

- I Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, Brasil
everardo@puc-rio.br
<https://orcid.org/0000-0001-5821-1917>
- II Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, Portugal
isabelfeix@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-4828-2225>
- III Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, Brasil
tatiana.sicilianopuc@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-6867-195X>

Everardo Rocha^I
Isabel Feix^{II}
Tatiana Oliveira Siciliano^{III}

O VAZIO, O OURO E O MEDO: REPRESENTAÇÕES DE COPACABANA NA MEMÓRIA DE IDOSOS

EM BUSCA DO OURO

Este trabalho trata das experiências de consumo, sociabilidade, atividades de lazer e representações do bem-estar tal como vividas por um grupo de informantes idosos, residentes em Copacabana, na época que chamam “anos dourados”¹ – período em que o imaginário voltado para o mar e a praia já se configurava como um sonho de consumo dos habitantes do Rio de Janeiro (Velho, 1987; O’Donnel, 2013). Época de grandes transformações sociais, a década de 1950 e suas adjacências são reconhecidas pelo olhar de historiadores do Brasil hoje como de desenvolvimento econômico e bem-estar social (Mello & Novais, 1990; Luna & Klein, 2020). No entanto, o objetivo deste trabalho é apresentar esses anos a partir das lembranças de idosos que viveram sua juventude no bairro icônico da cidade do Rio de Janeiro. Nas narrativas ouvidas, transitamos por um enredo pleno de valores atribuídos ao consumo como distinção social (Campbell, 2001; Sahlins, 2003) e ao envelhecimento (Lins de Barros, 2006; Debert, 1999), e encontramos nas representações do bairro pistas para analisar uma sociedade que se transformava a partir de novos modos de viver a vida característicos de uma sociedade moderna, urbana e capitalista.

O propósito da pesquisa é apresentar resultados de um estudo de inspiração etnográfica, que investigou as imagens e vivências de um grupo de doze idosos, todos moradores e/ou frequentadores de Copacabana no período equivalente, *grosso modo*, ao pós-guerra ao início da década 1960. A memória dos entrevistados aponta o bairro daquela época como lugar feliz, de grande ebulição e pleno de transformações sociais, como a expansão de espaços de

lazer, consumo, entretenimento, novas moradias e comércio. Vamos, portanto, ver como os relatos se transformam em um discurso coeso que mostra valores imbricados na sociedade e são capazes de construir uma memória consistente sobre Copacabana e os que lá viveram. Nosso objetivo é captar as representações dos “anos dourados” tal como foram subjetivamente incorporadas pelos informantes e suas influências nas identidades, modos de vida, sociabilidade e nas formas pelas quais experimentaram bens de consumo, prazeres, lugares e pessoas. Importante destacar que este período de tempo específico é sobretudo uma representação dos informantes que assim o definiram. O trabalho, portanto, visa entender como essa época concentrou, para o grupo, diversos elementos ditos “modernos”, configurando algo muito especial tanto em suas vidas quanto para Copacabana.

A partir dessas premissas, este estudo se relaciona com outros já realizados no Brasil que também se debruçam sobre a temática dos velhos nas cidades, como os de Myriam Lins de Barros (1997), Cornelia Eckert (2002), Ecléa Bosi (2003) e Carlos Eduardo Henning (2017), que entrelaçam a ela questões de gênero, homossexualidade, cor/etnia e camadas sociais. Em nosso estudo, esse entrelaçamento também ocorre, já que as trajetórias de vida perpassam mudanças urbanas, socioeconômicas e culturais, e se combinam com ainda outras, como questões etárias, de gênero e de classes sociais. Em nossos achados, as memórias de Copacabana apresentadas pelos idosos revelaram um “início” do bairro identificado como um “vazio” de coisas e pessoas, suas infâncias e juventudes em Copacabana tidas como momento de maior valor – os “anos dourados” – enquanto o tempo presente é relatado a partir de representações relacionadas com o “medo” e a “decadência”. Em certo sentido, é possível conjugar as representações que os informantes descrevem como o “vazio”, o “ouro” e o “medo” com os períodos experimentados por Copacabana, que vão desde o início de sua urbanização até os dias atuais, passando por um momento de ocupação ideal, com comércio luxuoso, consumo, glamour e muitas opções de entretenimento.

PRESSUPOSTOS TEÓRICOS

Nas primeiras décadas do século XX, Copacabana era pouco povoada, com algumas casas e sobrados, mas o movimento populacional em direção às cidades gerou forte especulação imobiliária que, a partir do início dos anos 1940, transformou a localidade. Novos edifícios e ruas foram abertas, criou-se uma rede de transportes, ampliando o acesso ao bairro e a população cresceu significativamente (O’Donnel, 2013). Nesse quadro, o consumo ganha maior escala, já que a expansão das atividades comerciais foi também alicerçada por um ambiente seguro, de fácil acesso e que se torna mais luxuoso. São consumos, prazeres e práticas que, para os moradores, se traduzem em experiências sobre a identidade moderna (Giddens, 2002).

Abrigando uma nova classe média, com demandas crescentes de consumo, o bairro-vitrine se torna um lugar que reúne um estilo de vida dito moderno. É assim que, determinando valores a partir de sua imbricação na cultura, o fenômeno do consumo também participa da lógica de elaboração de significados (Sahlins, 2003). A sociedade de consumo se funda não apenas nas trocas de bens, mas no próprio comportamento das pessoas, em que valores de bens e serviços são baseados na classificação e na distinção social (Bourdieu, 2007). O consumo se associa, então, ao movimento romântico, em que há uma tendência ao devaneio e à fantasia (Campbell, 2001), e o imaginário do período é povoado com imagens idealizadas de juventude, prestígio e dispêndio. É a partir delas que se constrói um estilo de vida sonhado, baseado no uso de bens e serviços e suas representações. Nesse sentido, Copacabana presencia a construção de uma narrativa mítica no seu entorno: o encantamento e o modo romântico de encarar sua história participam da construção identitária do bairro. Mais do que apenas a transferência do rural para o citadino, a urbanização carrega o signo da passagem do selvagem para o civilizado, do caipira para o cosmopolita, promovendo uma nova configuração da sociedade.

É sobre essas representações que unem tempo e memória em uma mesma trama que este artigo vai se debruçar, investigando imagens de Copacabana a partir das narrativas de pessoas, nascidas entre 1923 e 1946, que passaram a maior parte das suas vidas no local. Como ensinou Halbwachs (1990), as memórias pessoais dos nossos informantes se misturam às memórias coletivas. As experiências de consumo e lazer por eles vividas – e, hoje já idosos, relembradas – se entrelaçam àquelas das narrativas históricas e midiáticas que, assim como as deles, também definiam Copacabana. É dessa forma que projeto e memória se articulam para dar significado à vida e às ações dos sujeitos, construindo identidades e ordenando significados de trajetórias coletivas e individuais (Velho, 2013). Os informantes nos contam sobre uma vida organizada como uma história, em que há uma ordem não apenas cronológica, mas também lógica dos acontecimentos, em que o relato de vida se aproxima da identidade que o sustenta (Bourdieu, 2006). A memória desses idosos, cuja narrativa pode ser interpretada, revela significados que eles atribuem e associam às suas experiências e às representações do bairro no qual foram vividas. Michel Pollak (1989) também apresenta a memória como uma operação coletiva, que reforça sentimentos de pertencimento e fronteiras sociais, e, dessa forma, delimita e emoldura o espaço discursivo sobre o passado. Assim, ao contar suas histórias, os informantes fornecem um quadro de referências, uniformidades e homogeneidades, que evidenciam o enquadramento das memórias como um dos pilares da construção narrativa do passado.

Outra ideia presente nos discursos é a noção de velhice que se revela, não como dado biológico, mas sim, como percepção social. Assim, a par-

tir do aumento da expectativa de vida populacional que ocorre em diversas partes do mundo, ela passa a ser discutida, implicando no desenvolvimento de novas políticas públicas (Camarano & Pasinato, 2004; Debert, 1999). Myriam Lins de Barros (1987), que estudou o comportamento dos idosos no país a partir de entrevistas com avós de famílias de camadas médias cariocas, percebeu que a transformação de pais em avós significa o surgimento de sua própria ancestralidade. Nesse sentido, a sucessão de gerações em uma família passa a ser uma forma de driblar a morte e também de perder conhecimentos. Já Ecléa Bosi (1979), identificou em seu trabalho que a raiz do significado da memória está no conselho e, portanto, os idosos podem fundamentá-lo em sua experiência de vida. Assim, segundo ela, quando os idosos transmitem suas mensagens acabam sendo mediadores entre gerações, percebendo transformações e reconstruindo a memória como possibilidade de continuação histórica.

METODOLOGIA

Esta pesquisa está fundamentada em entrevistas realizadas com doze informantes que moraram ou frequentaram o bairro de Copacabana durante o período. Eles foram ouvidos pessoalmente, em suas casas, com exceção de um deles, que teve sua entrevista realizada em seu local de trabalho. As entrevistas não seguiram um roteiro rígido e tiveram inspiração etnográfica, de forma que nossa principal estratégia era criar um ambiente de escuta dos idosos, em um esforço de empatia e observação detalhada e aprofundada (Velho, 1978). As perguntas giraram em torno das suas vidas em Copacabana, incluindo afetos, sociabilidade, hábitos de lazer, compras e bens adquiridos, lembranças de lojas e anúncios do período, detalhes do cotidiano pessoal e familiar. A ideia foi descobrir significados e representações atribuídos ao bairro pelos informantes, enxergando o mundo segundo o seu ponto de vista (Geertz, 2019). O estudo, então, se concentra na investigação e interpretação de práticas e discursos percebidos nestes encontros com os idosos.

Os entrevistados – que serão referenciados por nomes fictícios para manter sua identidade preservada – foram selecionados por indicações iniciais e, a partir delas, eles mesmos sugeriram os demais. O objetivo foi realizar uma pesquisa na qual fosse possível reunir e associar os informantes de acordo com o recorte de tempo escolhido para o estudo e que permitisse identificar um determinado ponto no qual as narrativas atingissem um grau significativo de redundância. Essa seleção de informantes é chamada de *Snowball* (Heckathorn, 1997; Handcock & Gile 2011) e é adequada aos estudos que tratam de temas sensíveis e assuntos privados como experiências de juventude, vida afetiva e condição econômica. Assim, os entrevistados se tornaram laços em uma rede que crescia a cada indicação, permitindo reconhecer as

representações mais evidentes e as ideias que circulam como consenso no imaginário do grupo.

Entre os doze idosos ouvidos, havia 10 mulheres e dois homens, e apenas um deles não era aposentado por ocasião das entrevistas. Três pessoas eram professoras; cinco delas eram donas de casa, enquanto que os demais tiveram trabalhos variados como secretária, cuidadora, especialista em leilões e industriário. Os informantes – quatro nascidos na década de 1920, quatro na década de 1930 e outros quatro na década de 1940 – trazem relatos sobre a localidade desde os anos de 1920 até os dias atuais. Todos moraram ou frequentaram a Copacabana dos “anos dourados” na infância e juventude, e podem ser separados em três grupos: os que eram adultos na década de 1950, nascidos entre 1923 e 1929 (identificados como Rosa, Amanda, Cida e Lucia); os que eram adolescentes, nascidos entre 1932 e 1937 (Maria, Antonia, José e Leticia); e os que eram crianças, nascidos entre 1940 e 1946 (Eliane, Melissa, Sandra e João). Os períodos de início de residência e saída de Copacabana são variados. Sete informantes permanecem morando no bairro até hoje, sendo que seis deles nos mesmos apartamentos que passaram a infância com a família; e cinco saíram do bairro em diferentes momentos, todos depois da infância e da juventude.

As entrevistas, realizadas entre outubro de 2016 e julho de 2017, recuperam memórias e indicam o que percebem como sendo uma “história” de suas vidas e de Copacabana que entrelaça a sociabilidade ali oferecida com as experiências que nele tiveram. São dois movimentos que se superpõem: o imaginário dos informantes sobre o bairro equivale ao seu próprio ciclo de vida – crianças ou jovens adultos na década de 1950. Este período que chamam “anos dourados” conjuga ideias de felicidade e nostalgia, que se relacionam, por um lado, a um bairro em estado ótimo de ocupação, comércio elegante e diversas opções de consumo, entretenimento e lazer e, por outro, com sua infância e juventude.

HISTÓRIA URBANA DE COPACABANA

A paisagem de Copacabana, ao longo do século XX, experimentou, no tecido invisível do tempo, várias transformações capazes de tornar um areal no bairro mais populoso e verticalizado do Rio de Janeiro. Copacabana nasce da convergência entre interesses públicos e iniciativa privada. Em 1892, há a conclusão das obras do primeiro túnel de acesso ao bairro – conhecido como Túnel Velho – ligando a Rua Real Grandeza em Botafogo à atual Rua Siqueira Campos. Dois anos depois, a Companhia Ferro Carril do Jardim Botânico vai além do Centro e de Botafogo, alcançando a deserta Copacabana com um ramal que incorpora o local à malha urbana da cidade (Abreu, 2008). É o início da transformação de um território do vazio (Corbin, 1989) em um bairro que será parte do imaginário de consumo, comércio, lazer e bem-estar.

Banhos de mar, restritos até 1917, foram liberados por um decreto da prefeitura, e a orla passou a ser um dos pontos preferidos para o lazer, atraindo novos moradores e cada vez mais visitantes. A inauguração do *Hotel Copacabana Palace*, em 1923, transforma a orla em “cartão postal”, digno do turismo de alto luxo e hóspedes célebres. Copacabana passa a provocar aspirações de consumo, figurando no imaginário como modelo de lazer, compras, civilidade e esporte. O “projeto praiano civilizatório do bairro” (O’Donnel, 2013: 16) e as alterações que implica atingem seu auge nos anos 1940 e 1950. O crescimento vertical e o adensamento da população são representados em incontáveis imagens de Copacabana em músicas, filmes, anúncios, matérias de jornais e revistas como sonho de modernidade, consumo e sucesso social².

O aumento populacional, a facilitação do transporte entre os bairros e o discurso de cidade higiênica, confortável e do futuro são questões que remetem à construção de Copacabana, e o bairro se torna um espaço de produção de sentido, de representações e de criação de imagens e de imaginários. O deslocamento demográfico percebido no Rio de Janeiro em direção à Zona Sul, mais especificamente a essa localidade, transforma o bairro em vitrine de uma forma de vida, expressa e significada pela memória de nossos entrevistados. Como Gilberto Velho (1975) mostrou em sua obra, há uma visão hierarquizada dos bairros do Rio de Janeiro, já que moradores associavam sua mudança para Copacabana ao sucesso e à ascensão social. A partir dos anos 1940, a ideia de “Zona Sul” (também chamada de Novo Rio) ganha força no imaginário comum, e a região, que envolvia os bairros de Copacabana e Leme, separados pelo morro do Inhangá, Ipanema e Leblon, que naquela época eram menos urbanizados que os dois primeiros, passou a ser objeto de desejo de grande parte de cariocas e brasileiros.

As aspirações ao estilo de vida moderno impulsionam a construção narrativa sobre um futuro esperançoso e, no caso do nosso estudo, é a década de 1950 em Copacabana o momento em que isso se expressa claramente na memória dos informantes. Os chamados “anos dourados” estão em um ponto ótimo de cruzamento entre os ideários de expansão econômica e progresso social. As narrativas dos informantes sobre a época carregam a idealização do desenvolvimento associada à urbanização, ao comércio, ao consumo, ao lazer e usos do espaço da cidade. As entrevistas revelam a separação de Copacabana em três distintos momentos: o vazio, o ouro e o medo, como enquadramentos das memórias dos informantes e indicam como construíram, a partir deles, um imaginário que explica tanto o que experimentaram em Copacabana quanto o sentido de suas próprias vidas.

AS REPRESENTAÇÕES DO VAZIO

Na memória revelada nas entrevistas dos informantes, Copacabana, no início, era um “vazio”, uma representação coletiva de que, antes das transformações

urbanas, o bairro era um nada, espaço desabitado, sem vida ou energia. A representação consensual dos informantes é a do espaço vazio, como se houvesse uma espécie de apagamento dos antigos moradores locais em um efetivo contraste com os novos tempos: progresso e civilização que chegavam.

No período entre 1870 e 1910 houve uma notável ampliação da malha urbana, com abertura de túneis e avenidas, promovendo, então, o espalhamento da cidade rumo à Zona Sul, com a promessa de novos espaços saudáveis capazes de acomodar a crescente população. A partir de 1902, a cidade passou, na administração Pereira Passos, por fortes alterações em nome de transformá-la em “moderna” e “cosmopolita”. As obras acabaram abrindo as portas da cidade para o chamado “Novo Rio”, que compreendia a recém-ocupada Copacabana. Em 1904, a inauguração do Túnel do Leme – conhecido como Túnel Novo – e, em 1906, a construção da Avenida Atlântica foram fundamentais para o acesso e ocupação do bairro.

Amanda lembra de quando o Leme era separado de Copacabana pelo Morro do Inhangá. Visto pela informante como uma pedreira, o morro ficava próximo ao local onde hoje é a Praça Cardeal Arcoverde, conforme descreve: “Eu vim morar neste apartamento em 1947. [...] Aqui havia, por exemplo, uma pedreira, que ia daqui até a areia de Copacabana. Essa pedra, que chamava Morro do Inhangá, vinha até aqui o lado da minha casa”. Segundo ela, não era possível transitar de carro nessa rua, e havia apenas uma casa e uma pequena vila nas imediações, “só isso”, em suas palavras. E ela prossegue: “Copacabana era uma lagoa e, então, levou muito tempo para tirar a água daqui. Você sabe, o Rio era composto de morro e água nessa época. Os bondes nem transitavam pela Avenida Copacabana. [...] Eles não tinham condições de passar por ali por causa da pedreira. Levaram muito tempo, mas depois tiraram, e depois disso que construíram a piscina do *Copacabana Palace*. Ali era só pedra!”

Cida também menciona a lembrança do “vazio” em seu depoimento e fala do mesmo hotel como uma referência de sua história: “Eu nasci em 23. A gente veio para cá em 25, 26, 30 [...] pode botar por ali. Nessa época Copacabana nem existia! O *Copacabana Palace* é meu colega, tem a mesma idade que eu. A gente veio para Copacabana para uma casa que meu pai construiu. Ele era gerente de banco e tinha dinheiro, então depois fez um edifício no lugar da casa. Foi o primeiro edifício da Rua Xavier da Silveira”. E complementa: “Quando minha mãe veio para cá, todo mundo achava um absurdo, porque Copacabana era mato, uma coisa triste!” Segundo ela, nessa época as pessoas buscavam morar longe do mar, muito diferente do que ocorre hoje, quando apartamentos mais próximos à praia são mais valorizados: “Não havia nada aqui ainda! Basta dizer que minha mãe comprou a casa longe da praia porque quem morava perto do mar ficava mal, não dormia. [...] Antigamente tinha essa crença de que o barulho do mar e o ar salino faziam mal para os nervos das pessoas, então a gente tinha que fugir desse ar”.

Os relatos ouvidos trazem a ideia de que antes de existir uma rede de comércio, consumo e lazer estruturada, havia o “nada”. Mais do que isso, a informante fala de um bairro “triste”, um “mato”, em oposição às representações de felicidade indicadas pelos “anos dourados” de Copacabana. Para os informantes, há a ideia de que antes de existir uma vida pulsante, urbanizada, com opções de compras e de lazer não existia coisa alguma. José também conta uma história a respeito de sua sensação de “vazio” na região. Ele conta que quando tinha 18 anos comprou fogos de artifício com os amigos para assustar a vizinhança com o barulho:

Aqui embaixo tinha um bar que era uma coisa horrerosa, aí falamos: vamos acabar com isso! Queimamos os fogos e foi uma barulheira! Imagina, naquela época esta rua não tinha nada, nem carro! Depois é que começaram a aparecer os primeiros, que vieram dos Estados Unidos. Mas antes não tinha nada! Meu pai só comprou um carro depois de muito tempo. Para você ter uma ideia aqui embaixo tinha uma garagem, ainda tem, mas era um lugar para deixar coisas.

Sua esposa, que participava informalmente da conversa, também se refere à época como um “vazio” de bens e eletrodomésticos: “[...] Na minha época tinha aquela geladeira que colocava o gelo na parte de baixo, assim. Não tinham tantos produtos [...] Antes disso, do Juscelino, não tinha nada!” O “vazio” se traduz pela ausência de eletrodomésticos ou carros, um período de pouca ou quase nenhuma presença de bens de consumo, lazer e entretenimento.

PROGRESSO E FELICIDADE NOS “ANOS DOURADOS”

Na segunda metade dos anos 1930, Copacabana já tinha muitos dos seus lotes ocupados e malha viária bem delineada. Iniciavam-se empreendimentos imobiliários que, devido à expansão da população, rapidamente absorviam as demandas por novos apartamentos. Até o início da década de 1940, os bairros e subúrbios do Rio de Janeiro eram lugares basicamente de residência, com o comércio se localizando na região central da cidade. Com sua ocupação, naturalmente surgia um comércio incipiente nos bairros para o consumo cotidiano, como armazéns, quitandas, padarias e farmácias. Primeiro, a expansão comercial do bairro se deu com a abertura de filiais das lojas que já existiam no centro da cidade, mas depois esse movimento se expandiu e começaram a abrir lojas próprias do bairro.

Com uma grande expansão vertical, Copacabana se transformou. A demolição de casas aumentava enquanto a construção de edifícios era intensificada, mas as mudanças não pararam por aí: novas ruas e vias eram abertas, criou-se uma rede de transportes para ampliar o acesso ao bairro, a população cresceu exponencialmente e as pessoas começaram também a consumir em nova escala. O pequeno comércio local – em que as pessoas desenvolviam

laços afetivos entre vendedores e compradores – deu lugar a um comércio crescente, que abrigava o processo de venda com terceirizações de serviço e esfriamento de relações. Em Copacabana, o conhecido português da quitanda acabou dando lugar a um comércio luxuoso, coerente com a sua nova ocupação. O consumo, então, apareceu como elemento central da atividade social, reconfigurando o espaço e as relações estabelecidas a partir dele.

Assim, a partir dos anos 1940, o bairro se verticalizou e os arranha-céus se multiplicavam: já não estavam mais apenas na região do Lido, mas também ao longo da Avenida Atlântica, no Leme e na altura do Posto 6. Foi nesta década que se verificou um processo de transferência de moradores da Zona Norte para a Zona Sul da cidade, sobretudo daqueles com melhor nível econômico (Velho, 1975). Também é neste período que Copacabana passou a concentrar as residências de parte da elite carioca, começando a traçar sua fama nacional e internacional de cosmopolita (Abreu, 2008).

O Brasil vivia um forte movimento migratório em direção às cidades. Entre 1940 e 1950, o aumento da população brasileira foi de 25%, e o aumento da população urbana foi de 45% (Santos, 1994). De acordo com Pedro Geiger (1960), no Rio de Janeiro – Capital da República e principal polo político e econômico do país – a população urbana aumentou 57% entre os anos 1940 e 1950, sendo que a população rural cresceu apenas 5% e o setor urbano passou de 37,5%, em 1940, para 47,5% em 1950. Já em Copacabana, a população passou de 74.133 para 129.249 habitantes (Geiger, 1960). Referindo-se ao período de 1930 a 1950, Abreu, em seu texto que sintetiza o processo de ocupação do espaço urbano carioca, afirma que: “[...] é impossível iniciar a análise deste período sem se referir ao grande crescimento da população do Rio de Janeiro, ocasionado sobretudo pelo aumento do fluxo migratório em direção à Capital da República” (2008: 96).

Assim, contrastando com o vazio relatado nos depoimentos dos entrevistados sobre o início do bairro, identifica-se uma representação de plenitude que vem com o progresso, associado à urbanização e suas consequências. Copacabana experimenta, na década de 1950, mudanças significativas com a expansão no número de moradores e o aumento nas opções de comércio e atividades de lazer no bairro. As transformações criaram não só novos mercados, mas também novas configurações sociais. De acordo com Rosa, na década de 1950 o Rio de Janeiro “tinha uma cara de cidade do interior, muito diferente de hoje”. Segundo ela, a fama, o conforto e as opções de lazer que Copacabana atingiram nessa época são fundamentais: “A cidade começou a ‘explodir’ com o *Copacabana Palace*, que tinha um teatro maravilhoso, e um restaurante, o Bife de Ouro, que era o máximo dos máximos”.

Para João, foi nesta época que houve um fenômeno chamado “Copacabanaização”. Ele contou que chegou a Copacabana com seis anos de idade e que teve dificuldade de dormir devido ao barulho do mar e do bonde, além de ter ficado impressionado com o cheiro da maresia. Nascido em Minas Ge-

rais, chegou ao bairro em 1953, junto com a família, e o conheceu como um lugar tranquilo: “Quando vim morar em Copacabana, a Avenida Atlântica não era duplicada, então a rua era muito estreita, e a praia, muito próxima. As pessoas deviam ter um cuidado especial com a maré, tirar os carros, as crianças”. Segundo ele, uma das grandes mudanças para os dias de hoje é que o Rio de Janeiro era uma cidade “muito mais marítima”, já que as praias estavam “muito mais dentro da cidade” e havia “muito mais gente indo à praia para pescar, fazendo arroz de Tatuí – bicho que hoje nem existe mais! As pessoas sentiam mais o cheiro do mar!”

O relato mostra nesse processo de urbanização um afastamento gradual entre a cidade e a natureza. Sandra relata esse processo a partir da visão de que as oportunidades trazidas pela “cidade grande” aparecem como esperança de um futuro melhor. Para ela, chegar em Copacabana significou a possibilidade de sua família melhorar de vida, pois todos os irmãos puderam estudar em bons colégios e seguir uma profissão: “Meu pai trabalhava muito, era engenheiro da estrada de ferro Leopoldina, e ele passou a ter medo de ficar sozinho sem minha mãe nas viagens que tinha que fazer”. Segundo ela, seu pai teve um problema de saúde e preferiu se mudar para uma cidade maior. De início, sua mãe não concordou, mas depois apoiou a sugestão do marido: “Minha mãe não queria na época, mas foi muito bom ele ter pensado nisso, por que onde a gente ia estudar? [...]. E todos nós tivemos a chance de ter boas escolas e poder ter uma boa faculdade. [...] Talvez se a gente tivesse ficado lá não teria acontecido nada disso, a gente não sabe [...], mas papai deu essa oportunidade para a gente”. Para a informante, as transformações da época estão associadas a uma qualidade de vida superior: melhores oportunidades, melhores profissões, melhor acesso à saúde e à educação.

A partir das entrevistas, percebe-se que inicialmente o consumo era incipiente, se tratando muito mais de vendas em armazéns e produtos alimentícios. A geladeira ainda não era um item usual, então não compravam tantos produtos gelados, mas sim frescos. Lucia relembra do período com um certo saudosismo. Segundo ela, na esquina da Rua Ronald de Carvalho com a Rua Nossa Senhora de Copacabana ficava a Casa Oliveira, onde fazia suas compras, e que “o pão e o leite naquela época eram totalmente diferentes”.

Esta visão foi complementada por Sandra, que lembrou dos vendedores que circulavam pelas ruas com seus diversos produtos, alguns levando cestas na cabeça. De acordo com ela, normalmente eles faziam algum tipo de barulho que os diferenciava:

Aqui, nessa época, era interessante porque você tinha a Vaca Leiteira. Era um carro que chegava tocando uma musiquinha e tudo, então você saía de casa com uma latinha e apanhava o leite numa torneirinha. Depois, passava o cara da vassoura, passava o cara que vendia legumes e cantava “chuchu, abóbora, jiló, mexerica e laranja, é o verdureiro”. Então, você já descia, já comprava a fruta, já comprava os legumes. Eram sempre os mesmos, os daqui da rua, então era tudo muito fácil.

Assim, o bairro foi se transformando, e os rituais de consumo tornaram-se algo central na sociabilidade do local. Mercados e armazéns com o nome do próprio dono foram substituídos por lojas de marcas e boutiques. No mesmo sentido também ocorreu a inauguração de galerias no bairro, e o surgimento de centros comerciais. Em 1945 foi construída a *Galeria Menescal* (Cardoso et al., 1986), que até hoje é um centro de compras da região. Para Sandra, esta galeria foi uma das primeiras a aparecer. Ela, que havia se mudado do Grajaú para Copacabana, percebia uma diferença no comércio dos dois bairros: “Naquela época a gente comprava mais roupa mesmo, coisa de menina, e no Grajaú tinham só costureiras, mas em Copacabana já eram lojas [...]. Tinha aquele centro comercial grande de Copacabana, na Siqueira Campos [...] era a coqueluche porque tinha várias lojas lá. Foi um dos primeiros shoppings, vamos dizer assim”. Segundo ela: “A gente ia visitar minha avó, mas ela adorava ir para rua, então a gente passeava, via vitrines, ia ao cinema, lanchava [...]. Na Galeria Menescal tinha muita loja que eu sinto falta! [...] Então a gente ia para Copacabana, por que [...] as melhores lojas estavam lá! Eu sinto falta até hoje daquele comércio”.

É neste período, então, que Copacabana se consolidava como centro comercial da cidade. Houve um aumento na distribuição de mercadorias e os hábitos de consumo se expandiam. Para Eliane: “Ninguém fazia programação no Centro. Copacabana era suficiente!” Nesse sentido, Maria complementa: “Antes aqui não existia um armarinho. Então, para comprar um carretel de linha, tinha que ir até a cidade. Depois que começaram os armarinhos aqui [...]. Tinha a *Casa Madame Rosa*, muito boa! Primeiro as mais chiques, depois as mais populares”.

Amanda corrobora essa visão de transformação. Para ela, o que antes era resolvido em casa, pelas mães ou pela contratação de costureiras, passou a se concentrar nas lojas, cada vez mais especializadas: “Naquela época você não comprava roupa pronta. Ou você tinha mãe que tinha jeito para costurar ou você tinha as costureiras que faziam roupas”. De acordo com suas lembranças, havia apenas uma loja de aviamentos que se chamava A Vantajosa, na Rua Nossa Senhora de Copacabana, e o Banco da Lavoura de Minas Gerais, na Rua Figueiredo Magalhães: “[...] além disso, não me lembro de nenhum banco na Avenida Copacabana. E, você vê, hoje em dia é cheio!”

Na esteira desse pensamento, em Copacabana, celebrava-se um novo mundo, tido como promissor, em que o consumo tinha destaque, não só a partir de suas novas mercadorias, mas também a partir de um novo estilo de vida que se inventava. Para João:

Copacabana virou uma grande atração internacional e nacional. Na década de 1950 estava começando. Teve efeito de atração, especialmente as pessoas da Zona Norte e subúrbio. Eles tiveram a coragem de trocar casas nobres por “apertamentos” em Copacabana. Havia um magnetismo. Minha mãe quis ir para Copacabana. Tínhamos a vida toda em função do bairro e era a atração que ele exercia que trazia as pessoas para cá. Os parentes vinham para visitar, mas também para conhecer Copacabana. Eles vinham de outros

lugares que tinham praia, mas não era a praia, era o bairro. Vinham e acabavam comendo pizza, goma de mascar e chiclete de bola lá pela primeira vez. Eram as novidades urbanas. Ouvir línguas que não fossem o português [...] Tinha um lado cosmopolita: cachorro-quentes, Coca-Cola, comidas internacionais.

A vida moderna imaginada passava pelas ideias de bem-estar, lazer e praticidade, e isso incluía a aquisição de novos bens de consumo. Ainda segundo o mesmo informante: “[...] A vassoura passou a ficar antiquada perto do aspirador; a lavagem à mão, perto da máquina de lavar; o liquidificador aparece para fazer os sucos”. Os eletrodomésticos também estavam deixando de ser artigos de luxo para se integrar ao estilo de vida. Assim, os bens de consumo incorporam representações como a da modernidade que vão além de seus usos. As pessoas de maior poder aquisitivo compraram as novidades promovidas pela publicidade, transformando objetos em símbolos de distinção. A ideologia de uma vida feliz e confortável, baseada na aquisição de bens, consumo e lazer, era construída.

DECADÊNCIA, TRISTEZA E MEDO

Para Gilberto Velho (1975: 17): “Quem atravessa o Túnel Novo pela primeira vez encontra uma floresta de prédios, geralmente entre oito e doze andares, quase sempre grudados uns nos outros, com pouquíssimos espaços desocupados”. Os “anos dourados” tanto são retratados como auge quanto marcam oposição às décadas seguintes, referidas, nos depoimentos do grupo, como decadência, tristeza e insatisfação. A comparação com a Copacabana daqueles anos felizes traz sentimentos de derrocada, como podemos observar no depoimento de José, que conta que morava na Rua Domingos Ferreira com a Rua Figueiredo Magalhães: “Ali a gente olhava a saída do túnel, dava para ver os carros, ouvir o som deles saindo do túnel. Dava para ver os fortes! Do Leme e do Posto 6. Depois havia barulho noite e dia de serra elétrica [...] o tempo todo eram prédios sendo construídos”. Em seguida, ele relata a discrepância com os dias atuais: “O prédio que eu moro hoje e que morava com meu pai quando criança foi um dos primeiros, então ele é todo ‘besta’. Tem um lustre que tem que mandar uma firma especial para limpar. Aí, com a decadência de hoje [...] ali tem bicheiro, tem de tudo que mora ali! E, no entanto, ‘coisas de mármore!’”

Antonia também fala das mudanças que experimentou em Copacabana: “Os navios da Europa, aviões de diversos lugares [...] todos vinham para cá! O Rio de Janeiro era um sucesso! Na verdade, primeiro era um grande sucesso, e depois ficou essa porcaria. Foi depois que a Capital foi para Brasília!” Segundo ela, a vida noturna era muito alegre, e não havia violência. Ela também fala da vivência do consumo: “O comércio daqui piorou muito. Em relação a isso, agora só tem farmácia ou lugar para comer [...] por que de lojas está bem fraco. Aqui, na esquina dessa rua, por exemplo, tinha uma casa de

moda Madame Araújo, chiquérrima, agora não existe mais nada assim”. Por fim ela comenta: “O comércio daqui agora é muito pobrinho. Todo mundo que quer uma roupa melhor vai para Ipanema, Leblon”.

Para a informante, a mudança da Capital para Brasília contribuiu para o deteriorar o bairro. Segundo Letícia, a decadência de Copacabana também tem a ver com crescimento excessivo e tumultuado da localidade: “Isso aqui era elitista! E aí houve uma degradação do bairro por causa dessas cabeças de porco”³. Assim, prossegue ela: “Antes aqui só morava gente de dinheiro, digamos assim. Só que aí começou a ter gente demais no mundo [...] não só em Copacabana! E aí apareceu apartamento quarto e sala, aumentou a altura dos prédios [...] Copacabana cresceu desordenadamente!”

Essa compreensão do passado como idealizado também está ligada à possibilidade de um consumo conspícuo que, para os informantes, está representado no contraste da beleza do passado com a violência dos dias atuais. Rosa conta, por exemplo, que “As pessoas andavam arrumadas, de joias no bonde, sem que isso representasse perigo!” Segundo Lucia: “O que me lembro daquela época é a facilidade. De você andar, fazer as coisas sem nenhum medo, sem nenhum temor, isso é a primeira coisa que me vem à cabeça. A gente saía muitas vezes com a turma [...]. Combinava passeios, se encontrava para pegar o ônibus de manhã e não tinha problema nenhum”. José também acrescenta: “Naquela época não havia esse perigo que existe hoje. Brincava-se na rua. O único perigo, por exemplo, era o atropelamento. Nós jogávamos futebol na Rua Tonelero, que atualmente é um movimento incrível. A gente fechava, botava a baliza, e os poucos carros que passavam iam pelo cantinho para não atrapalhar a partida futebol”.

Cida conta que hoje se sente insegura e, por isso, mudou seus hábitos. Aposentada, faz pinturas em cerâmica: “Eu agora compro as minhas coisas para pintar pela internet. Porque sair eu saía com meu marido, mas sair de noite na rua é perigoso hoje!” Os entrevistados, em sua infância ou juventude, costumavam andar sozinhos pelas ruas, com roupas caras, joias e relógios sem medo. Hoje, para eles, o bairro está perigoso, com muita violência, e o “medo” faz parte do imaginário de Copacabana. O desenho das cidades com espaços controlados, como condomínios fechados, clubes e *shopping centers* dá pistas desta nova organização social (Freitas, 2011). Enquanto os anos 1950 ficaram com a imagem de liberdade, hoje os informantes relatam uma experiência amedrontadora nas ruas.

Além da violência, do medo e do perigo, as ideias de movimento intenso, grande quantidade de habitantes e comércio pobre também são motivos para a representação da decadência do bairro. É evidente que, na mesma época em que Copacabana é representada por ideias de felicidade, os entrevistados também estão vivendo sua infância e juventude, momento que chamam de “anos dourados”. A mocidade é vista como idealização, saudosa e romântica. As brincadeiras na rua, a sociabilidade, andar de bonde ou a pé a

qualquer hora sem preocupação foram descritas como representações antagônicas à Copacabana atual. Os anos 1950 e a passagem do tempo são reveladores, como mostra o depoimento de Leticia: “Em 1950 os programas de misses eram muito importantes. A Marta Rocha e a Ieda Maria Vargas eram lindas! Hoje eu vi um retrato delas e [...] ai meu Deus que tristeza é a velhice! Elas estão muito diferentes! Você já ouviu falar no Alain Delon? Ele era a coisa mais linda que existe na face da terra. [...] É inacreditável o que o tempo faz com uma pessoa. Muito triste. É uma injustiça!” Vale ressaltar que Leticia faz uma comparação entre a decadência do corpo urbano e o corpo de seus ídolos que envelheceram.

Eliane também mostra os anos 1950 como muito diferentes dos atuais em uma representação do bairro a partir de hábitos que possuía quando jovem. Segundo ela, nesse período ela e seus amigos costumavam ir ao cinema e à sorveteria, mas não a restaurantes e boates, devido ao preço. De acordo com ela: “[...] éramos jovens, não tínhamos muito dinheiro!” E essa situação se contrasta com a de hoje em dia: “Hoje Copacabana é um bairro de povão, de traficante, de mendigo, de morador de rua [...]. Ainda tem algumas vantagens de morar aqui: tem acesso bom para a Lagoa, para o Leblon [...]. Mas deve ter alguma coisa na água de Copacabana, porque o que tem de velho que resiste aqui é impressionante! É o único bairro que tem essa velharia!”

A juventude é um momento especialmente valorizado pelos entrevistados. Há uma profunda saudade dos momentos da infância e adolescência. A representação de ser feliz no passado é contrastada com a representação atual, associada à tristeza e ao processo de envelhecimento. A memória está baseada tanto em experiências subjetivas quanto em um discurso midiático de valorização da juventude. O imaginário do grupo estudado traz um mapa de memórias, que expressa impressionante regularidade. Uma interpretação coletiva na qual a juventude é a medida positiva, refletindo as percepções do antigo mundo como idealizadas e nostálgicas. A narrativa entrelaça passado, presente e futuro. Assim, as lembranças da década de 1950 passam pelas representações de ser feliz na juventude. De acordo com Rosa:

Eu fui uma pessoa que viveu vários tumultos [...] nasci no auge do Getúlio entrando com uma ditadura. A década de cinquenta foi uma década tranquila. O antes e o depois são tumultos, guerras, tragédias! Este foi o período da vida, da alegria, da música, dos nossos melhores atores e atrizes [...]. Então é uma coisa muito marcante na minha geração: os cinquenta são os anos da felicidade. Por que é um momento entre as duas guerras, que a gente vive de alegria [...]. E foi a época que eu conheci meu marido. Então para nós é muito marcante! Porque é um marco de felicidade, de amor!

A ideia de associação à felicidade, ao casamento e ao amor também mostra a faceta romântica desse discurso, que se entrelaça com os acontecimentos históricos do período. A história de vida desses idosos se mistura

à história coletiva de Copacabana e do Brasil. Cida também menciona o período como aquele em que conheceu seu marido: “Eu me lembro que ele vinha da casa dele, a gente namorava no meu portão! E quando eu voltava para casa, não tinha ladrão. Atualmente está diferente. Ele não tinha carro e a gente voltava a pé para casa, era outra vida”. Segundo ela, eles se conheceram na praia, e ele morava a quatro quarteirões de distância dela: “Ele jogava vôlei, e eu ia para tirar o vôlei dele! Aí a gente se conheceu assim! [...] O bairro também mudou muito. A gente tinha uma vida muito familiar, muito em casa e ao cinema com a avó ou com a mãe. Hoje em dia eu vejo tanta coisa [...]”.

E Melissa menciona as amizades como algo diferente daquele momento: “Você trabalhava muito, você estudava muito, mas você tinha uma programação de festa intensa! No sábado e no domingo era sensacional! Tinha festa, todo mundo ia. Se acontecia alguma coisa, a gente também estava lá. Tinha um casamento, todo mundo ia, ninguém dava desculpa...”. Para ela: “A gente era amigo para valer, é uma coisa que eu noto muita diferença hoje em dia. Tem muito mais conhecido do que amigo. Naquela época, você pode ter certeza, nós éramos sessenta na praia sábado e domingo. [...] Era tudo muito bom! A convivência era muito grande. Hoje em dia você não conhece mais ninguém!” Segundo ela, naquele momento eles conviviam muito entre os amigos, tendo uma relação mais próxima e vivendo histórias em conjunto: “Você convivia muito e ficava sabendo tudo que estava passando. A pessoa abria o jogo todo para você. Hoje em dia você não sabe se pode confiar. Naquele tempo a gente confiava, era superamigo”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir desses depoimentos, percebemos que os informantes nos contam uma Copacabana imaginada que vai do nada ao ouro e, por fim, ao medo. Inicialmente tratada como vazio, chega ao seu ápice para desembocar na tristeza. Dessa forma, o bairro percorre uma trajetória semelhante àquela que viveram do nascimento à velhice. A fase de vida em que são crianças, jovens ou jovens adultos são seus melhores momentos na vida e Copacabana reflete a mesma lógica na qual experiência de vida e ciclo do bairro – do ideal ao desordenado – se entrelaçam. O momento mágico de equilíbrio para o grupo estudado faz coincidir a vida confortável, o lazer, o consumo, a sociabilidade, o comércio local com o apogeu de suas próprias existências – a juventude – não por acaso, uma representação fortemente valorizada pela sociedade de consumo.

Assim, este trabalho analisou as representações da Copacabana dos “anos dourados” para um grupo de informantes, que viveu sua infância e/ou juventude no bairro em um momento pleno de opções de lazer, entretenimento e consumo. A transformação da Copacabana vazia, como os informantes

relataram, em cosmopolita traz significados importantes para entender o imaginário que se consolidou sobre o bairro. Um contraste que cria o alicerce da construção de uma narrativa mítica sobre o que chamam de “anos dourados”. Falar de ouro é falar de valor e, dessa forma, há uma reificação evidente do período. O enquadramento das memórias remonta não só às mudanças nas ruas e lojas do bairro, mas também àquelas comportamentais, que evocam ideias de alegria, exaltação, frenesi e sonho. Tratados como o início da metropolização de Copacabana, os anos 1950 trouxeram o aumento exponencial de população, a expansão de prédios, bem como a intensificação de atividades de comércio e lazer, concentrando uma incipiente classe média. Neste período, há o encontro entre a expansão do consumo e do entretenimento, a juventude dos informantes e um bairro em seu estado ótimo de ocupação, o que faz convergir a representação da felicidade.

A elaboração do passado é feita a partir do tempo presente. Há um contraponto importante entre a velhice vivida e a juventude narrada. Percebe-se que os resquícios do cotidiano encontrados nos depoimentos não falam apenas do “passado jovem”, mas também do “presente velho”. Nos depoimentos, há uma clara classificação dos termos que qualificam o bairro. No princípio, para caracterizar Copacabana, os termos são “vazio”, “mar”, “pedra”, “nada”, “desabitado”. Bem diferente dos que expressam os “anos dourados”: “compras”, “consumo”, “shoppings”, “eletrodomésticos”, “bens materiais”, “felicidade”, “juventude”, “amizade”, “lazer” e “romance”. No presente do bairro os termos são “medo”, “perigo”, “violência”, “tristeza”, “velhice”, “injustiça” ou “degradação”.

Dessa forma, as práticas de consumo, lazer, entretenimento e sociabilidade assumem posição estruturadora na lógica dos discursos dos informantes tanto como parte da trajetória de Copacabana quanto como parte das suas próprias infâncias e juventudes. O grupo estudado pode ser considerado um suporte da memória pela construção de sua identidade coletiva, (Bosi, 1979) expressando, portanto, um perfeito encaixe entre o “tempo ideal” de um lugar e as experiências do “tempo ideal” de suas vidas, traduzindo um enquadramento de memórias (Pollak, 1989) como processo de classificação e hierarquização de coisas, pessoas e cotidiano na Copacabana dos “anos dourados”. Uma época que percorrem como viajantes, entre imagens do passado como velhos retratos que fundem memórias de uma felicidade imaginada, porque, como ensina Machado de Assis (1904: 72), “o tempo é um tecido invisível em que se pode bordar” tudo ou nada.

Recebido em 17/09/2021 | Revisado em 17/01/2023 | Aprovado em 02/04/2023

Everardo Rocha é Professor Titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio. Doutor em Antropologia pelo Museu Nacional da UFRJ. Bolsista de Produtividade em Pesquisa do CNPq e Cientista do Nosso Estado da FAPERJ. É autor de diversos livros e artigos científicos sobre antropologia do consumo, cultura midiática, narrativas publicitárias e história cultural da comunicação. Seu livro mais recente “Advertising and Consumption: Anthropological Studies in Brazil” foi publicado pela Routledge em 2022.

Isabel Feix é doutora em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro e atualmente é investigadora na Faculdade de Economia e Gestão da Universidade de Lisboa. Atua em pesquisas nas áreas de Sociologia, Antropologia e Comunicação, com ênfase no estudo dos seguintes temas: Pesquisa etnográfica, entrevistas qualitativas e histórias de vida; Comunicação e Cultura; Cidades e Representações Sociais; Antropologia e História do Consumo; Imaginário Social e Memória Cultural.

Tatiana Siciliano é professora do Programa de Pós-Graduação e da Graduação do Departamento de Comunicação da PUC-Rio. Pós-doutora em Sociologia pelo IFCS (2011-2013) e Doutora em Antropologia Social pelo Museu Nacional da UFRJ (2011). É autora do livro *O Rio de Janeiro de Artur Azevedo: cenas de um teatro urbano* (2014) e de artigos sobre cidade, cultura midiática, histórias de vida, e narrativas ficcionais.

NOTAS

- 1 Neste trabalho estamos considerando “Anos Dourados” tal como Eric Hobsbawm preconizou em sua obra (1995). A expressão também está presente no imaginário brasileiro, como visibilizado na série de televisão Anos Dourados, produzida e exibida pela Rede Globo e com criação de Gilberto Braga.
- 2 O período em Copacabana foi celebrado e difundido pela comunicação de massa: o samba “Copacabana” (1946), de Carlos Alberto Ferreira Braga, conhecido popularmente como Braguinha, e Antônio Almeida, fez sucesso chamando o bairro de “princesinha do mar”; a crônica “Ai de ti Copacabana”, de Rubem Braga, publicada em 25 de janeiro de 1958 na revista *Manchete*, também mostrou a fama do bairro a partir de suas transformações; e o filme “Copacabana me engana”, de Antonio Carlos da Fontoura, explorou o cotidiano no bairro no final dos anos 1960. Contudo, não é nosso interesse aqui nos aprofundarmos nestas discussões, que acabariam por resultar em outros trabalhos.
- 3 No Rio de Janeiro, a expressão “Cabeça de Porco” faz referência a um cortiço localizado na zona central da cidade e que foi destruído ainda no final do século XIX, se referindo hoje a prédios que concentram muitos moradores (Cardoso et al., 1986).

REFERÊNCIAS

- Abreu, Maurício (2008). *Evolução urbana no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Instituto Pereira Passos.
- Assis, Machado de (1904). *Esaú e Jacó*. Rio de Janeiro: H. Garnier.
- Bosi, Ecléa (1979). *Memória e Sociedade: lembrança de velhos*. São Paulo: T.A. Queiroz.
- Bosi, Ecléa (2003). Memória da cidade: lembranças paulistanas. *Estudos Avançados*, 17/47, p. 198-211.
- Bourdieu, Pierre (2006). A ilusão biográfica. In: FERREIRA, Marieta. AMADO, Janaina. *Usos e abusos da história oral*. Rio de Janeiro: Editora FGV.
- Bourdieu, Pierre (2007). *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Zouk/Edusp.

Camarano, Ana Amélia & Pasinato, Maria Tereza (2004). O envelhecimento populacional na agenda de políticas públicas. In: Camarano, Ana Amélia. *Os novos idosos brasileiros: muito além dos 60?* Rio de Janeiro: IPEA.

Campbell, Colin (2001). *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*. Rio de Janeiro: Rocco.

Cardoso, Elizabeth et al. (1986). *História dos Bairros: Copacabana*. Rio de Janeiro: Index.

Corbin, Alain (1989). *O território do vazio: a praia e o imaginário ocidental*. São Paulo: Companhia das Letras.

Debert, Guita Grin (1999). *A Reinvenção da Velhice: socialização e processos de reprivatização do envelhecimento*. São Paulo: Edusp/Fapesp.

Eckert, Cornelia (2002). Cultura do medo e as tensões do viver a cidade: narrativa e trajetória de velhos moradores de Porto Alegre. *ILUMINURAS*, 3/6.

Freitas, Ricardo Ferreira (2011). Comunicação e espaços urbanos de consumo: o imaginário dos shopping centers. In: Freitas, Ricardo Ferreira & Oliveira, Janete da Silva (orgs.). *Olhares Urbanos: estudos sobre a metrópole comunicacional*. São Paulo: Summus.

Geertz, Clifford (2019). *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Zahar.

Geiger, Pedro Pinchas (1960). Ensaio para a estrutura urbana do Rio de Janeiro. *Revista Brasileira de Geografia*, 22/1, p. 03-46.

Giddens, Anthony (2002). *Modernidade e Identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Halbwachs, Maurice (1990). *A memória coletiva*. São Paulo: Edições Vértice.

Handcock, Mark S. & Gile, Krista J. (2011). On the Concept of Snowball Sampling. *Sociological Methodology*, 41/1, p. 367-371.

Heckathorn, Douglas D. (1997). Respondent-Driven Sampling: a new approach to the study of hidden populations. *Social Problems*, 44/2, p. 174-99.

Henning, Carlos Eduardo (2017). Gerontologia LGBT: velhice, gênero, sexualidade e a constituição dos “idosos LGBT”. *Horizontes Antropológicos*, 23/47.

Hobsbawm, Eric J. (1995). *Era dos Extremos: o breve século XX: 1914-1991*. São Paulo: Companhia das Letras.

Lins De Barros, Myriam (1987). *Autoridade e Afeto: avós, filhos e netos na família brasileira*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Lins De Barros, Myriam (2006). Trajetória dos estudos de velhice no Brasil. *Sociologia, problemas e práticas*, 52, p. 109-132.

Lins De Barros, Myriam (1997). O passado no presente: aos 70 falando do Rio de Janeiro. *Cadernos de Antropologia e Imagem*, 4, p. 91-119.

Luna, Francisco Vidal & Klein, Herbert S. (2020). *História Social do Brasil Moderno*. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo.

Machado, J. G. (1992). *Copacabana, 1892/1992: subsídios para a sua história*. Rio de Janeiro: Riotur.

Mello, João Manuel Cardoso de & Novais, Fernando (1990). Capitalismo tardio e sociabilidade moderna. In: Duby, Georges & Aries, Philippe. *História da Vida Privada: vol. 4 da revolução francesa à primeira guerra*. São Paulo: Companhia das Letras.

Morin, Edgar (1975). *Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo – 2 necrose*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária.

O'Donnell, Julia (2013). *A invenção de Copacabana: culturas urbanas e estilos de vida no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Zahar.

Pollak, Michael (1989). Memória, Silêncio e Esquecimento. *Estudos Históricos*, 2/3, p. 3-15.

Sahlins, Marshall (2003). *Cultura e razão prática*. Rio de Janeiro: Zahar.

Santos, Milton (1994). *A urbanização brasileira*. São Paulo: HUCITEC.

Velho, Gilberto (1975). *A Utopia Urbana: um estudo de antropologia social*. Rio de Janeiro: Zahar.

Velho, Gilberto (1978). Observando o familiar. In: Nunes, Edson de Oliveira (org.). *A aventura sociológica: objetividade, paixão, improviso e método na pesquisa social*. Rio de Janeiro: Zahar.

Velho, Gilberto (2013). Memória, identidade e projeto. In: Vianna, Hermano et al. (orgs.). *Um antropólogo na cidade: ensaios de antropologia urbana*. Rio de Janeiro: Zahar.

O VAZIO, O OURO E O MEDO: REPRESENTAÇÕES DE COPACABANA NA MEMÓRIA DE IDOSOS

Palavras-chave

Consumo;
Estilo de vida;
Representações;
Copacabana;
Memória de idosos.

Resumo

O objetivo deste trabalho é apresentar as representações de Copacabana relativas a estilos de vida e práticas de consumo para um grupo de idosos no período que chamam “anos dourados”. A partir de um estudo com inspiração etnográfica, o discurso do grupo mostra a articulação entre o momento que percebem como ideal do bairro e de suas próprias vidas. Copacabana para eles significou um percurso que vai do “vazio”, ao “ouro” e finalmente ao “medo”. O primeiro é representado como espaço vazio e sem vida; o segundo espelha a felicidade, o consumo e o lazer; e o terceiro é percebido como de medo e decadência.

THE EMPTINESS, THE GOLD AND THE FEAR: COPACABANA REPRESENTATIONS IN THE MEMORIES OF ELDERLY PEOPLE

Keywords

Consumption;
Lifestyle;
Representations;
Copacabana;
Memory of elderly people.

Abstract

This paper aims to present the representations of Copacabana related to lifestyles and consumption practices for a group of elderly people in the period that they call “golden years”. Based in a study with ethnographic inspiration, the group’s discourse shows the articulation between the moment they perceive as the ideal of the neighborhood and their own lives. Copacabana for them meant a route that goes from “emptiness” to “gold” and finally to “fear”. The first is represented as empty and lifeless space; the second reflect happiness, consumption and leisure; and the third is perceived as a moment of fear and decadency.