vezes tendem a asfixiar as dinâmicas culturais presentes na mesma (FERNANDES; HERSCHMANN, 2018). Para a tecnocracia municipal, seria “global” a cidade que:

[...] se configurasse como “nó” ou “ponto nodal” entre a economia nacional e o mercado mundial, congregando em seu território um grande número de empresas transnacionais cujas atividades econômicas se concentrassem no setor de serviços especializados e de alta tecnologia em detrimento das atividades industriais (REIS, 2017, p. 116).

Durante a realização dos Jogos Olímpicos 2016, os locais de competição foram agrupados em quatro bairros da cidade do Rio de Janeiro: Barra da Tijuca, Copacabana,

⁴⁷³ Disponível: <<https://www.olympic.org/rio-2016>>. Acesso em: 8 jan. 2021.

⁴⁷⁴ Disponível: <<https://www.olympic.org/rio-2016>>. Acesso em: 8 jan. 2021.

Deodoro e Maracanã. E para sediar as competições esportivas, o bairro de Copacabana contou com os seguintes espaços: Arena de Copacabana (construída temporariamente para os jogos de vôlei de praia) e o Forte de Copacabana⁴⁷⁵. No dia 1º de julho de 2016, foi inaugurada a “Megastore dos Jogos Olímpicos 2016” nas areias da Praia de Copacabana. Situada na altura da Rua Figueiredo Magalhães, a loja ocupava uma área de 1800m², onde eram comercializados mais de três mil itens⁴⁷⁶. No contexto dos megaeventos, parece existir normalmente um aproveitamento do potencial do esporte, o que consequentemente facilitaria o consumo de determinados produtos e serviços, permitindo a incorporação de novas demandas (SCHWARTZ; TAVARES, 2016).

A cerimônia de abertura dos Jogos Olímpicos foi realizada no Maracanã no dia 5 de agosto de 2016; e em meio às vaias ecoadas para o então presidente interino Michel Temer, a maioria dos veículos estrangeiros que acompanhou a cerimônia a elogiou⁴⁷⁷. No dia 13 de agosto (oito dias após a abertura oficial dos Jogos Olímpicos 2016), o jornal americano The New York Times publicou uma matéria sobre a gastronomia da cidade intitulada: “Sem gosto, biscoito Globo é o símbolo perfeito da gastronomia no Rio de Janeiro”⁴⁷⁸. Produzida pelo jornalista americano David Segal após visitar a fábrica do Biscoito Globo e provar a rosquinha durante a realização da Rio 2016, a reportagem⁴⁷⁹ cita que o petisco: “é um alimento sem gosto, símbolo perfeito do Rio – uma cidade em que o cenário de restaurantes é meh”⁴⁸⁰. O texto descreve o Biscoito Globo do seguinte modo: “ar transformado em bolacha, em forma de anel. Coloque um na sua boca e será como se seus dentes estivessem em uma

⁴⁷⁵ Disponível em: <<http://www.rededoesporte.gov.br/pt-br/megaeventos/olimpiadas/instalacoes/copacabana>>. Acesso em: 8 jan. 2021.

⁴⁷⁶ Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2016/06/30/rio-2016-inaugura-megastore-em-copacabana.html>>. Acesso em: 8 jan. 2021.

⁴⁷⁷ Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/esporte/olimpiada-no-rio/2016/08/1799704-abertura-da-rio-2016-e-elogiada-pela-imprensa-internacional-veja-repercussao.shtml>>. Acesso em: 8 jan. 2021.

⁴⁷⁸ Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/internacional/ultimas-noticias/the-new-york-times/2016/08/15/sem-sabor-biscoito-globo-o-torna-um-simbolo-perfeito-da-comida-do-rio-de-janeiro.htm>>. Acesso em: 8 jan. 2021.

⁴⁷⁹ Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/olimpiadas/rio2016/blog/brasil-visto-de-fora-na-olimpiada/post/new-york-times-faz-materia-sobre-biscoitos-globo-sem-gosto-assim-como-culinaria-carioca.html>>. Acesso em: 8 jan. 2021.

⁴⁸⁰ “Meh” (pronuncia-se “mé”) é uma expressão sintetizada pela “The New York Times Magazine”. É utilizada para classificar um assunto/uma pauta que não é “nem quente nem não quente” (no original em inglês, “not hot, not not”). Ou seja: algo que é “morno”, quase indiferente.

feita para a qual sua língua não foi convidada”⁴⁸¹. Em tom de provocação, David Segal disse: “O Biscoito Globo faz, portanto, parte da grande tradição culinária de comestíveis regionais que deixa os forasteiros perplexos. Mas essa distinta ausência de sabor também o torna um símbolo perfeito da comida no Rio”⁴⁸².

Na realidade, a reportagem de David Segal não faz apenas uma análise (seguida de posterior crítica) ao Biscoito Globo – mas sim um ataque à gastronomia da cidade, conforme publicou a *Veja Rio*:

As alfinetadas vão além do biscoito e chegam à culinária da cidade, em geral. Apesar de dizer que existem excelentes lojas de suco, carrinhos de churros e alguns restaurantes, além de churrascarias onde se pode comer à vontade, ele enfatiza que as casas de self-service são bufês de “variedade deprimente”, que misturam comidas como macarrão e sushi com salsicha e raramente feitos com ingredientes frescos. Para completar, a crítica diz que a gastronomia carioca é um “segredo infeliz” da capital fluminense⁴⁸³.

Vocábulo composto por *gasteur* (ventre, estômago) *nomos* (lei) e pelo sufixo *-ia*, gastronomia significa, etimologicamente, estudo ou observância das leis do estômago (FRANCO, 2001). Cabe registrar que, apesar das críticas do jornalista americano, o Biscoito Globo foi considerado “uma das sete maravilhas da gastronomia fluminense” de acordo com concurso promovido pelo Jornal O Globo⁴⁸⁴. Realizado entre agosto e outubro do ano de 2013, o concurso aconteceu pela internet e computou cerca de 20 mil votos em sete categorias gastronômicas, dentre as quais “Entradas & Petiscos” – quesito no qual o Biscoito Globo venceu⁴⁸⁵. E junto com os demais vencedores do concurso (como a caipirinha na categoria “Bebidas”), a rosquinha de polvilho foi considerada uma das “delícias que colaboram para o

⁴⁸¹ Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/olimpiadas/rio2016/blog/brasil-visto-de-fora-na-olimpiada/post/new-york-times-faz-materia-sobre-biscoitos-globo-sem-gosto-assim-como-culinaria-carioca.html>>. Acesso em: 8 jan. 2021.

⁴⁸² Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/internacional/ultimas-noticias/the-new-york-times/2016/08/15/sem-sabor-biscoito-globo-o-torna-um-simbolo-perfeito-da-comida-do-rio-de-janeiro.htm>>. Acesso em: 8 jan. 2021.

⁴⁸³ Disponível em: <<https://vejario.abril.com.br/cidades/ny-times-critica-biscoito-globo-e-recebe-resposta-de-brasileiros/>>. Acesso em: 8 jan. 2021.

⁴⁸⁴ Disponível em: <https://infograficos.oglobo.globo.com/rio/as-sete-maravilhas-da-gastronomia-fluminense/biscoito-globo-7599.html?description_text>. Acesso em: 8 jan. 2021.

⁴⁸⁵ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/caipirinha-angu-estao-entre-as-7-maravilhas-da-gastronomia-fluminense-10960490>>. Acesso em: 8 jan. 2021.

desenvolvimento socioeconômico, cultural e turístico e que têm a marca registrada da culinária do Estado do Rio, da capital e do interior”⁴⁸⁶.

Ao atacar o Biscoito Globo e declarar que “o paladar é um sentido que o Rio ainda não desenvolveu plenamente”⁴⁸⁷, o jornalista David Segal irritou profundamente os cariocas, que se sentiram ofendidos com as declarações feitas na reportagem do *The New York Times*. Para ilustrar o mal-estar gerado pelos comentários do jornalista, vale observar a resposta do vendedor ambulante Roberto Gomes (que comercializa o biscoito na praia de Copacabana), em reportagem intitulada “Cariocas reagem à crítica do *New York Times* sobre Biscoito Globo: “São pessoas que não conhecem a tradição do biscoito. Ele é muito querido nas praias e muito aceito, tanto pela classe alta quanto pela classe baixa, pessoa rica, pobre, criança, adulto”⁴⁸⁸. Mas o imbróglio não parou por aí. A empresa fabricante do Biscoito Globo se defendeu nas redes sociais, e publicou um *banner* com a seguinte mensagem: “Obrigado, *New York Times*! Uma crítica negativa nunca repercutiu tão positivamente para uma marca”⁴⁸⁹. Sendo assim, a crítica à rosquinha de polvilho acabou gerando um efeito do tipo “mexeu com o Biscoito Globo, mexeu com todos os cariocas”. Tal fato inclusive fez com que a resposta da empresa nas redes sociais contemplasse a seguinte *hashtag*: #somostodosbiscoitoglobo⁴⁹⁰.

Nesse contexto, vale destacar que existem determinados alimentos e modos de comer que são tidos como tipicamente cariocas pelo fato de que são percebidos como portadores das qualidades intrínsecas ao carioca (SANTOS; VELOSO, 2009). O Biscoito Globo é um dos elementos componentes do imaginário da cidade, como abordado anteriormente. E existe uma ligação da gastronomia com a identidade regional, já que a comida tem o papel de destacar identidades e, conforme o contexto, elas podem ser nacionais, regionais, locais, familiares ou pessoais (DA MATTA, 1987). E ao criticar o Biscoito Globo, o jornalista do *The New York Times* irritou os cariocas porque os mesmos se sentiram “ofendidos” em um dos elementos ligados à sua identidade: a alimentação. As identidades sociais/culturais relacionadas à

⁴⁸⁶Disponível em: <<https://infograficos.oglobo.globo.com/rio/as-sete-maravilhas-da-gastronomia-fluminense.html>>. Acesso em: 8 jan. 2021.

⁴⁸⁷Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/internacional/ultimas-noticias/the-new-york-times/2016/08/15/sem-sabor-biscoito-globo-o-torna-um-simbolo-perfeito-da-comida-do-rio-de-janeiro.htm>>. Acesso em: 8 jan. 2021.

⁴⁸⁸Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/olimpiadas/rio2016/noticia/2016/08/cariocas-reagem-critica-do-new-york-times-sobre-biscoito-globo.html>>. Acesso em: 8 jan. 2021.

⁴⁸⁹Disponível em: <<https://www.facebook.com/biscoitoglorj/photos/pb.1599771140313523.-2207520000.1471369150./1629742760649694/?type=3&theater>>. Acesso em: 8 jan. 2021.

⁴⁹⁰ Disponível em: <<https://www.facebook.com/biscoitoglorj/photos/pb.1599771140313523.-2207520000.1471369150./1629742760649694/?type=3&theater>>. Acesso em: 8 jan. 2021.

alimentação se constituem em espaços privilegiados para apreender determinados processos, através dos quais os grupos sociais se reconhecem e se veem reconhecidos (MACIEL, 2005).

E após as críticas feitas à rosquinha de polvilho na reportagem do jornalista americano David Segal, as pessoas foram em defesa do mesmo nas redes sociais. No Twitter, foram observados comentários como:

“Biscoito Globo não é uma comida. É um conceito.” / “Falar mal do Biscoito Globo é como dizer que Gisele Bundchen é baranga. Ofendeu uma instituição nacional.” / “Não entendo como uma nação que acha graça em manteiga de amendoim possa ousar falar mal do Biscoito Globo”⁴⁹¹.

Na ocasião, a mídia em geral também publicou notícias sobre a indignação causada pelas críticas que a rosquinha recebeu no *The New York Times*. Uma dessas notícias fez comparações entre o “Biscoito Globo e o tão amado bolo feito pela vovó” (em uma referência às receitas culinárias de família); e também relatou de modo jocoso que a reportagem de David Segal geraria uma grave “crise diplomática” entre o Brasil e os Estados Unidos em decorrência dos comentários negativos sobre o Biscoito Globo⁴⁹².

As críticas chegaram ao “pai” da rosquinha de polvilho, Milton Ponce. Falecido em maio de 2017 em decorrência de um câncer, Milton recebeu o jornalista David Segal em agosto de 2016 (durante a realização dos Jogos Olímpicos) na fábrica localizada na Rua do Senado para a realização da entrevista, como se observa a seguir:

Apesar de reservado e cauteloso para falar de si e da empresa, ainda mais para abrir as portas da produção a jornalistas, Milton Ponce e equipe receberam educadamente os visitantes e responderam a suas perguntas, mesmo percebendo que algumas informações poderiam acabar saindo erradas por causa da falta de domínio do português da intérprete. Em sequência, receberam ainda a visita de um fotógrafo contratado pelo jornal para clicar fotos ilustrativas. E aguardou-se a reportagem (MANIER, 2017, p. 152).

O filho de Milton Ponce afirmou que falar mal do sabor do biscoito “é uma questão de gosto”⁴⁹³. Nesse contexto, é importante entender que, apesar de apresentar uma perspectiva químico-fisiológica, o gosto humano inclui a noção da alma como fator decisivo de

⁴⁹¹ Comentários extraídos pela autora em agosto de 2016 da rede social Twitter, após a publicação da reportagem do jornalista David Segal no *The New York Times*.

⁴⁹² Disponível em: <https://www.huffpostbrasil.com/2016/08/14/aqui-nao-queridinho-new-york-times-passa-dos-limites-e-critica_n_11510404.html>. Acesso em: 20 nov. 2020.

⁴⁹³ Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/olimpiadas/rio2016/noticia/2016/08/cariocas-reagem-critica-do-new-york-times-sobre-biscoito-globo.html>>. Acesso em: 8 jan. 2021.

juízo pessoal das impressões transmitidas pelos órgãos (BRILLAT-SAVARIN, 1995). E em se tratando do imaginário carioca, o Biscoito Globo “não é insosso e sem gosto”, já que faz parte das percepções que o indivíduo tem de si e de sua relação com o Rio de Janeiro (SANTOS; VELOSO, 2009).

Na ocasião, Marcelo Ponce (filho de Milton) declarou ao jornal O Globo como seu pai recebeu a reportagem do The New York Times:

Meu pai está com 80 anos. Recebeu o jornalista aqui na fábrica e está chateado. Não por terem falado mal do biscoito. Disseram que é insosso, sem sal e sem gosto, e isso é uma questão de gosto. Ele está chateado porque falaram mal da culinária carioca como um todo. Mas ele, por outro lado, está muito feliz com a repercussão positiva na internet, nas redes sociais, com todos nos defendendo⁴⁹⁴.

Nos dias seguintes à publicação da matéria no jornal americano, o telefone da Panificação Mandarinou tocou sem parar, e “entre inúmeros clientes expressando tanto apoio quanto indignação, vários jornalistas de diferentes mídias telefonaram querendo filmar a fábrica, fazer entrevistas e escrever matérias com um teor de resposta” (MANIER, 2017, p. 153). Um advogado chegou a oferecer os serviços jurídicos à Panificação Mandarinou, alegando a legitimidade de um processo contra o jornal americano partindo da repercussão da reportagem do The New York Times (MANIER, 2017).

Definido como “insosso e sem gosto”, o Biscoito Globo contou com uma “defesa apaixonada” das pessoas (incluindo alguns cariocas famosos), que inundaram as redes sociais com duas variedades de *posts* sobre a reportagem do The New York Times: ataques rancorosos ao jornal americano e defesas do petisco. Pode-se citar como exemplo a atitude do arquiteto carioca Chicô Gouvêa, que na época trocou as suas fotos de perfil nas redes sociais por uma imagem do Biscoito Globo⁴⁹⁵.

Em julho de 2019, outra polêmica envolveu a rosquinha, quando o chef de cozinha francês Claude Troisgros lançou a sua linha de biscoitos de polvilho. Oferecido nos sabores ervas de provence, *hot curry*, chocolate, queijo pecorino romano e original com sal marinho, o biscoito surgiu como uma possibilidade de “gourmetização” do tradicional polvilho carioca,

⁴⁹⁴ Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/olimpiadas/rio2016/noticia/2016/08/cariocas-reagem-critica-do-new-york-times-sobre-biscoito-globo.html>>. Acesso em: 8 jan. 2021.

⁴⁹⁵ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/biscoito-globo-tem-defesa-apaixonada-nas-redes-sociais-19938373>>. Acesso em: 8 jan. 2021.

que possui apenas os sabores doce e salgado⁴⁹⁶. E mesmo ainda diante de uma mera hipótese de o produto ser vendido nas areias das praias do Rio de Janeiro, a receita criada por Troisgros gerou polêmica logo após o seu lançamento. Fabricado pela Nazinha, empresa mineira de alimentos localizada na cidade de Contagem,⁴⁹⁷ o biscoito do chef francês posteriormente passou a ser comercializado apenas em estabelecimentos varejistas, como Lojas Americanas e redes de supermercados. Ou seja, o “polvilho gourmetizado” começou a repercutir como “rival do Biscoito Globo” antes mesmo de ser ofertado nos pontos de venda do varejo – e principalmente sem ter como proposta principal ser um petisco vendido nas areias das praias cariocas. Troisgros decidiu lançar o biscoito ao observar as muitas possibilidades gastronômicas envolvendo o polvilho: “É curioso que muita gente coma polvilho sem saber, seja na tapioca, no pão de queijo ou mesmo no sagu. Então pensei em dar mais alegria para o biscoito acrescentando ingredientes que fazem parte do meu dia a dia”⁴⁹⁸.

Ou seja, se “mexer com o Bixxxxcoito Globo é mexer com os cariocas”, o polvilho “com sotaque francês” causou incômodo. Na reportagem intitulada “Novo biscoito de polvilho ‘gourmetizado’ gera polêmica nas praias do Rio” (publicada pelo jornal O Dia), a carioca Yula Correia declarou: “Sol, mate e biscoito Globo, essa é a combinação perfeita que o Rio oferece. Não tem por que modificar uma receita de sucesso. Mas entendo que estamos em um momento onde todos querem reinventar as coisas. Ele tá mexendo em casa de marimbondo”⁴⁹⁹.

Tripudiada pelo jornalista americano David Segal em 2016 e “gourmetizada” pelo chef Claude Troisgros em 2019, a rosquinha de polvilho – que quase foi “batizada” de Copacabana – completou 65 anos em 2020. Sem comemoração de aniversário, com praias cariocas submetidas às medidas restritivas para evitar o contágio pelo coronavírus e com sua fábrica trabalhando com a capacidade de produção reduzida. Mas não “bula com esse bixxxxcoito” quase septuagenário, pois ele habita o estômago, o imaginário e o coração dos cariocas.

⁴⁹⁶ Disponível em: <<https://www.metropoles.com/gastronomia/comer/globo-gourmet-claude-troisgros-lanca-linha-de-biscoito-de-polvilho>>. Acesso em: 8 jan. 2021.

⁴⁹⁷ Disponível em: <<https://nazinha.com.br/portal/biscoito-de-polvilho-gourmet-claude-troisgros/>>. Acesso em: 8 jan. 2021.

⁴⁹⁸ Disponível em: <<https://neofeed.com.br/blog/home/claude-troisgros-quer-bater-o-biscoito-globo-com-uma-versao-gourmet/>>. Acesso em: 8 jan. 2021.

⁴⁹⁹ Disponível em <<https://odia.ig.com.br/rio-de-janeiro/2019/07/5665660-novo-biscoito-de-polvilho--gourmetizado--gera-polemica-nas-praias-do-rio.html#foto=1>>. Acesso em: 8 jan. 2021.

4 DE PRINCESINHA DO MAR À CINDERELA PERMISSIVA: NOTURNIDADES FESTIVAS DE COPACABANA

Ai de ti, Copacabana, porque a ti chamaram Princesa do Mar, e cingiram tua fronte com uma coroa de mentiras; e deste risadas ébrias e vãs no seio da noite⁵⁰⁰!

Rubem Braga - “Ai de Ti, Copacabana!”

No final da década de 1950, Copacabana passou a fazer parte dos roteiros de lazer noturno da cidade do Rio de Janeiro. Com a expansão imobiliária do período do governo do Presidente Juscelino Kubitschek (1956-1960), o bairro ganhou bares, restaurantes, boates e cinemas, se transformando rapidamente em local preferencial da jovem boemia carioca (O’ DONNELL, 2013). Nesse contexto, vale destacar o surgimento da boate Mariuzinn, inaugurada na década de 1960 pelo português Mario Zuzarte, sócio-fundador do estabelecimento⁵⁰¹. Localizada na Avenida Nossa Senhora de Copacabana, a Mariuzinn foi considerada a boate mais antiga do Rio de Janeiro⁵⁰², e se consolidou como uma das pistas de dança mais tradicionais da cidade, por onde passaram frequentadores como a atriz Leila Diniz, o cineasta Domingos de Oliveira e o jogador de futebol Edson Arantes do Nascimento, o Pelé⁵⁰³.

E mesmo com a queda populacional da década de 1970 (KAZ, 2010), o fluxo de pessoas nos bares, boates e restaurantes permaneceu expressivo em Copacabana. Aos sábados, sempre acontece uma espécie de “apoteose” (VELHO, 1989), na qual turistas brasileiros e estrangeiros e moradores de outros bairros do Rio de Janeiro vão para Copacabana em busca de diversão. Nesse contexto, cabe também mencionar a “Crepúsculo de Cubatão”, uma das boates que fez sucesso na década de 1980 na noite copacabanense. Inaugurada em um subsolo da Rua Barata Ribeiro no ano de 1984, a casa noturna funcionou durante cinco anos, e era uma das “queridinhas” dos jovens, atraídos pelo clima *underground*

⁵⁰⁰ Trecho da crônica “Ai de Ti, Copacabana!”, do escritor Rubem Braga. Disponível em: <<https://cronicabrasileira.org.br/cronicas/11534/ai-de-ti-copacabana>>. Acesso em: 3 jun.2021.

⁵⁰¹ Disponível em: <<https://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2014/08/fundador-deixa-mariuzinn-abre-nova-boate-no-rio-e-exige-marca-na-justica.html>> Acesso em: 2 dez.2021.

⁵⁰² Disponível em: <https://riotur.rio/que_fazer/new-mariuzinn/> Acesso em: 2 dez.2021.

⁵⁰³ Disponível em: <<https://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2014/08/fundador-deixa-mariuzinn-abre-nova-boate-no-rio-e-exige-marca-na-justica.html>> Acesso em: 2 dez.2021.

e pela seleção musical, que incluía bandas de rock britânico como The Cure e The Sisters of Mercy⁵⁰⁴.

E ao chegar ao século XXI, a noite do bairro prossegue efervescente, com ampla oferta de lazer para diversas tribos (MAFFESOLI, 1998), descortinando a Copacabana que, analisada sob a luz dos regimes diurno e noturno (DURAND, 1997), cede – e se transforma totalmente ao se deixar levar pelos mistérios e prazeres ligados ao universo noturno. Visando exemplificar a abordagem proposta no trabalho, discutiremos com base em alguns locais de lazer existentes no bairro.

4.1 Vida noturna, festa e noturnidade: principais considerações

De acordo com Góis (2018), a noite é um momento no qual as práticas festivas ganham maior visibilidade, agindo como pano de fundo das ações e das relações. O caráter lúdico da noite induz à celebração, à festa, da qual brotam as interações, as experiências sensíveis, o desejo de “estar-com”, o “*faire-avec*” (FERNANDES, 2008). Detentora de farto imaginário a seu respeito, desde a infância que a ideia de noite se constrói nos apresentando os seres fantásticos, os acontecimentos mágicos e os eventos sobrenaturais, onde os momentos de festa, de euforia e de sono são povoados por fadas, demônios e vampiros (GÓIS, 2015). Misteriosa e ambígua, a noite no imaginário ocidental sempre:

adquiriu um conjunto de significados relacionado à perspectiva de encantamento religioso ou mágico, seja pela via da sua negação, como apontou o próprio Cristianismo, ou pela via da sua positivação, como afirmaram as bruxas, os mágicos, os boêmios e, até mesmo, os bandoleiros (SOARES, 2000, p. 46).

Quando se trata do lazer noturno, o prazer hedonístico e a festa se fazem presentes no seio das cidades (FERNANDES, 2015). É interessante observar que, para muitas populações africanas, a noite sempre foi entendida como a melhor hora para a realização dos cultos religiosos e das festas, tanto nas áreas rurais quanto nas urbanas (SOARES, 2000). Em uma perspectiva simmeliana, a festa pode ser vista como:

uma “forma” capaz de plasmar conteúdos diversos, e destinada à promoção de laços de sociabilidade, mesmo que conflitantes. Assim compreendida a festa, tento em seguida estabelecer as conexões possíveis entre tal concepção do fenômeno e questões como urbanidade, diversidade, memória, identidades e conflitos (LEONEL, 2011, p. 35).

⁵⁰⁴ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/cinco-boates-famosas-que-nao-existem-mais-no-rio-14167169>>. Acesso em: 2 dez. 2021.

Seja nas ruas, nas praças, nas esquinas e demais lugares, “a festa se apodera de qualquer espaço onde possa destruir e instalar-se” (DUVIGNAUD, 1983, p. 68). Com seu caráter dialético transitório-rotineiro, a festa introduziu elementos persistentes em nossa sociabilidade (LEONEL, 2011). Devido ao fato de convocar diversos atores em um rico cenário de trocas,

as festas constituem um campo fecundo para se pensar a sociedade nas suas continuidades como, também, em seus movimentos de transição, de vaivém, marcados por rupturas. A análise do fenômeno social festivo nos permite o trânsito por territórios da vida coletiva no seu nível mais elementar, ou seja, nas estruturas de formação dos próprios vínculos sociais, pois permite que a sociedade entre em uma relação consigo própria, diferente daquela ordinária, desempenhada em sua rotina. Ao romper com a rotina, a festa mostra-se capaz de, paradoxalmente, produzir o próprio cotidiano e o inédito como atos de produção do próprio vínculo social, num processo dialético de caos e ordem, produtor da própria vida em sociedade (LEONEL, 2011, p. 41).

E se a cidade contemporânea se apresenta como mulher que quer ser amada nas esquinas e nas pausas que oferece (BARBOSA, 2003), um dos segredos da sua alma feminina é a noite. Ao longo da história, as bruxas foram os primeiros grupos a criar uma representação positiva da noite, já que a viam como um momento especial para se dedicarem aos rituais que praticavam (SOARES, 2000). Assim, o feminino e a lua se revelam para além do mito moderno da mulher: a esposa, a mãe e demais papéis sociais definidos pelas relações patriarcais. É no mistério das diversas fases da lua que, desde as bruxas, o feminino se impõe como um mar revolto, do mesmo modo que os ciclos lunares movimentam as suas ondas com fúria. Enraizados em nossos imaginários, o feminino e a lua se apresentam enigmáticos e sedutores, bem como relacionados ao feitiço e à magia. Pode-se tomar como exemplo a personagem Bruxa de Évora, originária da era medieval. Também conhecida como Moura Torta,

as lendas sobre a Bruxa de Évora vêm povoando o imaginário ibérico desde a Idade Média, quando a Inquisição deixou sua marca de terror e perseguições gravada a ferro e a fogo naquela Península, sobretudo em Portugal. [...] Assim, a cidade de Évora ficou conhecida tanto por ser o local onde a força da Inquisição se fez mais presente, como por ser uma terra consagrada ao sobrenatural e à feitiçaria (FARELLI, 2006, p. 2).

Imersa em uma atmosfera oculta, a figura folclórica da Moura Torta chegou ao Brasil através dos portugueses, que

trouxeram em suas memórias as crenças populares da bruxa de Évora, em que mulheres nuas dançavam em volta de uma fogueira em noite de lua cheia, nas clareiras de densas florestas, e eram possuídas sexualmente por seres fálicos, que possuíam falos enormes (COSTA, 2015, p. 25).

Outra figura que emerge no imaginário ligado à noturnidade é o da deusa Lilith. De acordo com Costa (2015, p. 53):

Lilith consolida-se como a senhora ou a rainha da noite, conseqüentemente, a mulher rebelde, que não aceita a dominação masculina, e coloca o homem na condição de submissão, invertendo os papéis. Ela se rebela, ainda no paraíso, reivindicando papéis anteriormente estabelecidos iguais aos desempenhados por Adão.

Lilith se recusa a viver para sustentar Adão e não aceita a vida de dependência, desejando igualdade e o poder de agir por si⁵⁰⁵. Ao se rebelar, “Lilith vai de encontro ao patriarcalismo, ao questionar o fato da submissão do corpo feminino durante o ato sexual, onde a mulher teria que ficar por baixo do homem, sendo que ambos são feitos do mesmo material” (COSTA, 2015, p. 53). E é justamente o regime noturno que nos remete ao eterno feminino, à representação feminina (DURAND, 1997), analisada aqui como a figura da mulher que não se submete ao cerceamento patriarcal. Quando a lua aparece, Copacabana é mulher camaleoa, insubmissa, sedutora e permissiva. É a Lilith carioca.

Em se tratando da vida notívaga das cidades na contemporaneidade, vale lembrar que as festas de rua são acontecimentos que possibilitam dar vazão às expectativas dos agentes em relação ao imaginário da noite (FERNANDES; HERSCHMANN, 2020). A cidade foi e é o lugar das festas, promovendo uma incessante mistura de pessoas, códigos, trocas e transações econômicas, cindindo de um lado e unindo de outro (LEONEL, 2011). Ao longo da última década, o modo como as cidades promovem e regulam suas atividades noturnas acabou se transformando em centro das atenções por parte dos governos municipais e atores da área cultural e, no período mencionado acima, o status cultural e político da noite vem sofrendo grandes modificações. Partindo de fatores como a gentrificação e a mentalidade de que a noite pode gerar “economias” que funcionam como motores para o crescimento da cidade, a noite se apresenta como um campo de batalha de lutas (STRAW, 2018). E embora realmente também se apresente como elemento para a expansão do capital (inclusive através das estigmatizadas questões acerca do empreendedorismo urbano), a noite ainda “permanece com um forte sentido de transgressão, de momento no qual as regras são suspensas e o controle social dificilmente consegue ser exercido em sua plenitude” (GÓIS, 2018, p. 27). Nesse âmbito, cabe destacar que as festas não possuem uma lógica meramente voltada para o cumprimento das regras, uma vez que também funcionam como espaços de violação e transgressão das mesmas (DUVIGNAUD, 1983).

⁵⁰⁵ Disponível em: <<https://mapusp.hypotheses.org/774>>. Acesso em: 16 jul. 2021.

Ao analisar a questão do lazer noturno sob uma ótica formal, o crescimento e a respectiva ocupação da noite estão relacionados a vários fatores, dentre eles a criação e a expansão de locais como boates, bares, casas de show, teatros, etc. (GÓIS, 2015). Todavia, a noite é um território aberto, onde também se evidenciam a presença de grupos que se deslocam entre o jogo do dia e da noite, no qual é possível observar a existência de uma variação das normas que regulam a vida urbana (FERNANDES; HERSCHMANN, 2020). Ou seja, para além dos estabelecimentos comerciais onde o consumo se volta para a oferta de lazer noturno, os corpos circulam pela noite em busca de diversão, reiterando os aspectos da relação entre a vida noturna e os espaços públicos das cidades (GÓIS, 2108), bem como a existência de práticas sociais democráticas durante o período noturno. Envolto em sua ambiência recôndita, “os habitués da noite com frequência transgridem certas regras diurnas e estabelecem novos códigos e empregos possíveis dos lugares e dos corpos durante essas horas” (FERNANDES; HERSCHMANN, 2020, p. 75). A noite é um tempo de mediação entre as ações transgressoras de vários grupos, que driblam as medidas de regulação e controle por parte das autoridades oficiais (GÓIS, 2015), transformando as paisagens desse momento misterioso iluminado pela lua.

Em suas ambiências, a noite urbana é marcada por experiências sensíveis, frequentemente potencializadas por seus atores através da utilização de drogas legais e ilegais (FERNANDES; HERSCHMANN, 2020). Ressalta-se aqui, contudo, que as paisagens urbanas abrem janelas para histórias (WENDERS, 1994). E ao analisá-las tendo a noite como eixo da discussão, Góis (2015, p. 72) menciona que

as paisagens noturnas urbanas são compostas na relação entre os lugares, os agentes e as práticas. Antes de serem o resultado de um plano mestre, elas são um trabalho de artesanato que possui uma organização provisória, refeita através do conflito e das negociações entre as partes que as compõem.

Povoada por jovens de diversas tribos⁵⁰⁶, a noite na cidade contemporânea é erótica e pulsante, sendo a madrugada comumente o seu ponto mais intenso (FERNANDES; HERSCHMANN, 2020). Ou seja, é entre ritmos, movimentos e fluxos latejantes que ocorre a tessitura das paisagens noturnas urbanas. Para compreender a noite entre viagens, percursos e movimentos, evoca-se inclusive a figura do flâneur e a sua capacidade de caminhar à deriva para descobrir os sentidos da cidade (BENJAMIN, 1989). Nesse sentido, a “deriva, por sua vez, segue uma geografia que se escreve por topologia e topografias distintas, que

⁵⁰⁶ Reitera-se que a tese utiliza o conceito de jovem sob a luz da antropologia da juventude (CANEVACCI, 2005), não se atendo à classificação tradicional (atrelada às faixas etárias), conforme exposto no capítulo dois.

correspondem muito mais a uma cidade imaginária” (FERNANDES; HERSCHMANN, 2020, p. 74-75). Aprofundando a análise anterior, Sennett (2018) destaca que o flâneur viandante é amigo da noite, pois é à noite que a cidade revela seus segredos. E ao trazer a discussão acerca da noite para o Rio de Janeiro (e posteriormente para Copacabana, objeto da tese), é interessante observar que a

repetição de trajetórias e de concentrações possui expressividade na apresentação de um determinado lugar durante a noite. Queremos dizer com isso que os cenários de vida noturna possuem uma centralidade que absorve os fluxos de outros lugares da cidade, concentrando-os em torno de suas atividades. Muitas trajetórias individuais se entrecruzam em lugares como a Lapa, a Praia de Copacabana ou o Largo do Machado e, em alguns casos, essa concentração é mais intensa durante a noite (GÓIS, 2018, p. 74).

E mesmo quando as paisagens urbanas sofrem alterações devido às supostas políticas de ordenamento e controle em Copacabana, ela mantém a sua postura de “princesa permissiva” (MAIA; BIANCHI, 2012, p. 41). Desde o início do século XX, Copacabana já almejava a sua autonomia em termos de lazer (O’ DONNELL, 2013). Autonomia que foi plenamente conquistada no decorrer dos séculos, pois o lazer (inclusive o noturno) é um dos atributos da “empoderada princesa” no século XXI.

4.1.1 Dos cassinos dos “anos dourados” à “night” contemporânea: exemplos do circuito noturno copacabanense

Após a abertura do túnel que chegava até Copacabana, o bairro já dava os primeiros sinais da sua vocação para o lazer. No começo do século XX, o local era um dos preferidos para os piqueniques, conforme apresentado no capítulo dois. No que diz respeito à vida noturna no Rio de Janeiro, aos poucos “foi transferindo-se definitivamente para Copacabana, dividida entre seus dois cassinos, o Copacabana, no Hotel Copacabana Palace, e o Atlântico, na avenida Atlântica, esquina com a rua Francisco Otaviano” (KAZ, 2010, p. 74). Mas no dia 30 de abril de 1946, o então presidente da República Eurico Gaspar Dutra criou o Decreto-Lei n.º 9.215, proibindo no Brasil a prática e a exploração dos jogos de azar, acarretando o fim dos cassinos. Com isso, estava encerrada a temporada de magia das roletas do “Casino Copacabana” (PORTO, 2014). A partir de então, o reerguimento da vida noturna no bairro aconteceria a partir de uma migração “da boemia da Lapa para as boates em Copacabana,

ampliando e diversificando a vida noturna do bairro” (KAZ, 2010, p. 74). E foi na década de 1950 que “a famosa princesinha do mar tornou-se um lugar feérico, com uma vida noturna intensa que apresentava várias opções e alternativas para gostos os mais variados” (VELHO, 2006, p. 242). E por mais que a vida noturna do Rio de Janeiro se espraiasse para vários bairros, “os Anos Dourados celebraram Copacabana como o lugar do glamour noturno” (GÓIS, 2015, p. 121).

Mas mesmo que o crescimento desordenado tenha feito Copacabana ser “super ocupada, construída e desgastada” (VELHO, 2006, p. 243), uma coisa a princesa não perdeu: a sua capacidade de nos encantar – e de nos surpreender. Ademais, o farto comércio e a enorme quantidade de escritórios e consultórios presentes no bairro demonstram, em meio ao frenesi cotidiano, as regras impostas pela lógica do trabalho, das obrigações durante o expediente diurno. Contudo, como uma espécie de “cinderela permissiva e boêmia”, a “Princesinha do Mar” se transforma quando a noite chega. Parte-se aqui da distinção entre os regimes diurno e noturno, conforme propõe Durand (1997). Portanto, Copacabana se deixa levar pelos mistérios do regime noturno do imaginário, que pode ser entendido como a representação da consciência feminina (DURAND, 1997). E, como se estivesse em um palco onde os elementos sol e lua se revezam, Copacabana se transforma – e sai a dançar seu balé dionisíaco.

E mesmo para o entrevistado Jorge⁵⁰⁷, 41 anos, que afirma “não ter nenhuma ligação com Copacabana” por se definir um “carioca do subúrbio”, a transformação do bairro quando chega a noite é perceptível: “Minha visão como taxista: de manhã, é o bairro dos idosos, dos mais antigos. À noite, é o bairro da ferveção. À noite, eu vejo prostituição, drogas, bares cheios. De manhã, é praia, lazer diurno. De noite, é ferveção”⁵⁰⁸.

Para Bia Y⁵⁰⁹, 22 anos, Copacabana durante o dia a faz lembrar das manifestações bolsonaristas que comumente ocorrem no bairro, chamadas de “manifestações sem noção” pela entrevistada. Apaixonada pela cidade, tatuou em seu braço “Made in Rio”, conforme explicado no subcapítulo “Os cariocas e a comunhão das emoções”. Durante entrevista cedida a mim, Bia Y explicou o que pensa sobre a diferença entre o dia e a noite copacabanenses,

⁵⁰⁷ Jorge nasceu no Rio de Janeiro, e atualmente mora no bairro da Praça Seca. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

⁵⁰⁸ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Jorge à autora da tese, realizada no dia 30 de março de 2021.

⁵⁰⁹ Bia Y nasceu e se criou no Rio de Janeiro, e atualmente mora em São Paulo (desde 2020). O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade da entrevistada seja preservada.

através do que definiu como sendo “a hipocrisia” de alguns moradores do bairro. De acordo com ela:

Todo mundo contido de manhã... Muitas vezes almoçando com a família, pagando de hetero e sustentando os preconceitos que vivem. Mas à noite, a máscara cai. Exemplo: o pai que critica o filho gay, prega a religiosidade e manda todo mundo ir para a igreja. Mas aí trai a mulher, e muitas vezes com outro homem...⁵¹⁰

Contudo, é interessante observar que, apesar de tecer duras críticas sobre o que definiu como “a hipocrisia de Copacabana”, Bia Y relatou que adora a noite do bairro, e que frequentava boates locais antes da pandemia. Enfática, frisou:

Nada me atrai em Copacabana. Só a Fosfofox. Até a praia lá é feia. Também ia para a boate Cave, que ficava no posto seis, entre Copacabana e Ipanema. A única coisa que me atrai em Copacabana é a vida noturna. Eu sou LGBT, e a minha tribo está lá. Copacabana para mim só pela vida noturna mesmo⁵¹¹.

Partindo dos depoimentos de Bia Y, a noite de Copacabana revela um território da liberdade, das linhas de fuga que, conforme o pensamento deleuziano, se apresenta através da multiplicidade de devires, pois “o imaginário noturno é atravessado por uma série de imagens, práticas, cheiros, gostos e sensações que, ao se combinarem com as características dos lugares e as iniciativas criativas dos agentes constroem territorialidades” (FERNANDES; HERSCHMANN, 2020, p. 81).

Para Bia Y, os ardis e a hipocrisia circundam a face diurna de Copacabana. No entanto, quando a noite chega e o brilho da lua transforma a “princesinha em cinderela permissiva”, os corpos partem em busca das bordas e brechas para além da vida programada do bairro (FERNANDES; HERSCHMANN, 2020). Conforme exposto anteriormente, a noite copacabanense se apresenta como território da liberdade, evidenciando a noção da noite como território, ou ao menos como “espace-temps”, o espaço-tempo (STRAW, 2018). Ao falar da mudança ocorrida quando o sol se põe no bairro de Copacabana, Bia Y me explicou:

Cara, Copacabana é ardilosa... Ela representa um pensamento carioca de vivência do preconceito. Hipocrisia de manhã. Tanto que as manifestações são de manhã. Ela ofusca a realidade. Mas à noite, ela se transforma! À noite vai todo mundo para rua: é prostituta, *drag*, LGBT, é todo mundo. Eu acho que Copacabana traz a hipocrisia

⁵¹⁰ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Bia Y à autora da tese, realizada no dia 18 de abril de 2021.

⁵¹¹ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Bia Y à autora da tese, realizada no dia 18 de abril de 2021.

que a gente vive. Acho que ela é racista. Para mim, ela se transforma. E à noite, você tem paz em Copacabana. De dia, as pessoas estão contidas. E à noite, estão livres. Saem de debaixo do tapete⁵¹².

Partindo dos relatos de Jorge e de Bia Y sobre Copacabana, vale reiterar o pensamento de Durand acerca dos regimes diurno e noturno, segundo o qual o

diurno pertenceria a procedimentos de clareza, de binariedades, separações e de purificações (atreladas às tradições ocidentais e formas progressistas do tempo e da ciência). Por outro, o noturno estaria relacionado ao universo dos enigmas, dos mistérios, dos agrupamentos e dos rituais (FERNANDES; HERSCHMANN, 2020).

Caleidoscópica e mutante entre o dia e a noite, Copacabana apresenta novas formas a cada movimento, que dançam ao ritmo da mistura de gente, de estilos arquitetônicos, de bares e de festas (MAIA; BIANCHI, 2012). Em entrevista cedida a mim em março de 2021, Daniel⁵¹³, 37 anos, assistente administrativo e estudante universitário, residente em Copacabana, frisou a variedade de opções do bairro – e afirmou:

Eu acho que ela é atemporal. É antiga, mas nunca sai de moda. Ela está sempre se renovando. Acho que a Disneylândia do Brasil é Copacabana. Tem igreja, tem Deus, tem Yemanjá, tem programas (prostituição), tem drogas, tem acesso ao mundo ilícito... Acho que tem tudo isso que está fora da lei, mas está dentro da “lei carioca”⁵¹⁴.

Mas essa mistura que vai “do sagrado ao profano”, esse “ter um pouco de tudo” presente em Copacabana obviamente não agrada a todos. Felipe⁵¹⁵, um contador de 38 anos que reside na Vila da Penha (bairro situado na zona norte do Rio de Janeiro), mencionou que, ao pensar em Copacabana, se lembra logo de: “Putá. Prostituição. Bagunça. É um bairro que eu nunca moraria. Poderia ter o dinheiro que fosse, a mansão que eu tivesse... Eu odeio Copacabana!”⁵¹⁶

⁵¹² Informação extraída da mesma entrevista referida na nota de rodapé anterior.

⁵¹³ Daniel nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

⁵¹⁴ Informação extraída de entrevista concedida por Daniel à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 26 de março de 2021.

⁵¹⁵ Felipe nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

⁵¹⁶ Informação extraída de entrevista concedida por Felipe à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 31 de março de 2021.

Já a paraibana Kellys⁵¹⁷, 42 anos, ressaltou a dubiedade de Copacabana. Residindo no Rio de Janeiro desde 2009, mora atualmente no bairro de Santa Teresa – e me explicou:

O que acho legal em Copacabana é porque é uma coisa meio submundo, meio underground. Uma iluminação diferente. Eu gosto de Copacabana pelo fato dela mostrar o Rio de Janeiro lá fora. Acho que o Pão de Açúcar e Copacabana mostram o Rio para o mundo. Ambos são potentes. Acho legal, porque é o bairro mais doido. Mas é dúbio... Copacabana consegue representar muito bem o Brasil e o Rio de Janeiro⁵¹⁸.

Em contrapartida, Bia Y⁵¹⁹, 22 anos, nascida no Rio de Janeiro, acha que “o Rio não é aquilo”. Morando em São Paulo desde o ano de 2020, ela mencionou gostar somente da vida noturna de Copacabana, conforme apresentado anteriormente. Ao indagá-la sobre o que viria à sua mente quando se trata de Copacabana, Bia Y relatou:

Lembra o meu avô. Ele é idoso. Boa parte da população de Copacabana é idosa. E a direita está ali. A esquerda caviar também. As manifestações “sem noção” estão em Copacabana. Penso no meu avô: branco, hetero... E Copacabana me lembra isso. Aquele ideal do Rio de Janeiro branco e elitista que vendem lá para fora. A mulher preta objetificada... O Rio não é aquilo⁵²⁰!

Ao mencionar as “manifestações sem noção”, Bia Y se referiu aos inúmeros protestos pró-Bolsonaro que costumam ocorrer em Copacabana. Após mais de um ano desde o início da transmissão comunitária do coronavírus, a pandemia fez o Brasil atingir o índice de 400.000 mortos no dia 29 de abril de 2021⁵²¹. E no segundo dia após o trágico número de óbitos citado acima, manifestantes pró-Bolsonaro interromperam o trânsito na Avenida Atlântica no feriado do dia 1º de maio de 2021, provocando aglomerações de pessoas em meio a um dos piores momentos da pandemia no Brasil⁵²². Quatro meses após a realização da manifestação de maio de 2021, houve novamente dois grandes atos de cunho político na praia de Copacabana: o

⁵¹⁷ O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade da entrevistada seja preservada.

⁵¹⁸ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Kellys à autora da tese, realizada no dia 1º de abril de 2021.

⁵¹⁹ O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade da entrevistada seja preservada.

⁵²⁰ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Bia Y à autora da tese, realizada no dia 18 de abril de 2021.

⁵²¹ Disponível em: <<https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2021/04/29/brasil-chega-a-400-mil-mortes-por-covid.ghtml>>. Acesso em: 1 mai. 2021.

⁵²² Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2021/05/01/manifestantes-pro-bolsonaro-interrompem-transito-na-orka-de-copacabana.htm>>. Acesso em: 1 mai. 2021.

primeiro aconteceu no dia 7 de setembro (data em que se comemorou os 199 anos da Independência do Brasil), organizado por apoiadores de Jair Bolsonaro⁵²³. E como resposta ao ato do dia Sete de Setembro, o Movimento Brasil Livre (MBL) e o “Vem pra Rua” convocaram manifestantes a favor do impeachment do presidente Bolsonaro a ocuparem a Avenida Atlântica no domingo, dia 12 de setembro de 2021⁵²⁴. Vale lembrar que, no dia 27 de maio de 2015, os integrantes do Movimento Brasil Livre entregaram ao Congresso o pedido de impeachment de Dilma Rousseff⁵²⁵. Passados cinco anos após a saída da presidente do poder, Letícia Arsênio (integrante do Movimento Brasil Livre e uma das organizadoras do ato do dia 12 de setembro de 2021), fez a seguinte declaração ao portal de notícias UOL sobre o evento acima: “Copacabana é um palco de manifestações de direita e hoje é uma resposta à manifestação do dia 7”⁵²⁶.

Em outubro de 2021, apesar do município do Rio de Janeiro apresentar uma das menores taxas de hospitalização em decorrência da doença desde o início da pandemia⁵²⁷, foi exatamente no dia oito do mês acima (vinte e cinco dias após a manifestação organizada pelo Movimento Brasil Livre em Copacabana) que o Brasil atingiu 600 mil mortes pela covid-19⁵²⁸. Em homenagem promovida pela ONG Rio de Paz aos que perderam a vida em decorrência da doença, seiscentos lenços brancos foram estendidos em varais instalados na areia da praia de Copacabana (em frente ao hotel Copacabana Palace) na manhã do dia 8 de outubro, e também foram expostas quatro faixas no local, cujas frases eram: "Quem são os responsáveis por essa tragédia?", "Incompetência", "Irresponsabilidade" e "Insensibilidade"⁵²⁹.

⁵²³ Disponível em: <<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2021/09/07/ato-apoiadores-bolsonaro-rio.ghtml>> Acesso em: 7 set. 2021.

⁵²⁴ Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/noticias/geral/contrabolsonarobl-e-vem-pra-rua-querem-ato-apartidario,70003837771>> Acesso em: 12 set. 2021.

⁵²⁵ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/movimento-brasil-livre-entrega-no-congresso-pedido-de-impeachment-de-dilma-16277066>> Acesso em: 12 set. 2021.

⁵²⁶ Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2021/09/12/protesta-contrabolsonaro-rio-de-janeiro-copacabana.htm>>. Acesso em: 12 set. 2021.

⁵²⁷ Disponível em: <<https://prefeitura.rio/saude/rio-tem-uma-das-menores-taxas-de-hospitalizacao-desde-o-inicio-da-pandemia-de-covid-19/>>. Acesso em: 8 out. 2021.

⁵²⁸ Disponível em: <<https://www.uol.com.br/vivabem/noticias/redacao/2021/10/08/covid---600-mil-mortes---brasil.htm>>. Acesso em: 8 out. 2021.

⁵²⁹ Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2021/10/08/lencos-sao-estendidos-em-copacabana-pelas-600-mil-vitimas-da-covid-19.htm>>. Acesso em: 8 out. 2021.

E assim Copacabana chegou ao século XXI, apesar de todas as adversidades: palco de manifestações, geradora de profuso imaginário, sempre surpreendente, contando com a rejeição e a indiferença de alguns – e com os afetos de outros. Quando se trata de amor por Copacabana, vale atentar para o relato de André⁵³⁰, um professor de 53 anos que sempre residiu no bairro:

Nasci no Rio de Janeiro, sempre morei aqui, embora conheça bem os problemas: violência, desigualdade social. Mas a cidade é bonita; as pessoas são alegres (embora com a pandemia o negócio esteja esquisito...) Copacabana para mim representa tudo. Toda a minha vida passei aqui. Copacabana faz parte da minha vida! É a conversa com o porteiro, com o jornalista, o esporte na praia. Jamais sairia daqui. Se sair, entraria em depressão⁵³¹.

E quando se trata da noite da “mulher camaleoa”, tem cerveja gelada no tradicional bar com nome de ave na Hilário de Gouveia. Tem boate no subsolo da Siqueira Campos com noites de funk, música eletrônica, rock n’ roll e demais ritmos para “balançar o esqueleto”⁵³². Tem um beco que é das garrafas. Tem o Baixo Copa. Em suma, Copacabana possui opção para vários gostos. E seja para a juventude conforme os rígidos critérios e parâmetros estabelecidos para defini-la (“jovens de Cronos”), ou para “os jovens de Kairós”, livres das amarras da cronologia, o bairro possui opções de lazer noturno para inúmeras tribos.

E mesmo para o estudante universitário Rafael⁵³³, 24 anos, que relatou a mim não possuir identificação com “o padrão de barzinhos” de Copacabana (e os associa ao lazer “para adultos”), o bairro também oferece opções de bares para “os jovens de Cronos” – e concluiu dizendo que não os frequenta porque a sua tribo não se encontra lá:

A parte de lazer eu nunca fiz muito aqui. Em Copacabana não tem nenhum barzinho que eu vou. Porque é preciso pertencer quando vamos a um bar, e por aqui não tenho isso. O lazer em Copacabana para mim é mais ao ar livre. É mais o bairro em si, caminhar, pedalar... O padrão de barzinho para mim é mais em Botafogo ou em Ipanema. Não acho que o lazer de Copacabana seja um rolê de jovens. Esses bares de Copacabana são mais para adulto mesmo. E os de Ipanema também. Mas

⁵³⁰ O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

⁵³¹ Informação extraída de entrevista concedida por André à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 29 de março de 2021.

⁵³² Devido à pandemia de covid-19, a Fosfobox fechou. Todavia, prosseguiu no ano de 2020 com programação de eventos na zona portuária da cidade do Rio de Janeiro (assunto a ser tratado no subcapítulo 4.1.3).

⁵³³ Rafael nasceu no Rio de Janeiro, e reside em Copacabana. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

frequento um barzinho em Ipanema, o cantinho de Ipanema. Em Copacabana tem bar com esse perfil jovem também. Mas não vou, não frequento. Não sou de lá.⁵³⁴

Mas o inegável é que a “princesa permissiva” (MAIA; BIANCHI, 2012, p. 41) possui “centenas de bares e restaurantes e dezenas de quiosques na praia, reunidos em só um bairro especial: Copacabana!”⁵³⁵ Alguns desses espaços possuem narrativas que, de algum modo, estão intrinsecamente ligadas à história de Copacabana. Sendo assim, foram escolhidos para compor a tese, já que

as narrativas são dotadas mais do que de palavras objetivadas por uma razão instrumental, mas estão impregnadas em sentimentos de grande carga simbólica. Não se buscam verdades definitivas nas narrativas, as certezas se diluem conforme o passar do tempo. As histórias não estão em baús hermeticamente fechados, que impediriam invenções e criatividade (MAIA; BIANCHI, 2012, p. 133).

E mesmo com todos os problemas que assolam o bairro, assim é a noite da Princesa do Mar que se transforma em “cinderela permissiva e boêmia”: repleta de histórias, múltiplas e ambíguas experiências – e muita alegria.

4.1.2 Fosfofox: sons e nomadismos da noite de Copacabana

Apelidada de “Fosfo” para os íntimos, a Fosfofox foi inaugurada no ano de 2004 na rua Siqueira Campos pelo empresário Carlos Alberto de Araújo, conhecido como Cabbet. Na ocasião, o mineiro da pequena cidade de Desterro do Melo havia saído da equipe da boate Bunker (localizada na rua Raul Pompeia, também em Copacabana), depois de discordar da proposta musical que a casa começara a oferecer⁵³⁶. Após sair da Bunker, Cabbet levou consigo a experiência e a fama adquiridas quando atuava como produtor do espaço, onde era

⁵³⁴ Informação extraída de entrevista concedida por Rafael à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 26 de março de 2021.

⁵³⁵ Disponível em: <<https://copacabana.com/noite>>. Acesso em: 30 mar. 2021.

⁵³⁶ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/bairros/cabbet-araujo-cara-da-fosfofox-10178453>> Acesso em: 11 jan. 2021.

o responsável por trazer nomes famosos da música eletrônica para a noite carioca⁵³⁷. A partir de então, ele resolveu abrir o seu próprio negócio, focando na proposta que a Bunker deixara de oferecer para os seus frequentadores:

Quando vi que o som de qualidade não estava mais sendo priorizado, pulei fora também. Isso foi em 2003. Em 2004, encontrei esse espaço pequeno e maravilhoso em Copacabana e abri a Fosfofox, já sabendo que seria um sucesso, porque o público estava órfão⁵³⁸.

E foi assim que nasceu a “Fosfo”, considerado um *club* que, além de música eletrônica, oferece uma programação variada de noites de funk, performances, teatro, cinema, poesia e outras manifestações culturais e artísticas⁵³⁹ (Figura 14). A Fosfofox é um espaço inspirado na cultura *club*, que surgiu na Grã-Bretanha em meados da década de 80 como

um conjunto de práticas articuladas no consumo de gêneros musicais de música eletrônica (*house*, *techno* e, posteriormente, *jungle*, *trance* e diversos sub-gêneros), na definição de espaços sociais particulares (os clubes noturnos e *raves*), códigos de um estilo visual característico onde predomina o colorido, o uso de acessórios como pulseiras e colares *fluo*, presilhas e acessórios infantis como bolsas e bonecos de pelúcia (FEITOSA, 2003, p. 75).

⁵³⁷Disponível em: <<https://heloisatolipan.com.br/musica/fosfofox-comemora-os-13-anos-de-sucesso-e-diversidade-com-3-dias-de-festas-e-curso-de-dj-nedito/#:~:text=Tudo%20come%C3%A7ou%20em%202004%2C%20quando,a%20ideia%20da%20Fosfofox%20surgiu>>. Acesso em: 11 jan. 2021.

⁵³⁸ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/bairros/cabbet-araujo-cara-da-fosfofox-10178453>>. Acesso em: 11 jan. 2021.

⁵³⁹ Disponível em: <http://visit.rio/que_fazer/fosfofox/>. Acesso em: 11 jan. 2021.

Figura 14 - Performance na Fosfobox.



Fonte: Arquivo Fosfobox.

Cabbet Araújo não gastou grandes quantias de dinheiro para abrir a sua “caixa de fósforos”, conforme se observa a seguir:

Eu montei tudo com R\$ 1.000,00, na cara e na coragem. Usei toda a minha experiência anterior para fazer com que aquilo funcionasse. Desde o momento em que eu entrei, eu vi uma boate. Conseguia imaginar as pessoas descendo as escadas e dançando lá embaixo. Quando eu entro hoje na Fosfo, sei que eu acertei.⁵⁴⁰

A pista principal da Fosfobox fica no subsolo, nos arredores da área externa do Shopping Cidade Copacabana, o “Shopping dos Antiquários”; e no térreo, tem o Fosfo, uma pista secundária e uma área para fumantes⁵⁴¹. O *club* virou referência na cena eletrônica

⁵⁴⁰ Disponível em: <<https://heloisatolipan.com.br/musica/fosfobox-comemora-os-13-anos-de-sucesso-e-diversidade-com-3-dias-de-festas-e-curso-de-dj-inedito/#:~:text=Tudo%20come%C3%A7ou%20em%202004%2C%20quando,a%20ideia%20da%20Fosfobox%20surgiu>>. Acesso em: 12 jan. 2021.

⁵⁴¹ Disponível em: <http://visit.rio/que_fazer/fosfobox/>. Acesso em: 19 jan. 2021.

da cidade⁵⁴², e ressalta-se aqui a importância da figura do DJ (*disc jockey*) como centro da cultura musical *clubber* e do *club* noturno, que se apresenta “como palco de uma experiência única pontuada na fruição dos gêneros de música eletrônica, no consumo de novos estimulantes químicos, particularmente o ecstasy” (FEITOSA, 2003, p. 75). A “Fosfo” é considerada um termômetro fiel da cultura *clubber* no Rio de Janeiro⁵⁴³. É interessante observar que, no sentido de lugar proporcionado pelos *clubs*, aqueles que os frequentam regularmente assumem o nome de *clubbers* e *ravers* (FEITOSA, 2003). Irmãos mais velhos do movimento punk, os *ravers* surgiram na Grã-Bretanha entre as décadas de 1980 e 1990, e “utilizaram métodos de resistência não totalmente diferentes, com o mesmo objetivo de se opor à respeitabilidade burguesa britânica” (ATTIMONELLI, 2018, p. 408).

Rave e *clubbing* são espaços de práticas e experiências distintas; e o que diferencia a *rave* diz respeito à

liberdade experimentada no contato estreito com o outro no meio de uma massa dançante, esse corpo único que se move ao ritmo de 4/4 do conjunto; em suma, trata-se de uma experiência que transcende a individualidade e coloca os que dançam em comunicação pelo viés da dimensão corporal (STASI, 2018, p. 427).

Lugar de diversidade com sua farta programação de festas e ponto de encontro da cultura *clubber*, a FosfoBox inspirou o surgimento de várias tendências que se espalharam pela cidade⁵⁴⁴. Atento às questões contra o machismo, o racismo, a homofobia ou qualquer tipo de discriminação ou intolerância, Cabbet Araújo afirma não admitir nenhum preconceito no seu *club*: “Aqui a gente abraça a loucura das pessoas. Tratamos todos iguais”⁵⁴⁵.

E até março de 2020, a “caixa de fósforos” que sacodia a princesa durante a noite copacabanense por dezesseis anos funcionou a todo vapor. Mas com a chegada do coronavírus, a FosfoBox fechou as portas do seu endereço na Siqueira Campos, deixando

⁵⁴² Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/bairros/cabbet-araujo-cara-da-fosfofox-10178453>>. Acesso em: 19 jan. 2021.

⁵⁴³ Disponível em: <<http://djmagbr.com/icone-da-cena-underground-carioca-fosfofox-mudara-de-local/>>. Acesso em: 19 jan. 2021.

⁵⁴⁴ Disponível em: <<http://djmagbr.com/icone-da-cena-underground-carioca-fosfofox-mudara-de-local/>>. Acesso em: 19 jan. 2021.

⁵⁴⁵ Disponível em: <<https://heloisatolipan.com.br/musica/fosfofox-comemora-os-13-anos-de-sucesso-e-diversidade-com-3-dias-de-festas-e-curso-de-dj-inedito/#:~:text=Tudo%20come%C3%A7a%20em%202004%2C%20quando,a%20ideia%20da%20Fosfofox%20surgiu>>. Acesso em: 12 jan. 2021.

saudades para Bia Y⁵⁴⁶, 22 anos, estudante universitária que residia na Tijuca e se mudou para São Paulo no ano de 2020. Ao ser entrevistada por mim, ela mencionou: “a única coisa que me atrai em Copacabana é a vida noturna”; e ao citar espontaneamente a Fosfofox, relatou:

Nossa, eu amava a Fosfofox... Para mim, não tinha nada de ruim lá. Muitas festas boas... Eu gostava porque sou muito eclética; e eu ia lá para a Fosfofox, que era completa! Show de drag queen aos domingos, trap, funk, hip hop. Por isso eu ia lá sempre. Tinha duas pistas. Ah, só era quente. Mas vivi bons momentos lá. Saía às cinco da manhã, e pegava o metrô na porta. Era o momento que os tujucanos se encontravam⁵⁴⁷!

Todavia, as experiências não precisam obrigatoriamente de um prédio para serem vividas na cidade contemporânea. E depois de seis meses fechada, a “Fosfo” saiu de Copacabana e seguiu para a zona portuária da cidade do Rio de Janeiro. E mesmo com as restrições impostas pela pandemia e a posterior enxurrada de *lives*, que funcionaram como “rolês em casa” (SANTOS, 2020), a capacidade nomádica e a mutabilidade do tecido social e urbano acabaram por permitir a sobrevivência de alguns espaços e projetos do setor artístico-cultural, que até então estavam estabelecidos em endereços fixos. Nesse contexto, a cidade contemporânea também é nômade, e se apresenta não como o vestígio de um passado impresso, mas sim como o presente que ocupa aqueles segmentos de território sobre os quais ocorre o deslocamento (CARERI, 2012).

A partir do dia 17 de setembro de 2020, a Fosfofox começou a ocupar o Núcleo de Ativação Urbana (NAU), um espaço ao ar livre instalado na Avenida Pereira Reis nº 36, no Santo Cristo, bairro da zona portuária da cidade. Vale lembrar que, visando levar adiante o projeto “Rio de Janeiro, Cidade Olímpica” no ano de 2016, a área portuária foi requalificada. O projeto propôs a ressignificação dos usos da área do porto da cidade, que passou a ser um lugar de práticas culturais e de lazer (FREITAS; SANTOS, 2019), conforme abordado no capítulo dois. Não se pretende aqui defender a mudança da Fosfofox para um lugar que foi submetido aos ditames de uma intervenção urbanística como o Porto Maravilha, e nem o fato do NAU possuir práticas e discursos comunicacionais que frisam o empreendedorismo da noite e o seu poder de gerar “economias” segundo a lógica do mercado (STRAW, 2018). A reflexão aqui reside na capacidade de deslocamento e de nomadismo da “Fosfo” durante a pandemia. Com as portas do seu endereço da Siqueira Campos fechadas devido ao

⁵⁴⁶ Bia Y nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade da entrevistada seja preservada.

⁵⁴⁷ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Bia Y à autora da tese, realizada no dia 18 de abril de 2021.

coronavírus, Cabbet decidiu levar as experiências da sua “caixa de fósforos” para outro lugar – inclusive para manter o *club* vivo.

Não é o fim, mas sim uma reinvenção. Com a casa fechada desde março, foi preciso se reinventar. O endereço vai mudar, mas a história do Fosfo está longe de acabar: o Fosfo e o NAU se unem para ampliar diversas iniciativas. Em novo formato e com novas experiências, a temporada de verão vem aí com muitas novidades.⁵⁴⁸

E entre os *clubbers*, *ravers* e demais tribos que se apresentam no nomadismo da cidade contemporânea (MAFFESOLI, 1998), a vida e as experiências que emanam do subsolo da Siqueira Campos não se limitam às paredes de uma construção. Em entrevista cedida a mim em junho de 2021, Cabbet mencionou que a mudança da Fosfo para a zona portuária representa:

uma evolução! Foram dezesseis anos em um subsolo em Copacabana. Já era hora de sair da caixinha. E para nós, é um caminho natural do *club*. O que poderíamos fazer mais em Copacabana? É assim em lugares como Barcelona, Buenos Aires e em outros locais; e seguimos a tendência do momento: partimos para a zona portuária⁵⁴⁹.

Ou seja, o que se evidencia na declaração de Cabbet é que as possibilidades espaciais e sônicas transbordam através do deslocamento (FERNANDES; HERSCHMANN, 2020) da mágica “caixa de fósforos”, que sai do coração de Copacabana rumo ao Porto Maravilha, criando assim novas ambiências, capazes de refletir a imersão dos atores (LA ROCCA, 2015) no espaço portuário. De acordo com Hiroshi Shibuya, CEO⁵⁵⁰ do Núcleo de Ativação Urbana (NAU), a parceria com a Fosfo surge justamente no sentido de criar novas experiências na área portuária da cidade, e completou:

É um movimento importante. A Fosfo sempre foi um *club* de vanguarda. Não à toa, durante a quarentena, os sócios e colaboradores entenderam que precisavam dar uma repaginada e respirar novos ares, e a Zona Portuária é um dos eixos mais importantes quando se fala de fomento à cultura, empreendedorismo e economia criativa no Brasil⁵⁵¹.

⁵⁴⁸ Disponível em: <<https://blogs.oglobo.globo.com/luciana-froes/post/fosfo-se-muda-para-galpao-no-porto-onde-e-ampliada-entrega-de-organicos.html>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

⁵⁴⁹ Informação extraída de entrevista concedida por Cabbet à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 4 de junho de 2021.

⁵⁵⁰ Sigla utilizada para “Chief Executive Officer”. Em português, significa o principal chefe ou executivo de uma companhia.

⁵⁵¹ Disponível em: <<https://nau.rio.br/2021/01/31/fosfo-no-porto-maravilha/>>. Acesso em: 14 mai. 2021.

Com uma área de mais de 4.500m², o NAU Cidades é um complexo multicultural⁵⁵², e se posiciona como “um laboratório urbano criado para pensar os espaços, territórios e cidades a partir do empreendedorismo da economia criativa, inovação e desenvolvimento social”. No verão de 2020 (antes da pandemia), o NAU recebeu mais de 100 mil pessoas em festivais e shows de artistas como Lexa, Papatinho, Heavy Baile, Alice Caymmi, dentre outros⁵⁵³. Classificada como a economia do intangível, do simbólico, a economia criativa se alimenta dos talentos criativos, que se organizam individual ou coletivamente para produzir bens e serviços criativos (MADEIRA, 2014). Ainda segundo a autora, os efeitos da economia criativa são compostos pelos chamados clusters ou distritos criativos, que representam, por sua vez, a tendência das empresas de música, audiovisual, moda e design de convergir em determinadas áreas urbanas (MADEIRA, 2014). No dia 8 de outubro de 2021, com a melhora no cenário epidemiológico da covid-19 no Rio de Janeiro (conforme será tratado adiante), o NAU inaugurou a primeira fase do “Distrito de Arte do Porto”, com a promessa de ser a maior galeria de arte urbana a céu aberto da América Latina, contemplando mais de 11mil m² de extensão grafitados⁵⁵⁴. Idealizado por Hiroshi Shibuya⁵⁵⁵, a inauguração da primeira etapa do “Distrito de Arte do Porto” apresenta dezoito murais de grafite assinados por artistas da cena urbana, totalizando 3,5 mil m² de extensão⁵⁵⁶. O projeto do “Distrito de Arte do Porto” possui apoio da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro (por meio da Secretaria de Cultura e Economia Criativa), da Companhia de Desenvolvimento Urbano da Região do Porto (CDURP) e da Cury Construtora⁵⁵⁷.

Antes mesmo da consolidação da parceria entre o NAU e a Fosfofox durante a pandemia, Cabbet Araújo já utilizava o espaço do NAU como central de abastecimento dos produtos orgânicos que cultivava em sua propriedade, o Sítio Liberdade, que fica localizado em

⁵⁵² Disponível em: <<http://djmagbr.com/icone-da-cena-underground-carioca-fosfofox-mudara-de-local/>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

⁵⁵³ Disponível em: <<https://nau.rio.br/nau/>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

⁵⁵⁴ Disponível em: <<https://odia.ig.com.br/colunas/panorama-imobiliario/2021/10/6250421-galeria-de-arte-a-ceu-aberto-no-porto.html>>. Acesso em: 9 out. 2021.

⁵⁵⁵ Diretor executivo do Núcleo de Ativação Urbana (NAU).

⁵⁵⁶ Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2021-10/distrito-de-arte-no-porto-maravilha-inaugura-18-murais-de-graffiti>>. Acesso em: 9 out. 2021.

⁵⁵⁷ Disponível em: <<https://odia.ig.com.br/colunas/panorama-imobiliario/2021/10/6250421-galeria-de-arte-a-ceu-aberto-no-porto.html>>. Acesso em: 9 out. 2021.

Itaguaí, a 70 km do município do Rio de Janeiro⁵⁵⁸. No ano de 2018, ao ser entrevistado pela jornalista Lu Lacerda, “o pai da FosfoBox” falou sobre a produção do seu sítio: “Tenho 2 mil pés de aipim, 200 de coco, pupunha, açaí, tudo orgânico, nenhum agrotóxico. Quero vender em alguns lugares do Rio, em esquema de entrega de cestas quinzenais”⁵⁵⁹. O empresário declarou orgulhoso que os limões do Sítio Liberdade são utilizados nas caipirinhas da FosfoBox (quando ainda funcionava em Copacabana). Com o fechamento do *club* em março de 2020, Cabbet deu início à comercialização das cestas orgânicas do seu sítio via *delivery* a cada dez dias no Rio de Janeiro, e relatou ter a intenção de tornar as entregas semanais após a FosfoBox passar a “habitar” o Porto Maravilha⁵⁶⁰. Em junho de 2021, perguntei ao Cabbet sobre a importância do Sítio Liberdade e das suas atividades na agricultura orgânica se comparadas às da área de lazer e entretenimento noturno, e ele me explicou:

O sítio foi comprado em 2013. Estou aqui há oito anos. Fui criado em uma fazenda, no sistema orgânico. Somos dez irmãos. Não se falava em orgânico, mas nós já éramos orgânicos. Fui para a cidade grande, e descobri que éramos orgânicos lá onde me criei! Pensei: “Que luxo!” Comprei o sítio pensando na minha alimentação, eu como o que eu planto. Eu consegui o certificado em relação à produção de orgânicos, e agora não quero retroceder. Vivemos em um país que passa fome e que tem fartura... No Sítio Liberdade, a gente vende fartura. Tenho 40.000 pés de banana. A nossa dúzia não tem doze: tem quinze! E o que eu quero é que essa história cresça. Caso abra outro *club*, a alface vai para o sanduíche, e a fruta, para o drink, que serão servidos lá. Não somos orgânicos in box, somos orgânicos Liberdade, para fora. O tempo agora é esse: saia da cidade, e vá para a roça. Plante a sua comida. Eu estou no caminho certo⁵⁶¹.

No retorno à ordem simbólica própria da pós-modernidade, a valorização da natureza surge como denominador comum, que se apresenta ávida pela naturalidade corporal e espiritual, pelo bem-estar existencial, e se evidencia através do interesse pelos produtos orgânicos e outros alimentos naturais (MAFFESOLI, 2010). Preocupado em adquirir conhecimentos sobre os princípios ecológicos, Cabbet declarou:

Ah, eu estou fazendo um curso de técnico em Agroecologia aqui no CTUR/UFRRJ, o colégio técnico da Universidade Federal Rural. E mesmo que eu abra mais três

⁵⁵⁸ Disponível em: <<https://blogs.oglobo.globo.com/luciana-froes/post/fosfoBox-se-muda-para-galpao-no-porto-onde-e-ampliada-entrega-de-organicos.html>>. Acesso em: 21 jan. 2021.

⁵⁵⁹ Disponível em: <<https://lulacerda.ig.com.br/sete-perguntas-para-cabbet-araujo-sobre-o-bunker-festival-e-anoite-carioca/>>. Acesso em: 21 jan. 2021.

⁵⁶⁰ Disponível em: <<https://blogs.oglobo.globo.com/luciana-froes/post/fosfoBox-se-muda-para-galpao-no-porto-onde-e-ampliada-entrega-de-organicos.html>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

⁵⁶¹ Informação extraída de entrevista concedida por Cabbet Araújo à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 4 de junho de 2021.

boates, eu não vou comer no Mc Donald's. Eu cresci na vida orgânica, e continuarei nela⁵⁶².

Assim, o homem busca reencontrar a especificidade e o aspecto fecundador da matriz, retornar à essência das coisas, onde reina a presença tranquilizante da natureza selvagem, o que se pode chamar de invaginação do sentido (MAFFESOLI, 2010). Retomando a discussão sobre a FosfoBox, o *début* da boate no Porto Maravilha aconteceu no dia 7 de novembro de 2020, através do projeto “Quadrado”, uma iniciativa do NAU Cidades juntamente com a própria “Fosfo” e o portal Pop Line⁵⁶³. No “Quadrado”, o público assiste aos shows acomodado em mesas e cadeiras na área ao ar livre do NAU, organizado em 188 espaços de 4, 6 ou 8m², dependendo do número de pessoas que vai dividir o quadrante, e cada “quadrado” possui a capacidade de comportar de quatro a seis pessoas⁵⁶⁴. Batizado de “FosfoBox Open Air”, o evento contou com as apresentações dos DJs Mau Mau, Leo Janeiro, Glen, Nana Torres, Bernardo Campos, e também do Coletivo Pirajá⁵⁶⁵. A “caixa de fósforos” copacabanense iniciou sua nova trajetória na zona portuária, demonstrando que o nomadismo dos grupos está na origem do deslocamento cartográfico (ATTIMONELLI, 2018). Assim, mesmo que a FosfoBox tenha migrado para a zona portuária também em virtude das imposições da coronavida (BEIGUELMAN, 2020), o deslocamento envolve a transformação do lugar e seus significados (CARERI, 2012).

Com a chegada de 2021, os casos de coronavírus voltaram a aumentar na cidade do Rio de Janeiro, fazendo inclusive com que o prefeito Eduardo Paes suspendesse o carnaval, que ocorreria no mês de fevereiro⁵⁶⁶. E com o posterior agravamento da pandemia, novas medidas restritivas foram adotadas pela prefeitura no dia 11 de março de 2021, proibindo a realização de eventos e festas em áreas públicas e particulares, bem como o funcionamento de boates e casas de espetáculos⁵⁶⁷. Com isso, a “Fosfo” não pode continuar a embalar a noite do

⁵⁶² Informação extraída da mesma entrevista referida na nota de rodapé anterior.

⁵⁶³ Disponível em: <<https://www.meiohora.com.br/celebridades-e-tv/2020/11/6020304-lexa-rebecca-karol-conka-e-pocah-participam-do-1-festival-com-distanciamento-social.html#foto=1>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

⁵⁶⁴ Disponível em: <<https://vejario.abril.com.br/programe-se/festa-quadrado-distanciamento/>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

⁵⁶⁵ Disponível em: <<https://bafafa.com.br/arte-e-cultura/festa/fosfo-box-open-air-com-dj-mau-mau>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

⁵⁶⁶ Disponível em: <<https://www.uol.com.br/carnaval/2020/noticias/redacao/2021/01/21/eduardo-paes-carnaval-rio-de-janeiro-cancelado.htm>>. Acesso em: 22 jan. 2021.

⁵⁶⁷ Disponível em: <<https://prefeitura.rio/cidade/prefeitura-prorroga-medidas-de-protecao-a-vida-ate-22-de-marco-e-estabelece-novas-restricoes-como-forma-de-prevencao-a-covid-19/>>. Acesso em: 12 mar. 2021.

Porto Maravilha no primeiro trimestre de 2021. Ao ser indagado por mim sobre o futuro da Fosfobox entre a sede da Siqueira Campos e os eventos na zona portuária, Cabbet respondeu:

A sede da empresa ainda é na Siqueira Campos. Pode ser que pós-pandemia a gente tenha a oportunidade de voltar para lá. Mas a gente vinha em um movimento de sair de Copacabana mesmo. Nós, como casa noturna em um subsolo, já vínhamos sofrendo com a concorrência em relação às festas ao ar livre, mesmo antes da pandemia. E manter o *club* no subsolo ficou complicado. Durante dezesseis anos, mantemos a chama acesa. E, mesmo em função dos novos tempos, já era um desejo de ir para a zona portuária. Eu só acredito que a pandemia acabará mesmo em 2025. Poder sair sem máscara, beijar cinco bocas... Como a Fosfobox é uma marca, ela prossegue. Seja em um armazém, em uma fazenda, em um local na Bahia. Agora voltar para um *club*, paredes fechadas, só vejo isso acontecendo em 2025⁵⁶⁸.

Mas em outubro de 2021, o cenário epidemiológico da covid-19 finalmente pareceu mais animador no Estado do Rio de Janeiro. De acordo com a 51ª edição do Mapa de Risco da Covid-19, divulgada no início do mês supracitado pela Secretaria de Estado de Saúde (SES/RJ), pela primeira vez nenhum município ficou com índice de alto risco desde o início do ano de 2021; e pela sexta semana consecutiva, o Estado do Rio de Janeiro seguiu com a classificação geral de baixo risco (bandeira amarela) para a covid-19, com uma redução de 35% nas internações por Síndrome Respiratória Aguda Grave (SRAG) e de 39% no número de óbitos provocados pela doença⁵⁶⁹. E na 52ª edição do Mapa de Risco da Covid-19 (divulgada no dia 15 de outubro de 2021), o Estado do Rio de Janeiro apresentou o melhor panorama epidemiológico desde o mês de julho de 2020, data da primeira edição do levantamento⁵⁷⁰.

Todavia, se o futuro e o tão esperado fim da pandemia acabaram se tornando o nosso presente, há algo a ser feito: não permitir que a coronavida se torne o nosso depois (BEIGUELMAN, 2020). Afinal, a miríade de corpos que se desloca pela cidade se nutre da proximidade e do ajuntamento (FERNANDES; HERSCHMANN, 2020). E para os que respeitam a capacidade de destruição do vírus, somente a partir da tão aguardada e definitiva morte da coronavida será possível aglomerar novamente sem medos, restrições ou proibições – e até mesmo “sem quadradinhos”.

⁵⁶⁸ Informação extraída de entrevista concedida por Cabbet Araújo à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 4 de junho de 2021.

⁵⁶⁹ Disponível em: <<https://www.saude.rj.gov.br/noticias/2021/10/mapa-de-risco-covid-19-pela-primeira-vez-desde-o-inicio-do-ano-nenhum-municipio-apresenta-alto-risco>>. Acesso em: 8 out. 2021.

⁵⁷⁰ Disponível em: <<https://www.saude.rj.gov.br/noticias/2021/10/mapa-de-risco-da-covid-19-estado-do-rio-de-janeiro-tem-todas-as-regioes-com-baixo-risco-pela-primeira-vez-na-serie-historica>>. Acesso em: 15 out. 2021.

4.1.3 “A ave biriteira” de Copacabana: o Pavão Azul

No dia 11 de dezembro de 2012, Eduardo Paes (que estava em seu 1º mandato como prefeito do Rio de Janeiro) declarou, através do Decreto n.º 36605, vários bares e botequins da cidade como itens do Patrimônio Cultural Carioca. Lugar de socialidades desde a chegada da Corte Portuguesa ao Rio de Janeiro, o botequim surgiu como “um popular espaço de lazer e consumo – cachaça, diversão e conversa. O público frequentador era composto por trabalhadores livres, prestamistas, mascates, servidores da Guarda e escravos urbanos” (MAIA; CHAO, 2018, p. 15). Na Copacabana da década de 50, os bares, hotéis, restaurantes e as boates se multiplicaram no bairro ao lado dos prédios residenciais (VELHO, 1989). E mesmo com a revitalização da Lapa e o regresso da vida noturna ao local no final do século XX, Copacabana chegou ao ano de 2018 apresentando ampla oferta de restaurantes e bares: eram 803 e 142, respectivamente (GÓIS, 2015). Ainda segundo o autor (2015), as diferenças entre ambos os termos supracitados (bares e restaurantes) podem desaparecer na denominação comum de estabelecimentos que dizem ser, simultaneamente, “bar e restaurante”, uma vez que as ações dos frequentadores podem ser resumidas nas atividades de beber e comer. Ações liberadoras de grande força socializadora, beber e comer juntos une as pessoas (MAIA; CHAO, 2018).

O Decreto n.º 36605 se baseia na importância dos bares e botequins na comensalidade no Rio de Janeiro contemporâneo, e leva em consideração os seguintes elementos:

O Prefeito da Cidade do Rio de Janeiro, no uso de suas atribuições legais e, considerando a existência do Registro de Bares e Botequins Tradicionais como Patrimônio Cultural Carioca o qual considera tais estabelecimentos como locais de convivência democrática que traduzem o “espírito” carioca de comemorar, de reunir, de festejar;
considerando a necessidade de buscar mecanismos de incentivos para a permanência desses bens culturais da cidade que passam por processo de transformação ou de desaparecimento;
considerando a ancestralidade e as características dos modos do fazer dos bens em questão que, através da sua continuidade histórica e sua relevância local, se tornaram referência para a memória, a identidade cultural e a formação social carioca;
considerando a necessidade de se ampliar a preservação da memória intangível da cultura carioca na figura dos Bares e Botequins tradicionais, e considerando os estudos realizados pelo Instituto Rio Patrimônio da Humanidade⁵⁷¹.

⁵⁷¹ Disponível em:

<<http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4368015/4108339/26DECRETO36605BareseBotequinsTradicionais.pdf>>. Acesso em: 23 jan. 2021.

Bares e botequins cariocas evidenciam que “a experiência do comer e da comensalidade é inerente ao momento presente no qual os objetos materiais e simbólicos são depositários de narrativas e memórias que flutuam na cultura em aromas, formas, gestos e emoções” (CARVALHO *et al.*, 2020, p. 12). Em entrevista cedida a mim em março de 2021, Daniel⁵⁷², 37 anos, morador de Copacabana (comunidade Pavão-Pavãozinho), relatou que, em sua opinião, ser carioca é: “Em um sábado, alguém diz: ‘Desce aí, vamos no barzinho beber uma cerveja!’ E quando você vê, tem um engradado...”⁵⁷³.

No Decreto n.º 36605, a lista dos bares considerados como Patrimônio Cultural da cidade é composta por catorze estabelecimentos, situados em vários bairros do Rio de Janeiro⁵⁷⁴. Tais espaços são símbolos da socialidade carioca, e receberam uma variedade de apelidos ao longo da história, dentre os quais: botecos, botequins, “pés-sujos”, birosca de favela e bar-musical (MAIA; CHAO, 2018). Quando se trata dos estabelecimentos comerciais cujas atividades possuem íntima correlação com o noturno, os bares sempre mantiveram uma finalidade durante o decorrer dos anos: fornecer bebidas alcoólicas aos consumidores, em paralelo com outras funções ligadas ao lazer na noite (GÓIS, 2015).

E no elenco dos bares “patrimônio” do Decreto n.º 36605 localizados no bairro de Copacabana, vale citar o Bip Bip, um pequeno estabelecimento de 18m² situado na Rua Almirante Gonçalves⁵⁷⁵. Fundado em dezembro de 1968, o Bip Bip é considerado “um autêntico pé-sujo carioca”, e se transformou em um reduto do samba e da boemia da cidade sob a batuta de Alfredo Jacinto de Melo (conhecido como Alfredinho), a partir do ano de 1984.⁵⁷⁶ Antes da pandemia, o minúsculo bar possuía farta programação, reunindo choro, bossa nova e samba, e contava com a presença de artistas voluntários, que realizavam rodas de samba e apresentações dos demais estilos musicais mencionados de modo gratuito, e

⁵⁷² Daniel nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

⁵⁷³ Informação extraída de entrevista concedida por Daniel à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 26 de março de 2021.

⁵⁷⁴ Disponível em: <<http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4368015/4108339/26DECRETO36605BareseBotequinsTradicionais.pdf>>. Acesso em: 12 mar. 2021.

⁵⁷⁵ Disponível em: <<https://catracalivre.com.br/agenda/bar-bip-bip-copacabana-rio-de-janeiro/>>. Acesso em: 12 mar. 2021.

⁵⁷⁶ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/morre-alfredinho-dono-do-bar-bip-bip-aos-75-anos-23495042>>. Acesso em: 12 mar. 2021.

muitas vezes com a participação de estrelas como Paulinho da Viola e a falecida Beth Carvalho⁵⁷⁷. Palco de boa música e de excentricidades, o Bip Bip possuía poucas cadeiras e mesas, prioritariamente destinadas para os músicos que lá se apresentavam. O bar também não possuía garçons, funcionando como

uma espécie de boteco self-service. Os clientes levantam, vão à geladeira, pegam sua bebida, passam por Alfredo – sempre sentado próximo à mesa dos músicos – dizem o nome e o que estão levando. Puro e simples. No final, é só passar novamente por Alfredo e pagar a conta. Essa é a regra básica para ser um autêntico frequentador do boteco mais informal e ao mesmo tempo tradicional, da cidade⁵⁷⁸.

Outra singularidade do Bip Bip era a proibição dos aplausos nas apresentações musicais, que foram abolidos e substituídos pelo estalar dos dedos para não atrapalhar o som e nem incomodar os vizinhos⁵⁷⁹. Falecido no dia 2 de março de 2019 (sábado de carnaval), Alfredinho costumava dar broncas em quem batia palmas para os músicos em seu boteco⁵⁸⁰. Realizado no próprio Bip Bip, o velório teve muita alegria, roda de samba e pessoas vestidas como se estivessem em um bloco carnavalesco⁵⁸¹. E para homenagear o mangueirense Alfredinho, o samba enredo da escola do ano de 2019 foi cantado no final do velório⁵⁸², pois vale salientar que

o que está na origem do luto é a impressão de enfraquecimento que sente o grupo quando perde um de seus membros. Mas essa impressão tem por efeito aproximar os indivíduos uns dos outros, colocá-los mais intimamente em contato, associá-los num mesmo estado de alma, e de tudo isso resulta uma sensação de reconforto que compensa o enfraquecimento inicial. Se existe pranto em comum, é que uns sempre podem contar com os outros e a coletividade, apesar do golpe que sofreu, não está desmantelada (DURKHEIM, 1996, p. 440).

⁵⁷⁷ Disponível em: <<https://catracalivre.com.br/agenda/bar-bip-bip-copacabana-rio-de-janeiro/>>. Acesso em: 12 mar. 2021.

⁵⁷⁸ Disponível em: <http://visit.rio/onde_comer/bip-bip/>. Acesso em: 12 mar. 2021.

⁵⁷⁹ Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2019/03/dono-de-reduto-do-samba-morre-no-sabado-de-carnaval-no-rio.shtml?origin=uol>>. Acesso em: 12 mar. 2021.

⁵⁸⁰ Disponível em: <<https://vejario.abril.com.br/estabelecimento/bip-bip-2/>>. Acesso em: 12 mar. 2021.

⁵⁸¹ Disponível em: <<https://odia.ig.com.br/rio-de-janeiro/2019/03/5624238-teve-ate-roda-de-samba-no-velorio-do-alfredinho.html?foto=2>>. Acesso em: 12 mar. 2021.

⁵⁸² Disponível em: <<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/carnaval/2019/noticia/2019/03/04/velorio-de-alfredinho-dono-de-reduto-de-sambistas-se-transforma-em-imensa-roda-de-samba-em-copacabana.ghtml>>. Acesso em: 12 mar. 2021.

Em março de 2021, dois anos depois do falecimento de Alfredinho e um ano após o início da pandemia, os administradores do bar realizaram uma campanha de doações, para que o Bip Bip não sucumba à crise causada pelo coronavírus⁵⁸³. É preciso “não deixar o samba morrer”. E como foi no dia quatro de maio que Noel Rosa e Aldir Blanc faleceram (nos anos de 1937 e 2020, respectivamente), o Bip Bip promoveu uma roda de samba nessa data pelo Instagram do bar (Figura 15). Batizada de “O encontro dos poetas: 84 anos sem Noel e 1 ano sem Aldir – sem hora pra acabar”, o samba virtual começou às 19h30 do dia 4 de maio e durou 14 horas e 18 minutos, totalizando 180 músicas – e terminando apenas no meio da manhã do dia seguinte⁵⁸⁴.

Figura 15 - Roda de samba virtual “O encontro dos poetas”.



Fonte: Instagram do bar Bip Bip, maio/2021.

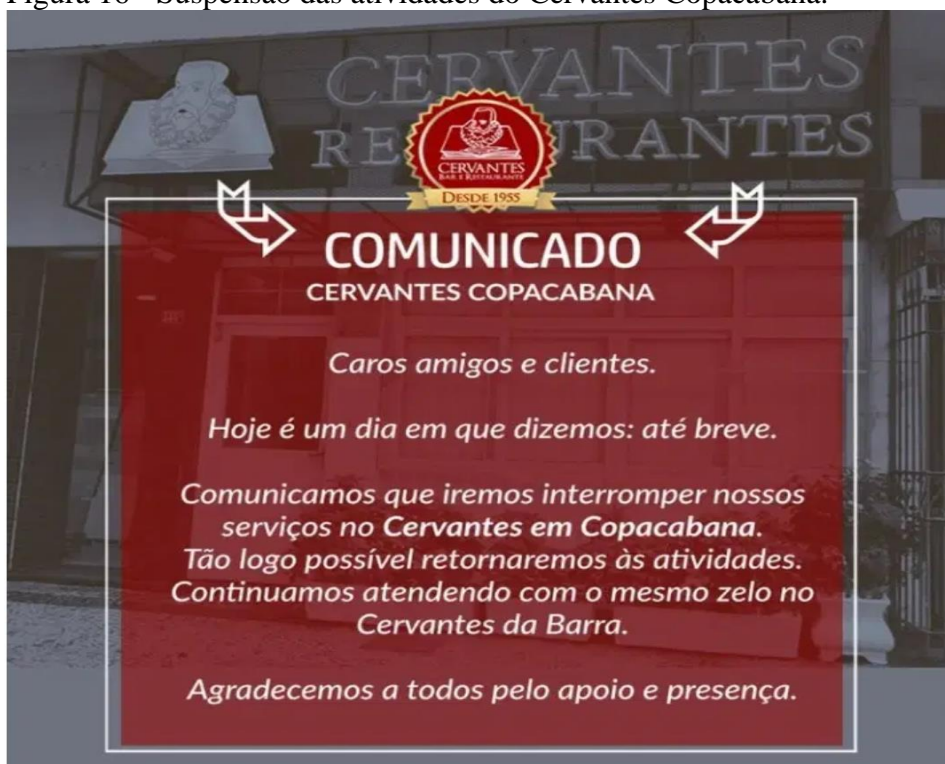
De um modo geral, a pandemia vem causando um estrago avassalador ao setor de eventos, boates e de lazer, tanto no Rio de Janeiro como em todo o país, e muitos bares e restaurantes viraram “reféns” dos aplicativos para não fecharem as portas de modo

⁵⁸³ Disponível em: <<https://vejario.abril.com.br/comer-e-beber/bip-bip-campanha-doacoes-para-sobreviver/>>. Acesso em: 29 mar. 2021.

⁵⁸⁴ Disponível em: <https://instagram.com/rodadobip?utm_medium=copy_link>. Acesso em: 17 mar. 2021.

definitivo⁵⁸⁵. Além do Bip Bip, também são bares “patrimônio” do Decreto n.º 36605 no bairro de Copacabana: o Bar e Restaurante Cervantes, localizado na Avenida Prado Júnior, e a Adega Pérola, que fica na Rua Siqueira Campos. Apesar das dificuldades enfrentadas desde o início da pandemia em março de 2020, o Cervantes vinha conseguindo se manter, embora o faturamento da casa tivesse caído pela metade do normal, mesmo com os investimentos em *delivery*⁵⁸⁶. Passado um ano, as receitas financeiras do bar não se mantiveram para que o estabelecimento conseguisse honrar os seus compromissos, o que acabou acarretando o fechamento temporário do Cervantes Copacabana a partir do dia 30 de março de 2021 (Figura 16), embora o mesmo não tenha divulgado em nota oficial quando voltará a funcionar⁵⁸⁷.

Figura 16 - Suspensão das atividades do Cervantes Copacabana.



Fonte: Instagram do bar Cervantes, março/2021.

Famosa pelas iguarias portuguesas exibidas na vitrine de vidro que acompanha o seu longo balcão, a Adega Pérola fechou as portas no primeiro período emergencial de restrições

⁵⁸⁵ Disponível em: <<https://abrase.com.br/noticias/noticias/em-crise-por-causa-da-pandemia-restaurantes-viram-refens-de-aplicativo/>>. Acesso em: 17 mar. 2021.

⁵⁸⁶ Disponível em: <<https://vejario.abril.com.br/blog/beco-do-becoza/fechamento-cervantes-copacabana/>>. Acesso em: 30 mar. 2021.

⁵⁸⁷ Disponível em: <<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2021/03/30/restaurante-cervantes-comunica-fechamento-da-unidade-de-copacabana.ghtml>>. Acesso em: 30 mar. 2021.

para combater a covid-19, ainda no primeiro semestre de 2020. E em julho de 2020, a casa reabriu com o balcão e as mesas isoladas, com o uso de fita de sinalização zebraada amarela e preta para aumentar o distanciamento⁵⁸⁸.

Por fim, o quarto estabelecimento copacabanense que faz parte do rol de botecos “patrimônio” do Decreto n.º 36605 é o Café e Bar Pavão Azul. Assim como o polo de bares denominado Baixo Copa, o Pavão Azul foi espontaneamente citado por alguns dos entrevistados da pesquisa, conforme será tratado a seguir⁵⁸⁹. Situado na Rua Hilário de Gouveia n.º 71, o bar é considerado um “pé sujo de unhas limpas”⁵⁹⁰. A definição faz referência ao fato de o lugar possuir um ar despojado e informal (Figura 17), com cadeiras e mesas espalhadas pela calçada (disputadíssimas pelos seus frequentadores) e, simultaneamente, oferecer saborosos tira-gostos⁵⁹¹.

Figura 17 - Bar Pavão Azul.



Fonte: Página do bar Pavão Azul na rede social Facebook, junho/2020.

⁵⁸⁸ Disponível em: <<https://blogs.oglobo.globo.com/luciana-froes/post/adega-perola-reabre-com-medidas-de-distanciamento-e-servico-de-entregas.html>>. Acesso em: 12 mar. 2021.

⁵⁸⁹ Em virtude da pandemia de covid-19, passei a realizar as entrevistas para a elaboração da tese de modo remoto (após a Defesa de Qualificação da mesma, ocorrida no segundo semestre de 2019).

⁵⁹⁰ Disponível em: <<https://catracalivre.com.br/agenda/pavao-azul-pe-sujo-de-unhas-limpas/>>. Acesso em: 23 jan. 2021.

⁵⁹¹ Disponível em: <<https://bafafa.com.br/turismo/comer-beber/pavao-azul>>. Acesso em: 25 jan. 2021.

Administrado por Sérgio Santos juntamente com a mãe, Vera Afonso, e com Elizabeth Afonso, sua tia, o nome do bar até hoje é um mistério. Ao ser entrevistada por mim em agosto de 2021, Elizabeth respondeu que o estabelecimento já tinha esse nome quando a sua família o adquiriu:

O bar foi fundado em 1957, e é da minha família há uns quarenta e poucos anos. Quando compramos, já era Pavão Azul... Certa vez, meu sobrinho Sérgio assistiu um filme antigo que tinha algumas cenas onde aparecia um pavão da cor azul; mas no fundo, não sabemos se essa é a origem do nome⁵⁹².

Considerado icônico no bairro, as mesas do Pavão Azul muitas vezes abrigaram Luiz Alfredo Garcia-Roza, falecido em abril de 2020 em decorrência de um AVC⁵⁹³. O escritor fez de Copacabana o principal cenário para a sua literatura policial; e o detetive Espinosa (um dos personagens protagonistas dos seus romances policiais) atua como titular da 12ª delegacia de polícia do Rio de Janeiro, localizada em Copacabana, em frente ao Pavão Azul⁵⁹⁴. O bar também funcionou como “escritório” para Antônio Maria, um dos maiores cronistas da noite carioca, que se sentava às mesas do Pavão Azul com a máquina de escrever Remington para redigir suas crônicas (TAUIL, 2020). Na década de 1960, Antônio assinou durante vários anos as colunas “Romance Policial de Copacabana” e “Jornal de Antônio Maria”, ambas no jornal Última Hora (TAUIL, 2020). Em suas crônicas, o Pavão Azul sempre estava presente, como no trecho de “A baiana desceu a rua”, publicada em 1962 no “Jornal de Antônio Maria”:

Na Hilário de Gouveia, em frente à delegacia do 2º Distrito de Polícia, aberto dia e noite, está o bar Pavão Azul. Lá, em homenagem e em respeito à vizinhança, as noites e as madrugadas são vividas na santa paz de Deus. Uma das clientes, porém, não acredita em polícia. Uma baiana dos seus 28 anos, filha de santo e boa consumidora de aguardente. Seu nome: Maria Helena dos Santos. Todos os dias, logo após o primeiro copo, inventa um pé de conflito⁵⁹⁵.

⁵⁹² Informação extraída de entrevista concedida por Elizabeth Afonso à autora da tese, realizada através de ligação telefônica no dia 31 de agosto de 2021.

⁵⁹³ Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/04/morre-luiz-alfredo-garcia-roza-autor-de-livros-sobre-copacabana-noir-aos-84.shtml>>. Acesso em: 1 fev. 2021.

⁵⁹⁴ Disponível em: <<https://literaturapolicial.com/2014/09/29/lancamento-espinosa-volta-ao-circuito/>>. Acesso em: 1 fev. 2021.

⁵⁹⁵ Disponível em: <<https://cronicabrasileira.org.br/cronicas/12581/romance-policial-de-copacabana>>. Acesso em: 1 fev. 2021.

E foi assim, como presença marcante nas narrativas cotidianas que envolvem a “princesa permissiva” (MAIA; BIANCHI, 2012, p. 41), que o Pavão Azul chegou ao século XXI. Moradora do Rio de Janeiro desde o ano de 2009, Kellys⁵⁹⁶, uma paraibana de 42 anos, elegeu o Pavão Azul como um dos lugares para “tomar uma gelada”. Em entrevista cedida a mim em abril de 2021, ela mencionou espontaneamente o “pé sujo”: “Eu frequento bastante o Pavão Azul. É botecão, fico em pé, bebo cerveja, como e saio”⁵⁹⁷. Sinônimo de informalidade, os bares “pé sujo” também são espaços que fazem parte do imaginário relacionado ao lazer em Copacabana.

André⁵⁹⁸, 53 anos, residente em Copacabana desde a adolescência, mencionou que sentiu “a evolução dos pés sujos” localizados na “cinderela boêmia”:

Aqui sempre teve muito pé sujo. Mas de uns anos para cá, eles modernizaram os bares. Aí surgiu o Baixo Copa, na Bolívar. Ali tem muito barzinho. Na minha época, a gente ia para a Gávea, Leblon... Tem barzinho na Barão de Ipanema, na Figueiredo Magalhães. Acho que se eu fosse adolescente hoje, eu ficaria por aqui⁵⁹⁹!

Ao citar o Baixo Copa, o entrevistado se referiu a um tradicional reduto da boemia copacabanense, cercado por bares e restaurantes. Localizado entre as esquinas das ruas Bolívar e Aires Saldanha, o Baixo Copa é um dos exemplos da noturnidade do bairro, pois “a noturnidade possibilita por parte dos agentes a construção de vários tipos de ‘oásis’, zonas de pulsão de vida” (FERNANDES; HERSCHMANN, 2020, p. 77). Popularmente conhecidos como “baixos” ou polos, tais espaços muitas vezes surgem informalmente, criados ao longo do tempo através de parcerias entre comerciantes locais em torno de uma mesma área (ou até mesmo quando o “baixo acompanha o polo”), como explica Góis (2015, p. 189):

Outras áreas da cidade que, de forma “espontânea”, se organizaram em torno de polos costumam ser denominadas de “baixos”, no qual clusters de bares e restaurantes se formam no entorno de uma vizinhança. Os baixos são parte do processo de expansão da cidade, agregando em perímetros relativamente pequenos e geralmente em esquinas um conjunto de atividades ligadas ao noturno.

⁵⁹⁶ Kellys mora no bairro de Santa Teresa (localizado na zona central da cidade do Rio de Janeiro). O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade da entrevistada seja preservada.

⁵⁹⁷ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Kellys à autora da tese, realizada no dia 1º de abril de 2021.

⁵⁹⁸ André nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

⁵⁹⁹ Informação extraída de entrevista concedida por André à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 29 de março de 2021.

E quando se trata do lazer noturno de Copacabana, é preciso destacar que o Baixo Copa surgiu espontaneamente na resposta de Daniel⁶⁰⁰, 37 anos. Ao ser entrevistado por mim, ele mencionou: “Eu gosto do Baixo Copa, na Bolívar. Ali é top! E dos bares Belmonte, Boteco da Garrafa e do Xexeo”⁶⁰¹.

Andrea⁶⁰², 53 anos, moradora da Rua Santa Clara (em Copacabana), declarou frequentar inúmeros bares no bairro. Dentre as várias opções mencionadas pela entrevistada, apareceu o Baixo Copa: “Eu frequento o quiosque da Skol, na praia. O bar Bunda de Fora, que é muito bom. O Belmonte. Gosto do bar Baixo Copa, que fica no Baixo Copa, na Aires Saldanha. Gosto do Pavão Azul, que é famoso! E do Pavão Black”⁶⁰³.

Ou seja, mesmo sendo “uma ave desgarrada” do Baixo Copa (situado na Rua Bolívar), o Pavão Azul (que fica na Rua Hilário de Gouveia) é sempre lembrado, inclusive pelos que moram em outros bairros da cidade. Antes da pandemia, o Pavão Azul ficava tão lotado que já não tinha mais como acomodar os seus frequentadores. A solução encontrada foi inaugurar uma espécie de anexo do outro lado da rua, batizado de “Pavãozinho” – e que acabou resultando nos dois bares sempre cheios⁶⁰⁴. Como consequência do sucesso do bar, o Pavão Azul inaugurou outros espaços, totalizando cinco estabelecimentos, e passou a ser chamado de “Complexo do Pavão Azul” no segmento de gastronomia⁶⁰⁵.

Monica⁶⁰⁶ tem 53 anos, reside no bairro de Vila Isabel, e trabalha em Copacabana. Preocupada com o coronavírus, quando a indaguei sobre as opções de lazer noturno frequentadas no bairro supracitado, ela me explicou que não estava saindo de casa para a diversão. Mas a “ave copacabanense” surgiu como uma de suas opções preferidas:

⁶⁰⁰ Daniel nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade do entrevistado seja preservada.

⁶⁰¹ Informação extraída de entrevista concedida por Daniel à autora da tese, realizada através de videochamada no dia 26 de março de 2021.

⁶⁰² Andrea nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade da entrevistada seja preservada.

⁶⁰³ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Andrea à autora da tese, realizada no dia 29 de março de 2021.

⁶⁰⁴ Disponível em: <<https://diariosgastronomicos.com.br/index.php/2012/02/refeicoes-ligeiras-de-carnaval-a-patanisca-do-pavao/>>. Acesso em: 25 jan. 2021.

⁶⁰⁵ Disponível em: <<https://almadebar.com.br/dez-botecos-para-ver-a-copa-brasil-x-belgica/>>. Acesso em: 25 jan. 2021.

⁶⁰⁶ Monica nasceu no Rio de Janeiro. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade da entrevistada seja preservada.

Hoje eu não estou indo em lugar nenhum. Antes da pandemia, eu gostava do Manoel & Joaquim, do Bunda de Fora e do Pavão Azul, na Hilário de Gouveia. Ah, no calçadão, gostava do quiosque Praia Skol Copacabana, que tem música ao vivo. Mas nos dias de jogo, eu ia para o Pavão Azul⁶⁰⁷.

Inaugurado em 1957, o “sessentão pé sujo” Pavão Azul chegou ao século XXI movido pelo mesmo espírito “festeiro” da Copacabana da década de 1950. Nos primeiros meses do ano de 2020 (antes do início da pandemia), o Pavão Azul foi o único bar de Copacabana que participou de uma “olimpíada etílica”: os Jogos de Botequim 2020. Realizado com o apoio do Sindicato dos Bares e Restaurantes do Município do Rio de Janeiro entre os dias 11 de janeiro e 8 de fevereiro, o evento reuniu dez bares de vários bairros da cidade durante cinco finais de semana, que sediaram a realização de dez modalidades “olímpico-etílicas”⁶⁰⁸. E ao aliar o “laço comunicacional específico” resultante da socialidade criada em torno dos bares, botequins ou restaurantes (MAIA; CHAO, 2018) ao fato do Rio de Janeiro ser uma espécie de “celeiro” de novas modalidades esportivas (conforme abordado no capítulo “Comungando emoções, práticas e sabores cariocas”), os Jogos de Botequim 2020 transformam o bar, uma das mais importantes referências sociais de uma cidade (GÓIS, 2015), em uma espécie de “arena etílico esportiva”. Uma das modalidades “olímpico-etílicas” do evento é o tradicional chopp a metro, no qual o competidor que conseguir beber primeiro o copo contendo de 500 ml a 1 litro da bebida é o vencedor. E como os Jogos de Botequim 2020 se posicionaram como “a cara do Rio de Janeiro”, foram criadas modalidades como “torneio de frescobol de amendoim” e a “baratona”, atividade “etílico esportiva” escolhida para o fechamento do evento, no dia 9 de fevereiro.⁶⁰⁹ O Pavão Azul foi a “arena” selecionada como ponto de largada da “baratona”, que consistia em uma peregrinação por oito bares participantes dos Jogos de Botequim 2020, onde o “baratonista” deveria obrigatoriamente cumprir uma tarefa como “beba um chopp e coma um pastel” ou “beba uma caipirinha e coma uma empada” em cada um deles⁶¹⁰.

Mas o Pavão Azul entendeu que existem diferentes cariocas e “carioquices”. E para os que não curtem o clima de “botecão”, nasceu o Pavão Black. Localizado na rua Barata

⁶⁰⁷ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Monica à autora da tese, realizada no dia 28 de março de 2021.

⁶⁰⁸ Disponível em: <<https://www.sindrio.com.br/2019/11/primeiros-jogos-de-botequim-do-rio-de-janeiro-2020/>>. Acesso em: 2 fev. 2021.

⁶⁰⁹ Disponível em: <<https://vejario.abril.com.br/comer-e-beber/jogos-de-botequim-2020-programacao/>>. Acesso em: 1 abr. 2021.

⁶¹⁰ Disponível em: <<https://www.sindrio.com.br/2019/11/primeiros-jogos-de-botequim-do-rio-de-janeiro-2020/>>. Acesso em: 1 abr. 2021.

Ribeiro perto do seu “irmão” azul, o Pavão Black serve vinhos e uma gastronomia mais elaborada.⁶¹¹ Conforme exposto anteriormente, os “dois pavões” de cores diferentes foram citados como opções de lazer pela entrevistada Andrea⁶¹², 53 anos, que me explicou: “Conheço bastante os bares de Copacabana. Eu comparo Copacabana com outros bairros que eu vou. Aqui é tudo bonito: pessoas bonitas, lojas bonitas... Não desmerecendo os outros bairros, é claro!”⁶¹³.

E mesmo que não tenham sido citados por Andrea e demais entrevistados, é interessante observar que, além do Pavão Black e do Pavão Azul, a rede inaugurou outras “aves”, como o barzinho Pavão Verde e o Pavão Convida. Com uma proposta que mistura um pouco do formal e do informal presentes nos seus dois “irmãos” das cores preta e azul, o Pavão Verde fica localizado na Rua Djalma Ulrich, também em Copacabana⁶¹⁴. Já o “Pavão Convida” é considerado o “bar de hambúrgueres”, e juntamente com os seus “irmãos” das cores azul, preta e verde da “linhagem de aves”, está situado em Copacabana⁶¹⁵. Para completar a família de “pavões”, a rede ganhou um “irmão aquático”: o Peixinho Azul, que fica localizado no Leme, bem perto da praia – e é considerado a “birosca” da família⁶¹⁶.

Mas o Pavão Azul também sofreu com as dificuldades impostas pela chegada do coronavírus ao Brasil em março de 2020. E, além do serviço de *delivery*, uma das formas encontradas pela “ave” para sobreviver em tempos pandêmicos foi participar da campanha “Ajude um Boteco”. Criada em abril de 2020 pela cervejaria Bohemia para apoiar os bares e restaurantes impactados pela pandemia, o projeto “Ajude um Boteco” apresentava uma plataforma onde os comerciantes puderam, após cadastramento prévio, oferecer *vouchers* com

⁶¹¹ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/bairros/os-novos-voos-do-tradicional-pavao-azul-em-copacabana-1-24012710>>. Acesso em: 25 jan. 2021.

⁶¹² Andrea nasceu no Rio de Janeiro, e mora em Copacabana. O sobrenome não foi divulgado para que a privacidade da entrevistada seja preservada

⁶¹³ Informação extraída de entrevista telefônica concedida por Andrea à autora da tese, realizada no dia 29 de março de 2021.

⁶¹⁴ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/bairros/os-novos-voos-do-tradicional-pavao-azul-em-copacabana-1-24012710>>. Acesso em: 25 jan. 2021.

⁶¹⁵ Disponível em: <<https://almadebar.com.br/tem-delivery-no-botequim-15-dicas-de-ouro/>>. Acesso em: 25 jan. 2021.

⁶¹⁶ Disponível em: <<https://vejario.abril.com.br/comer-e-beber/bares-comer-e-beber-2020/>>. Acesso em: 25 jan. 2021.

desconto aos consumidores, auxiliando os estabelecimentos a gerarem um fluxo de caixa para reabertura logo após a primeira fase de quarentena ocorrida no ano de 2020⁶¹⁷.

Elizabeth Afonso, 72 anos, uma das proprietárias do Pavão Azul, relatou angustiada o que passou pela sua cabeça ao ver o bar fechado em vários momentos da pandemia de covid-19:

Senti muita tristeza... Chegava em Copacabana, via as lojas todas fechadas. Foi muito difícil. Mas conseguimos; fizemos delivery. Este ano também está muito difícil, mas toda a nossa equipe está se empenhando. Eu tenho esperança. A gente aguarda que a coisa volte ao normal, que o Rio de Janeiro volte a ser a Cidade Maravilhosa. Que volte o mais rápido possível com a programação de festas, de shows... Mas com organização, e também com segurança pública e sanitária⁶¹⁸.

E em meio ao descaso com a vida e à desorganização no combate à pandemia (especialmente por parte do Governo Federal), o Pavão Azul conseguiu chegar ao ano de 2021, vivo e pulsante no coração de Copacabana, com os seus “pés sujos” ansiosos por circular em meio às mesas e pessoas aglomeradas (sem o risco de adoecer de covid-19).

⁶¹⁷ Disponível em: <<https://www.sindrio.com.br/2020/04/bohemia-lanca-campanha-ajude-um-boteco/>>. Acesso em: 2 fev. 2021.

⁶¹⁸ Informação extraída de entrevista concedida por Elizabeth Afonso à autora da tese, realizada através de ligação telefônica no dia 31 de agosto de 2021.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os espaços são formas que nos apresentam o fantástico, já que países, cidades e bairros existem para além das análises quantitativas, taxonomias e demais categorias criadas na tentativa de compreendê-los. Quando um espaço se lugariza, os corpos se apropriam do território, trazendo novas, mutáveis e sensíveis ambiências, inclusive onde as experiências podem se deslocar em uma lógica nomádica. Assim, entre o lazer, o consumo, as socialidades e outras possibilidades que o cotidiano dos lugares nos deslinda, é possível fazer uma leitura de sua climatologia urbana. Entender um bairro e o imaginário acerca do mesmo é se permitir adentrar em subjetividades, olhando e escutando de modo acurado e atento as emoções, as sensações e as experiências que o mesmo é capaz de provocar em seus atores. Para definirmos um bairro, faz-se necessário mergulhar nas profundezas das práticas e vivências dos seus atores, que se revelam através do sentir, experienciar e ter.

Sendo assim, a tese pretende evidenciar uma análise inabitual e inédita sobre a Copacabana contemporânea, pois os estudos que buscam entendê-la sob tal ótica comumente partem de investigações de natureza quantificável, nas quais os números e os percentuais apresentados não são capazes de eviscerar o húmus que se apresenta através das práticas cotidianas, que criam raízes e territorialidades no lugar. Ou seja, o trabalho propõe uma outra forma de entender “a Copacabana cujo perfil demográfico aponta o alto índice de população a partir dos sessenta anos, considerado estatisticamente o bairro mais idoso do país”, onde os sujeitos que a experienciam estão submetidos à classificação objetiva de jovem-jovem/jovem-adulto e idoso. A pesquisa apresenta uma Copacabana não analisada a partir dos rigores estatísticos, inclusive no que diz respeito aos sujeitos que, de algum modo, vivenciam ou vivenciaram o bairro entre seus espaços lisos e estriados, conforme o pensamento deleuziano.

Desta maneira, na cidade contemporânea, “ser adulto cinquentão”, “ser jovem” e “ser da terceira idade” é uma questão de se autoperceber em sua essência – e não algo preso às amarras cronológicas. Como uma herança da modernidade, as categorias ainda aprisionam o que é “ser jovem”; porém, a contemporaneidade vem fornecendo pistas no sentido de realçar que a juventude é algo que escapa de classificações, intimamente atrelada à autopercepção dos atores. O uso das expressões “jovem de Kairós” e “jovem de Cronos” na tese busca ressaltar que, em ambos os casos, os participantes da pesquisa possuem a juventude em sua essência, pois assim se definem.

Partindo do trabalho de observação, das entrevistas realizadas e dos depoimentos coletados durante a elaboração da pesquisa, foi possível constatar que existe, tanto para os

atores que a amam quanto para os que a execram, uma “Copacabana solar e outra lunar”. E é prioritariamente na segunda, na Copacabana da noturnidade que, em meio às bordas e brechas do espaço que se alisa, a princesinha se rebela, sendo percebida como o lugar da liberdade, da juventude e do “fervo” para diversas tribos. E como uma pomba gira que surge gargalhando alegremente com a chegada da noite, se despe do papel de “Princesinha do Mar”, e segue bailando entre os bares e as festas que adentram a madrugada. Uma Princesa Lilith carioca.

Além disso, o estudo procurou entender a relevância do bairro no que tange ao imaginário do Rio de Janeiro junto aos que comungam do que, para cada um dos entrevistados, significa o que é ser carioca e o seu respectivo compartilhar de emoções, mesmo que tenham nascido em outros estados brasileiros. E tal percurso cartográfico buscou compreender o bairro e suas socialidades, que possuem a cidade como lugar as impulsionar. Assim, da “Princesinha da modernidade” até a Copacabana contemporânea, a “Lilith carioca”, o bairro prossegue provocando, causando inúmeras associações e também inspirando com o passar dos anos. Seja através da rosquinha de polvilho que quase ganhou o nome “Biscoito Copacabana”, do frescobol (modalidade esportiva “copacabanense da gema”), de quem associa o bairro aos velhinhos, aos cachorros, às farmácias, às putas (ou até mesmo associam Copacabana às diferentes manifestações que lotam o seu calçadão aos domingos), todos analisados na tese sob a luz da climatologia urbana proposta por La Rocca.

A intenção do trabalho foi entender, através de alguns equipamentos de consumo, de lazer e dos seus múltiplos desdobramentos como “artes do cotidiano” presentes na cidade (e prioritariamente no bairro) podem se traduzir como estilos de vida, fazendo com que Copacabana venha a se perpetuar como lugar onde, suscitando o amor de uns e o ódio de outros, justamente entre a harmonia e o conflito, reflita a rede-rizomas existente no Rio de Janeiro. Outrossim, também almejou encontrar pistas do que é ser carioca dentre as diferentes “carioquices” apontadas pelos atores, seja a da zona sul, a da zona norte ou a “tijuicana” (como mencionado por uma entrevistada), bem como compreender o quão o bairro reflete ou não o que é ser carioca diante das narrativas apresentadas. Ao ser considerada uma mescla de “Bangu com Nova York”, Copacabana demonstra, através das areias da praia do Leme, dos patinadores da “Gang” e de outros equipamentos estudados, que o bairro é um espelho da cidade, vista aqui não como “centro-periferia”, mas sim como “cidade arquipélago”, com suas ilhas-redes, tal qual Fernandes (2020) aponta em seus estudos. Nesse contexto, a “ilha” Copacabana possuiria, em sua composição, um movimento de placas tectônicas ao fazer parte da “cidade arquipélago”, onde cada uma das movimentações deixa à mostra, de forma camaleônica, que é no subterrâneo onde o imaginário jovem do bairro se revela com pujança.

Durante toda a investigação (*in loco* ou remotamente, após o início da pandemia de covid-19), foi possível perceber que existe uma Copacabana do dia, do lazer diurno, e que também vive a lógica dos espaços estriados, das obrigações e dos deveres. E ao entrevistar atores que experienciam o bairro, o imaginário de Copacabana associado à juventude se apresenta de modo pujante quando se trata das experiências da noite, das sombras, do afrouxamento, dos lugares que sempre são capazes de se deixar alisar. Partindo do pensamento da cidade arquipélago, é justamente na sociologia das profundezas, no fundo das aparências, na subterraneidade das coisas, que o imaginário de Copacabana associado à juventude se impõe de maneira peremptória.

Assim, em meio às tensões e distensões, as ruas de uma cidade são também espaços afetivos, dos encontros, das sensibilidades, seja para quem patina na “Gang”, para os que se abraçavam sem receios antes da pandemia de covid-19 ao ver o sol se pôr no Arpoador, para os que se encontram na barraca do Rasta Beach, dentre outras experiências elencadas no estudo. O imaginário coletivo também se apresenta nas formas sensíveis existentes na carne da cidade, nas relações intersubjetivas dos lugares que a compõem. À vista disso, a estesia ressalta o afetivo oriundo das vivências cotidianas. É nesse ponto que se parte do conceito de cidade sentiente (cuja etimologia provém de sentir, sentire), lugar onde eclode as interações sensíveis. Portanto, para compreendermos as “ilhas da cidade arquipélago” e sua abundância de lugares-relações-emoções, faz-se necessário observar as formas de vida social que ali se estabelecem, e que se dão entre o raso e o profundo, a lua e o sol, eviscerando o que está na superfície – e também no subterrâneo, que emerge com robustez para quem adentra Copacabana e segue acuradamente os seus atores. Quando se trata das noturnidades copacabanenses, seja na musicalidade contemporânea dos sons e performances do *club* Fosfofox, dos tradicionais botecos Bip Bip, Pavão Azul (e os seus “irmãos mais jovens”, o Pavão Verde e o Pavão Black), a experiência do “estar junto”, o *Stimmung*, retrata o ambiente que se poderia até dizer viscoso, unindo ao mesmo tempo os atores entre si, e aquilo que os une, juntos, ao território. Em Copacabana, a junção entre o moderno e o contemporâneo é percebida como a capacidade de renovação existente no bairro, vista por muitos dos atores que o experienciam como uma das suas capacidades de se manter sempre jovem, principalmente quando se trata do lazer noturno. A efervescência noturna do bairro é vista como o momento em que os corpos ocupam os lugares com liberdade, entendidos aqui em uma perspectiva relacional-emocional. E, em meio à coronavida, as experiências proporcionadas pelas noturnidades não se limitam às paredes de uma construção, fazendo com que a Fosfofox e suas tribos se desloquem para a zona portuária do Rio de Janeiro,

evidenciando no exemplo acima os nomadismos e os movimentos entre a cidade-arquipélago e a “ilha Copacabana”.

Portanto, mesmo com a covid-19 e a posterior fase de distanciamento social, que trouxe impedimentos em relação ao ato de derivar a cidade na carne, foi possível seguir os atores, e ouvi-los atentamente. Destarte, cada ator pode declarar seus afetos, desafetos ou indiferenças por Copacabana, relatando o que, para eles, teriam associações com o bairro (como por exemplo a crescente população em situação de rua, que infelizmente se agravou devido à pandemia). Assim, a pesquisa levou adiante a proposta de apresentar uma cartografia do bairro que, seja partindo do olhar na carne, através de conversas e entrevistas com pessoas na Avenida Atlântica (antes da pandemia) ou através da mediação tecnológica, possibilitaram entender os sentidos e os sentimentos da juventude dilatada, conforme o pensamento do antropólogo Massimo Canevacci, A partir daí, o estudo busca fazer, de modo geral, uma leitura analítica dos lugares presentes no bairro que surgiram nos relatos dos atores, como os cinemas, as galerias – e também a praia de Copacabana.

Copacabana enquanto “ilha” é um espelho da “cidade arquipélago” do Rio de Janeiro, onde tais reflexos são justamente a tristeza e a alegria, a fartura e a miséria, a harmonia e o conflito, o moderno e o contemporâneo, o sagrado e o profano, em um fluxo contínuo de renovação e de heterotopias nitidamente percebido tanto pelos “jovens de Kairós” quanto pelos “de Cronos”. Copacabana agora é a Princesa Lilith, mulher intensa, insubmissa. E é na presença atmosférica da intensidade do lugar que o imaginário urbano se constrói, justamente quando os indivíduos dão vida à apropriação poética da cidade, do bairro enquanto territorialidade-espacialidade, em uma abordagem lugarizada-relacional-emocional.

REFERÊNCIAS

AAKER, D. A. **Construindo marcas fortes**. Porto Alegre: Bookman, 2007.

ABREU, A. R. P. **O avesso da moda: trabalho a domicílio na indústria de confecção**. São Paulo: Hucitec, 1986.

ABREU, M. A. **A evolução urbana no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: IPP, 2008.

ABREU, R. M. R. M. A capital contaminada - a construção da identidade nacional pela negação do espírito carioca. *In: LOPES, A. H. (Org.). Entre a Europa e a África: a invenção do carioca*. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa/Topbooks, 2000. p. 167-185.

AGAMBEN, G. **O que é o contemporâneo? e outros ensaios**. Chapecó: Argos, 2009.

ARANTES, O. B. F. Cultura e transformação urbana. *In: PALLAMIN, V. M. (Org.). Cidade e cultura: esfera pública e transformação urbana*. São Paulo: Estação Liberdade, 2002. p. 59-72.

ARRUDA, A. Durkheim e o imaginário social. *In: SÁ, C. P. (Org.) Imaginário e representações sociais*. Rio de Janeiro: Museu da República, 2005. p. 209-232.

ATTIMONELLI, C. Sons tridimensionais: o corpo urbano na paisagem Techno. *In: FERNANDES, C. S.; HERSCHMANN, M. Cidades musicais: comunicação, territorialidade e política*. Porto Alegre: Sulina, 2018. p. 397-424.

AZEVEDO, A.N. O Rio de Janeiro do século XIX e a formação da cultura carioca. **Revista Intellèctus** (UERJ), v. 9, n. 2, p. 1-37, 2010. Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/intellectus/article/view/27678/19862>>. Acesso em: 23 abr. 2021.

BARBOSA, A. Ronda: Espaço, Experiência e Memória. *In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 27., 2003, Caxambu. Anais [...]*. São Paulo: ANPOCS, 2003. Disponível em: <<https://anpocs.com/index.php/papers-27-encontro-2/gt-24/gt01-16/4116-abarbosa-ronda/file>>. Acesso em: 17 abr. 2021.

BARBOSA, L. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

BARROS, A. T. M. P. Comunicação e imaginário: uma proposta metodológica. **Revista Intercom**, São Paulo, v. 33, n. 2 p. 125-143, 2010. Disponível em: <<http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/596/55>>7>. Acesso em: 17 abr. 2021.

_____. Imaginário: da desvalorização estéril à heurística fértil. *In: ROSÁRIO, N. M.; SILVA, A. R. (Orgs.) Pesquisa, comunicação, informação*. Porto Alegre: Sulina, 2016. p. 221-245.

BARROSO, F. M.; FERNANDES, C. S. Os limites da rua: uma discussão sobre regulação, tensão e dissidência das atividades culturais nos espaços públicos do Rio de Janeiro. **Políticas Culturais em Revista**, Salvador, v. 11, n. 1, p. 100-121, jan./jun. 2018. Disponível em: <<https://periodicos.ufba.br/index.php/pculturais/article/view/26706/17502>>. Acesso em: 17 abr. 2021.

BAUDOUI, R. L'interculturalité urbaine. In: SUTER, P. *et al.* **Regards sur l'interculturalité: un parcours interdisciplinaire**. Métis Presses, series: Voltiges, 2016. p. 127-138.

BAUDRILLARD, J. **A sociedade do consumo**. Coleção Arte & Comunicação. Lisboa: Edições 70, 2005.

BAUER, M. W.; AARTS, B. A construção do *corpus*: um princípio para a coleta de dados qualitativos. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (Orgs.) **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011. p. 39-63.

BAUMAN, Z. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

BEIGUELMAN, G. **Coronavida: pandemia, cidade e cultura urbana**. 1. ed. São Paulo: ECidade, 2020. v. 1. 46p.

BELART, V. **Cidade Pirata: carnaval de rua, coletivos culturais e o Centro do Rio de Janeiro (2010-2020)**. Belo Horizonte: Letramento; Temporada, 2021.

BENJAMIN, W. **Charles Baudelaire: um lírico no auge do capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1989. Obras Escolhidas, v.3.

_____. **Paris, capital do século XIX**. In: KOTHE, F. (Org.) Walter Benjamin. 2. Ed. São Paulo: Editora Ática, 1991. p. 30- 43.

BERINO, A.; CABRAL, T. O “novo normal” em tempos de pandemia: a sociedade capitalista em questão. **Revista Docência e Cibercultura**, Notícias, jul. de 2020, online. Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/re-doc/announcement/view/1113>>. Acesso em: 17 abr. 2021.

BOECHAT, R. **Copacabana Palace: um hotel e sua história**. São Paulo: DBA, 1998.

BORELLI, S. H. S. *et al.* A urbanidade como espelho: cultura, mídia, produção e consumo nas cidades. In: FREITAS, R. F.; BORELLI, S. H. S. (Orgs.). **Comunicação, narrativas e culturas urbanas**. São Paulo e Rio de Janeiro: EDUC/UERJ, 2009. p. 277-293.

_____; ROCHA, R. L. M. Juventudes, midiatisações e nomadismos: a cidade como arena. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 5, n. 16, p. 27-40, 2008. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/125>>. Acesso em: 17 abr. 2021.

BOURDIN, A. **A questão local**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

BRAGA, J.; PRADO, L. A. **História da moda no Brasil**: das referências às autorreferências. São Paulo: Pyxis, 2011.

BRILLAT-SAVARIN, J. **A fisiologia do gosto**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

BUENO, M. L. Cultura e estilos de vida. *In*: BUENO, M. L.; CAMARGO, L. O. L. (Orgs.). **Cultura e consumo**: estilos de vida na contemporaneidade. São Paulo: Ed. Senac São Paulo, 2008. p. 9-15.

BUTLER, J. **Corpos em aliança e a política das ruas**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2018.

_____. Traços humanos nas superfícies das coisas. **Pandemia crítica**, N-1 Edições, São Paulo, 2020. Disponível em: <<https://www.n-1edicoes.org/textos/75>>. Acesso em: 17 abr. 2021.

CAMARGO, R. F. T. “**Tudo é novo sob o sol**”: moda, corpo e cidade no Rio de Janeiro dos anos vinte. 238 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <<http://www.ppgcom.uerj.br/wp-content/uploads/Tese-Rosane-Feij%C3%A3o.pdf>>. Acesso em: 17 abr. 2021.

CAMPBELL, C. Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno. *In*: BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. (Orgs.). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006. p. 47-64.

CANCLINI, N. G. **Diferentes, desiguais e desconectados**: mapas da interculturalidade. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2007.

_____. De la diversidad a la interculturalidad. **Conflictos Interculturales**. Barcelona: Editorial Gedisa, 2011. p. 103-112.

CANEVACCI, M. **A cidade polifônica**: ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana. São Paulo: Studio Nobel, 1993.

_____. **Culturas eXtremas**: mutações juvenis nos corpos das metrópoles. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

CARDEMAN, D.; CARDEMAN, R.G. **O Rio de Janeiro nas alturas**. Rio de Janeiro: Mauad, 2016.

CARDEMAN, R. G. **Por dentro de Copacabana**: descobrindo os espaços livres do bairro. Rio de Janeiro: Mauad X, 2012.

CARDOSO, S. O.; MACHADO, H. L. “A Galeria do Amor”: cidade, corpo e emoções na música de Agnaldo Timóteo. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO INTERCOM, 38., 2015, Rio de Janeiro. **Anais [...]** São Paulo: Intercom, 2015. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-3501-1.pdf>>. Acesso em: 23 abr. 2021.

CARERI, F. **Walkscapes**: o caminhar como prática estética. São Paulo: Editora G. Gili, 2012.

CARVALHO, M. C. V. S. *et al.* O consumo alimentar como modo de perceber o mundo. *In*: CARVALHO, M. C. V. S. *et al.* (Orgs.). **Comensalidades em trânsito**. Salvador: EDUFBA, 2020. p. 11-13.

CASSAB, C. Refazendo percursos: considerações acerca das categorias jovem e juventude no Brasil. **Revista Perspectiva** (Erechim), v. 34, n. 128, p. 39-51, 2010. Disponível em: <<https://www.ufjf.br/nugea/files/2010/09/Revista-Perspectiva-erechim.pdf>>. Acesso em: 17 abr. 2021.

CASTRO, G. G. S. O envelhecimento nas retóricas do consumo: publicidade e idadismo no Brasil e Reino Unido. *In*: ANAIS DO 24º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2015, Brasília. **Anais [...]**. Campinas: Galoá, 2015. Disponível em: <<https://proceedings.science/compos/compos-2015/papers/o-envelhecimento-nas-retoricas-do-consumo--publicidade-e-idadismo-no-brasil-e-reino-unido#>>. Acesso em: 3 dez. 2021.

CASTRO, R. **Chega de Saudade**. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

_____. **Ela é carioca**: uma enciclopédia de Ipanema. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

CAUQUELIN, A. **A invenção da paisagem**. São Paulo, Martins, 2007.

CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano**: artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 1994.

CHARAUDEAU, P. Os estereótipos, muito bem. Os imaginários, ainda melhor. **Entrepalavras**, Fortaleza, v. 7, n. 1, p. 571-591, jan./jun. 2017. Disponível em: <<http://www.entrepalavras.ufc.br/revista/index.php/Revista/article/view/857/433>>. Acesso em: 17 abr. 2021.

CICOUREL, A. Teoria e método em pesquisa de campo: *In*: GUIMARÃES, A. Z. (Org.). **Desvendando máscaras sociais**. Rio de Janeiro: Livraria Francisco Alves Editora, 1980. p. 87-122.

CORRÊA, S. B. Lazer, trabalho e sociabilidade na Praia de Copacabana. *In*: BARBOSA, L. *et al.* (Orgs.). **Consumo**: cosmologias e sociabilidades. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009. p. 135-156.

COSTA, O. S. **A Pombagira**: ressignificação mítica da deusa Lilith. 126 f. Tese (Doutorado em Ciências da Religião) – Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Religião, Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC-Goiás), Goiânia, 2015. Disponível em: <<http://tede2.pucgoias.edu.br:8080/handle/tede/781>>. Acesso em: 15 jul. 2021.

CUNHA, C. D. *et al.* Cultura alimentar local e reflexões sobre o lugar: múltiplos sentidos em transformação. *In*: CARVALHO, M. C. V. S. *et al.* (Orgs.) **Comensalidades em trânsito**. Salvador: EDUFBA, 2020. p. 105-127.

DA MATTA, R. Sobre o simbolismo da comida no Brasil. **Correio da Unesco**, v. 15, n. 7, p. 21- 23, 1987.

DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia** (Volume 4). São Paulo: Editora 34, 1997.

DE PAOLI, P. S. Uma outra cultura de edificar: a produção da nova arquitetura no Rio de Janeiro das reformas urbanas de Pereira Passos (1902-1906). **Revista do Arquivo Geral da Cidade do Rio de Janeiro**, n. 7, p. 15-44, 2013. Disponível em: <http://wpro.rio.rj.gov.br/revistaagcrj/wp-content/uploads/2016/11/e07_a4.pdf>. Acesso em: 17 abr. 2021.

DIÓGENES, G. **Cartografias da cultura e da violência: gangues, galeras e o movimento Hip Hop**. São Paulo: Annablume, 1998.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.

DUMAZEDIER, J. **Lazer e cultura popular**. São Paulo: Perspectiva, 1973.

_____. **Sociologia empírica do lazer**. São Paulo: Perspectiva, 1979.

DURAND, G. **A imaginação simbólica**. Lisboa: Arcádia, 1979.

_____. **Estruturas antropológicas do imaginário**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

_____. **Campos do Imaginário**. Lisboa: Instituto Piaget, Teoria das Artes e Literatura, 1998.

_____. **O imaginário: ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem**. Rio de Janeiro: Difel, 2014.

DURKHEIM, E. **As formas elementares da vida religiosa: o sistema totêmico na Austrália**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

DUVIGNAUD, J. **Festas e Civilizações**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1983.

_____. **Le Jeu du Jeu**. Paris: Balland, 1980.

ELIAS, R. V. Dos confetes e serpentinas aos fogos de artifício: o *réveillon* do Rio de Janeiro no século XX e sua transformação em megaevento. In: FREITAS, R. F.; LINS, F.; SANTOS, M. H. C. (Orgs.). **Megaeventos, comunicação e cidade**. Curitiba: CRV, 2016. p. 363-378.

ESTATUTO DA JUVENTUDE: atos internacionais e normas correlatas. Brasília: Senado Federal, Coordenação de Edições Técnicas, 2013. 103 p.

ESTATUTO DO IDOSO / Ministério da Saúde. 2. ed. rev. - Brasília: Editora do Ministério da Saúde, 2007. 70 p. (Série E. Legislação de Saúde).

FARELLI, M. H. **A Bruxa de Évora**. Rio de Janeiro: Pallas, 2006.

FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FEITOSA, R. A. S. Periferia eletrônica: clubbers e cybermanos na cidade de São Paulo. **Eco-Pós** (UFRJ), v. 6, n. 2, p. 73-85, 2003. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/download/1134/1075>. Acesso em: 19 abr. 2021.

FERNANDES, C. S. Co(rpo)comunicabilidade e Sociabilidade: a imagem e a estética como vetores de comunicação-comunhão. *In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA*, 4., 2008, Salvador. **Anais [...]**. Salvador: UFBA, 2008. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecult2008/14534.pdf>>. Acesso em: 23 abr. 2021.

FERNANDES, C. S. **Sociabilidade, comunicação e política**: a experiência estético-comunicativa da Rede MIAC na cidade de Salvador. Rio de Janeiro: E-papers, 2009.

_____. Territorialidades cariocas: cultura de rua, sociabilidade e música nas “ruas-galerias” do Rio de Janeiro. *In: FERNANDES, C. S.; MAIA, J.; HERSCHMANN, M. (Orgs.) Comunicações e Territorialidades: Rio de Janeiro em cena*. Rio de Janeiro: Anadarco, 2012. p. 71-95.

_____. Cena Jovem no Arpoador: música, moda e territorialidades. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, 36., 2013, Manaus. **Anais [...]**. São Paulo: Intercom, 2013a. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1255-1.pdf>>. Acesso em: 23 abr. 2021.

_____. Territorialidades nômades: Comunicação, moda e música no Rio de Janeiro. **Revista ECO-POS**, v. 16, n. 3, p. 4-18, set./dez. 2013b. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/829/pdf_3>. Acesso em: 23 abr. 2021.

_____. Galeria River: sociabilidade e consumo cultural no Rio de Janeiro. *In: FREITAS, R. F. et al. (Orgs.) Corpo e consumo nas cidades*. Curitiba: CRV, 2014. p. 179-194.

_____. Corpos Sensíveis na dinâmica urbana: interações e sentidos. *In: SIQUEIRA, D. (Org.) A construção social das emoções: corpo e produção de sentidos na comunicação*. Porto Alegre: Sulina. 2015. p. 187-205.

_____. **O que é a cidade?** A cidade-arquipélago: músicas, sons e imagens construindo pontes e tecendo territorialidades. 2020. Disponível em: <<http://www.passeio.pt/galeria/a-cidade-arquipelago-musicas-sons-e-imagens-construindo-pontes-e-tecendo-territorialidades/>>. Acesso em: 16 ago. 2021.

_____; GOMES, P. G. F. Comunicação e socialidade: o teatro do oprimido como potência comunicativa. *In: MAIA, J. et al. Comunicação, arte e cidade: experiências sensíveis e produção de sentidos*. [recurso eletrônico] Porto Alegre, RS: LiquidBook, 2017. p. 95-110.

_____ ; HERSCHMANN, M. Nova Orleans não é aqui? **E-Compós** (Brasília), v. 15, n. 2, p. 1-17, 2012. Disponível em: <www.e-compos.org.br/e-compos/article/download/777/584/0>. Acesso em: 23 abr. 2021.

_____ ; HERSCHMANN, M. Usos da cartografia nos estudos de comunicação e música. **Revista Fronteiras - Estudos Midiáticos**, v. 17, n. 3, p. 290-301, 2015. Disponível em: <<http://www.revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2015.173.03/4989>>. Acesso em: 19 jul.2021.

_____ ; HERSCHMANN, M. Entre as “conchas vazias” e a potencialidade das dinâmicas criativas urbanas cotidianas na área do porto do Rio de Janeiro. *In*: FERNANDES, C. S.; HERSCHMANN, M. **Cidades musicais: comunicação, territorialidade e política**. Porto Alegre: Sulina, 2018. p. 19-56.

_____ ; HERSCHMANN, M. Efervescências musicais e noturnidades no Beco das Artes. *Todas as Artes*. **Revista Luso-Brasileira de Artes e Cultura**, v. 3, n. 2, p. 72-84, 2020. Disponível em: <<https://ojs.letras.up.pt/index.php/taa/article/viewFile/10253/9335>>. Acesso em: 23 abr. 2021.

FERNANDES, C. S.; NOGAROLI, C. Sociabilidade, consumo e experiência no Shopping Cidade Copacabana. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 39., 2016, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: Intercom, 2016. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2160-1.pdf>>. Acesso em: 23 abr. 2021.

_____ ; SOUZA, J. Os palimpsestos discursivos do desfile Moda e Literatura como vestígios na Avenida Paulista. **Contemporânea**, v. 11, n. 2, dez. 2013. Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/contemporanea/article/view/6833/6329>>. Acesso em: 23 abr. 2021.

FRANCO, A. **De caçador a gourmet: uma história da gastronomia**. São Paulo: Editora Senac, 2001.

FREITAG, B. Vida urbana e cultura. *In*: PALLAMIN, V. M. (Org.). **Cidade e cultura: esfera pública e transformação urbana**. São Paulo: Estação Liberdade, 2002. p. 17-26.

_____. **Teorias da cidade**. Campinas, SP: Papirus, 2012.

FREITAS, R. F. Comunicação e espaços urbanos: relação essencial à contemporaneidade. **Revista Logos**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 2, p. 3-4, 1996. Disponível em: <<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/13368/10239>>. Acesso em: 24 abr. 2021.

_____. A privatização do lazer. **Revista IHU On-line/Unisinos**, São Leopoldo, ed. 151, p. 7-10, 15 ago. 2005. Disponível em: <<http://www.ihuonline.unisinos.br/media/pdf/IHUOnlineEdicao151.pdf>>. Acesso em: 24 abr. 2021.

_____. Comunicação e espaços urbanos de consumo: o imaginário dos shopping centers. *In*: FREITAS, R. F.; OLIVEIRA, J. S. (Orgs). **Olhares Urbanos**: estudos sobre a metrópole comunicacional. São Paulo: Summus, 2011. p. 11-27.

_____. Da Cidade-espetáculo à Cidade-mercadoria: a comunicação urbana e a construção da marca RIO. **Revista Eco Pós/UFRJ**, Dossiê Comunicação Urbana, v. 21. n. 3, 2017. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/14473>. Acesso em: 24 abr. 2021.

_____; FORTUNA, V. O. O Rio de Janeiro continua lindo, o Rio de Janeiro continua sendo um grande palco de megaeventos. *In*: BORELLI, S. H. S.; FREITAS, R. F. (Orgs.). **Comunicação, narrativas e culturas urbanas**. São Paulo: Educ, 2009. p. 99-117.

_____; GONÇALVES, K. P. Rio de reinvenções: a mídia e as representações da cidade pacificada. *In*: FERNANDES, C. S.; MAIA, J.; HERSCHMANN, M. (Orgs.). **Comunicações e Territorialidades**: Rio de Janeiro em cena. Rio de Janeiro: Anadarco, 2012. p. 49-70.

_____; SANTOS, M. H. C. Porto Maravilha: para onde vai este legado? **Revista do Arquivo Geral da Cidade do Rio de Janeiro**, n. 17, p. 97-113, 2019. Disponível em: <<http://wpro.rio.rj.gov.br/revistaagcrj/porto-maravilha-para-onde-vai-este-legado/>>. Acesso em: 25 abr. 2021.

FREITAS, R. F.; LINS, F.; SANTOS, M. H. C. Megaeventos: a alquimia incontrolável da cidade. **Revista Logos**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 24, p. 1-13, 2014. Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/download/13142/10077>>. Acesso em: 25 abr. 2021.

FREITAS, R. F.; LINS, F.; SANTOS, M. H. C. Megaevento: uma lógica de transformação social. *In*: FREITAS, R. F.; LINS, F.; SANTOS, M. H. C. (Orgs.). **Megaeventos, comunicação e cidade**. Curitiba: CRV, 2016. p. 21-38.

GASKELL, G. Entrevistas individuais e grupais. *In*: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (Orgs.) **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011. p. 64-89.

GEERTZ, C. **O saber local**: novos ensaios em antropologia interpretativa. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

GIDDENS, A. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

GÓIS, M. P. F. **Paisagens noturnas cariocas**: formas e práticas da noite na cidade do Rio de Janeiro. 2015. 332 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Programa de Pós-graduação em Geografia, Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <<http://objdig.ufrj.br/16/teses/826980.pdf>>. Acesso em: 27 abr. 2021.

_____. Espaços públicos e vida noturna. **Revista Geografares**, Vitória, nº 26, p. 69–85, 2018. Disponível em: <<https://periodicos.ufes.br/geografares/article/view/20999>>. Acesso em: 27 abr. 2021.

GOMES, C. L. Lazer urbano, contemporaneidade e educação das sensibilidades. **Revista Itinerarium**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 1-18, 2008.

GOMES, L. G. Comércio étnico em Belleville: memória, hospitalidade e conveniência. **Revista Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 29, p. 187-207, 2002. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2152/1291>>. Acesso em: 30 abr. 2021.

GOMES, P. A. B. C; GONDAR, J. O. Reflexões sobre a emergência da socialidade na vida contemporânea: um breve diálogo com a obra de Maffesoli. **InterSciencePlace**. p. 1-21, 2017. Disponível em: <<http://www.inter-scienceplace.org/isp/index.php/isp/article/viewFile/696/416>>. Acesso em: 19 jul. 2021.

GONTIJO, F. S. Carioquice ou Carioquidade? Ensaio etnográfico das imagens identitárias cariocas. In: GOLDENBERG, M. (Org.). **Nu & Vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca**. Rio de Janeiro: Record, 2002. p. 41-78.

HAESBAERT, R. **O mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

HERSCHMANN, M.; FERNANDES, C. S. Territorialidades sônicas e re-significação de espaços do Rio de Janeiro. **Revista Logos**, v. 18, n. 2, 2011. Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/2288>>. Acesso em: 30 abr. 2021.

HERMANN, N.; MACHADO, P. Mídias impressas e juventudes: possibilidades de pesquisa e desafios historiográficos (1960-2000). In: REIS, A. M. D.; DAMINELLI, C. S.; HERMANN, N. J. (Orgs.). **Jornada de Histórias de Infâncias e Juventudes**. 1. ed. Florianópolis: Editora UDESC, 2018. p. 105-112.

HORTA, E.; KOS, J. R. Experiências urbanas nas galerias de Copacabana. In: PROJETER: O PROJETO COMO INSTRUMENTO PARA A MATERIALIZAÇÃO DA ARQUITETURA: ENSINO, PESQUISA E PRÁTICA, 6., 2013, Salvador. **Anais [...]**. Salvador: FAUFBA, 2013. Disponível em: <<https://docplayer.com.br/19239646-Experiencias-urbanas-nas-galerias-de-copacabana.html>>. Acesso em: 30 abr. 2021.

HUGUENIN, F. P. S. **As praias de Ipanema: liminaridade e proximidade à beira-mar**. 2011. 267f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Programa de Pós-graduação em Antropologia Social, Universidade de Brasília (UnB), Brasília, 2011. Disponível em: <<https://repositorio.unb.br/handle/10482/9516>>. Acesso em: 30 abr. 2021.

JACQUES, P. B. **Elogio aos errantes**. Salvador: Edufba, 2012.

_____. Patrimonialização e estetização urbanas. Prefácio. In: JEUDY, H. **Espelho das cidades**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2005. p. 9-12.

JEDLOWSKI, P. Memória e a mídia: uma perspectiva sociológica. In: SÁ, C. P. (Org.). **Imaginário e representações sociais**. Rio de Janeiro: Museu da República, 2005. p. 87-98.

JEUDY, Henri. **A sociedade transbordante**. Lisboa: Século XXI, 1995.

KAZ, S. **Um jeito Copacabana de ser: o discurso do mito em O Cruzeiro e Sombra**. 2010. 249 f. Tese (Doutorado em Design) – Programa de Pós-graduação em Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <<http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/1806097/DLFE-237571.pdf/umjeitocopacabanadeser.pdf>>. Acesso em: 30 abr. 2021.

KELLER, K.; MACHADO, M. **Gestão estratégica de marcas**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

KOCH, R. O tempo dos tribalistas: as juventudes líquidas traduzidas na música brasileira contemporânea. **Cadernos Zygmunt Bauman**, v. 9, n. 20, p. 156-175, 2019. Disponível em: <<https://core.ac.uk/download/pdf/233156693.pdf>>. Acesso em: 30 abr. 2021.

LA ROCCA, F. **A cidade em todas as suas formas**. Porto Alegre: Sulina, 2018.

_____. A encenação do corpo e suas formas expressivas na cidade. *In*: SIQUEIRA, D. (Org.). **A construção social das emoções: corpo e produção de sentidos na comunicação**. Porto Alegre: Sulina. 2015. p. 173-185.

LATOUR, B. **Jamais fomos modernos: ensaio de antropologia simétrica**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1994.

_____. Por uma antropologia do centro. **Revista Mana**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 2, p. 397-413, out. 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-93132004000200007&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 1 mai. 2021.

_____. **Reagregando o Social: uma introdução à Teoria do Ator-Rede**. Salvador/Bauru: Edufba/Edusc, 2012.

LE BRETON, D. **As paixões ordinárias: antropologia das emoções**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

_____. **Antropologia dos sentidos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2016.

_____. Experiências olfativas da cidade para o pedestre. **Ponto Urbe**, n. 27, p. 1-10, 2020. Disponível em: <<https://journals.openedition.org/pontourbe/9937>>. Acesso em: 1 mai. 2021.

LE GOFF, J. **Por amor às cidades**. São Paulo: UNESP, 1998.

LEGROS, P. *et al.* **Sociologia do imaginário**. Tradução Eduardo Portanova Barros. Porto Alegre: Sulina, 2007.

LEITÃO, D. K. Nós, os outros: construção do exótico e consumo de moda brasileira na França. **Horizontes antropológicos**, v. 13, n. 28, p. 203-230, 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832007000200009&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 3 mai. 2021.

LEITE, A. S. **Inovação, moda e praia na cidade do Rio de Janeiro**. 2013. 205 p. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, 2013. Disponível em:

<<http://www.producao.ufrj.br/images/documentos/Teses/2013/AdrianaSampaioLeite.pdf>>.

Acesso em: 3 mai. 2021.

LE MOS, A. Cultura da mobilidade. **Revista FAMECOS**, v. 16, n. 40, p. 28-35, 2009.

Disponível em:

<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/6314/4589>>.

Acesso em: 3 mai. 2021.

_____. O Silêncio: Pandemia, Blackout e Lockdown. **Dossiê InVitro**, Salvador: Lab404/UFBA, 2020a. Disponível em: <<http://www.lab404.ufba.br/o-silencio-pandemia-blackout-e-lockdown/>>. Acesso em: 3 mai. 2021.

_____. Covid-19, liberdade e cidadão ideal. **Dossiê InVitro**, Salvador: Lab404/UFBA, 2020b. Disponível em: <<http://www.lab404.ufba.br/covid-19-liberdade-e-cidadao-ideal/>>.

Acesso em: 3 mai. 2021.

LEONEL, G. G. Festa e sociabilidade: reflexões teóricas e práticas para a pesquisa dos festejos como fenômenos urbanos contemporâneos. **Cadernos de História**, Belo Horizonte, v. 11, n. 15, p. 35-57, 2011. Disponível em:

<<http://periodicos.pucminas.br/index.php/cadernoshistoria/article/view/1133>>. Acesso em: 4

mai. 2021.

LESSA, C. **O Rio de Janeiro de todos os brasis**. Rio de Janeiro: Record, 2005.

LESSER, J. **A invenção da brasilidade: identidade nacional, etnicidade e políticas de imigração**. São Paulo: UNESP, 2015.

LEVY, R. **A exposição do centenário e o meio arquitetônico carioca no início dos anos 1920**. Rio de Janeiro: EBA/UFRJ, 2010.

LIMA, R. C. Distanciamento e isolamento sociais pela Covid-19 no Brasil: impactos na saúde mental. **Physis: Revista de Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 30, n. 2, p. 1-10, 2020.

Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-73312020000200313&lng=en&nrm=iso)

[73312020000200313&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-73312020000200313&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 4 mai. 2021.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo, Companhia das Letras, 1989.

_____; ROUX, E. **O luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

LOBATO, M. G. S. **Envelhecer no paraíso da terceira idade: percepções dos moradores idosos sobre Copacabana**. 2012. 123 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia e Antropologia), Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, 2012. Disponível em:

<<https://ppgsa.ifcs.ufrj.br/teses-e-dissertacoes/envelhecer-no-%E2%80%9Cparaíso-da->

terceira-idade%E2%80%9D-percepcoes-dos-moradores-idosos-sobre-copacabana/>. Acesso em: 4 mai. 2021.

LOPES, M. I. V. **Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

LUZ, M. T. **O Corpo da Cidade**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1994.

MACIEL, M. E. S. Identidade Cultural e Alimentação. *In*: CANESQUI, A.M.; Garcia, R.W.D. (Org.). **Antropologia e Nutrição**: um diálogo possível. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2005. p. 49-55.

MADEIRA, M. G. **Economia Criativa**: implicações e desafios para a política externa brasileira. Brasília: FUNAG, 2014.

MAFFESOLI, M. **A contemplação do mundo**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.

_____. **Elogio da razão sensível**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

_____. **O Tempo das Tribos**: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1998.

MAFFESOLI, M. **A conquista do presente**. Natal: Argos, 2001a.

_____. O imaginário é uma realidade. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 8, n. 15, p. 74-82, 2001b. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3123>>. Acesso em: 10 mai. 2021.

_____. **Notas sobre a pós-modernidade**: O lugar faz o elo. Rio de Janeiro: Atlântica, 2004.

_____. **No fundo das aparências**. Petrópolis: Vozes, 2005a.

_____. **A sombra de Dioniso**: contribuição a uma sociologia da orgia. São Paulo: Zouk, 2005b.

_____. **O ritmo da vida**: variações sobre o imaginário pós-moderno. Rio de Janeiro: Record, 2007.

_____. **Saturação**. São Paulo: Iluminuras, 2010.

_____. **Homo eroticus**: as comunhões emocionais. São Paulo: Forense Universitária, 2014.

MAIA, J.; BIANCHI, E. *Réveillon* de Copacabana: territorialidades temporárias. *In*: FERNANDES, C. S.; MAIA, J.; HERSCHMAN, M. (Orgs.) **Comunicações e Territorialidades**: Rio de Janeiro em cena. Rio de Janeiro: Anadarco, 2012. p. 127-148.

MAIA, J.; CHAO, A. Subúrbio carioca: conceitos, transformações e fluxos comunicacionais da cidade. In: MAIA, J. *et al.* **Comunicação, arte e cidade**: experiências sensíveis e produção de sentidos. Porto Alegre: LiquidBook, 2017. p. 31-46. E-book.

_____; CHAO, A. Boticas, Butiquinhas, Botecos, Botequins: sociabilidades e comensalidades dos espaços de lazer popular do moderno. Rio de Janeiro. **Revista Logos**, v. 25, n. 1, p. 9-22, 2018. Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/viewFile/35908/28044>>. Acesso em: 10 mai. 2021.

MAKNAMARA, M. Educação Ambiental e Nordestinidade: desafios à práxis ecologista. **Revista Brasileira de Educação Ambiental**, v. 7, n. 2, p. 10-17, 2013. Disponível em: <<https://periodicos.unifesp.br/index.php/revbea/article/view/1731>>. Acesso em: 13 mai. 2021.

MANIER, A. B. **Ó, o Globo**: a história de um biscoito. Rio de Janeiro: Valentina, 2017.

MARTÍN-BARBERO, J. **Ofício de cartógrafo**. São Paulo: Editora Loyola, 2004.

MASCARÓ, J. J.; OLIVEIRA, L. A. Análise da qualidade de vida urbana sob a ótica dos espaços públicos de lazer. **Ambiente Construído**, v. 7, n. 2, p. 21-31, 2007. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/ambienteconstruido/article/viewFile/3737/2090>>. Acesso em: 13 mai. 2021.

MC CRACKEN, G. **Cultura e Consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MESQUITA, C. A. Guanabara comemora os 400 anos da cidade do Rio de Janeiro. In: TURAZZI, M. I. (Org.); LEITE, J. S.; MESQUITA, C. A. **Rio 400+50**: comemorações e percursos de uma cidade. Rio de Janeiro: Edições de Janeiro, 2014. p. 76-121.

_____; VELASQUES, M. C. C. A “pequena Montmartre” e a “Princesinha do Mar”: representações dos bairros da Lapa e de Copacabana nos anos de 1960. **Revista do Instituto Histórico e Geográfico do Rio de Janeiro**, v. 27, n. 27, p. 43-70, 2020. Disponível em: <https://www.ihgrj.org.br/uploads/1/3/4/5/1345009/revista_do_ihgrj_27_2020.pdf>. Acesso em: 13 mai. 2021.

MORAES, V. **Roteiro lírico e sentimental do Rio de Janeiro e outros lugares por onde passou e se encantou o poeta**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

MOREIRA, G. C. **Cidade, Cultura e Resistência**: o novo Museu da Imagem do Som do Rio de Janeiro e a cultura carioca. 2018. 195 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Programa de Pós-graduação em Comunicação, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <<https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/36305/36305.PDF>>. Acesso em: 4 dez. 2021.

MOREIRA, V. M. L. **Brasília**: a construção da nacionalidade. Um meio para muitos fins. Vitória: Editora UFES, 1998.

MYERS, G. Análise da conversação e da fala. *In*: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (Orgs.) **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011. p. 271-292.

NACIF, M. C. V. Rio, Cenário da moda. *In*: WAJNMAN, S.; ALMEIDA, A. (Org.). **Moda, Comunicação e Cultura: um olhar acadêmico** [recurso eletrônico] São Paulo: Ciência & Arte, 2005. p. 141-152.

NOVAES, A. O jovem na literatura acadêmica: elementos para um estado da arte dos estudos da juventude. **Revista Fragmentos de Cultura** (Revista Interdisciplinar de Ciências Humanas), Goiânia, v. 28, n. 2, p. 246-257, out. 2018. Disponível em: <<http://seer.pucgoias.edu.br/index.php/fragmentos/article/view/6001>>. Acesso em: 13 mai. 2021.

NOVAES, R. Os jovens de hoje: contextos, diferenças e trajetórias. *In*: ALMEIDA, M. I. M.; EUGENIO, F. (Orgs). **Culturas jovens: novos mapas do afeto**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 2006. p. 105-120.

O' DONNELL, J. **A invenção de Copacabana: culturas urbanas e estilos de vida no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

PALMIERI JUNIOR, V. **Gourmetização em uma sociedade desigual: notas sobre a diferenciação de consumo de alimentos no Brasil**. 2017. 224 f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Econômico) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Econômico, Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), Campinas, 2017. Disponível em: <http://repositorio.unicamp.br/bitstream/REPOSIP/325569/1/PalmieriJunior_Valter_D.pdf>. Acesso em: 24 mai. 2021.

PAIS, J. M. Buscas de si: expressividades e identidades juvenis. *In*: ALMEIDA, M. I. M.; EUGENIO, F. (Orgs). **Culturas jovens: novos mapas do afeto**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 2006. p. 7-24.

PARK, R. E. A cidade: sugestões para a investigação do comportamento humano no meio urbano. *In*: VELHO, O. G. (Org.). **O fenômeno urbano**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979. p. 25-66.

PEREIRA, C. Juventude como conceito estratégico para a Publicidade. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 7, n. 18, p. 37-54, 2010. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/184>>. Acesso em: 24 mai. 2021.

_____; BARROS, C. Cariocas não gostam de dias nublados: comunicação, consumo e lifestyle no discurso da Farm. *In*: ROCHA, E.; PEREIRA, C. (Orgs). **Cultura e imaginação publicitária**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Mauad, 2013. p. 97-111.

PERROTTA, I. **Promenades do Rio: a turistificação da cidade pelos guias de viagem de 1873 a 1939**. Rio de Janeiro: Rio450/Hybris Design, 2015.

PERUZZO, C. M. K. Observação participante e pesquisa-ação. *In*: DUARTE, J; BARROS, A. (Orgs.) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006. p. 125-144.

PESAVENTO, S. J. **História & História Cultural**. Belo Horizonte: Autêntica, 2003.

_____. Cidades visíveis, cidades sensíveis, cidades imaginárias. *In*: **Revista Brasileira de História**, v. 27, n. 53, jan./jun. 2007. p. 11-23.

PORTO, A. F. **Copacabana Palace**: imaginário, consumo e estilos de vida no palácio da Princesinha do Mar. 2014. 124 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Rio de Janeiro, 2014. Disponível em: <<http://www.ppgcom.uerj.br/wp-content/uploads/Disserta%C3%A7%C3%A3o-Alessandra-Porto.pdf>>. Acesso em: 3 jun. 2021.

_____; FERNANDES, C. S. “Palmas para o pôr do sol do Arpoador!”: o prazer de celebrar as emoções relativas à “carioquice”. *In*: CONGRESSO INTERNACIONAL COMUNICAÇÃO E CONSUMO, Encontro de GTs de Pós-graduação 7., 2018, São Paulo. **Anais [...]** São Paulo: COMUNICON, 2018. Disponível em: <<http://anais-comunicon2018.espm.br/encontroPos.aspx>>. Acesso em: 3 jun. 2021.

_____; NOVAES, A. “Tem carioca no angu à baiana!”: uma análise do Angu do Gomes como prato intercultural. **Interin** (UTP), v. 24, n. 2, p. 53-70, jul./dez. 2019. Disponível em: <<https://interin.utp.br/index.php/i/article/view/1600>>. Acesso em: 3 jun. 2021.

PRIORE, M. D. **Histórias da gente brasileira**: volume 1 - colônia. São Paulo: LeYa, 2016.

REGUILLO, R. Las culturas juveniles: un campo de estudio; breve agenda para la discusión. **Revista Brasileira de Educação**, Rio de Janeiro, n. 23, p. 103-118, mai./ago. 2003. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-24782003000200008&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 3 jun. 2021.

_____. **Culturas juveniles: formas políticas del desencanto**. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2012.

REIS, P. C. Rio de Janeiro, a marca de uma cidade criativa? Conceitos e casos que nos levam a entender a cidade e sua marca pelo olhar da economia criativa. *In*: FIGUEIREDO, J. L.; JESUS, D. S. V. (Orgs.). **Cidades criativas**: aspectos setoriais e territoriais. Rio de Janeiro: E-Papers, 2017. p. 115-131.

REZENDE, B. Ai de mim, Copacabana: a cidade dos vícios e os vícios da cidade. *In*: **Espécies de espaço**: territorialidades, literatura, mídia. MARGATO, I.; GOMES, R. C. (Orgs.) Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008. p. 197-209.

RIBEIRO, A.G. **Que gay sou eu?** Interseccionalidades em praias gays do Rio de Janeiro. 2015.138 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ), Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <<https://tede.ufrj.br/jspui/handle/jspui/3134>>. Acesso em: 4 dez. 2021.

ROCHA, E.; PEREIRA, C. **Juventude e consumo**: um estudo sobre a comunicação na cultura contemporânea. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

ROCHA, R. L. M.; HOFF, T. Culturas do consumo, corporalidades e urbanidade como tecidos contemporâneos. *In*: FREITAS, R. F. *et al.* (Orgs.). **Corpo e consumo nas cidades**. Curitiba: CRV, 2014. p. 15-26.

_____; PEREIRA, S. L. O que consomem os que não consomem? Ativistas, alternativos, engajados. **Intercom** (Revista Brasileira de Ciências da Comunicação), São Paulo, v. 41, n. 2, p. 107-120, ago. 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1809-58442018000200107&lng=en&nrm=iso&tlng=pt>. Acesso em: 4 jun. 2021.

SAMPAIO, R. **Propaganda de A a Z**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

SANTOS, E. #livesdemaio... Educações em tempos de pandemia. **Revista Docência e Cibercultura**, Junho de 2020, online. Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/re-doc/announcement/view/1109>>. Acesso em: 4 jun. 2021.

SANTOS, E. I.; VELOSO, L. Consumo e sociabilidade na construção do imaginário carioca. *In*: BARBOSA, L. *et al.* (Orgs.). **Consumo**: cosmologias e sociabilidades. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009. p. 87-117.

SANTOS, M. **Técnica, espaço, tempo**: globalização e meio técnico-científico informacional. São Paulo: Hucitec, 1994.

SAVAGE, J. **A criação da juventude**: como o conceito de *teenage* revolucionou o século XX. Rio de Janeiro: Rocco, 2009.

SCHWARTZ, G. M.; TAVARES, G. H. Megaeventos esportivos e marketing experiencial: impactos na configuração do estilo de vida e na saúde. *In*: FREITAS, R. F.; LINS, F.; SANTOS, M. H. C. (Orgs.). **Megaeventos, comunicação e cidade**. Curitiba: CRV, 2016. p. 133-151.

SENNETT, R. **Carne e pedra**. Rio de Janeiro: Record, 2008.

_____. **Construir e Habitar**: ética para uma cidade aberta. Rio de Janeiro: Record, 2018.

SGANZERLA, R. B. *et al.* **Dossiê da violência em razão da Identidade de gênero e orientação sexual no estado do Rio Janeiro**: Relatório final e pesquisa do Projeto Painel da Violência contra a População LGBTI+. Rio de Janeiro: Aliança Nacional LGBTI+ & Grupo Arco-Íris de Cidadania LGBT, 2021. Disponível em: <<https://aliancalgbti.org.br/wp-content/uploads/2021/06/Dossie-da-Violencia-LGBTI-COR.pdf>>. Acesso em: 4 dez. 2021.

SILVA, L. **Luzes e sombras na cidade**: no rastro do Castelo e da Praça Onze – 1920-1945. São Paulo: PUC-SP, 2002.

SILVA, J. S.; ROCHA, J. G. Hibridismo cultural: carioquês e nordestinidade na construção de uma nova identidade. **Revista Eletrônica do Instituto de Humanidades** (Unigranrio), Rio de Janeiro (Online), v. 9, p. 33-43, 2010. Disponível em: <<http://publicacoes.unigranrio.edu.br/index.php/reihm/article/view/1428>>. Acesso em: 4 jun. 2021.

SIMMEL, G. A metrópole e a vida mental. *In*: VELHO, O. G. (Org.). **O fenômeno urbano**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979. p. 10-24.

_____. **Sociologia**. Coleção Grandes Cientistas Sociais. São Paulo: Ática, 1983.

_____. **Fidelidade e gratidão e outros textos**. Lisboa: Relógio D'Água, 2004.

_____. **Questões fundamentais da Sociologia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

_____. **Filosofia da moda e outros escritos**. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2008.

_____. **A estética e a cidade**. São Paulo: Annablume, 2011.

SIQUEIRA, D. C. O. Corpo, construção social das emoções e produção de sentidos na comunicação. *In*: SIQUEIRA, D. (Org.). **A construção social das emoções: corpo e produção de sentidos na comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2015. p. 15-35.

_____; SIQUEIRA, E. D. Efervescência, emoção e produção de sentidos na Jornada Mundial da Juventude. *In*: FREITAS, R. F.; LINS, F.; SANTOS, M. H. C. (Orgs.). **Megaeventos, comunicação e cidade**. Curitiba: CRV, 2016. p. 215-233.

SIQUEIRA, E. D. “Um Rio de Emoções”: Turismo, Violência e Cotidiano nas Representações Midiáticas do Carnaval Carioca. **Revista Rosa dos Ventos**, v. 4, n. 4, p. 458-468, out-dez de 2012. Disponível em: <<http://www.uces.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/download/1812/1147>>. Acesso em: 4 jun. 2021.

SLATER, D. **Cultura do consumo e modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.

SOARES, L. C. Por uma genealogia da noite na cultura ocidental. **Dialogos Latinoamericanos**, Aarhus, n. 1, p. 46-58, 2000. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/162/16200106.pdf>>. Acesso em: 4 jun. 2021.

SODRÉ, M. **As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

SOUSA, M. C. P. Quando o túnel Rebouças é o limite: sentidos da relação entre a zona sul e a zona norte do Rio de Janeiro. *In*: FREITAS, R. F. *et al.* (Orgs.). **Corpo e consumo nas cidades**. Curitiba: CRV, 2014. p. 195-207.

STASI, M. Technocities: Detroit, Berlim e a diáspora. *In*: FERNANDES, C. S.; HERSCHMANN, M. **Cidades musicais: comunicação, territorialidade e política**. Porto Alegre: Sulina, 2018. p. 425-433.

STRAW, W. Urbanização da política musical: cidades e a cultura da noite. *In*: FERNANDES, C. S.; HERSCHMANN, M. **Cidades musicais**: comunicação, territorialidade e política. Porto Alegre: Sulina, 2018. p. 319-339.

SUSCA, V. Dançar sobre as ruínas: o ritmo da cultura eletrônica entre a rua e as redes. *In*: FERNANDES, C. S.; HERSCHMANN, M. **Cidades musicais**: comunicação, territorialidade e política. Porto Alegre: Sulina, 2018. p. 383-396.

TAUIL, G. **Vento vadio**: estudo sobre as crônicas de Antônio Maria. 2020. 133 f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Programa de Pós-graduação em Literatura Brasileira, Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 2020. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8149/tde-11112020-185734/publico/2020_GuilhermeTaul_VCorr.pdf>. Acesso em: 23 abr. 2021.

TRAVANCAS, I. Fazendo etnografia no mundo da comunicação. *In*: DUARTE, J; BARROS, A. (Orgs.) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006. p. 98-109.

TURAZZI, M. I. O aniversário da cidade: histórias e memórias que se cruzam. *In*: TURAZZI, M. I. (Org.); LEITE, J. S.; MESQUITA, C. A. **Rio 400+50**: comemorações e percursos de uma cidade. Rio de Janeiro: Edições de Janeiro, 2014. p. 18-73.

VELHO, G. **A utopia urbana**: um estudo de antropologia social. Rio de Janeiro: Zahar, 1989.

_____. Estilo de vida urbano e modernidade. **Revista Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 16, p. 227-234, 1995. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/viewArticle/2006>>. Acesso em: 3 jun. 2021.

_____. Os mundos de Copacabana. *In*: VELHO, G. (Org.) **Antropologia Urbana: cultura e sociedade no Brasil e em Portugal**. Rio de Janeiro, Zahar, 1999. p. 11-23.

_____. Patrimônio, negociação e conflito. **Mana**, Rio de Janeiro, v. 12, n. 1, p. 237-248, 2006. Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-93132006000100009&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 3 jun. 2021.

VERÍSSIMO, F. S. *et al.* **Vida urbana**: a evolução do cotidiano da cidade brasileira. Rio de Janeiro: Ediouro, 2001.

WENDERS, W. A Paisagem Urbana. **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional** (Iphan), Rio de Janeiro, n. 23, p. 180-189, 1994. Disponível em: <vdocuments.site_a-paisagem-urbana-wim-wenders.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2021.