

LUIZ HENRIQUE CARNEIRO LEMOS

POSIÇÃO SOCIAL, CONSUMO E ESPAÇO URBANO:

Um estudo sobre a dinâmica sócio-espacial nas áreas nobres do

Rio de Janeiro

Tese apresentada ao Curso de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Doutor em Planejamento Urbano e Regional.

Orientadora: Profa. Dra. Ana Clara Torres Ribeiro

Rio de Janeiro
2008

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

LUIZ HENRIQUE CARNEIRO LEMOS

POSIÇÃO SOCIAL, CONSUMO E ESPAÇO URBANO:

Um estudo sobre a dinâmica sócio-espacial nas áreas nobres do Rio de Janeiro

Tese submetida ao corpo docente constituído pelo Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Doutor em Planejamento Urbano e Regional.

Aprovado em: 17 de março de 2008

Profa. Dra. Ana Clara Torres Ribeiro - Orientadora
Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional - UFRJ

Prof. Dr. Aduino Lúcio Cardoso
Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional - UFRJ

Profa. Dra. Luciana Corrêa do Lago
Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional - UFRJ

Prof. Dr. Gilberto Cardoso Alves Velho
Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social do Museu Nacional - UFRJ

Profa. Dra. Carmen Pires Migueles
Fundação Dom Cabral

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer primeiramente a minha mulher Fernanda pela extrema paciência, compreensão, companheirismo e apoio, no decorrer de todo o processo de desenvolvimento deste trabalho;

A minha filha Bianca, pela sua paciência e compreensão por ter lido negado atenção por várias vezes;

Aos meus pais pelo incentivo e apoio;

A minha orientadora, professora Ana Clara Torres Ribeiro, pelo incentivo, confiança e pelas relevantes contribuições para o desenvolvimento deste trabalho;

A Sra. Helena Gondim, pela gentileza e boa vontade em suas preciosas contribuições;

A todos os entrevistados, pelos depoimentos que serviram de base para a análise deste estudo;

Aos colegas do doutorado, pela amizade e incentivo.

A todos, o meu muito obrigado!

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Distribuição regional do município do Rio de Janeiro	08
Tabela 2 – Definição operacional (DO) do núcleo regional do município	09
Tabela 3 – Bairros, população, domicílios e área (ha) - Z. Sul do Rio de Janeiro (DC)	10
Tabela 4 – Definição operacional (DO) da subdivisão dos bairros da Zona Sul	11
Tabela 5 – População, domicílios e área (ha) da RA da Barra da Tijuca (DC)	12
Tabela 6 – População, domicílios e área (ha) da RA da Barra da Tijuca (DO)	12
Tabela 7 – Preços dos imóveis por m ² na Zona Sul e na Barra da Tijuca	92
Tabela 8 – Distribuição dos endereços do DPS	171
Tabela 9 – Frequência dos endereços do DPS e os preços por m ² das casas e apartamentos por bairro (método ponderado e ão ponderado)	173
Tabela 10 – Relatório de regressão linear do modelo ponderado	176
Tabela 11 – Relatório de regressão linear do modelo não-ponderado	178

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Quinta Imperial da Boa Vista - 1859	21
Figura 2 – Bonde puxado a burro na Rua São Clemente em Botafogo – 1885	25
Figura 3 – Praia de Botafogo – 1893	30
Figura 4 – Praia do Flamengo - 1913	35
Figura 5 – Av. Rui Barbosa no Flamengo – 1920	36
Figura 6 – Rua do Ouvidor - 1885	45
Figura 7 – Praia do Leme - 1920	50
Figura 8 – Praia de Copacabana – 1912	50
Figura 9 – Ipanema no início do século XX	61
Figura 10 - Lagoa Rodrigo de Freitas em 1895	62
Figura 11 - Praia do Leblon - 1919	69
Figura 12 – Praia de São Conrado - 1910	70
Figura 13 - Barra da Tijuca entre as décadas de 1950 a 1960	73
Figura 14 – Anúncio do condomínio Península	83
Figura 15 – Anúncio do condomínio Reserva Jardim	83
Figura 16 – Marcas protegidas pelo Comité Colbert	145
Figura 17 – Imagem editada da queda de uma barreira no Túnel Rebouças	154

LISTA DE MAPAS

Mapa 1 – Primeiro deslocamento – expansão para Periferia Central Imediata	22
Mapa 2 – Segundo deslocamento - expansão para Periferia Central Intermediária	26
Mapa 3 – Linhas de bondes existentes entre 1907 e 1946 na Cidade do Rio de Janeiro	40
Mapa 4 – Cidade Velha Carioca e a Zona Sul Imediata em 1890	46
Mapa 5 – Terceiro deslocamento - Zona Sul Imediata	48
Mapa 6 – Quarto deslocamento – Zona Sul Oceânica I	58
Mapa 7 – Mapa de Ipanema e Leblon loteado pela Cia. Construtora Ipanema – 1919	60
Mapa 8 – Quinto deslocamento – Zona Sul Oceânica II	71
Mapa 9 – Distribuição dos endereços do DPS	172

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Preços (m ²) dos imóveis residenciais de alto padrão - Zona Sul e Barra	93
Gráfico 2 – Preço dos imóveis de alto padrão por m ²	174
Gráfico 3 – Linha de tendência do modelo ponderado	175
Gráfico 4 – Linha de tendência do modelo não-ponderado	177

RESUMO

LEMOS, Luiz Henrique C. **Posição social, consumo e espaço urbano**: um estudo sobre a dinâmica sócio-espacial nas áreas nobres do Rio de Janeiro. 236 f. Tese (Doutorado em Planejamento Urbano e Regional)–Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

Este estudo tem como objetivo investigar a relação entre: o segmento que detém o mais alto prestígio no espaço social da cidade do Rio de Janeiro; a interrupção de uma lógica de deslocamentos dos espaços mais valorizados da cidade, que privilegiaria a Barra da Tijuca; a forma de construção e ocupação desse novo espaço urbano, concebido e produzido para acomodar as classes mais privilegiadas; e a estratégia de diferenciação social do segmento investigado, concentrada nos seus modos de consumo e na territorialização da Zona Sul. A hipótese central da Tese é a de que o deslocamento do espaço de mais alto prestígio estabilizou-se na Zona Sul, mais especificamente, nos bairros de Ipanema e Leblon, por força do poder simbólico do segmento social que sustenta a posição mais alta no espaço social do Rio de Janeiro. A decisão deste segmento em permanecer na Zona Sul manteve este espaço como o mais valorizado da cidade. Essa decisão sofreu forte influência da forma de concepção e ocupação da Barra da Tijuca e pelo surgimento, neste bairro, de um novo segmento, capaz de concentrar poder econômico, mas que não possui o tipo de capital cultural mais valorizado socialmente. A aproximação, deste novo segmento, do universo simbólico daqueles que estão no ápice da estrutura social produziu, neste último, mecanismos de diferenciação social, baseados nos seus modos de consumo e na valorização da Zona Sul. Para fins de contextualização desta Tese, procurei identificar as fases de deslocamento do espaço que concentra o mais alto prestígio social, desde o início do século XIX, considerando as influências culturais envolvidas neste processo. Apresentei também a forma como a Barra da Tijuca foi construída e sob quais influências este processo ocorreu. Como sustentação teórica da Tese, desenvolvi os seguintes tópicos: a matriz filosófica que produziu a “sociedade de consumo” e os espaços modernos; a evolução das interpretações sobre os fenômenos do consumo, desde o individualismo utilitário à sua concepção cultural; a estrutura social e as formas de classificação da sociedade contemporânea; as motivações que levam os indivíduos a desenvolver mecanismos de preservação de sua identidade e diferença social, analisando também como o consumo é utilizado para este fim; por último demonstro de que forma o espaço é utilizado como parte de um complexo sistema classificatório, norteados pelos modos de consumo, tratados aqui de forma ampla. Na pesquisa empírica foram utilizados dois procedimentos: um de natureza quantitativa e a outra qualitativa. Na primeira pesquisa, procurei demonstrar o poder simbólico do segmento objeto desta Tese, relacionando a sua distribuição geográfica ao valor residencial de imóveis de alto padrão, nos bairros onde este estrato se concentra. Para este fim, utilizei a técnica estatística de regressão linear simples. No segundo procedimento, utilizei técnicas de seleção de dados secundários e de entrevistas em profundidade, para obter informação sobre os sentimentos e opiniões do segmento social aqui pesquisado. Considero esta pesquisa relevante a partir de quatro

resultados esperados de sua realização: a produção de novos conhecimentos por meio da articulação entre espaço urbano e consumo de bens e serviços; a contribuição para o conhecimento da estrutura social, a partir da reprodução social e seus impactos no espaço urbano em sociedades capitalistas ocidentais; a contribuição teórica para os estudos sobre consumo; e a demonstração da relevância do espaço geográfico, em todas as suas escalas, para as ciências sociais.

Palavras chave: Deslocamento espacial; posição social; modos de consumo; poder simbólico e distinção social.

ABSTRACT

LEMOS, Luiz Henrique C. **Social position, consumption and urban space**: a study of socio-spatial dynamics in the noble areas of Rio de Janeiro. Thesis 236 f. (Doctorate in Urban and Regional Planning) - Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional, Universidade Federal do Rio de Janeiro (Institute of Urban and Regional Planning Research, Federal University of Rio de Janeiro), Rio de Janeiro, 2008.

This study envisions the investigation of the relation between: the segment which detains the highest prestige in the social space of the city of Rio de Janeiro; the interruption of a logic of movement of the most valued areas in the city, which would privilege Barra da Tijuca; the construction profile and occupation of this new urban area, conceived and produced to accommodate the more privileged classes; and the strategy of social differentiation of the investigated segment concentrated on its consumption habits and territorialization of Zona Sul (South Side). The central hypothesis of the Thesis is the movement of the area of highest prestige stabilized in Zona Sul, more specifically in Ipanema and Leblon, by force of the symbolic power of the social segment which sustains the highest position in the social space of Rio de Janeiro. The decision of this segment to stay in Zona Sul has kept its space as the most valuable of the city. This decision suffered strong influence from the way that the conception and occupation of Barra da Tijuca happened and by the appearance, in this borough, of a new segment able to concentrate economic power but not owner of a cultural capital which is more socially valuable. The approximation of this new segment to the symbolic universe of the ones who are at the top of the social structure has produced, in the last one, mechanisms of social differentiation based on their consumption habits and the increasing value of Zona Sul. For contextualization purposes of this Thesis, I have tried to identify the stages of the movement of space that concentrates the highest social prestige, since the beginning of the nineteenth century, considering the cultural influences involved in the process. I have also presented how Barra da Tijuca was built and under what influences this process took place. As theoretical support to the Thesis, I have developed the following topics: the philosophical matrix which produced the "consumption society" and modern areas; the evolution of the interpretations of consumption phenomena, from the practical individualism to its cultural conception; the social structure and forms of classification of the contemporary society; the motivations which lead the individuals to develop mechanisms of identity preservation and social difference, also analyzing how consumerism is used to this end; at last I demonstrate how the space is used as part of a complex classificatory system led by the consumption habits, approached here widely. In the empiric research two procedures were used: one of quantitative nature and another of qualitative nature. In the first research, I tried to demonstrate the symbolic power of the subject segment of this Thesis, relating its geographical distribution to the residential value of high profile real estate, in the boroughs where this stratum is concentrated. To this end, I used the statistical technique of simple linear regression. In the second procedure, I used techniques of secondary data selection and in depth interviews to obtain information about the feelings and opinions of the social segment researched here. I consider this research relevant from four expected results of its realization: the production of new

knowledge through articulation between urban space and consumption of goods and services; the contribution for the knowledge of the social structure, from the social reproduction and its impacts on the urban space in western capitalist societies; the theoretical contribution to the studies of consumption; and the demonstration of the relevance of the geographical space, in every scale, to social sciences.

Key Words: Spatial movement; social position; consumption habits; symbolic power and social distinction.

SUMÁRIO

1 APRESENTAÇÃO	01
2 INTRODUÇÃO	06
2.1 Objetivos da investigação	06
2.2 Delimitações espaciais	08
2.2.1 Divisão regional do município do Rio de Janeiro	08
2.2.2 Zona Sul do Rio de Janeiro	10
2.2.3 Barra da Tijuca	12
2.3 Entrevista preliminar	13
2.4 Apresentação dos capítulos da Tese	13
2.4.1 Segunda parte	13
2.4.2 Terceira parte	16
3 CONTEXTUALIZAÇÃO	18
3.1 Construção do espaço social da Zona Sul	18
3.1.1 Primeiro deslocamento – expansão para Periferia Central Imediata	18
3.1.2 Segundo deslocamento – expansão para Periferia Central Intermediária	23
3.1.3 Terceiro deslocamento – direcionado à Zona Sul Imediata	27
3.1.4 A influência europeia até o fim da República Velha	37
3.1.5 Quarto deslocamento - direcionado à Zona Sul Oceânica I	49
3.1.6 Quinto deslocamento - direcionado à Zona Sul Oceânica II	59
3.2 A Barra da Tijuca	72
3.3.1 A concepção e construção do bairro	72
3.3.2O ' <i>American way of life</i> '	84
3.2.3 A nova sociedade emergente	85

3.3 Valor de oferta dos imóveis na Zona Sul e na Barra da Tijuca hoje	91
4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	94
4.1 Da “sociedade de consumo” aos espaços modernos: matriz filosófica	94
4.1.1 A revolução científica e o Iluminismo	94
4.1.2 Modernidade, pós-modernidade e “sociedade de consumo”	98
4.1.3 O espaço urbano moderno e pós-moderno	100
4.2 Consumo: do individualismo utilitário à concepção cultural	106
4.2.1 As teorias da psicologia e o consumo	106
4.2.2 A transição para abordagem cultural do consumo	109
4.2.3. A interpretação cultural do consumo	114
4.3 Estrutura e classificação social contemporânea	118
4.3.1 Estrutura social e sistemas de classificação	118
4.4 Identidade, diferença social e consumo	125
4.4.1 Estrutura de capitais, <i>habitus</i> e poder simbólico	125
4.4.2 Identidade e diferença social	131
4.4.3 Modos de consumo e consumo conspícuo	137
4.5 Espaço, reprodução e posição social	147
4.5.1 Espaço urbano e reprodução social	147
4.5.2 Os lugares e a posição social	148
4.5.3 Espaço reificado e o poder simbólico	155
5 PESQUISA EMPÍRICA	158
5.1 Procedimento estatístico	159
5.2 Procedimento de entrevistas	161
5.2.1 Coleta de dados e informações de fontes secundárias	162

5.2.2 Entrevistas em profundidade	162
5.2.2.1 A faixa etária dos entrevistados	162
5.2.2.2 A preferência por entrevistar indivíduos do gênero feminino	163
5.2.2.3 Os entrevistados	164
6 O PODER SIMBÓLICO DO DPS	166
6.1 Barra da Tijuca: a promessa não cumprida	166
6.2 A permanência do DPS na Zona Sul	169
6.3 O poder simbólico dos DPS	173
7 OS DETENTORES DO PODER SIMBÓLICO	181
7.1 Sua constituição	181
7.2 Suas instituições e formas de socialização	186
7.3 O conteúdo das entrevistas	192
7.3.1 Um depoimento emblemático sobre a vida dos mais tradicionais	192
7.3.2 Seus sentimentos sobre a Barra da Tijuca e a Zona Sul	194
7.3.2.1 Sobre a Zona Sul	194
7.3.2.2 Sobre a Barra da Tijuca	195
7.3.3 Seus sentimentos sobre os emergentes	196
7.3.4 Os modos de consumo na Zona Sul <i>versus</i> modos de consumo na Barra	198
7.3.4.1 Pesquisa de uma administradora de shoppings	198
7.3.4.2 Outros depoimentos	199
7.3.5 Seus códigos de distinção social	200
7.3.6 Comentários sobre os depoimentos	203
8 CONCLUSÕES	205
9 REFERÊNCIAS	214

10 APÊNDICES

223

11 ANEXOS

227

1 APRESENTAÇÃO

A escolha de um tema muitas vezes tem uma forte influência das experiências acumuladas ao longo de nossas trajetórias de vida. As vivências do cotidiano constroem aos poucos percepções do mundo, impondo, muitas vezes, o incômodo sentimento da incerteza. Por outro lado é por meio dessas impressões inexatas da realidade que surgem os questionamentos. Neste sentido, resolvi expor brevemente algumas experiências que, no meu entender, foram decisivas na escolha do presente tema.

Já no final da década de 1960, durante a minha infância, seguindo ainda pela adolescência e juventude, freqüentei intensamente o distrito de Itaipava, região serrana do Rio de Janeiro. Naquela época, além dos moradores locais, Itaipava era freqüentada por proprietários de fazendas e casas pertencentes a famílias tradicionais e de classe média alta do Rio de Janeiro.

A Itaipava dos anos 1970 tinha um aspecto rural. No lugar do viaduto sobre a via que liga a Estrada União Indústria a atual Saison (Spa) e o retorno para o Rio, ficava a antiga estação de trem e a Praça de Itaipava. Neste local, havia também o bar do “Zé Ganha-pouco”. Quem viveu essa época em Itaipava, conheceu bem este bar, juntinho à ponte que cruza o Rio Piabanha. Na região, tudo era campo. No lugar dos atuais condomínios da Manga Larga, existia a Fazenda Manga Larga, onde andávamos de moto entre as vacas e cavalos. Tinha também a Fazenda do Castelo, hoje apenas um castelo, que com a construção da BR 040 foi partida ao meio, restando apenas a bela edificação no estilo medieval. Na época, só existiam três condomínios: o do Country Club de Itaipava, o Vale da Boa Esperança e o Clube Campestre de Itaipava. Padaria só tinha uma, a Panificação Itaipava, em frente a Estrada das Arcas. Restaurante, só a Churrascaria Tarrafas. Quem não gostasse de churrasco tinha que comer em casa. Hoje, a região se tornou um dos maiores centros gastronômicos do Estado do Rio. Para se hospedar na época, só na Bethânia, um retiro de freiras, ocupado mais adiante pelo atual hotel Albergio Del Leone. Atualmente, a região é reconhecida por suas sofisticadas pousadas. Se alguém necessitasse comprar algo mais elaborado, tinha que ir até Pedro do Rio, que era o centro da região. Hoje, Pedro do Rio é área periférica da “grande Itaipava”. Por falar em Pedro do Rio, eu costumava freqüentar, com alguns amigos, a cachoeira de Secretário. Na época, não havia ninguém. Podíamos inclusive acampar no chão da própria rua que levava à cachoeira. Hoje, a última notícia que tive deste local indescritível, é que lá se instalou um condomínio de casas e virou um ponto turístico disputadíssimo.

Diferentemente daqueles tempos, a Itaipava de hoje, fruto de uma grande expansão que se intensificou a partir da década de noventa, deixou de ser aquele lugar onde se tinha a clara impressão de que todos se conheciam. Associo a grande expansão de Itaipava, em parte, à difusão da sua imagem na mídia e, em paralelo, à ascensão econômica de famílias ávidas por status social que, cientes do local onde parte das famílias tradicionais da sociedade carioca possuía suas propriedades de campo, passaram a atribuir à região um grande valor simbólico. No início, ainda nos anos 1980, a expansão de Itaipava ocorreu sem a influência de um plano fomentado por agentes imobiliários. Só mais adiante, é que se tornou objeto de especulação imobiliária, tendo como ícone desta nova etapa um condomínio de prédios e casas que gerou muitos protestos na região, chamado “Granja Brasil”, licenciado para construção no início de 1998. Aqui começam as minhas primeiras percepções sobre a relação entre reprodução social, consumo e espaço.

Já na idade profissional, entrei para a área de negócios através do varejo. Trabalhei em compras por alguns anos na Mesbla Lojas de Departamentos. Nesse momento, comecei a ter um contato estreito com moda. Não que objetivamente a Mesbla fosse focada num público consumidor pertencente às classes mais altas da sociedade, mas certamente estive nesta empresa numa fase em que todos os esforços eram no sentido de oferecer um produto de qualidade, sem deixar a desejar a nenhuma das boas marcas da época.

Em uma das minhas últimas experiências de trabalho em empresas, tive a oportunidade de assumir a gerência comercial do shopping São Conrado Fashion Mall. Foi por meio desta experiência que pude acompanhar, com “olhos profissionais”, as formas de reprodução dos hábitos de consumo, a utilização da linguagem, o conjunto de artefatos simbólicos e seu uso, por consumidores que ocupam as posições de prestígio na sociedade carioca.

No período intermediário entre a Mesbla e o shopping, trabalhei com localização e expansão de cadeias varejistas. Com mais essa experiência, assim que migrei para a vida acadêmica, desenvolvi um curso de varejo numa universidade particular no Rio de Janeiro, onde passei a lecionar a disciplina sobre localização varejista. Esta área de conhecimento possui fortes vínculos com os estudos urbanos de um modo geral.

Mais adiante, na minha dissertação de mestrado, demonstrei a importância simbólica nas decisões de consumo, da localização geográfica de lojas destinadas à camada mais alta da sociedade. Por meio desta pesquisa, identifiquei a existência de um forte sentimento de diferença do segmento que ocupa o ápice do espaço social em relação a determinadas famílias que, recentemente, ascenderam economicamente.

Relato abaixo algumas conclusões apoiadas em depoimentos obtidos pela pesquisa empírica desenvolvida na dissertação de mestrado, que contribuíram para escolha do tema:

Alguns lojistas, focados no mercado de alto prestígio, quando declaravam aos clientes a intenção de abrir uma filial na Barra da Tijuca, provocavam reações interessantes. Estes clientes, sempre com expressões de reprovação, indagavam se realmente os habitantes daquele local estariam relacionados com a marca. Eles demonstravam repulsa em relação a essa área do Rio de Janeiro. Era flagrante a rejeição à Barra da Tijuca. Uma lojista do Fashion Mall, incluída na minha pesquisa, declarou ter recebido diversos convites para abrir uma loja num grande shopping da Barra da Tijuca, mas não pretendia fazê-lo, pois o consumidor alvo daquele shopping “não tinha nada a ver”, reforçando a sua afirmação com uma expressão de quem relatava algo desconfortável e indesejável (LEMOS, 2003).

Essas observações demonstraram a existência de um forte sentimento de diferença social deste segmento, estabelecido fundamentalmente na Zona Sul, em relação a pessoas e famílias com origem social e geográfica considerada de baixo prestígio. Porém, estes indivíduos vêm ascendendo economicamente, estabelecendo-se também na orla carioca, característica marcante da Zona Sul, em residências de alto padrão. Consomem produtos de luxo, como carros importados, jóias, roupas de grifes internacionais; adquirem casas em balneários que até então eram redutos das famílias tradicionais da sociedade, como Angra dos Reis; viajam para cidades que, tradicionalmente, eram os destinos preferidos dos mais abastados, como Paris, Londres e Nova York. Surge então esse novo estrato social que passa a perseguir os mesmos hábitos de consumo daqueles que sempre tiveram acesso “natural” a esses bens, serviços e lugares considerados de grande prestígio.

O registro desse sentimento de diferença não constitui exatamente uma surpresa, mas certamente foi útil pela possibilidade de sua associação a experiências anteriores que apontavam para esta mesma tendência. Várias vezes ouvi a expressão “além túneis” de forma depreciativa, com referência àqueles que ligam São Conrado à Barra (Joá) e a Lagoa à Zona Norte (Rebouças), não só no meu dia-a-dia, como também durante as entrevistas da pesquisa de mestrado.

No livro *Sociedade Brasileira*, de Helena Gondim (2006), está listada a maioria dos membros e endereços da ‘tradicional sociedade carioca’. Este livro existe há trinta e sete anos e é atualizado a cada dois anos. Cerca de 96% dos endereços referem-se ao Estado do Rio de Janeiro e 4% a outros estados e ao exterior. Dos endereços registrados no Estado do Rio, 97% estão na cidade do Rio de Janeiro, 2% na região serrana e 1 % em outras cidades. Dos endereços registrados na cidade do Rio, 94,5% correspondem à Zona Sul; apenas 5,0 % à

Zona Oeste, distribuídos entre a Barra da Tijuca, Joá, Itanhangá, Recreio e Vargem Grande; e Cerca de 0,5% na Zona Norte, exclusivamente no Alto da Boavista (Tabela 8). Os dados demonstram que este segmento social possui fortes vínculos com a Zona Sul do Rio de Janeiro. Este cadastro representa o grupo social que ocupa a posição de mais alto prestígio na estrutura social da cidade. Ele é constituído por indivíduos e famílias que, mesmo quando não descendem diretamente da elite que se formou no Rio de Janeiro a partir do século XIX, seguem a mesma matriz cultural, dotada de forte influência da aristocracia e da alta burguesia européia.

Em paralelo, é possível observar também a ruptura de uma lógica expansionista até então vigente na cidade do Rio de Janeiro. O plano urbanístico de Lúcio Costa previa que a Barra da Tijuca seria o início de uma nova fase de um contínuo processo de construção de espaços seletivos iniciados na cidade do Rio de Janeiro na segunda metade do século XIX. Costa considerava que a Barra seria o vetor “natural” de crescimento dos espaços mais privilegiados e “higiênicos”, contando com novos deslocamentos dos eixos mais valorizados da Cidade. A intenção era evidente. Dois dos primeiros condomínios da Barra chamavam-se: Nova Ipanema e Novo Leblon.

O processo de deslocamento de espaços seletivos inicia-se a partir da primeira década do século XIX, com a saída das famílias mais ricas do Centro em direção a São Cristovão, na ocasião da chegada da Família Real ao Brasil. Já na segunda metade do século XIX, há um novo deslocamento bidirecional no sentido da Zona Norte e Zona Sul. Na virada do século XIX começa a ocupação da orla oceânica da Zona Sul. Em 1950, Copacabana já é o símbolo maior da sofisticação carioca. Com os sinais de saturação de Copacabana, Ipanema passa a ser, a partir da década de 1970, o bairro mais integrado ao estilo de vida das camadas altas da sociedade carioca. O Leblon e a Lagoa, em certo sentido, extensões de Ipanema, começam também a fazer parte deste trecho mais valorizado da cidade. Este processo expansionista possui uma lógica até então muito clara: na medida em que o vetor de crescimento avança, os bairros da Zona Sul que cederam seu lugar de prestígio ao “irmão mais novo” perderam valor simbólico (não o histórico) e, conseqüentemente, econômico. Seguindo-se esta mesma lógica, acreditava-se que a Barra da Tijuca fosse a “irmã mais nova” a tomar o posto. O que se percebe é que, cerca de trinta anos após o início do crescimento deste novo espaço urbano, dotado inclusive de um plano racional de ocupação, a Zona Sul permanece como lugar de maior valor econômico, reflexo da posição simbólica que ocupa.

Em síntese decidi, com entusiasmo, pelo presente tema, ao observar prováveis correlações entre os seguintes fenômenos:

A Zona Sul do Rio de Janeiro, contrariando as tendências mais propagadas de saturação do seu espaço vem, ao longo dos últimos anos, não só conservando o alto prestígio alcançado, principalmente nas oito primeiras décadas do século XX, como também deixando clara a sua posição de mais alto posto;

A grande concentração do segmento que detém o mais alto prestígio social na Zona Sul do Rio de Janeiro e, ao mesmo tempo, dando demonstrações claras de rejeição à Barra da Tijuca;

A crescente valorização, pela camada de mais alto prestígio, do comportamento *low-profile* como característico do seu modo de vida;

A notoriedade de indivíduos e famílias de origens consideradas de baixo prestígio social que conquistaram capital econômico e passaram a adotar hábitos de consumo considerados de luxo;

A Barra da Tijuca e seu modelo urbano, como símbolo do estilo de vida deste segmento social denominado “emergente”.

Partindo desta breve explanação dos motivos que me levaram a escrever a presente Tese, passo a apresentar, a seguir, os objetivos do trabalho, suas delimitações espaciais, uma entrevista preliminar que julguei necessária e, finalmente, a apresentação dos demais capítulos da Tese.

2 INTRODUÇÃO

2.1 Objetivos da investigação

Este trabalho não tem a intenção de investigar a “vida instrumental” dos ricos: como conquistaram suas fortunas; que tipos de vínculos com o poder desenvolveram; como exercem seu poder econômico; se utilizam ou não este poder para obter, de forma objetiva, vantagens e privilégios pessoais. Também não se pretende aqui fazer uma mera descrição dos hábitos de consumo das classes de alta renda. Da mesma forma, não é objetivo desta investigação fazer uma comparação descritiva entre estratos sociais que têm, em comum, domínio do capital econômico.

As questões que levaram a esta investigação manifestam-se no mundo real muitas vezes de forma sutil, confusa e contraditória, mas nem por isso, imprecisa nas suas intenções (ainda que inconscientes) e conseqüências. As crenças, os valores e os costumes determinados pela cultura influenciam a auto-estima e o sentimento de aceitação social dos indivíduos, trazendo a reboque processos de construção da identidade e sentimentos de superioridade e inferioridade social. Estes sentimentos são capazes de orientar boa parte das ações humanas, ou seja, a subjetividade; ao contrário do que muitos acreditam, interferem mais no cotidiano e, conseqüentemente na sociedade, do que outros fatores mais objetivos, como renda, padrões de consumo e distância geográfica. É a subjetividade que dá sentido à própria vida.

Este estudo, portanto, tem como objetivo investigar a relação entre: o segmento que detém o mais alto prestígio no espaço social da cidade do Rio de Janeiro; a interrupção de uma lógica de deslocamentos dos espaços mais valorizados da cidade, que privilegiaria a Barra da Tijuca; a forma de construção e ocupação desse novo espaço urbano, concebido e produzido para acomodar as classes mais privilegiadas; e a estratégia de diferenciação social deste segmento investigado, concentrada nos seus modos de consumo.

Para alcançar este objetivo apresento, a seguir, as questões que orientaram esta investigação:

- a) Quais foram os deslocamentos dos espaços de mais alto prestígio social ocorridos na Cidade do Rio de Janeiro? O que motivou esses deslocamentos?
- b) Até que ponto havia expectativas de um novo deslocamento em direção à Barra da Tijuca?

- c) Qual a área da Zona Sul que preservou o mais alto prestígio na cidade?
- d) Qual a relação entre o segmento social objeto desta pesquisa e os deslocamentos dos espaços de mais alto prestígio?
- e) O que explica a influência exercida por este segmento social, no prestígio dos espaços geográficos?
- f) De que forma as crenças, valores e costumes do segmento social investigado estão relacionados com a construção social da Zona Sul?
- g) Até que ponto a Barra da Tijuca é reconhecida por abrigar um estrato social economicamente emergente, caracterizado por hábitos de consumo considerados de luxo?
- h) Qual a relação entre hábitos de consumo considerados de luxo e um modelo de espaço urbano como o da Barra da Tijuca?
- i) Em que medida, a permanência do segmento social investigado na Zona Sul está relacionada à forma como a Barra da Tijuca foi concebida e ocupada?
- j) De que forma a permanência na Zona Sul do segmento social pesquisado está relacionada também com sua estratégia de diferenciação social em relação a este estrato emergente?
- k) Até que ponto essa estratégia de diferenciação social é marcada pela valorização que combina o quê, como, quando, onde e com quem consumir?
- l) De que forma esses códigos de consumo, apropriados pelo segmento social pesquisado, estão relacionados à construção e à imagem social da Zona Sul?
- m) Até que ponto o segmento social investigado utiliza a Zona Sul como parte da valorização de seus símbolos e da preservação do seu espaço social?

Pretende-se também, com este trabalho, contribuir para o melhor entendimento das formas de interação social nas sociedades contemporâneas ocidentais marcadas pela cultura do consumo, pela competição e pelo sucesso individual, como fundamentos da estruturação das relações sociais.

Esta pesquisa mostra-se relevante a partir de quatro resultados esperados de sua realização: a produção de novos conhecimentos por meio da articulação entre espaço urbano e consumo de bens e serviços; a contribuição para o conhecimento da estrutura social, a partir da reprodução social e seus impactos no espaço urbano em sociedades capitalistas ocidentais; a contribuição teórica para os estudos sobre consumo; e a demonstração da relevância do espaço geográfico, em todas as suas escalas, para as ciências sociais.

2.2 Delimitações espaciais

Neste item, apresento as definições constitutivas (DC) e as definições operacionais (DO) do espaço geográfico pesquisado. As definições constitutivas correspondem às delimitações oficiais da prefeitura. Já as operacionais, correspondem às delimitações utilizadas na Tese.

2.2.1 Divisão regional do município do Rio de Janeiro

Como definição constitutiva (DC) da distribuição regional do Rio de Janeiro, considerei as disposições estabelecidas na tabela 1.

Tabela 1 – Distribuição regional do município do Rio de Janeiro

NÚCLEO	PERIFERIA IMEDIATA	PERIFERIA INTERMEDIÁRIA
R.A. do Centro	Zona Suburbana I	Zona Suburbana II
Área Periférica Central	R.A. Ramos	R.A. Bangu
R.A. Portuária	R.A. Penha	R.A. Anchieta
R.A. Rio Comprido	R.A. Méier	Zona Rural
R.A. São Cristovão	R.A. Engenho Novo	R.A. Campo Grande
R.A. Santa Teresa	R.A. Irajá	R.A. Santa Cruz
Zona Sul	R.A. Madureira	
R.A. Botafogo	R.A. Jacarepaguá	
R.A. Copacabana	R.A. Ilhas (Governador e Paquetá)	
R.A. Lagoa	R.A. Barra da Tijuca	
Zona Norte		
R.A. Tijuca		
R.A. Vila Isabel		

Fonte: ABREU, Maurício. Evolução Urbana do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Iplanrio, 1997.

Para a melhor compreensão da expansão urbana do Rio de Janeiro, considerei na definição operacional (DO) a subdivisão do Núcleo da Cidade em três partes, conforme exposto na tabela 2.

Tabela 2 – Definição operacional (DO) do núcleo do município

NÚCLEO

Central	Periferia Central Imediata	Periferia Central Intermediária	Periferia Central Oceânica
II Centro	I Portuária	Zona Norte	Zona Sul Oceânica I
Centro da Cidade	Saúde	Praça da Bandeira	Leme
	Gamboa	Tijuca	Capacabana
	Santo Cristo	Alto da Boa Vista	Zona Sul Oceânica II
	Caju	Maracanã	Ipanema
	III Rio Comprido	Vila Isabel	Leblon
	Catumbi	Andaraí	Lagoa
	Rio Comprido	Grajaú	São Conrado
	Cidade Nova	Zona Sul Imediata	
	Estácio	Lapa	
	VII São Cristóvão	Glória	
	São Cristóvão	Santa Teresa	
	Mangureira	Catete	
	Benfica	Flamengo	
	Vasco da Gama	Urca	
		Botafogo	
		Laranjeiras	
		Cosme Velho	
		Zona Sul Intermediária	
		Humaitá	
		Jardim Botânico	
		Gávea	

2.2.2 Zona Sul do Rio de Janeiro

Como definição constitutiva (DC), a Zona Sul do Rio de Janeiro é considerada, pela Prefeitura da Cidade, como o espaço correspondente às Regiões Administrativas (RAs) IV, V, VI, XIII, XXIII, XXVII, que envolve o bairro da Glória até São Conrado, de acordo com a tabela abaixo:

Tabela 3 - Bairros, população, domicílios e área (ha) da Zona Sul do Rio de Janeiro (DC)

RA IV - Botafogo (DC)

- Total de Bairros:	8
- Total da População (2000):	238.895
- Total de área:	1.502,58 ha
- Bairros:	Botafogo, Catete, Cosme Velho, Flamengo, Glória, Humaitá, Laranjeiras, Urca.

RA V - Copacabana (DC)

- Total de Bairros:	2
- Total da População (2000):	161.178
- Total de área:	507,80 ha
- Bairros:	Copacabana, Leme.

RA VI - Lagoa (DC)

- Total de Bairros:	7
- Total da População (2000):	174.062
- Total de área:	2.372,67 ha
- Bairros:	Gávea, Ipanema, Jardim Botânico, Lagoa, Leblon, São Conrado, Vidigal.

RA XXIII - Santa Teresa (DC)

- Total de Bairros:	1
- Total da População (2000):	41.145
- Total de área:	515,71 ha
- Bairros:	Santa Teresa.

RA XXVII - Rocinha (DC)

- Total de Bairros:	1
- Total da População (2000):	56.338
- Total de área:	143,72 ha
- Bairros:	Rocinha

Fonte: Armazém dos dados – IPP – Prefeitura Municipal do Rio de Janeiro. Planilha nº: 489.

Apesar de fazerem parte da dinâmica social da Zona Sul e pertencerem oficialmente à região, não teria sentido analítico considerar os dados relativos à RA XXVII (Rocinha) e os do bairro Vidigal, já que estes espaços concentram famílias de baixa renda.

Neste sentido, para definição operacional (DO) da Zona Sul, adotei todos os bairros relacionados na definição constitutiva (DC) acima, exceto a Rocinha e Vidigal.

A Zona Sul foi dividida também de forma diferente da definição constitutiva (DC) por regiões administrativas – RAs, discriminadas na Tabela 3. A forma de subdivisão exposta na Tabela 4 abaixo foi necessária em função do grande número de bairros que compõe a região, suas posições geográficas e, principalmente, pela forma e cronologia de suas ocupações e valorizações ao longo da história do Rio de Janeiro.

Tabela 4 – Definição operacional (DO) da subdivisão dos bairros da Zona Sul

Zona Sul do Rio de Janeiro		
Zona Sul Imediata	Zona Sul Intermediária	Zona Sul Oceânica
Lapa	Humaitá	Zona Sul Oceânica I
Glória	Jardim Botânico	Leme
Santa Teresa	Gávea	Copacabana
Catete		Zona Sul Oceânica II
Flamengo		Ipanema
Urca		Leblon
Botafogo		Lagoa
Laranjeiras		São Conrado
Cosme Velho		

Apesar de Botafogo ser mais próximo dos bairros considere aqui como Zona Sul Intermediária, o período e a forma de crescimento das diversas centralidades urbanas indicam a necessidade deste bairro ser tratado como parte da Zona Sul Imediata. Da mesma forma, a Lagoa, que também deveria estar integrada à Zona Sul Intermediária, será considerada, pelos mesmos motivos, como Zona Sul Oceânica II.

2.2.3 Barra da Tijuca

Como definição constitutiva (DC), a RA da Barra da Tijuca é considerada pela Prefeitura da Cidade como o espaço geográfico que vai desde o Joá até Grumari, de acordo com a tabela abaixo:

Tabela 5 – População, domicílios e área (ha) da RA da Barra da Tijuca (DC)

RA XXIV - Barra da Tijuca (DC)

- Total de Bairros:	8
- Total da População (2000):	174.353
- Total de área:	16.597,11
- Bairros:	Barra da Tijuca, Camocim, Grumari, Itanhangá, Joá, Recreio dos Bandeirantes, Vargem Grande, Vargem Pequena.

Fonte: Armazém dos dados – IPP – Prefeitura Municipal do Rio de Janeiro. Planilha nº: 489.

Para definição operacional (DO), adotei os Bairros da Barra, Joá e Itanhangá como limite geográfico da Barra da Tijuca. Desta forma, só serão considerados os dados referentes a estes três bairros.

Tabela 6 – População, domicílios e área (ha) da RA da Barra da Tijuca (DO)

RA XXIV - Barra da Tijuca (DO)

- Total de Bairros:	3
- Total da População (2000):	115.017
- Total de área:	6.303,8
- Bairros:	Barra da Tijuca, Itanhangá, Joá.

Fonte: Armazém dos dados – IPP – Prefeitura Municipal do Rio de Janeiro. Planilha nº: 489.

2.3 Entrevista preliminar

A fim de contribuir com o desenvolvimento da contextualização da Tese, optei pela utilização de uma entrevista com um profissional envolvido com o setor imobiliário da Barra da Tijuca. O objetivo foi conhecer as características do comprador de imóveis dessa região. Entrevistei o gerente de informações estratégicas (a denominação do cargo deste entrevistado sofreu pequena alteração para preservar sua identidade) de uma das maiores empresas de construção da Barra da Tijuca, responsável por numerosos empreendimentos no bairro. O conteúdo desta entrevista ainda será exposto durante a contextualização.

2.4. Apresentação dos capítulos da Tese

A problemática apresentada nesta Tese é de considerável complexidade e pouco explorada nas pesquisas em ciências sociais. Este tema é cercado de pré-noções que limitam a compreensão mais profunda dos fenômenos tratados. Neste sentido, procurei construir um método que proporcionasse respostas às questões levantadas nesta investigação, já a partir do contexto.

Partindo de um entendimento amplo sobre o significado do método, esta investigação consiste nas seguintes etapas: a apresentação do contexto histórico em que se desenvolveu o presente fenômeno, proporcionando também respostas a algumas questões levantadas nos objetivos da investigação; o desenvolvimento da sustentação teórica da Tese que forneceu a consistência necessária à argumentação apresentada; e a pesquisa empírica que, por meio de técnicas quantitativas e qualitativas, possibilitou uma leitura mais apurada da realidade. Neste sentido, apresento abaixo o conteúdo de cada um dos capítulos que compõe a segunda e terceira parte da Tese.

2.4.1. Segunda parte

No terceiro capítulo, já na sua segunda parte, procuro demonstrar em que espaço social acontecem os fenômenos que motivaram o presente trabalho, encontrando também respostas para algumas questões da Tese. No primeiro item, apresento os deslocamentos ocorridos dos espaços de maior prestígio social, ao longo da história de ocupação da cidade

do Rio de Janeiro, o que motivou este fenômeno de deslocamentos e as forças sociais e culturais que influenciaram cada uma dessas fases.

No segundo item, trato da forma de concepção e ocupação da Barra da Tijuca, e das expectativas deste espaço se tornar a “nova Ipanema e Leblon”. Ainda no mesmo item, relaciono este novo espaço urbano à “cultura” norte-americana e ao estrato social denominado “emergente”.

No terceiro item, antecipo os resultados de uma pesquisa de preços que desenvolvi para esta Tese, com objetivo de demonstrar a interrupção dos deslocamentos dos espaços de mais alto prestígio social. Esta mesma pesquisa será detalhada no quinto e sexto capítulos.

Neste capítulo foi possível encontrar respostas para as seguintes questões da Tese:

- a) Como ocorreu a ocupação urbana do Rio de Janeiro e quais foram os deslocamentos dos espaços de mais alto prestígio identificados na cidade?
- b) Quais os principais aspectos que motivaram esses deslocamentos?
- c) Qual a relação entre o segmento objeto desta pesquisa e os deslocamentos desses espaços?
- d) Até que ponto existiam expectativas em torno de um novo deslocamento em direção à Barra da Tijuca?
- e) De que forma a influência norte-americana afetou a concepção e ocupação da Barra da Tijuca?
- f) Qual a definição de “sociedade emergente” utilizada neste contexto?
- g) Até que ponto é possível considerar a Barra da Tijuca como espaço urbano dos “emergentes”?

O quarto capítulo foi dividido em cinco itens. No primeiro exponho a matriz filosófica da modernidade e pós-modernidade, responsável por diversas mudanças sociais, políticas, econômicas, arquitetônicas e artísticas no ocidente, desde o século XVIII até os dias de hoje, relacionando essas mudanças à “cultura de massa” e aos espaços modernos.

No segundo item, trato a evolução das teorias do consumo. Este item inicia-se com as teorias que foram concebidas a partir da mesma matriz filosófica apresentada no item anterior. Em seguida, passo a tratar das teorias fundamentadas numa perspectiva que valoriza a ação coletiva e que concebe o consumo como parte integrante do complexo processo de reprodução social.

No terceiro item exponho o conceito de estrutura social investigado na Tese e os principais sistemas de classificação. Trato também de identificar o lugar que o segmento objeto desta pesquisa ocupa na estrutura social da Cidade do Rio de Janeiro. Ainda neste item, revisei as principais teorias de Pierre Bourdieu como: *habitus*, capital simbólico e poder simbólico. Exponho também a importância do *habitus* como mecanismo de diferenciação e distinção social.

No quarto item, demonstro os motivos pelos quais os indivíduos buscam identidade e diferenciação social, demonstrando que este processo é fortemente vivenciado por meio do consumo. Finalizo o item apresentando os conceitos de *modos de consumo* e *consumo conspícuo*, ambos fortemente relacionados à diferenciação social.

No quinto item, demonstro como o espaço urbano está relacionado ao espaço social; às práticas sociais, essencialmente expressas pelos modos de consumo e à posição social dos indivíduos. Espaço onde as práticas de consumo são exercidas, espaço a ser consumido (comprado e usado) e espaço onde a ação ganha significado e legitimidade, atuando como referência no processo de classificação que define a posição dos indivíduos na estrutura social.

Neste capítulo, foi possível encontrar a fundamentação teórica para as seguintes questões da Tese:

- a) De que forma a “sociedade de massa” e a concepção dos espaços modernos estão relacionadas?
- b) Como a modernidade e a pós-modernidade interferiram na percepção de valor das coisas, pessoas e lugares?
- c) De que maneira o consumo é usado como meio de interação social?
- d) Qual a relação entre *habitus*, modos de consumo e percepção de diferença social?
- e) De que forma o *habitus*, como um poderoso instrumento estruturante das práticas sociais, atua no sentido de construir o espaço social e urbano?
- f) De que forma os modos de consumo e o espaço podem ser utilizados como estratégia de diferenciação e preservação do poder social?

2.4.2 Terceira parte

No quinto capítulo, já na terceira parte da Tese, apresento os procedimentos metodológicos da pesquisa empírica. Divido a pesquisa em dois itens. No primeiro, procuro demonstrar o poder simbólico do segmento objeto desta Tese, relacionando a sua distribuição geográfica ao valor residencial de imóveis de alto padrão, nos bairros onde este estrato se concentra (Zona Sul e Barra da Tijuca). Para este fim, utilizo a técnica estatística de regressão linear simples.

No segundo item, apresento as técnicas de seleção de dados secundários e de entrevistas em profundidade, que utilizei para obter informação sobre os sentimentos e opiniões do segmento social aqui pesquisado. Apresento também as delimitações das amostras utilizadas para as entrevistas e, por último, a forma de tratamento dos dados e informações obtidos.

No sexto capítulo, apresento os resultados da pesquisa em que relaciono a distribuição espacial do segmento social objeto desta Tese, com os preços dos imóveis residenciais de alto padrão, nos bairros que abrigam este segmento. Utilizo como reforço à pesquisa, os dados secundários levantados.

Neste capítulo foi possível encontrar respostas para as seguintes questões da Tese:

- a) Até que ponto há uma forte concentração de poder simbólico no segmento social objeto desta investigação?
- b) Em que medida essa concentração de poder simbólico e a interrupção dos deslocamentos dos espaços mais valorizados da cidade estão relacionadas?

No sétimo capítulo, procuro consolidar os conhecimentos adquiridos sobre o estrato social que compõe o objeto de Tese, por meio do levantamento de dados secundários, de alguns elementos da contextualização, do referencial teórico e das entrevistas em profundidade. Neste capítulo, procurou-se identificar o que motivou este segmento social a permanecer na Zona Sul e até que ponto esses motivos estão relacionados a uma estratégia de diferenciação social marcada pelos seus modos de consumo.

Neste capítulo, foi possível encontrar respostas para as seguintes questões da Tese:

- a) Qual a origem, os principais símbolos e os valores do segmento objeto desta investigação?
- b) Qual foi a influência da forma de concepção e ocupação da Barra da Tijuca na decisão deste segmento social em permanecer na Zona Sul?
- c) De que forma o segmento investigado utiliza os modos de consumo como estratégia de diferenciação social?
- d) Até que ponto suas práticas sociais, manifestadas por meio dos modos de consumo, influenciaram na construção da imagem social da Zona Sul?
- e) Em que medida a territorialização da Zona Sul é uma condição essencial à preservação de seus símbolos e de seu espaço social?

3 CONTEXTUALIZAÇÃO

3.1 Construção do espaço social da Zona Sul

Neste primeiro item, exponho os cinco grandes deslocamentos das centralidades de maior prestígio social, identificados ao longo da ocupação urbana do Rio de Janeiro, até o limite geográfico do bairro de São Conrado. O primeiro refere-se a deslocamento do Núcleo Central para Periferia Central Imediata (Tabela 2). O segundo refere-se ao deslocamento da Periferia Central Imediata em direção à Periferia Central Intermediária. O terceiro deslocamento identificado deixou de ser multi-direcional, para concentrar prestígio na Zona Sul Imediata (Tabela 4). O quarto refere-se ao deslocamento das centralidades de maior prestígio em direção à Zona Sul Oceânica I. Por fim, ocorre o deslocamento em direção à Zona Sul Oceânica II. Procuro demonstrar também sob que influências culturais ocorreram esses deslocamentos.

3.1.1 Primeiro deslocamento – expansão para Periferia Central Imediata

O século XIX é um marco temporal de transformações radicais na forma urbana do Rio de Janeiro. Até este momento, o Rio era uma cidade limitada pelos morros do Castelo, de São Bento, Santo Antônio e Conceição. Era uma cidade que possuía uma grande população escrava, com uma classe dirigente ainda incipiente. Pela falta de transportes e de segurança, todos viviam muito próximos. A elite se diferenciava das demais camadas da população mais pela forma, tamanho e aparência das residências do que propriamente pela localização (ABREU, 1997).

Em decorrência das guerras européias e da ocupação do território português pelas tropas de Napoleão, ocorre, em 1808, a transferência da corte portuguesa para o Brasil. A vinda da família real traz para o Rio uma classe social muito pouco presente até então. Este segmento social impôs novas atividades comerciais que atendessem suas necessidades de consumo. Esta mudança no cenário social é convergente com as novas atividades econômicas e políticas que a cidade passa a exercer.

Com a chegada da família real, um comerciante chamado Elias Antônio Lopes, proprietário de uma Quinta em São Cristovão, resolveu doá-la a D. João. Na época tratava-se de um vasto casarão muito confortável, mas não o suficiente para ser a residência Real. Posteriormente, o próprio Elias Lopes ordenou que o arquiteto inglês, John Johnston, reformasse o local, passando a ser então a residência oficial da Coroa, ocupada pelo Príncipe herdeiro, D. Pedro, em 1817.

Como capital do Império, o Rio de Janeiro passa a receber milhares de nobres, religiosos e militares. A chegada dessa nova população e a abertura dos portos para o comércio marítimo altera profundamente a face da cidade. Surge o primeiro banco, a imprensa, as missões artísticas européias e outras inovações propiciadas pelo comércio internacional.

Os navios estrangeiros, predominantemente ingleses, aportavam freqüentemente para abastecer as elites imigrantes, que não dispensam o consumo de queijos, peixe salgado, cerveja, e outros artigos a que estavam acostumados na Europa, desde panos e ferragens até espartilhos e caixões de defuntos (CESAR; CASTRO, 1989, p. 28).

Nesta época, a honrosa profissão de fazendeiro, à qual aspiravam as elites intelectuais e políticas de um passado recente, passa a conviver com a valorização da formação exigida pela vida nas cidades. Neste período começa a transição de um país que concentrava poder político nas mãos das oligarquias rurais para as cidades (CARVALHO, D., 1990).

O comércio varejista sofre um grande crescimento. São muitas as casas comerciais inauguradas neste período. Seus proprietários eram, principalmente, portugueses e franceses. Os ingleses, em geral, dedicavam-se a agenciar o comércio marítimo, protegido pelos tratados entre Portugal e a Inglaterra, que favorecia a entrada de produtos ingleses. Constituíram, ainda em 1810, a *Association of English Merchants Trading in Brazil*. A partir de 1867, a entidade foi rebatizada como Associação Comercial do Rio de Janeiro, nome que conserva até hoje.

Algumas estatísticas da década de 1820 possibilitam que seja percebido o rápido crescimento da atividade comercial. Em 1822, data da Independência, contavam-se 1.619 casas de negócio, das quais 1.032 eram tavernas. Em 1840 estavam licenciadas no Rio de Janeiro 3.501 casas comerciais. Em 1843, já eram 4.734. Destas, algumas dezenas eram de propriedade de franceses, que depois da celebração da paz entre Portugal e a França haviam acorrido às centenas ao Rio de Janeiro, montando lojas de fazendas e modas, cabeleireiros, floriculturas, charutarias

e hotéis. Durante o reinado de D. Pedro I, estes comerciantes se concentravam nas ruas Sete de Setembro, Miguel Couto e Ouvidor¹.

No Centro também estavam o Grande Restaurante Chinês, precursor em 1880 da culinária chinesa a preço acessível; a joalheria Laboriau, o Café Londres, as casas fotográficas de George Leuzinger e Insley Pacheco, os sapateiros James e George Clark, a Camisaria Especial, as editoras Laemmert, Garnier e Francisco Alves e os magazines Notre Dame e Torre Eiffel, precursores das lojas de departamentos modernas. A loja do Tcheco Fred Figner vendia cilindros e discos fonográficos, e aparelhos para a sua reprodução; e foi na Rua do Ouvidor que o italiano Paschoal Segreto instalou o primeiro cinematógrafo da cidade².

O desenvolvimento comercial e de serviços no Centro da Cidade descaracterizou esta região como lugar residencial. Com essa transformação no Centro e com a sede do Império em São Cristovão, passa a ocorrer uma intensa ocupação do entorno deste bairro pela elite da época.

Nas primeiras décadas do século XIX, a cidade atraía grandes volumes de capital internacional em busca de novos investimentos. A maior parte deste capital era destinada à infra-estrutura de transportes, gás e esgoto, principalmente no eixo Centro-São Cristovão. Até o final da década de 1880, o núcleo do poder e as residências mais valorizadas da época ficavam no entorno de São Cristovão.

¹ [Ver](#) MUSEU DA PESSOA, 2007.

² [Ver](#) MUSEU DA PESSOA, 2007.

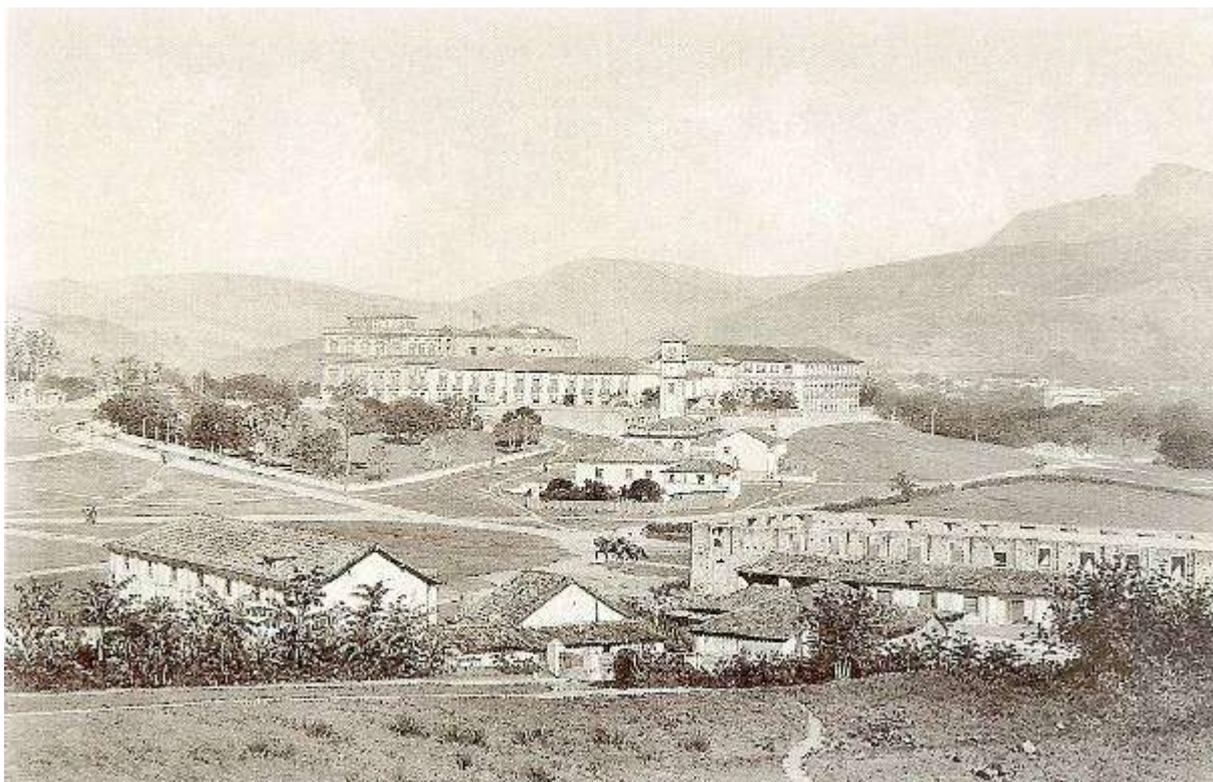
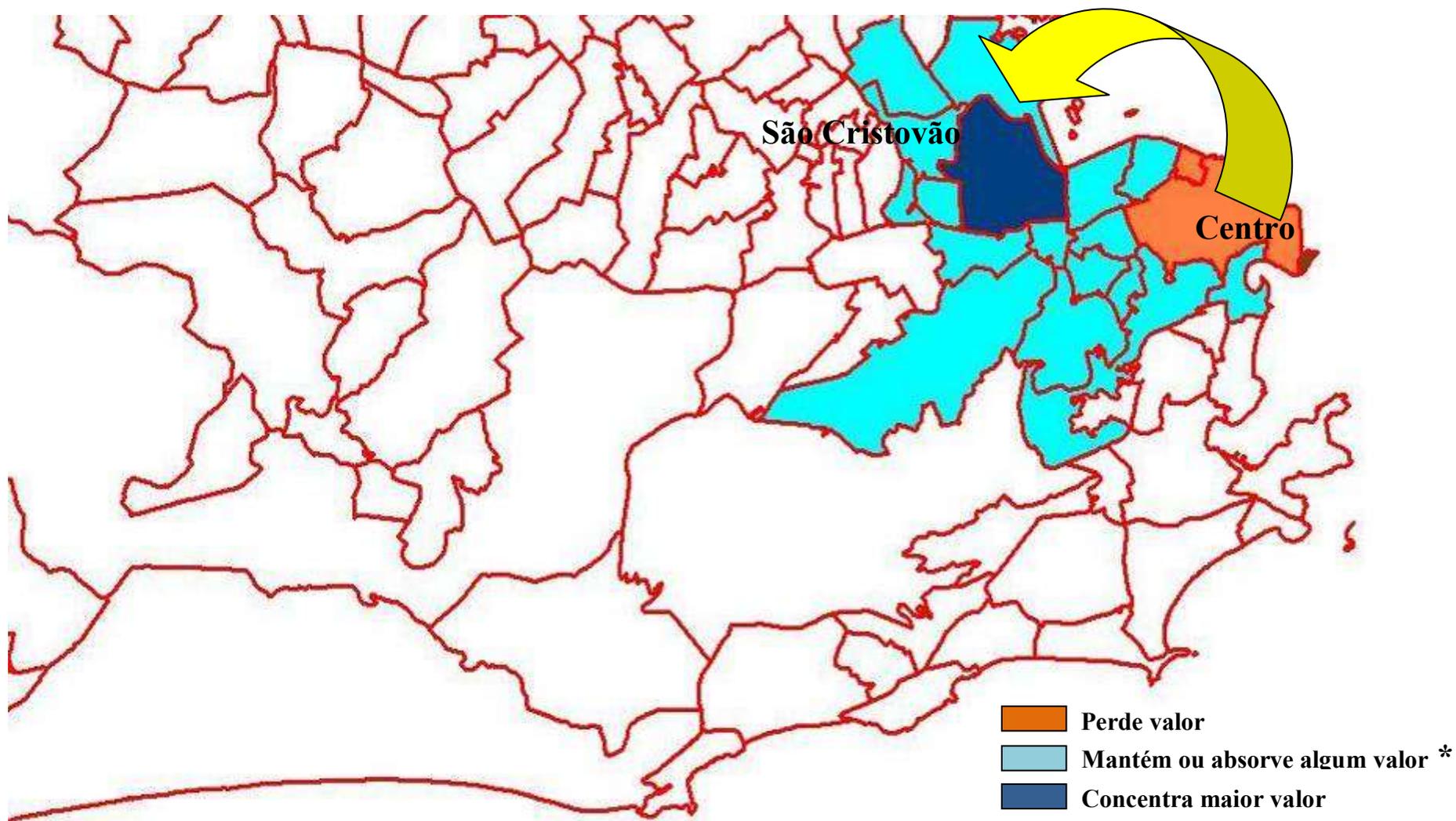


Figura 1 – Quinta Imperial da Boa Vista – 1859

Fonte: Fernandes Júnior e Lago (2004, p. 133)



* Mantém parte do valor conquistado ou absorve valor de bairros vizinhos que passaram a concentrar valor simbólico

Mapa 1 – Primeiro deslocamento – expansão para Periferia Central Imediata

3.1.2 Segundo deslocamento – expansão para a Periferia Central Intermediária

Com o crescimento da infra-estrutura da cidade, começa uma crescente descentralização da Periferia Central Imediata, que correspondia ao bairro de São Cristovão e seu entorno. Essa descentralização possibilitou o crescimento da Cidade e, ao mesmo tempo, o início de um processo de segregação sócio-espacial. As classes mais altas expandiram-se dentro da área periférica central (Zona Sul e Zona Norte), enquanto que as classes menos privilegiadas dirigem-se aos subúrbios (ABREU, 1997).

A freguesia rural do Engenho Velho, correspondente aos bairros da Zona Norte (Tabelas 1 e 2) era, no início do século XIX, uma área rural dedicada principalmente ao cultivo de café. A plantação e, a exploração de carvão e lenha derrubaram boa parte da mata nativa da região. Só em 1857, sob intervenção do Barão do Bom Retiro, o governo procede à desapropriação das fazendas devastadas pela plantação. A partir deste período, iniciou-se o processo de reflorestamento da Floresta da Tijuca (CARDOSO, 1984).

Na segunda metade do século XIX, assim como vinha ocorrendo na Zona Sul Imediata e de forma incipiente, na Intermediária, a Tijuca e seus arredores passam a abrigar também ricos comerciantes diplomatas e nobres que, com belas chácaras, aos poucos, tomaram o lugar da agricultura local (CARDOSO, 1984).

Entre 1870 e 1890, acentua-se a ocupação da Periferia Central Intermediária. Neste período, a população correspondente à região do Engenho Velho (Zona Norte) foi a que sofreu o maior crescimento: um acréscimo de 50.000 habitantes (CARDOSO, 1983).

Com o grande sucesso dos bondes puxados por burros, da Cia. Jardim Botânico, que servia à Zona Sul, novas concessões foram outorgadas. Surgiu então em 1870 a Companhia São Cristovão, que servia à Periferia Central e aos bairros do entorno da Tijuca. Essa forma de transporte público popularizou os passeios entre São Cristovão e Tijuca. Atribui-se, inclusive, a essa proximidade física com a nobreza, os hábitos conservadores da população tijuicana (ABREU, 1997).

Após a proclamação da república, este processo de crescimento em direção à periferia central intermediária intensifica-se, enquanto São Cristovão, de forma gradativa, começa a ter sua atratividade reduzida.

Outros fatores também contribuíram para o deslocamento em direção à Periferia Central Intermediária: a crise da cafeicultura fluminense; a abolição da escravatura; a chegada dos imigrantes; o início da industrialização; e a busca cada vez maior, por parte das camadas

mais altas, de se afastarem das áreas centrais, devido à concentração das atividades profissionais (comerciais e industriais). A valorização da Zona Norte e da Zona Sul até Botafogo, ocorreu justamente em função da busca, por parte das elites, por lugares exclusivos e de vida saudável como a Floresta da Tijuca, na Zona Norte, e a beira mar, na Zona Sul.

Apesar de não ser mais a sede do poder, São Cristovão usufruía de grandes vantagens em termos de infra-estrutura urbana. Era beneficiado pelo melhor sistema de distribuição de águas da cidade, enquanto a Zona Norte e Zona Sul ainda não possuíam este acesso; usufruía também de um sofisticado sistema de esgoto. No entanto, nem com toda essa infra-estrutura a elite se manteve na região.

O crescimento da cidade e a especulação imobiliária levaram a uma crise habitacional nos bairros da Zona Norte e da Zona Sul Imediata. O investimento e loteamento de terras passam a ser um excelente negócio. Essas regiões passam por um intenso processo de construção de moradias, muitas delas para fins de locação. São loteamentos feitos por proprietários de chácaras e por empresas. A partir de 1870, ocorre um processo longo e contínuo de densificação dessas regiões (CARDOSO, 1984).

Na Tijuca há o exemplo do Barão de Itacuruçá:

As grandes propriedades eram alvo de grandes negócios. O Barão de Itacuruçá, genro e herdeiro do Barão de Mesquita, abriu em terras da Chácara do Trapicheiro várias ruas, como a Andrade Neves, Homem de Melo, a Visconde de Cabo Frio e uma praça, a Barão de Corumbá. Ainda em suas terras, Itacuruçá prolongou a Rua Uruguai, desde a Conde de Bonfim até o seu final (CARDOSO, 1984, p. 81).

Em Botafogo, as empresas foram mais atuantes:

Em 1875, o Banco Industrial e Mercantil abre uma série de ruas onde loteia terrenos. As ruas são: Fernandes Guimarães, D. Carolina (Rodrigo de Brito), Oliveira Fausto, Assis Bueno, D. Marciana (Álvaro Ramos), e D. Polyxena (Araldo Quintela). Dois anos depois, a firma de Domingos Farani abre as ruas: Conde de Irajá, Pinheiro Guimarães, Visconde Silva, Visconde de Caravelas e uma travessa, hoje chamada General Cornélio de Barros, onde demarcou lotes e os pôs em leilão (CARDOSO, 1983, p. 52).

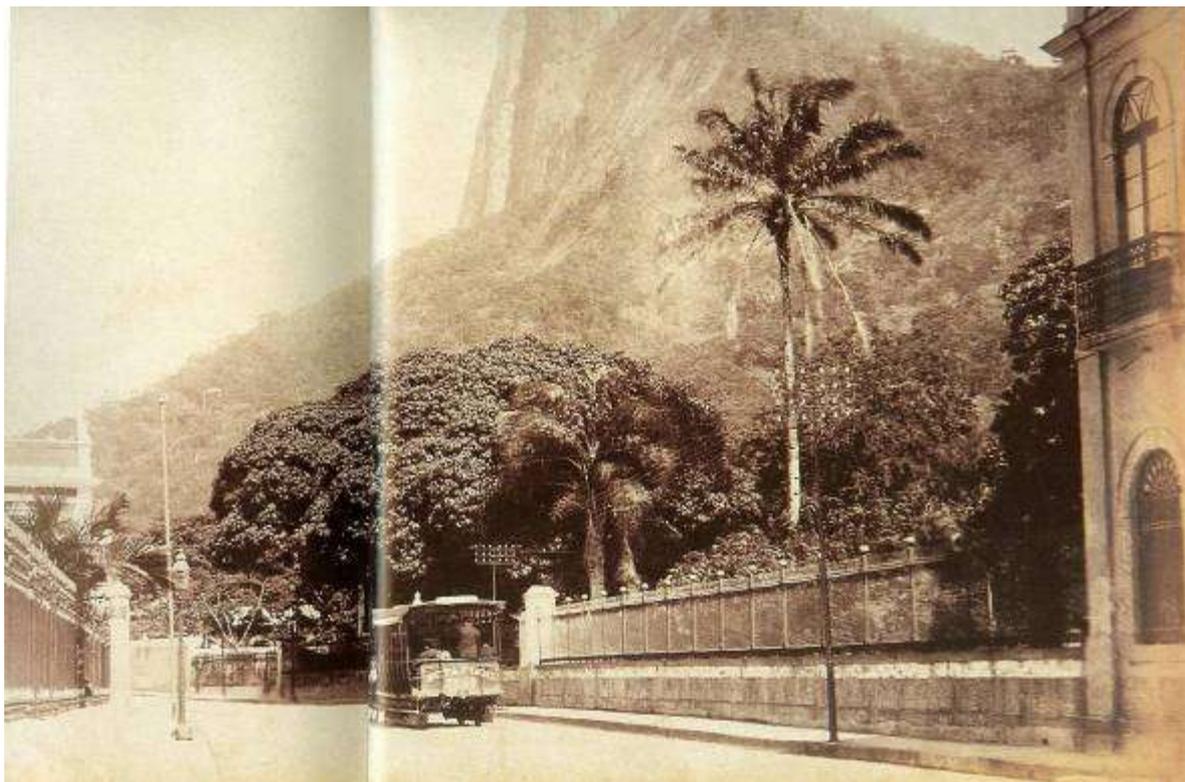
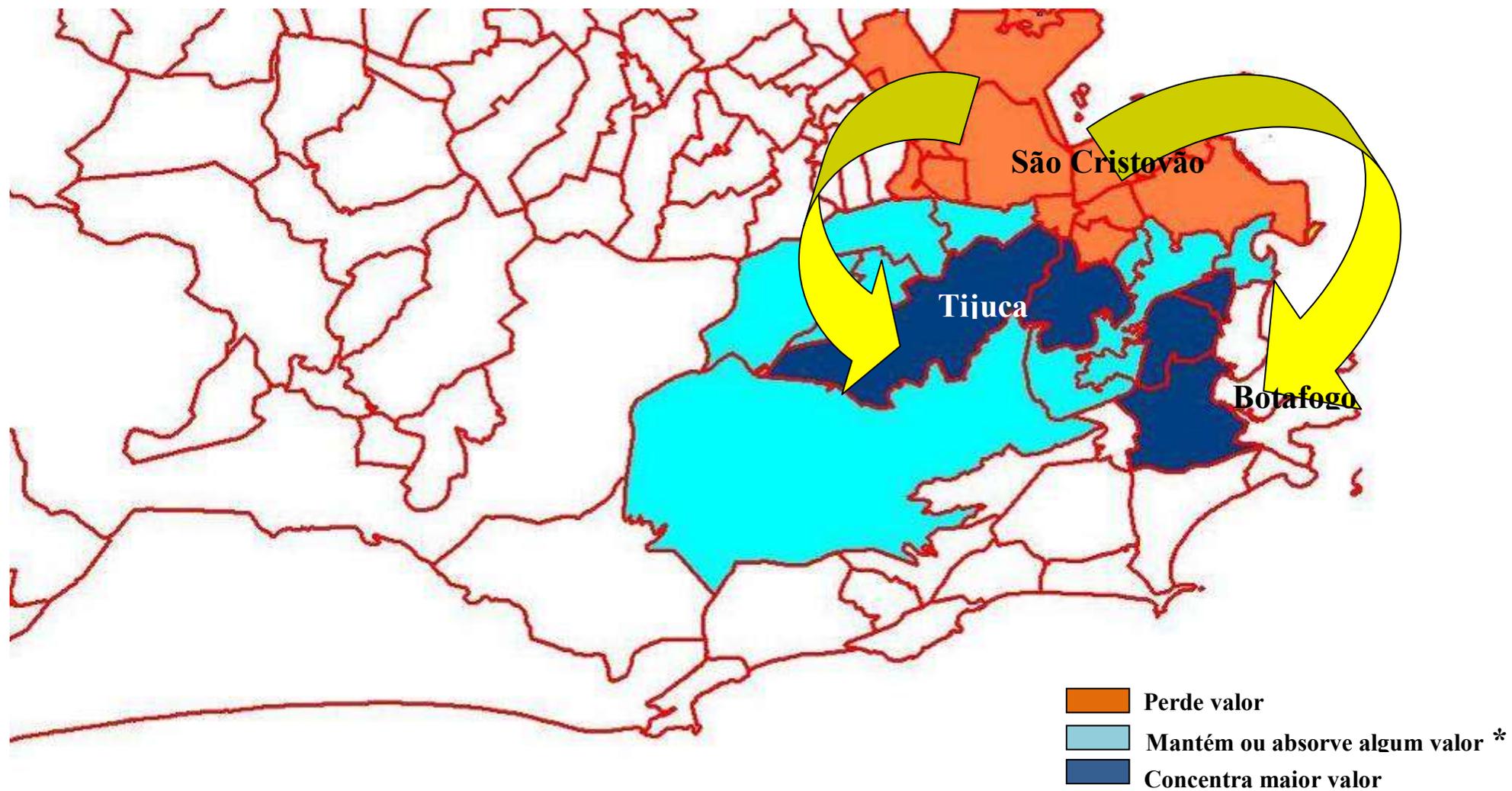


Figura 2 – Bonde puxado a burro na Rua São Clemente em Botafogo – 1885

Fonte: Fernandes Junior e Lago (2004: p. 154)

No início do século XX, a Zona Norte ainda atraía muitas famílias de classe média em plena ascensão econômica, já que a Tijuca e seus arredores concentravam um considerável valor simbólico em função do seu passado nobre. Entre os ilustres ex-moradores estavam Duque de Caxias, Barão do Andaraí, Visconde de Figueiredo, Visconde do Rio Branco e Visconde de Mauá. Apesar da Zona Norte ter preservado a posição de local de classe média conservadora, foi perdendo seu valor para a Zona Sul (CARDOSO, 1984).



* Mantém parte do valor conquistado ou absorve valor de bairros vizinhos que passaram a concentrar valor simbólico

Mapa 2 – Segundo deslocamento - expansão para Periferia Central Intermediária

3.1.3 Terceiro deslocamento – direcionado à Zona Sul Imediata

Apesar do processo de crescimento da Zona Sul e Zona Norte ter-se iniciado no mesmo período e, por algum tempo, essas regiões terem sido igualmente valorizadas por abrigar a aristocracia e alta burguesia da época, a partir da proclamação da República começavam a ficar claros os diferentes destinos que o futuro reservava para essas duas regiões. O centro do poder havia se deslocado para a Zona Sul Imediata. O Palácio Guanabara, em Laranjeiras, foi adquirido em 1865 pelo Império para ser a residência da Princesa Isabel e do Conde D'Eu, recém-casados. Com a proclamação da República, passa a ser residência oficial do Governo Federal. Já o Poder Executivo da República, a partir 1897, passa a ocupar o Palácio do Catete.

Aos poucos, a tradicional Tijuca deixava de ser local de residência de classes mais abastadas para dar lugar à moradia de funcionários públicos, militares, comerciantes, profissionais liberais, de algum poder aquisitivo. Com a expansão industrial dos anos 30, os novos grupos ascendentes buscavam um estilo de vida moderno. As famílias mais ricas passaram a procurar residência em bairros da orla marítima, como Copacabana ou Flamengo, onde o valor dos aluguéis, segundo o censo de 40, era bastante superior ao da Tijuca (CARDOSO, 1984, p. 109).

O processo de expansão para Zona Sul inicia-se pelos bairros que compõem a Zona Sul Imediata. É por esses bairros que passa o “caminho Del Rei”, trajeto que ligava a atual Lagoa Rodrigo de Freitas ao Porto do Rio. Esse caminho passava pela praia da Glória e do Flamengo, cruzando a ponte do Salema, atual Praça José de Alencar. Deste ponto, seguia pelo caminho antigo de Botafogo (Rua Senador Vergueiro), até a atual São Clemente e ao Humaitá. Este caminho permitia o transporte da produção de açúcar, do Engenho Del Rei, ao Porto do Rio.

A extensão das operações de bonde puxado por burros em direção à Zona Sul, tal como ocorreu também na Zona Norte, foi fundamental para sua expansão. A primeira concessão para a exploração deste transporte público foi outorgada à empresa norte-americana *Botanical Garden Railroad Company*, posteriormente chamada de Companhia Ferro Carril do Jardim Botânico, para explorar a Zona Sul da Cidade. A empresa inaugurou em 1868, dois anos antes da que serviria a São Cristóvão, a primeira linha ligando a Rua Gonçalves Dias ao Largo do Machado. Esta linha, inicialmente, beneficiava os bairros da Zona Sul Imediata. Em

1872, a empresa inaugurava o ramal da Gávea, beneficiando os Bairros da Zona Sul Intermediária (ABREU, 1997).

Botafogo era parte da freguesia rural de São João Batista da Lagoa, que compreendia os bairros de Botafogo, da Zona Sul Intermediária e Oceânica. Até o final do século XVIII, tal como ocorria na Zona Norte, Botafogo não tinha expressão. Mas na década de 1810, D. Carlota Joaquina, esposa de D. João VI, construiu para si uma casa na Praia de Botafogo, na esquina com a atual Marquês de Abrantes. Sua simpatia por esta área da cidade foi decisiva para o surgimento e gradual valorização do bairro. Da mesma forma que a Corte levou muitas transformações à região de São Cristovão e à Zona Norte, esta iniciativa de D. Carlota Joaquina foi um estímulo para algumas famílias abastadas, nobres e ricos comerciantes - principalmente os ingleses, entusiastas da vida à beira mar - a se deslocarem para Botafogo (CARDOSO, 1983).

Em meados do século XIX, a Zona Sul Imediata já era habitada por boa parte da elite. Um marco desta época foi o Palácio Nova Friburgo (Palácio do Catete), construído em 1862 por Antonio Clemente Pinto, o Barão de Nova Friburgo. Proprietário de 15 fazendas localizadas na região serrana fluminense, decidiu residir na cidade do Rio de Janeiro, onde também era dono de várias outras edificações. Construiu um palácio à altura de sua fortuna e prestígio. Em 1896 o Palácio foi vendido à Fazenda Federal, sendo incorporado ao patrimônio da União. Conforme já comentado, a partir de 1897, passa a sediar o Poder Executivo da República³.

Na virada do século XIX, Botafogo tem um intenso desenvolvimento comercial, justamente nas ruas que constituem o percurso dos Bondes. No trecho da São Clemente, Voluntários da Pátria, Rua da Passagem e General Polidoro, instalam-se sobrados com armazéns nos térreos, onde ocorriam atividades comerciais. Nessa época, Botafogo torna-se o principal centro comercial a suprir as necessidades impostas pelo início da ocupação de Copacabana e exploração residencial do Jardim Botânico. A parte central de Botafogo passa a ser a melhor opção para as atividades profissionais que requerem grandes áreas (CARDOSO, 1983).

No final do século XIX, o carioca que ocupava a Zona Sul imediata e freqüentava as ruas do Centro demonstra, no seu cotidiano, por meio dos hábitos e modos de consumo, sua adaptação à cultura européia, dominante na época. Essas práticas cotidianas são muito bem relatados por Carvalho (1990, p.104-105):

³ Ver MUSEU DA REPÚBLICA, 2007.

Levanta-se cedo, e o banho de mar era discreto, sem publicidade, roupas até os punhos e até os tornozelos, no Boqueirão do Passeio, em Santa Luzia, no Flamengo, em Botafogo, ou numa praia deserta, perto das pitangueiras ou coqueiros de raposa, hoje o Leme, Copacabana, Ipanema, Leblon.

Na Rua do Ouvidor, para a tarde, todo mundo se reunia. Do Largo da Carioca e do Largo de São Francisco eram levadas e mais levadas de transeuntes. Cotovelavam-se em Gonçalves Dias, para desembocar na “grande artéria”, como se chamava. Só se comprava nas casas chiques, de *Notre Dame*, na *Dreyfus*, no *Palais Royal*, Cabelereiro o Doublet, chapeleiro o Watson, onde os políticos encartolados discutiam mais do que no Senado ou na Câmara.

Flores, ambulantes, em pequenos buquês nas encruzilhadas. Baleiros por toda parte. Croisés e fraques, gravatas vistosas, perfumados à Houbigant, os homens, de bigode e barba Andó; as damas de cintura fina, *devant droit*, anca para trás, vestidos até os pés, chapéus como jardins suspensos cheios de flores, legumes e penas. Apenas pó de arroz e o véu. Começava *Mme. Cavé*, que era o ponto chique.

Os bairros do Jardim Botânico e Gávea correspondem a outro caminho de expansão da Zona Sul. Com a vinda da Coroa para o Brasil e a necessidade de defesa do território, D João VI desapropriou o Engenho que envolvia a Lagoa Rodrigo de Freitas e Jardim Botânico, para que fosse construída uma fábrica de pólvora. Junto à fábrica foi criado também um jardim de aclimação para introduzir plantas vindas do oriente, tornando-se mais tarde o Horto Real do Jardim Botânico. No século XIX, instalaram-se ali alguns hotéis como: Hotel Orléans, Hotel de Londres e Hotel *L'Étoile Du Sud*. Foi pela fama de extrema beleza natural que a região passou a ser procurada para os passeios a cavalo e a pé. Mas foi a partir de 1871, com a chegada dos bondes, que se intensificou a ocupação desta região. No início, instalaram-se novas fábricas e vilas operárias que abrigavam sua mão-de-obra. Na virada do século, o bairro do Jardim Botânico começa a ser ocupado por residências de alto padrão.

Diferentemente de bairros como Tijuca, Catete, Flamengo, Laranjeiras, Botafogo e Jardim Botânico, que surgiram por meio de um prolongado processo de formação, o espaço correspondente à Zona Sul Oceânica I, Leme e Copacabana, já nasceu com a configuração de um bairro. O local fazia parte das terras que envolviam também a região da Lagoa Rodrigo de Freitas. O acesso ao bairro só era possível por três caminhos. O primeiro pela Rua Real Grandeza, passando pelo Morro da Saudade, descendo pela atual Siqueira Campos. O segundo começava na Rua da Passagem seguindo por cima da Ladeira do Leme. Por último, poderia se acessar o local por meio do Arpoador. Era justamente no atual Posto 6, junto à Pedra do Arpoador, que se encontrava a Igrejinha de Nossa S. de Copacabana, que deu o nome ao bairro (CARDOSO, 1986).

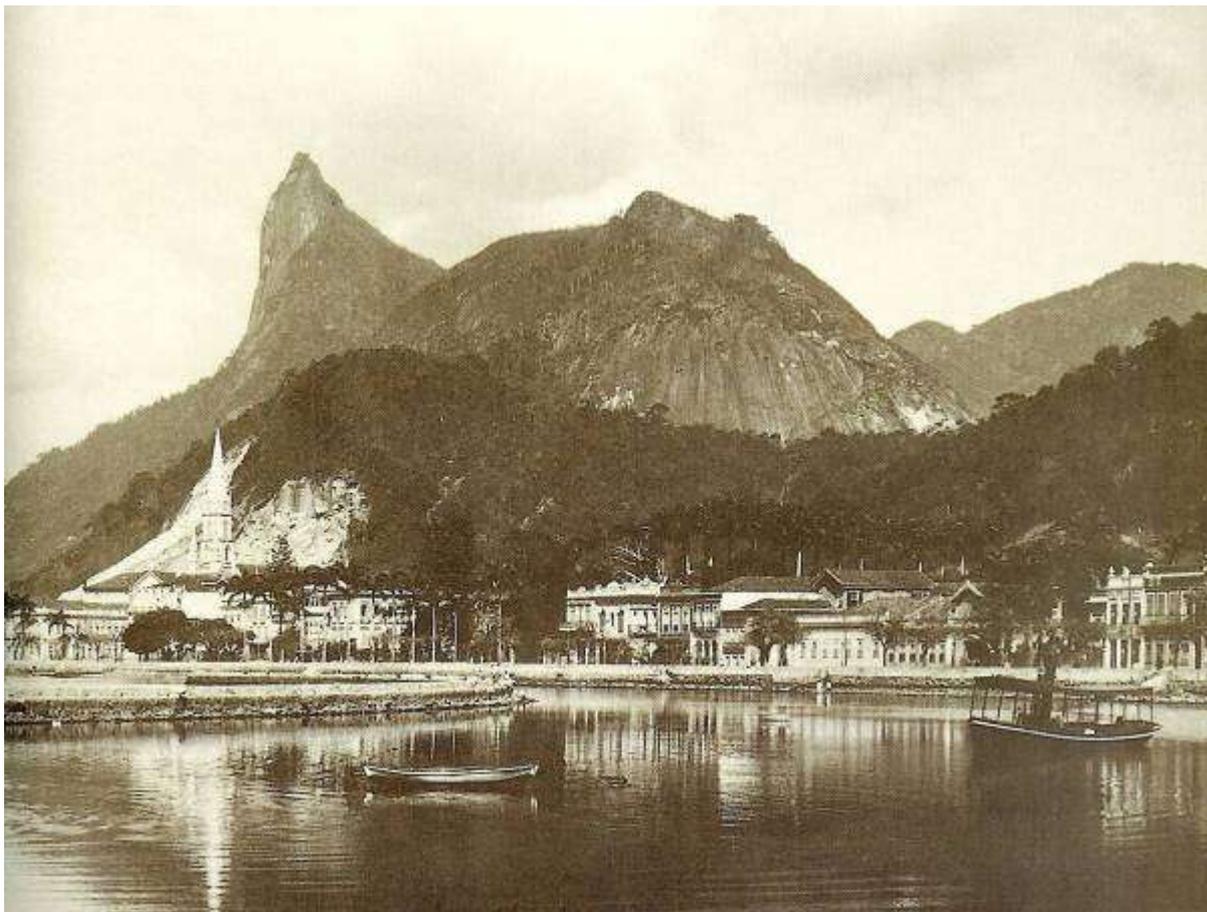


Figura 3 – Praia de Botafogo – 1893

Fonte: Gaspar (2004, p. 184)

O processo de criação de uma linha de bonde para Copacabana foi complexo e muito desgastante. A Cia. Jardim Botânico, inicialmente, rejeitava levar a linha do bonde até Copacabana, por não reconhecer sua viabilidade econômica. Depois de muitos ensaios, ações judiciais e concessões cassadas, a Cia. Jardim Botânico, interessada em renovar sua concessão para as linhas que já operava, concorda em expandir seus serviços a Copacabana. A partir da abertura do atual Túnel Velho, acessado pela Rua Real Grandeza e General Polidoro, passa a operar, em 1892, o bonde com destino à Av. N. S. de Copacabana. Este é marco da construção deste novo bairro (CARDOSO, 1986).

É a partir deste ano, também, que os bondes passam a ter tração elétrica, deixando de ser puxados por burros.

Realiza-se hoje, à 1 hora da tarde, na Companhia Botafogo, linha do Flamengo, a inauguração do bond pela tracção electrica. O bond sahirá aquella hora do largo do Machado, seguindo para a praia do Flamengo, de onde virá até o largo da Carioca. Diário de Notícias, 8 de outubro de 1892.

Foi inaugurada hontem a tracção electrica nos bonds da Companhia Jardim Botânico tendo a inauguração assistido o sr. marechal vice-presidente da Republica, os membros dos ministérios, representantes da directoria d'aquella companhia, da imprensa e grande numero de convidados. A experiencia correu bem e amanhã daremos sobre ella circunstanciada noticia. Diário de Notícias, 9 de outubro de 1892.⁴

O primeiro empreendedor de Copacabana chamava-se Alexandre Wagner. Foi um comerciante bem sucedido que, inclusive, pretendia financiar o grupo que brigava na justiça pela concessão da primeira linha de bonde para a região. Ele comprou sozinho, em 1873, o equivalente a metade do bairro de Copacabana, incluindo o Leme. Apesar do seu plano de loteamento imobiliário ter fracassado com o atraso da chegada do bonde no bairro, a iminência dessa chegada motivou outros empreendedores a investir no local, entre eles, José Martins Barroso e Dr. Figueiredo de Magalhães. Em 1891, foi criada a Empresa de Construções Civis, que tinha como um dos sócios, o próprio Alexandre Wagner. Mais tarde, a empresa comprou as terras de Wagner. Em 1894, já haviam sido abertos diversos arruamentos, propiciando a aceleração da construção imobiliária no bairro (CARDOSO, 1986).

Nesta ocasião, a companhia Jardim Botânico e a Empresa de Construções Civis se empenhavam cada vez mais na divulgação de Copacabana. Por meio dos jornais e revistas da época e dos cupons de passagem, anunciavam bondes elétricos até alta noite e procuravam atrair os visitantes:

Graciosas senhoritas, moças chics, fuji das ruas da poeira insana, não há lugares para pic-nics como Copacabana .

Noivos que o CEO gozaes em pleno juízo (...) quereis de vossas noivas no sorriso ler a maior felicidade humana? Prometei-lhes morar num paraíso: vindo a Copacabana (CARDOSO, 1986, p. 44).

⁴ Ver RIO NOS JORNAIS, 2007.

Tentavam também, por meio dessas mesmas mídias, atrair novos investimentos para o bairro: “Proprietários e capitalistas aproveitai melhor a vossa gana, Oh! Que mina! Lançai as vossas vistas sobre Copacabana!” (CARDOSO, 1986, p. 45).

Ao iniciar o novo século, a simples estação de veraneio de Copacabana se preparava para ser, num futuro próximo, o símbolo da modernidade do novo Rio de Janeiro. Começa a gestão do Prefeito Pereira Passos, que impulsionou a maior transformação na estrutura da Cidade. Se a Zona Sul na época já concentrava as centralidades de maior prestígio da cidade, a partir de Pereira Passos, esse fato ganha uma nova dimensão.

A atividade de reconstrução da cidade caracterizou a administração Pereira Passos, mas o disciplinamento dos modos de utilização do espaço público também marcou sua gestão. Como o próprio Pereira Passos descreve (*apud* CARVALHO, 1990, p. 97).

Comecei por impedir a venda, pelas ruas, de vísceras de reses expostas em tabuleiros, cercados pelo vôo contínuo de insetos, o que constituía um espetáculo repugnante. Aboli, igualmente as prática rústica de se ordenharem vacas leiteiras na via pública... Mandeí proceder à apanha de milhares de cães, que vagavam pela cidade, dando-lhe o aspecto repugnante de certas cidades do oriente.

É possível dividir a gestão de Pereira Passos em três grandes frentes: o aspecto comercial, com as obras no Porto do Rio; o aspecto higiênico com a reorganização da saúde pública; e o aspecto arquitetônico, com as obras de modernização do Centro e da Zona Sul. Foram muitas as obras executadas por Pereira Passos, entre elas estão: Av. Beira Mar, Av. Central (hoje Rio Branco), Mem de Sá, Frei Caneca, a canalização de diversos rios que atravessavam a cidade e o Teatro Municipal (CARVALHO, 1990).

Apesar dos maiores investimentos feitos por Pereira Passos terem sido na área central da cidade, ocorreram muitos melhoramentos na Zona Sul. A reforma na Av. Beira- Mar, que facilitou o acesso a esta parte da cidade foi um de seus mais importantes. Com a Av. Beira Mar e Av. Osvaldo Cruz, o foco das construções de alto padrão se voltou mesmo para orla da Zona Sul referente à Baía de Guanabara: Flamengo e Botafogo (orla). Datam deste período o Palacete Seabra, o Castelinho do Flamengo e a escola Alberto Barth, inaugurada em 1907. No final do seu governo, em 1906, foi inaugurado o Túnel do Leme, atual Túnel Novo. O da Real Grandeza, o primeiro, passou a ser chamado de Túnel Velho.

A evolução da cidade do Rio de Janeiro, nesta ocasião, espelhava exatamente as contradições existentes no sistema político-econômico do país. Os governos federal e municipal representavam os interesses das classes dominantes, envolvidas na revitalização do Centro e na abertura de formas de acesso e no embelezamento da Zona Sul. Do outro lado, com pouco apoio do governo no que concerne à infra-estrutura, as indústrias proliferavam em direção aos subúrbios, onde os terrenos eram abundantes e pouco valorizados. Centro e Zona Sul, de um lado, e subúrbios, de outro, passam a ser impulsionados por forças divergentes que mostravam com maior nitidez a polarização que caracteriza a ocupação do solo carioca. Os subúrbios atraíam trabalhadores em busca de oportunidades de trabalho nas indústrias que ali se estabeleceram. Em contrapartida, em função da ocupação da Zona Sul pela elite, houve uma súbita valorização do solo na região, o que define o seu destino como área fundamentalmente residencial, principalmente para as altas classes, mantendo-se desta forma até os dias de hoje (ABREU, 1997).

O governo municipal do Rio de Janeiro tornou-se o principal ator na consolidação da segregação urbana na cidade. Nos anos 1900, durante a gestão de Pereira Passos, pretendia-se, através de ampla intervenção urbana, reestruturar a cidade, com o objetivo de transformar a capital da época em lugar comercial e socialmente à altura das grandes metrópoles européias, em particular Paris. Conforme Abreu (1997, p. 60) destaca:

A transformação da reforma urbana de Pereira Passos visava, sobretudo resolver as contradições que ela apresentava. Era imperativo agilizar todo o processo de importação/exportação de mercadorias, que ainda apresentava características coloniais devido à ausência de um moderno porto. Era preciso, também, criar uma nova capital, um espaço que simbolizasse concretamente a importância do país como principal produtor de café do mundo, que expressasse os valores e o *modi vivendi* cosmopolita e moderno das elites econômica e política nacionais. Nesse sentido, deu-se o rápido crescimento da cidade em direção à Zona Sul.

Na década de 1920, o então prefeito Carlos Sampaio, preparando a cidade para a comemoração do primeiro centenário da independência, promoveu grandes modificações na cidade, entre elas a abertura da Av. Rui Barbosa, que liga a Praia do Flamengo à de Botafogo. Com o crescimento acelerado, o governo encomendou um plano de urbanização ao arquiteto francês Alfredo Agache. Este plano pretendia embelezar a cidade e criar diversas regras para as edificações e para a ocupação ordenada dos espaços, identificando áreas para moradia, comércio e indústria. Apesar do projeto não ter sido implementado completamente, foi de fundamental importância para a consolidação das camadas mais altas na Zona Sul. Os

edifícios no estilo *Art déco* na Praia do Flamengo, por exemplo, surgem por influência deste plano.

O autor salienta a importância do Plano Agache para a elitização da Zona Sul do Rio de Janeiro.

Na tentativa de ordenar tal crescimento e ocupação, surgiu o plano, durante o mandato do então Prefeito Prado Júnior, sob orientação de Alfred Agache, cujo primeiro intento importante foi o de buscar ordenar o processo de crescimento da cidade, a partir de critérios urbanísticos aceitáveis dentro da visão da classe dominante. O Plano Agache pretendia transformar o Rio de Janeiro (ou pelo menos o centro e a Zona Sul) numa cidade monumental (ABREU, 1997, p. 86).

Esta época já era marcada por uma forte influência do pensamento funcionalista que concebia a cidade como um organismo. A ideia do desenvolvimento natural da cidade e de suas patologias propiciava a utilização de metáforas médicas, como as utilizadas por Agache:

Uma prospectiva que tende à pesquisa de patologias se desvia do que poderia, mesmo num ser sadio, gerar o novo, desenvolver certos potenciais, favorecer a criação. Somente a preocupação com a beleza das cidades parecia escapar, em Agache, dessa lógica terapêutica (senão, teríamos que dizer que ele antecipou o sucesso da cirurgia estética carioca!). Desta forma, neste nível metafórico, o espaço público se reduziria a duas das três funções do organismo: a circulação (“ruas, avenidas, travessas”) e a respiração (“os espaços livres, parques, jardins, passeios, campos de esportes etc”). Empréstimo de suas funções ao espaço público, a metáfora não fornecia uma visão muito original e não solicitava na prospectiva que ela propunha um uso mais criativo, podendo desembocar em outras funcionalidades (BERDOULAY, 2003, p. 127).

Foi justamente durante as primeiras décadas do século XX que na Praia do Flamengo, Av. Osvaldo Cruz, Av. Rui Barbosa, entre outras no entorno dos bairros do Flamengo e Botafogo, instalou-se a alta burguesia carioca. Foram construídos nesta época casas e edifícios suntuosos. Muitas embaixadas, mais adiante transformadas em consulados, se instalaram nesta região. É possível, ainda hoje, encontrar apartamentos com 300, 500 ou até 1000 m² de área. Eram residências preparadas para as grandes recepções que ocorriam entre as altas camadas da sociedade carioca; diplomatas, industriais, políticos, profissionais liberais de grande projeção social. Muitas famílias que freqüentavam estes salões constituem o segmento social objeto desta Tese.

A Zona Sul Intermediária também teve um grande desenvolvimento na gestão do Prefeito Carlos Sampaio. A Av. Epitácio Pessoa foi aberta em 1922. Ocorreram obras de aterramento e saneamento que criaram a Av. Visconde de Albuquerque, Jockey Club e as ilhas artificiais do Caiçaras e Piraquê. Todas essas mudanças transformam esses bairros em locais nobres. A abertura do Corte do Cantagalo em 1938 possibilitou a ligação da Lagoa com a Zona Sul oceânica. Com a grande valorização do local acabam, definitivamente, as fábricas que ainda resistiam à ocupação residencial, transferindo-as para os subúrbios (FRAIHA, 2000).

Mas a Zona Sul Intermediária, composta pelos bairros do Humaitá, Jardim Botânico e Gávea, nunca chegou a assumir a posição de centralidade mais valorizada da Cidade. Desde o final do século XIX, conforme comentei acima, essa região já começava a ser valorizada para fins residenciais. É um trecho da Zona Sul que se manteve com alto valor, mas nunca atingiu o topo. Até a década de 1940, a área correspondente à Zona Sul imediata, detinha as centralidades de maior valor simbólico: Flamengo, Botafogo e Laranjeiras.



Figura 4 – Praia do Flamengo - 1913

Fonte: Gaspar (2004, p. 179)

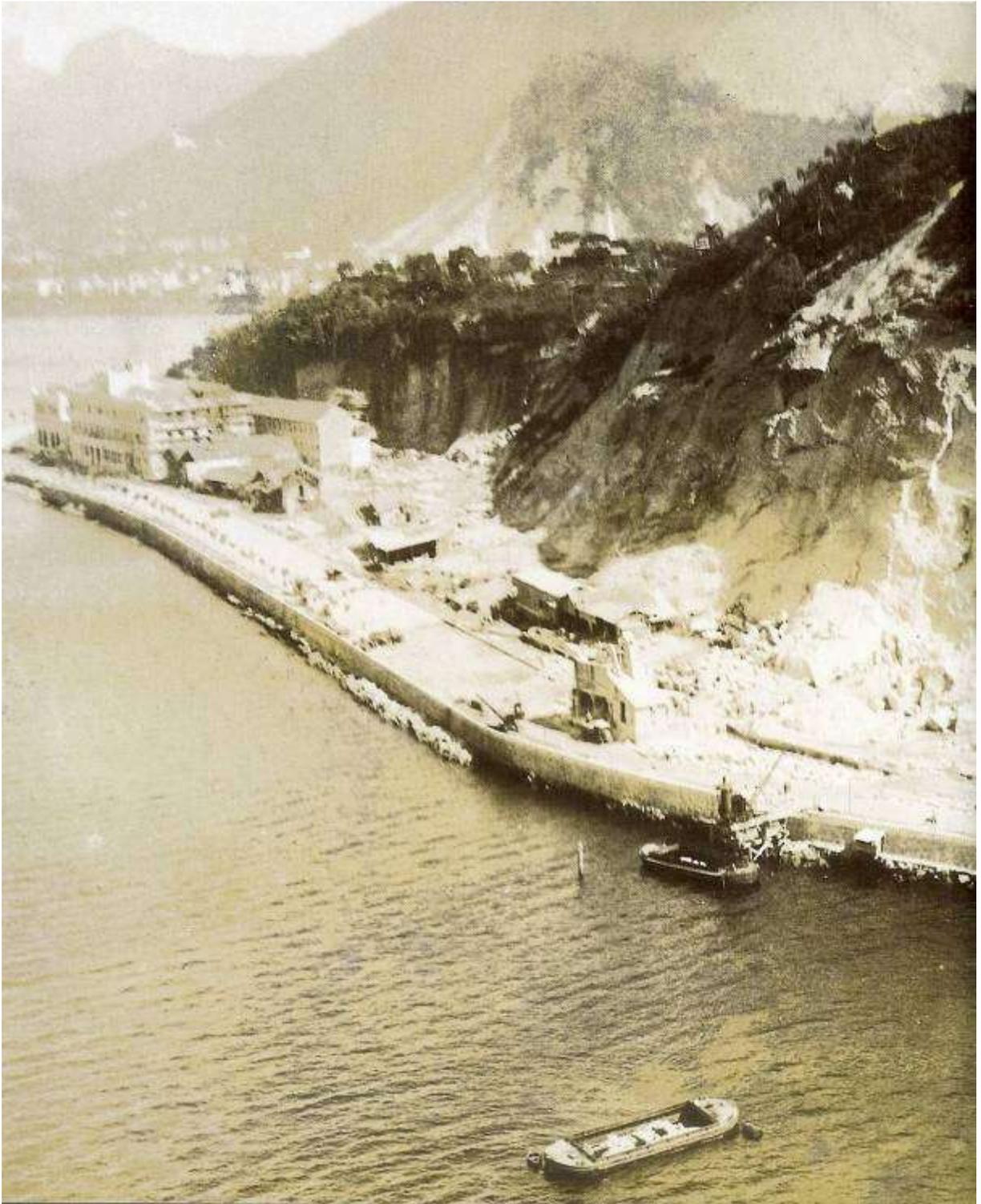


Figura 5 – Av. Rui Barbosa no Flamengo – 1920

Fonte: Gaspar (2004: p. 176)

3.1.4 A influência européia até o fim da República Velha

Antes de avançar para a próxima etapa do deslocamento das centralidades de maior prestígio da Cidade do Rio de Janeiro, é importante registrar sob quais influências ocorreram as transformações políticas, econômicas, culturais, sociais e arquitetônicas da cidade, desde o século XVII até as primeiras décadas do século XX.

Já antes da chegada de D. João VI ao Brasil, passando pelo período da monarquia até as primeiras décadas do século XX, foi imensa a influência inglesa e francesa, tanto no Rio de Janeiro, como em todo o Brasil. Essa influência refletiu-se nos hábitos, no estilo de vida da elite local e na atual configuração urbana da cidade. A importância dessas influências no Brasil, especialmente a inglesa, é profundamente tratada por Gilberto Freyre em sua obra, *Ingleses no Brasil*.

Freyre (1977) detalha a importância dos ingleses, ainda antes da vinda da família Real, enfatizando a sua influência nas idéias, hábitos, costumes e valorização de lugares, como a orla. Freyre também destaca que essa influência tinha um “rival” de igual importância, a influência cultural dos franceses.

Num tratado firmado entre Inglaterra e Portugal, ainda em 1661, foi concedido aos ingleses o direito de manter quatro famílias britânicas em cada cidade brasileira que tivesse relevância comercial. Na época, tratava-se de cidades em Olinda-Recife, Salvador e Rio de Janeiro. Depois da chegada de D. João VI ao Brasil, os ingleses mantiveram privilégios que nenhum outro povo obteve. Subsídios tributários para importação de produtos ingleses eram um dos principais benefícios concedidos. Após um longo tempo de privilégios políticos e econômicos, os ingleses passaram também a explorar o financiamento, por meio de crédito, do consumo dos brasileiros. Mesmo os franceses, seus principais concorrentes na exploração econômica e cultural do país na época, não chegavam a atuar em tantas frentes.

Depois da interferência da Royal Navy, que salvou a Coroa portuguesa da captura e deposição pelas forças de Napoleão e da contratação da dívida por Portugal em 1825 com a Inglaterra, no valor de 7.000.000 de libras, para financiar a luta contra a independência do Brasil, a Coroa portuguesa não só se compromete a manter todos os privilégios que os ingleses já usufruíam no país, como também garantia que o Brasil arcaria com o pagamento da dívida contratada. A Inglaterra também exigiu, numa convenção em 1826, que o Brasil encerrasse o comércio de escravos africanos poucos anos depois. Em 1927, o Brasil assinou

novo tratado com a Inglaterra dando aos súditos britânicos o direito de serem julgados no Brasil por tribunais britânicos especiais (SKIDMORE, 1998).

Além da política e da economia, a influência inglesa foi marcante também na tecnologia de transporte, nas ciências, na construção civil, produção industrial, iluminação e comunicação. Não poderia ser diferente na cultura, no estilo de vida e nos modos de consumo, conforme relata Gilberto Freyre.

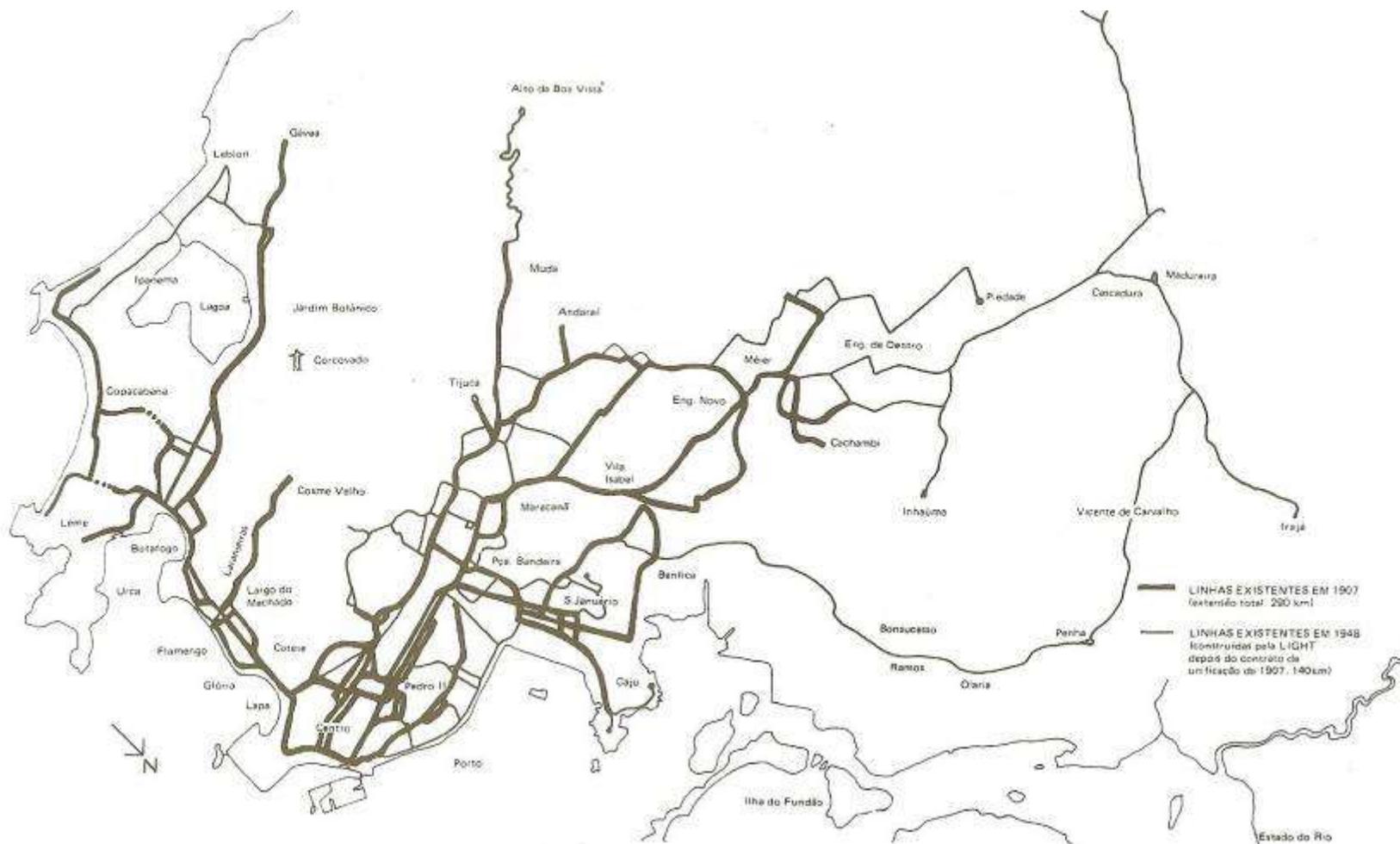
À influência do mister pode-se atribuir, com efeito, além da introdução, no Brasil, ou da generalização entre nós, do fato branco, do chá, do pão de trigo, da cerveja e depois do Whisky, do gin e do rum, do beef, ou bife com batatas, do rosbife, da costela de carneiro, do pijama de dormir, do gorro de viagem, do revolver, do rifle esportivo, do macadame, do water closet, do “jogo da bola” (tênis) e de outros esportes, da residência em subúrbio, da sela inglesa, do piano inglês, (superado pelo alemão), do relógio inglês (superado pelo suíço), da capa de borracha, do sapato inglês, do water~proof, o começo de algumas seitas protestantes, hoje prósperas no nosso país, e de métodos modernos de ensino de meninos (com o acréscimo da educação física à intelectual) o gosto pelos romances policiais, especialmente os de Sherlock Holmes, pelo grogue, pelos piqueniques, pelos clowns, pelo habeas corpus, pelo júri, pelos meetings, pelo escotismo, pela arte do debater, pelo humour, pelos reides (de raid, que no Brasil adquiriu um sentido arbitrariamente novo), pela louça inglesa, pelo sandwiche, pelo lanche, pelo ponche, pela figura ou pelas maneiras do *gentleman*. E por influência inglesa desenvolve-se entre os brasileiros *snobs*, ou simplesmente elegantes ou *smarts* e *up-to-dates* – palavras que vão brasileiroamente no plural porque o seu começo de abasileiramento chegou ao ponto de permitir essa licença - o gosto pelo modo inglês de andar a pé, pelo modo inglês de andar a cavalo, pela maneira inglesa de ser homem *dandy*, pelo passeio a pé (que passou a ser designado entre nós por uma falsa expressão inglesa – *footing* – talvez inventada por algum João do Rio), pelo hábito inglês de barbear-se o *gentleman* diariamente, pelo modo inglês de falar baixo e rir sem ruído, pelo colégio inglês para meninos (do tipo do de Mr. John H. Freese, em Nova Friburgo, e do Mr. Marethson e Mr. Charles W. Armstrong fundaram em São Paulo), pelo bufete (aparador, guarda-comida ou pequeno restaurante das estações ferroviárias) e depois pelo bar – devendo notar-se, a propósito de bufete, que também se generalizou em português, a palavra inglesa *buffet* (bufete) para designar tapa ou punhaço, palavra tanto num como noutro sentido de remota origem francesa, mas provavelmente introduzida no Brasil pelos ingleses - , pelo *drink* gelado(...), pelo iate, pelo clube, pela moda inglesa de roupa de homem, pela lã ou casemira inglesa, pela moda inglesa de gravata e de meia, pelo *dinner jacket* (aqui chamado de Smoking), (...), pelo chá das cinco, pelo molho inglês (...) (FREYRE, 1977, p. 30).

Segundo Freyre (op. cit.), os almanaques, os registros comerciais do Rio de Janeiro, da Bahia e do Recife, estavam, na primeira metade do século XIX, cheios de nomes ingleses: donos de armazéns de tecidos, ferragens, tintas, louças, cutelaria, fundições, oficinas, casas de leiloeiro, escritórios comerciais e hotéis. Também havia médicos, professores da língua inglesa, engenheiros, técnicos, governantes, dançarinos e mágicos. Nenhum outro povo

exerceu atividades de produção, de serviços e influenciou econômica e politicamente o Brasil, até o início do século XX, como os ingleses.

Finalmente, foram os ingleses, com seu hábito de zelar pela saúde, o bem estar e a higiene, os maiores responsáveis pelo deslocamento das áreas mais valorizadas para fora dos centros urbanos já considerados.

Sob a influência dos hábitos britânicos de conforto e de higiene doméstica, o que alterou-se no Brasil foi principalmente a ecologia das casas burguesas, passando os ingleses a preferir aos sobrados um junto do outro as residências isoladas: entre o arvoredo, como na Tijuca (Rio) ou na Vitória (Bahia); perto dos rios como em Apipucos, no Monteiro, no Poço da Panela (Pernambuco); a beira-mar, como em Botafogo e Olinda. (...) Esta foi sem dúvida uma das revoluções mais significativas causadas ou operadas pelos britânicos nos hábitos ainda coloniais e meio mouriscos, ou antes, orientais, do Brasil: o deslocamento – o deslocamento que se verificou lentamente – das residências mais nobres de habitantes das cidades, de sobrados situados no centro, para subúrbios que passaram a ser elegantes, tornando-se deselegante para o burguês fino e rico residir no centro comercial. Pois o exemplo inglês foi imitado por brasileiros e portugueses: os anúncios de jornais da época indicam a valorização das casas de sítio ou das chácaras para residência – e não somente para o passamento de festas (FREYRE, *op. cit.*, p. 136-137).



Mapa 3 – Linhas de bondes existentes entre 1907 e 1946 na Cidade do Rio de Janeiro

Fonte: Abreu (1997, p. 84)

Em relação aos franceses, observa-se a sua imensa influência na própria Europa do século XVIII. Foi a língua francesa que substituiu o latim, desde o período renascentista, tornando-se universal. Era falada pelos sábios e políticos. O domínio francês era observado na literatura e nas artes plásticas. As idéias, os vocábulos, os trajés e a culinária francesa detinham também um enorme prestígio. A influência francesa no país se intensificou a partir da chegada, em 1816, da Missão Artística Francesa. Seus integrantes pintavam, desenhavam, esculpam e construíam à moda européia. Obedeciam ao estilo neoclássico, ou seja, um estilo artístico que propunha a volta aos padrões da arte clássica (greco-romana) da antigüidade.

Os franceses não dominavam apenas na moda e na arquitetura. Desde a primeira metade do século XIX, a burguesia brasileira consumia, com avidez, os artigos de luxo, as jóias, os móveis, as velas de cera, os remédios, as pinturas, as gravuras em cobre, os espelhos, as porcelanas, os cristais, os vinhos, os licores, as frutas secas, o azeite e a manteiga franceses. Em relação às idéias, os franceses, seja no plano literário ou político, exerciam igual domínio. O fenômeno é ainda mais extraordinário porque as relações políticas e mercantis no Brasil eram muito mais fortes com a Inglaterra, o que deveria redundar numa maior aproximação com a literatura britânica (SOUSA, 2007).

Se antes, nos fins do século XVIII, os livros franceses já aqui chegavam em boa quantidade, mais ou menos dissimulados na bagagem de juizes e frades, com o advento da paz geral, abertos os portos aos navios franceses, a sua entrada e difusão avultariam. Junto de D. João VI havia amigos da França, entre outros o Conde da Barca, que, logo que pôde, cuidou de proporcionar ao Brasil as lições da arte e do bom gosto francês. Entre as inúmeras criações do reinado joanino não havia uma escola de Belas-Artes. Para estabelecê-la veio de França um grupo de artistas, como Debret, Grandjean de Montigny, Félix Émile Taunay, Simon Pradier, os dois Ferrez, etc⁵.

Mais adiante, no período da *Belle Époque*, a época de ouro da cultura francesa que vai de 1880 até o final da primeira guerra mundial (1918), surge o período de maior influência francesa no Rio de Janeiro. Esta fase iniciou-se no governo de Campos Sales (1898), principalmente no que diz respeito à estruturação política e econômica necessária às mudanças que estariam por vir. Este período foi marcado pela consolidação do poder das forças tradicionais no país, em meio a grandes mudanças no cenário político, econômico e social. As camadas mais altas, nesta ocasião, passam a defender e promover seus interesses com mais desenvoltura, criando um sentimento de continuidade aristocrática. A elite que

⁵ Ver SOUSA, Otávio Tarquínio, 2007.

exercia o poder deixava clara a construção de uma sociedade espelhada na cultura europeia, estabelecendo lugares exclusivos, reforçando e legitimando seus valores e pressupostos compartilhados (NEEDELL, 1993).

No entanto, foi por meio de Pereira Passos, prefeito já citado, filho de um poderoso cafeicultor, que a influência francesa mostrou-se mais presente no Rio de Janeiro. Seu pai fazia parte de uma elite que havia se comprometido com um Estado centralizado e legitimado por um soberano consagrado, D. Pedro II. Pereira Passos estudou em Paris em uma das melhores escolas de engenharia da época, a *École des Ponts e Chaussées*. Depois deste período, exerceu diversos cargos públicos antes de assumir a prefeitura da cidade do Rio de Janeiro em 1902. Seu aprendizado na Europa não terminou com a sua volta de Paris em 1860. Esteve na Inglaterra e na França em diversas missões oficiais entre 1870 e 1880.

Pereira Passos foi fortemente influenciado pelas reformas urbanas ocorridas em Londres e Paris no século XIX. Em Londres, as reformas que visavam o saneamento, sob responsabilidade de Edwin Chadwick. Em Paris, entre 1853 e 1870, foi o prefeito Georges-Eugène Haussmann, o grande encarregado de promover a reforma urbana da cidade. As ruas estreitas de Paris foram substituídas por sistemas viários bem planejados. Bairros operários, considerados insalubres, foram destruídos. Houve um profundo processo de embelezamento da cidade, com o objetivo de focalizar os edifícios e monumentos caracterizados pelo estilo neoclássico, *Beaux-Arts*. Por fim, Haussmann adaptou o modelo de parques britânicos, especificamente o *Hyde Park*, ao criar o Bois de Boulogne, o Bois de Vincennes e o Parc des Buttes Chaumont (NEEDELL, op. cit.).

Apesar de Pereira Passos ter sido o principal planejador das reformas urbanas no Rio de Janeiro, idealizadas ainda no período de 1875 a 1876, teve dividida, com o governo federal, parte de sua realização. O então ministro dos transportes e obras públicas, engenheiro Lauro Miller, entregou a liderança de uma equipe de arquitetos aos engenheiros Francisco Bicalho e Paulo de Frontin. Bicalho ficou responsável pelas obras do Porto do Rio de Janeiro. Miller assumiu a responsabilidade de abrir a Av. Central, ligando a Cidade Velha à parte norte das docas. Apesar da presença da equipe federal, havia sido garantido por Rodrigues Alves que a autoridade absoluta na condução das reformas no restante da capital seria de Passos. A influência de Haussmann, tanto na equipe do governo federal como na de Pereira Passos, era evidente. Os mesmos princípios que haviam orientado as obras parisienses foram adaptados ao Rio de Janeiro. Nada expressa melhor a *Belle Époque* carioca do que a nova Av. Central. Logo que inaugurada, foi chamada de bulevar.

A avenida havia sido planejada com objetivos que ultrapassavam em muito as necessidades estritamente viárias – ela foi concebida como uma proclamação. Quando, em 1910, seus edifícios ficaram prontos, e o conceito da avenida se completou, uma magnífica paisagem urbana passou a embelezar o Rio. A Capital Federal possuía agora um bulevar verdadeiramente “civilizado” – duas muralhas paralelas de edifícios que refletiam o máximo de bom gosto exigente – e um monumento ao progresso do país. Os cartões postais mostravam que determinados prédios particulares, como o Jornal do Commercio, atraíam a atenção geral, mas a imaginação popular era dominada pelo conjunto de edifícios públicos localizados na extremidade sul da avenida: o Teatro Municipal (1909), o Palácio Monroe (1906), a Biblioteca Nacional (1910) e a Escola Nacional de Belas Artes (1908), graças à magnífica vista das fachadas proporcionada pela própria avenida. (...) Os edifícios foram destinados a empresas estrangeiras e nacionais, comerciais e de infraestrutura; à recreação e ao consumo de produtos europeus de luxo; a instituições vinculadas à literatura consagrada e às belas-artes; à igreja e a órgãos governamentais. Seguindo Haussmann, Frontin estipulou a altura e a largura de cada fachada. Na verdade, obrigou os arquitetos a submeterem o projeto de fachada a um júri. Este método foi o escolhido porque as fachadas cariocas, como as vienenses, admitiam variações em seu estilo individual. Tal variedade pode ter sido tolerada devido ao conceito arquitetônico, então aceito, de que a aparência de um edifício deveria expressar sua função. E aos edifícios da avenida cabiam funções variadas. Mesmo assim, havia uma unidade subjacente à aparente diversidade que surgiu em 1906. O gosto do júri e a formação dos arquitetos se encarregaram disso. As fachadas eram, acima de tudo, um elogio carioca ao ecletismo francês, a expressão consagrada da École des Beaux-Arts (NEEDELL, op. cit.: p. 61-62).

A educação formal da alta burguesia neste período era feita primeiro em casa, por meio de tutores, em geral europeus. Quando chegavam a certa idade, seguiam para os colégios. Nos colégios, os mestres eram quase sempre europeus franceses ou de influência francesa. A idéia era absorver o máximo da cultura européia. Dois símbolos desta época eram o Colégio Pedro II e o Collège de Sion. Ainda durante o Império, o colégio Pedro II era o modelo de escola secundária para homens. Até o fim da República Velha, era o preferido das famílias abastadas. Totalmente constituído dentro do modelo francês, estiveram ali filhos de conselheiros, ministros, senadores, banqueiros, advogados e médicos importantes que controlavam as grandes fortunas do período imperial e republicano. Já o Sion, foi um colégio que, num primeiro momento, acolheu as filhas de diplomatas estrangeiros cujos pais queriam proporcionar uma educação refinada, católica, em colégio de freiras, ao contrário das moças brasileiras que até o Segundo Reinado não tinham acesso à escola. O Collège de Sion e seus rivais posteriores proporcionaram uma formação que transplantou com êxito para o Brasil a França aristocrática. Outras importantes instituições foram criadas e freqüentadas pela elite no Rio de Janeiro, entre elas: Cassino Fluminense, Club dos Diários, Jockey Club e Teatro da Ópera.

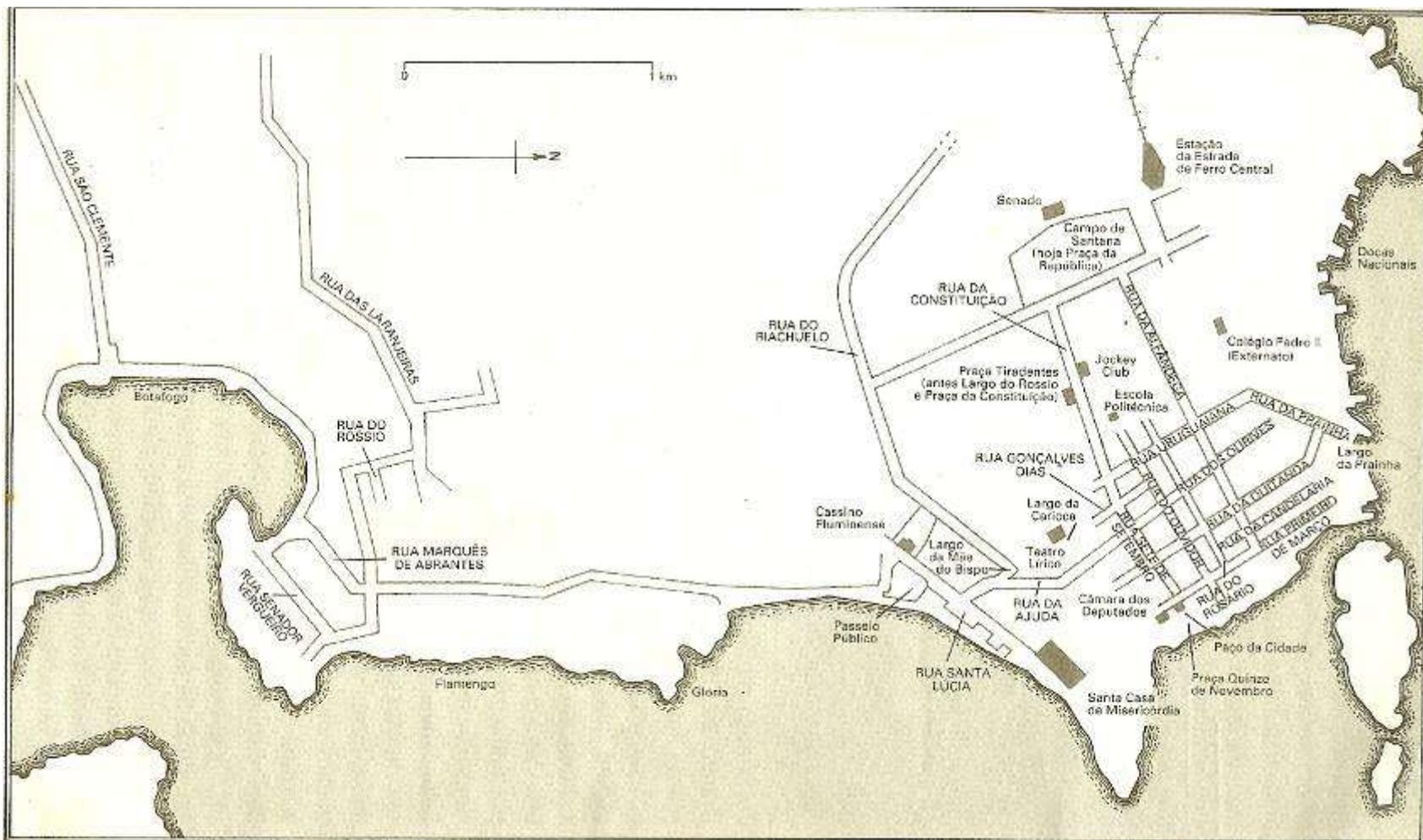
Foi neste período que deu-se início à formação da “Alta Sociedade Carioca”. Os salões do Club dos Diários e do Jockey Club eram conhecidos pela presença da “nata” da sociedade, uma alta sociedade com hábitos de luxo e requinte inspirados no modelo europeu. Nesta época, já havia lugares exclusivos para esta camada social.

A Cidade Velha, onde todos mantinham escritórios e freqüentavam clubes, e onde as mulheres iam às compras, tomavam chá e passeavam, era um espaço restrito com cerca de 1,6 km quadrados, dentro de cujos estreitos limites pulsava o coração da cidade – talvez uma dúzia de ruas, contando as mais importantes para a elite. Primeiro de Março, Quitanda, Rosário, Candelária, Alfândega: nestas ruas concentravam-se a importação e exportação, as instituições financeiras e as bancas de advocacia. Ouvidor, Gonçalves Dias, e, após 1904, a Av. Central (depois Rio Branco) eram as ruas do comércio varejista de luxo, dos jornais e das livrarias, dos cafês elegantes, casas de chás e dos clubes exclusivos. As antigas mansões, no momento abrigando repartições públicas, ao lado dos teatros e de uns poucos clubes, encontravam-se espalhadas, embora a maior parte delas se concentrasse nas imediações das diversas praças e pequenos parques – as praças Quinze de Novembro, Carioca e o Passeio Público. No que diz respeito às áreas residenciais, deve-se lembrar quantos salões realizavam-se em residências situadas nos bairros do Flamengo e Botafogo. Sem dúvida era uma elite que se concentrava na mesma vizinhança. Quando se considera que esta elite era um grupo com provavelmente não mais do que quinhentas famílias, as quais mantinham um estreito relacionamento capaz de se estender por gerações, (...) torna-se evidente o caráter extremamente personalista de tal mundo (NEEDELL, op. cit., p. 129).



Figura 6 – Rua do Ouvidor - 1885

Fonte: Fernandes Junior e Lago (2004, p. 157)

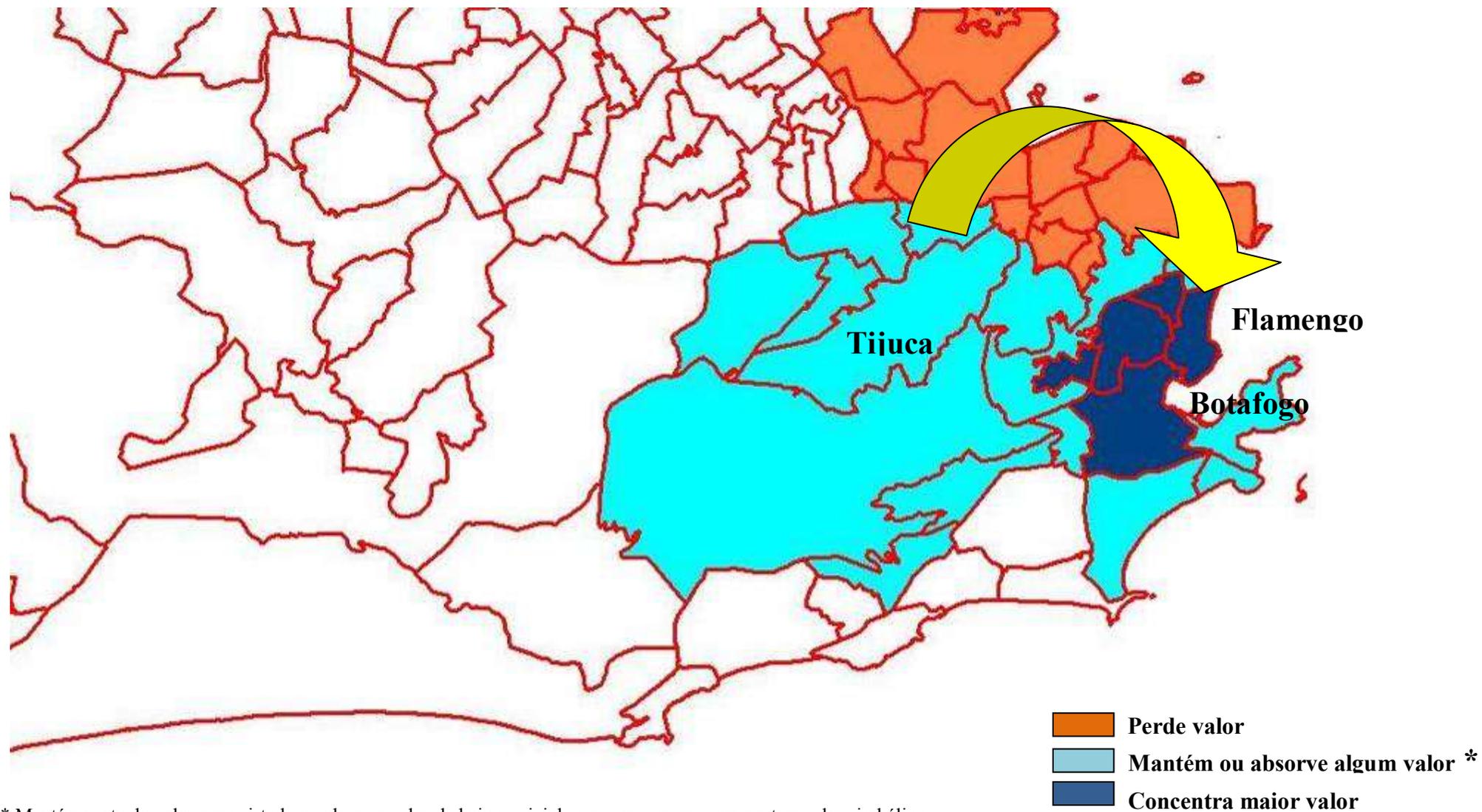


Mapa 4 – Cidade Velha Carioca e a Zona Sul Imediata em 1890

Fonte: Needell (1993, p. 59)

Outro aspecto importante a ser observado é a formação das famílias da alta sociedade. A genealogia dessas famílias apresentada na obra de Needell (op. cit.) deixa claro que o casamento era uma forma de preservar o grau de coesão do grupo. Essa prática é comum até os dias de hoje. Sobrenomes como Orleans e Bragança, Ribeiro, Nabuco, Guinle Taunay, Dodsworth, Duvivier, Paranaguá, entre outros, que já figuravam entre os de maior prestígio na época, encontram-se listados, por meio de seus descendentes, no livro de Helena Gondim (2006).

A forma como esse grupo, suas instituições e lugares se integravam possuía estreitos vínculos com a cultura européia, dominante na época. Os deslocamentos dos locais de maior prestígio no Rio de Janeiro - obviamente viabilizados pela prerrogativa da elite em legitimar o valor das coisas, pessoas e lugares - foram amplamente influenciados por essa cultura. Esses deslocamentos espaciais, tal como o empenho na preservação da identidade coletiva deste segmento social, constituíam estratégias incorporadas à reprodução social, que possibilitaram a apropriação de posições distintivas de poder. O poder aqui mencionado não se restringe a sua manifestação política ou econômica. Trata-se de um conjunto articulado de acessos, domínios, sentimentos de pertencimento e prestígio, envolvendo coisas, pessoas e lugares, que possibilita ao indivíduo ou grupo social alcançar posições claramente distintivas no espaço social.



Mapa 5 – Terceiro deslocamento - Zona Sul Imediata

3.1.5 Quarto deslocamento - direcionado à Zona Sul Oceânica I

Dando continuidade ao processo de deslocamento das áreas mais valorizadas do Rio de Janeiro, chega-se a esta etapa. Trata-se da grande valorização ocorrida na Zona Sul Oceânica I, ou seja, Leme e Copacabana. Entre os anos 1900 e 1940, tal como foi exposto anteriormente, a Zona Sul imediata e parte da intermediária viveram momentos de glória. Já nos anos 30, Copacabana começa a ameaçar a hegemonia dessas áreas.

Logo no início do século XX, o então prefeito Pereira Passos identificava em Copacabana o espaço da cidade com maior vocação para abrigar o seu projeto de “higiene urbana”. Em um Rio empestado pelas epidemias, Copacabana significaria o local perfeito em termos de salubridade. Conforme já exposto, no final de sua administração, em 1906, Pereira Passos inaugurou o Túnel do Leme, mais tarde conhecido como Túnel Novo. Foi ele também que revogou o decreto que permitia a livre construção em Copacabana, coibindo a proliferação de cortiços e moradias precárias. Essas medidas acabam, nas décadas seguintes, estimulando a ocupação da Orla por residências aristocráticas, iniciando um processo de substituição do Flamengo e Botafogo como locais mais valorizados da cidade. Desta forma, as construções simples e despretensiosas que existiam até então, foram aos poucos sendo substituídas por novos estilos arquitetônicos. Vilas francesas, palacetes ao estilo normando ou art-nouveau, proliferam sofisticadamente à beira-mar (PEREIRA, 1991).

A partir da inauguração, em 1923, do Hotel Copacabana Palace, nasce a imagem elegante e cosmopolita do lugar, que se evidencia nas décadas seguintes. Surgem nesta época os primeiros edifícios: o palacete Duvivier, Edifício Itaóca, Palacete Veiga, a Casa Rosada, Palacete São Paulo, Palacete Oceânico, entre outros, destinados exclusivamente as altas camadas sociais (PEREIRA, op. cit.).

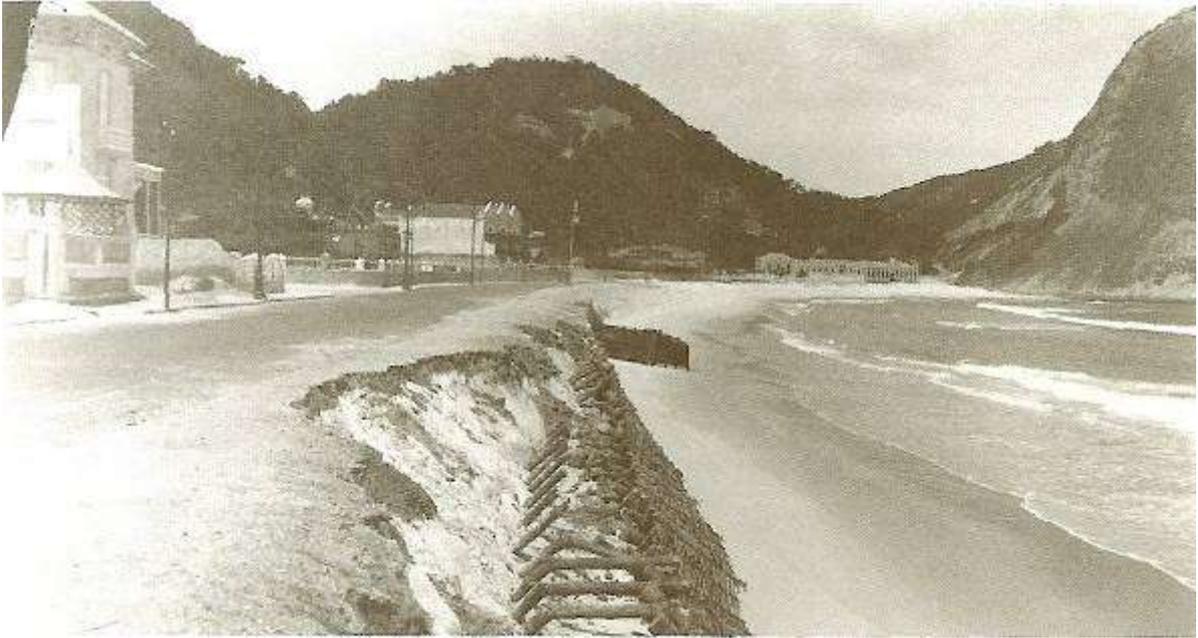


Figura 7 – Praia do Leme - 1920

Fonte: Gaspar (2004, p. 204)

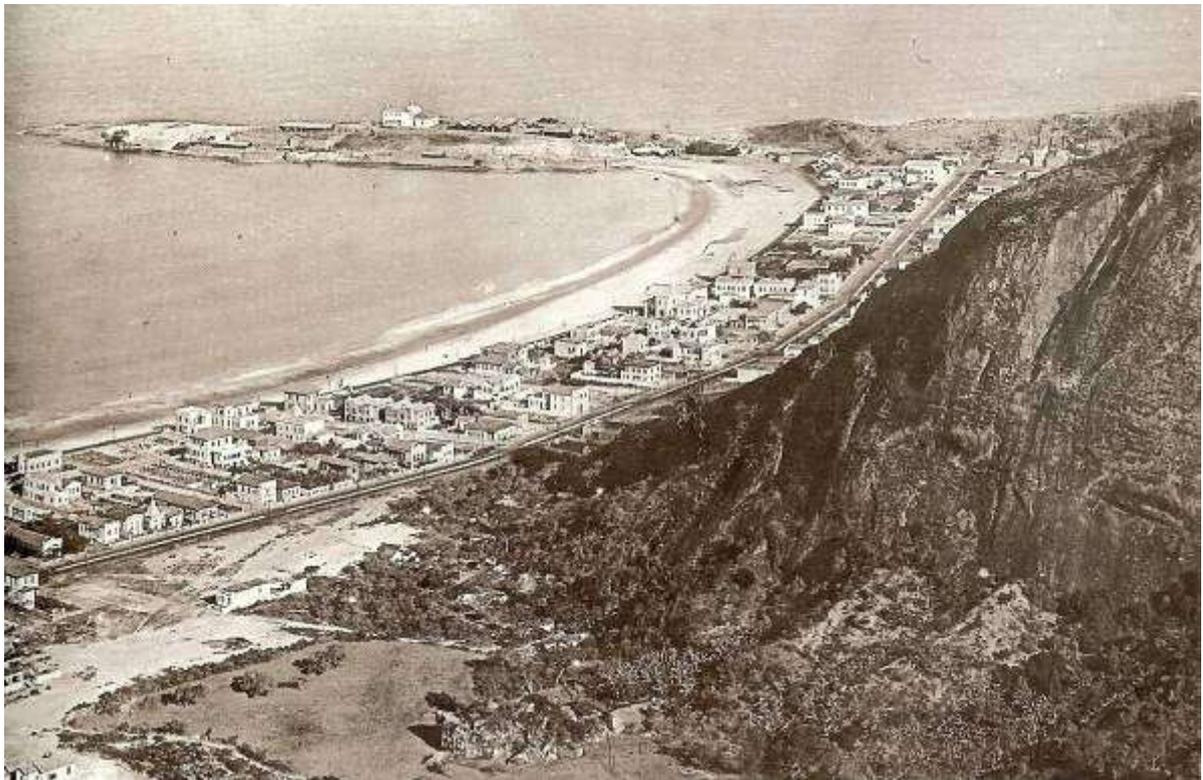


Figura 8 – Praia de Copacabana – 1912

Fonte: Gaspar (2004, p. 211)

O crescimento de Copacabana intensificou-se com o surgimento do vigoroso processo de industrialização iniciado nos anos 30 durante a era Vargas, quando ocorreu profunda mudança qualitativa na demanda por bens e serviços das classes média e alta. Para essas classes, Copacabana surgiu como símbolo da modernidade e da funcionalidade à altura dos valores burgueses e da prosperidade deste segmento da sociedade. Ao mesmo tempo, atraídos pelo crescimento dos serviços de baixa qualificação, desloca-se para esta região um grande contingente de trabalhadores oriundos dos subúrbios. Com a necessidade de morar perto do trabalho, surgem as favelas na Zona Sul, como alternativa de habitação para essa população de baixa renda (LAGO, 2000).

Morar em Copacabana transformou-se em símbolo de status. A indústria imobiliária, estimulada pela demanda e pela falta de leis de zoneamento e ocupação, construiu freneticamente novos edifícios, tendo a explosão imobiliária acontecido, com mais força, a partir da década de 1940. Nesta altura, Copacabana já era um dos bairros mais caros do Rio. Morar em Copacabana, entre os anos 1930 e 1940, era considerado chique. A partir dos anos 1950, era considerado o “máximo”. Nas décadas de 1940 e 1950, o número de empresas da construção civil no Distrito Federal saltou de 372 para 773. Copacabana pulou de 17.823 habitantes, em 1920, para 228.252, em 1980, passando de uma densidade de 45 hab/ha para 700 hab/ha. (CARDOSO, 1986).

O comércio em Copacabana foi se transformando à medida que o bairro crescia, ao ponto de Copacabana tornar-se um importante subcentro da cidade.

A partir de 1945, estabelecimentos comerciais dos mais diversos ramos, sediados no Centro, abriram filiais em Copacabana: a confeitaria Colombo ,trazendo a tradição do Centro para um bairro moderno, tornou-se “o ponto de encontro da elite carioca no mais elegante bairro da cidade”; o Príncipe (roupas masculinas infantis e infanto-juvenis), que “veste hoje a geração de amanhã”; a Casa Gebara (tecidos), que se instalou em Copacabana para atender “a nata da sociedade carioca”; a Casa Gelli (móveis e decoração); Casa do Bastos (sapataria) depois de 50 anos na rua Uruguaiana; a Imperial, tradicional loja de moda feminina; a Casa Barbosa Freitas; A Casa Olga (meias); as Lojas Americanas, a Cantina Sorrento, filial de um restaurante paulista (CARDOSO, 1986, p. 89).

Uma questão essencial a ser observada é que Copacabana começa a ser ocupada ainda sob forte influência da cultura européia. Flamengo, Botafogo e Laranjeiras eram, até então, considerados bairros aristocráticos onde as classes abastadas construíam suas mansões, sob forte influência de orientações culturais européias. A Copacabana de Pereira Passos pretendeu

ser a continuação aperfeiçoada de seus “irmãos mais velhos”. Passos lutou por isso. Mas no auge do crescimento de Copacabana, já no período pós-guerra, enfraquece a influência européia e emerge a influência norte-americana. A ascensão da classe média no período Vargas viabiliza a cultura e o consumo de massa. Copacabana simboliza justamente esta transição de influências estrangeiras no espaço social carioca.

Era a chegada de novos tempos. Até a primeira guerra mundial, a elite brasileira acreditava na Europa como um cosmopolita e, politicamente estável, modelo de desenvolvimento para a América Latina. O Brasil tinha vivido até então a sua *Belle Époque*. Com o volume de recursos aplicados pelos países envolvidos na guerra, a Europa entra numa grande crise econômica. Os gastos da Inglaterra com o conflito mundial levaram ao declínio de sua influência econômica e política, exercida durante o século XIX. No decorrer da década de 1920, enquanto a Inglaterra diminuía de forma substancial seus investimentos no Brasil, os dos EUA aumentavam rapidamente. Os investimentos diretos norte-americanos no Brasil passaram de 50 milhões de dólares em 1914, para 557 milhões em 1930 (SKIDEMORE, 1998).

Quando a primeira guerra mundial terminou, o Brasil via-se frente a novas influências filosóficas, artísticas e literárias européias. O futurismo e o surrealismo passaram a ameaçar os ícones do pensamento do velho mundo. Todo este movimento chega ao Brasil influenciando intelectuais e artistas da época. Em 1922, surge o movimento modernista brasileiro com a Semana de Arte Moderna realizada em São Paulo. Este movimento possuía um grande conteúdo anti-racista. A presença do “não-branco” passa a ser valorizada como parte da nossa composição racial, opondo-se à idealização do branqueamento da sociedade brasileira de tempos anteriores. Com o surgimento do Estado Novo e a ditadura de Getúlio Vargas, ergue-se um aguçado senso de importância da cultura popular como meio de aglutinação e apoio ao governo, de maneira a fazer com que o Brasil aparecesse de forma positiva no contexto internacional, considerando a condição de uma ditadura política.

Com o enfraquecimento da cultura aristocrática européia, o movimento de afirmação da cultura brasileira e a emergência norte-americana como a maior potência do planeta, abre-se espaço para grandes mudanças econômicas e culturais. Surge uma grande ofensiva cultural pró-EUA. O presidente Roosevelt designou Nelson Rockefeller para dirigir um novo escritório cujo objetivo era a melhoria das relações culturais com a América Latina, em particular com Brasil. Este escritório recrutou talentos com Orson Welles e Walt Disney para fazerem filmes voltados para o fortalecimento dos laços culturais. Entre as produções

realizadas estava a criação do personagem Zé Carioca, por Walt Disney. A ofensiva cultural incluiu a visita de artistas e escritores norte-americanos. Na verdade, este impacto cultural não passava de uma preparação para facilitar a adoção de valores que tinham como principais objetivos o incremento dos investimentos econômicos frente a novos mercados de consumo e a consolidação do domínio, já incontestável, da grande potência sobre os seus vizinhos do Sul. Para se ter uma idéia, entre 1928 e 1937, 85% dos filmes exibidos no Brasil vinham dos EUA (SKIDEMORE, idem).

Os recursos empregados nessa conquista bem-sucedida foram os meios de comunicação, usados como parte da denominada política de Boa Vizinhança desenvolvida durante o governo Roosevelt. Sob a ameaça da conquista dos trópicos pelos nazistas, tentou-se atrair a simpatia pelo estilo de vida norte-americano, estratégia mais segura e eficaz do que a ameaça aberta de intervenção bélica. Nesse jogo, os norte-americanos elogiaram nosso café, nossa música e Carmen Miranda (TOTA, 2000).

Mas, setores da elite, com forte predominância européia em sua formação cultural, resistiam à invasão da cultura norte-americana. Num incidente ocorrido no show de Carmen Miranda no Cassino da Urca, em 1940, foi possível identificar a resistência a essa nova influência cultural. Segundo relato de Tota (2000, p. 16-17), a noite deste show foi reveladora.

Na noite de 15 de junho, a elite carioca que viu o show de Carmen Miranda no Cassino da Urca mostrou-se bastante refratária à cantora, recém-chegada de Nova York, onde se apresentara na Broadway, no rádio e no cinema. Logo no início Carmen cumprimentou a platéia com um “*good night, people*”. O público nem sequer reagiu ao inglês incorreto de Carmen. O certo seria *good evening*. Nem mesmo a faceta gozadora da americanização da Pequena Notável foi aceita pelo público. O mal-estar aumentou depois que ela cantou *The South American way*, rumba de autoria de Jimmy McHugh e Al Dubin, que, na interpretação da cantora, até chegava a parecer um samba. Um silêncio sepulcral foi a resposta do público que tinha ido ao Cassino para rever a pequena notável. (...) A reação estava, isto sim, mais próxima da atitude de um mazombo, para usar a expressão restaurada por Viana Moog em seu livro *Bandeirantes e Pioneiros*. Mazombo como símbolo do caráter brasileiro, que se manifesta desde os tempos da colônia. O mazombo, filho de portugueses nascido no Brasil, sofria de uma velha saudade daquilo que nunca havia sido, isto é, um urbanista dos grandes centros culturais da Europa. Pra aqueles brasileiros, qualquer manifestação cultural, ainda que popular, não poderia vir da própria América e, muito menos, dos Estados Unidos, identificado sempre com a “bárbara” cultura de massa. Eça de Queirós sintetiza o pensamento dos mazombos: para eles havia muito “mais civilização num beco de Paris do que em toda vasta Nova York”. O paradigma era a Europa, principalmente a França. A platéia julgava Carmen americanizada, distante da “civilização dos becos de Paris”

As diferenças regionais entre o Brasil e os Estados Unidos diminuía mediante o implacável avanço tecnológico que permitiu a expansão das estradas de ferro, dos meios de comunicação e da fotografia, componentes da padronizada modernização norte-americana. A padronização aconteceu em todos os níveis, principalmente no cultural. O cinema, uma grande inovação norte-americana, divulgou, mais do que qualquer outro meio, o *american way of life*, primeiro nos Estados Unidos, depois no resto da América. Os modernos e complexos meios de comunicação foram os principais instrumentos de divulgação de um americanismo mercantilizado (TOTA, 2000, p.21).

Tocqueville já previra que o americanismo, “(...) mais do que significar simples preponderância política, militar e econômica sobre a América do Sul, apontaria para um processo em que o atraso ibérico, sob o impacto das diferentes influências exercidas pelo seu vizinho anglo-saxão se converteria ‘às luzes’ e se modernizaria, rompendo com os fundamentos de sua própria história. Na primeira metade do século XIX, ele já afirmara que “cada povo que nasce ou cresce no Novo Mundo nasce e cresce, pois, de certo modo, para proveito dos anglo-americanos”

Conforme já mencionado, para dar seguimento ao plano de sedução, foi criado o *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs* (OCIAA), dirigido por Nelson Rockefeller. O órgão funcionou como uma verdadeira fábrica de ideologia, orquestrando a produção de empatias recíprocas na área de comunicação e informação. Este órgão tinha como missão promover a produção de filmes e notícias sobre os Estados Unidos. A Divisão de Cinema do OCIAA conquistou tanto Walt Disney quanto Carmen Miranda para a causa da “liberdade nas Américas”. Por seu intermédio, Walt Disney colocou sua tropa (Pato Donald, Mickey e companhia) a favor da campanha (TOTA, 2000).

Ao contrário dos demais bairros que o antecederam, Copacabana introduz a idéia do “estilo sem estilo”, propagada pela sociedade de consumo norte-americana que, apoiava-se em novos signos consumíveis e descartáveis. Em Copacabana, a elegância de uma elite refinada é parcialmente substituída pelo glamour hollywoodiano, difundido em revistas de moda e variedades, e através de produtos banalizados por sua propaganda.

Pode-se perceber então as distintas articulações simbólicas como dois momentos do processo de modernização da sociedade. O primeiro – belle-époque – enfatizando valores de uma elite que pretende-se distinguir do povo através de um chique refinado, luxuoso, grande classe, a exemplo da (sempre) aristocrática sociedade parisiense na qual espelha-se. O outro – que Copacabana inaugura – menos do que

uma ruptura, pode ser tomado como emblemático de uma tendência individualizante e democratizante – quando o universo da mídia, da ênfase no consumo e no lazer engendra uma cultura de massa hedonista e juvenil, antenada mais do que nunca com o presente. Esta cultura do aqui e agora, da juventude como valor essencial, vai privilegiar o novo, o moderno, em detrimento do refinamento de classe baseada numa hierarquização social (PEREIRA, 1991, p. 55).

Copacabana jamais se transformou plenamente num espaço típico da cultura norte-americana. De fato não houve uma ruptura mas uma transição. Esse processo ocorreu justamente no período de maior crescimento do bairro. Copacabana havia se tornado “um adolescente em crise de identidade”. Esse aspecto foi decisivo para o destino do bairro. Sua falta de identidade – ou mistura de muitas – contribuiu para um crescimento desordenado, o que o transforma num bairro partido. De um lado, eram favelas e apartamentos conjugados ocupados por uma população de menor renda. No meio, uma classe média que ocupava apartamentos de dois e três quartos, formada por indivíduos mais adaptados e empenhados no novo modelo norte-americano. Do outro lado (no sentido geográfico, à beira-mar), as camadas abastadas que ainda relutavam em aderir aos recém surgidos valores norte-americanos. Indivíduos educados sob uma sólida influência européia.

Essa forma de “democratização” de Copacabana, acelerada durante a década de 1950, foi possível graças a uma legislação que não previa limite de ocupação para a área nem a para adoção da habitação multifamiliar. Não havia nada que impedisse a construção de pequenos apartamentos para abrigar uma classe média ávida por estar junto ao prestígio e a modernidade que Copacabana representava.

Gilberto Velho (1989) realizou um importante estudo sobre os moradores de um prédio em Copacabana no início da década de 1970. Trata-se do seu trabalho clássico intitulado: A Utopia Urbana. O edifício chamava-se Estrela. Um prédio com 10 andares, com 16 apartamentos cada um. Seus 160 apartamentos, com cerca de 39 m² cada, abrigavam uma população de aproximadamente 450 pessoas. Apenas 25% dos moradores eram proprietários, o restante era de inquilinos. A maioria era de funcionários públicos de baixo posto. Como o Estrela, existiam diversos de prédios similares no bairro.

Com o objetivo de cruzar informações entre o perfil de ocupação do bairro e o do Edifício Estrela, Velho (op. cit.) aplicou 142 questionários aos moradores de Copacabana. O autor pretendia conhecer os motivos pelos quais haviam optado pelo bairro, suas origens, tempo de residência e perfil ocupacional. Cerca de 62% eram proprietários e 38% inquilinos; 42% eram cariocas, 8% de outras cidades do Estado do Rio de Janeiro, 47% de outros Estados

e 3% estrangeiros. Daqueles que vieram de outros bairros do Rio, 52% habitavam na Zona Sul e 48% na Zona Norte antes de migrar para Copacabana. O bairro que mais contribuiu com essa migração foi a Tijuca, com 27% do total.

Velho identifica também que os principais motivos para decisão de morar em Copacabana estavam relacionados à busca de status, ao estilo moderno de vida que Copacabana representava e à nova dinâmica de consumo associada a essa modernidade, amplamente justificada por seu pujante comércio local.

A partir do fim da década de 1960, Copacabana entra em decadência. A desfiguração do balneário, inicialmente planejado para abrigar as altas camadas da sociedade carioca, que continuava em busca de locais exclusivos, provoca o início de um novo deslocamento deste estrato em direção à Zona Sul Oceânica II, composta pelos bairros de Ipanema, Leblon, Lagoa e São Conrado.

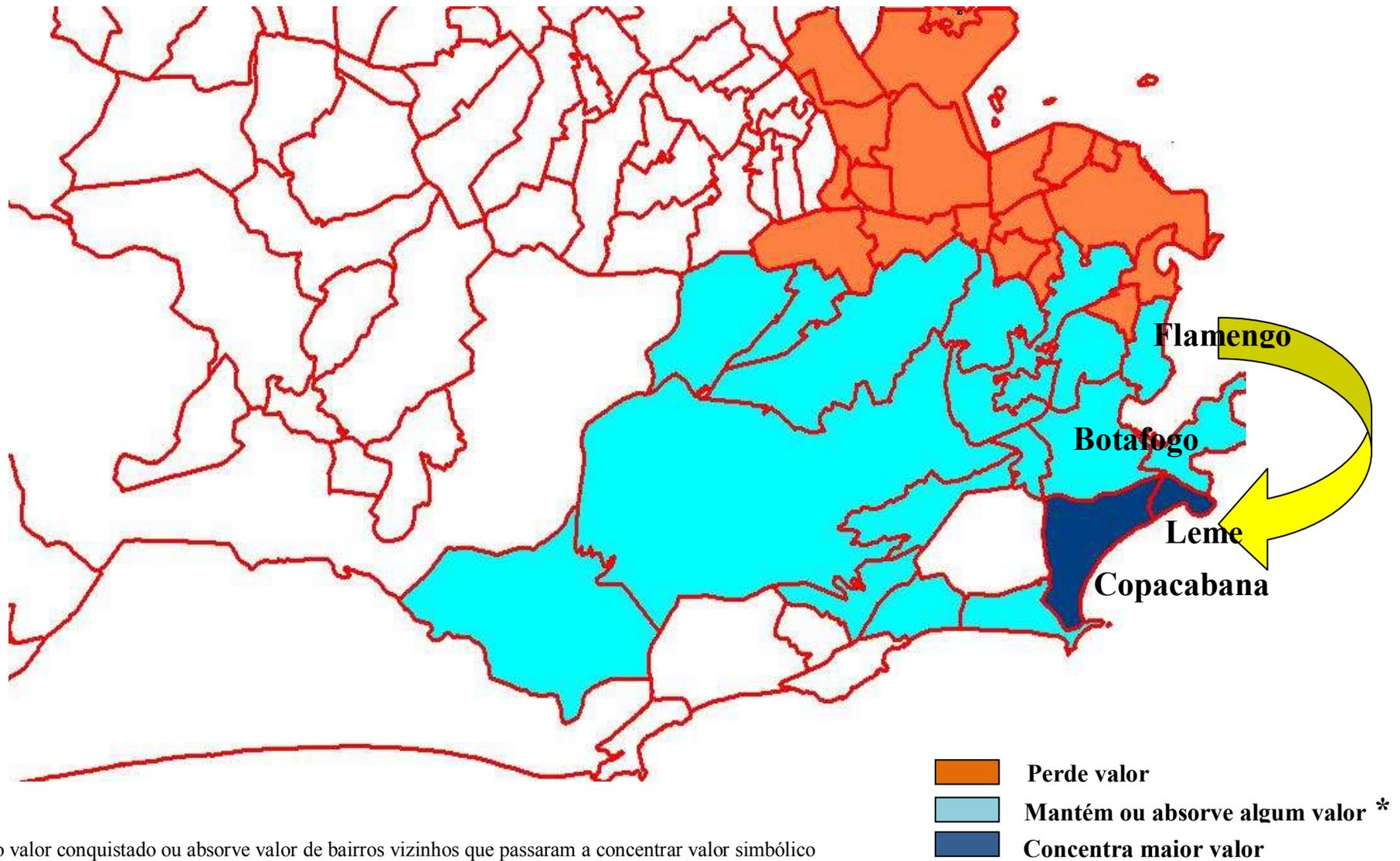
Há uma tentativa das autoridades públicas, a serviço da alta burguesia, de inverter este processo. A partir de 1964, período correspondente aos primeiros anos do regime militar, intensifica-se a retirada da população de baixa renda da Zona Sul, quando algumas favelas foram removidas da região (ABREU, 1997). Por outro lado, a “permissão vigiada” das que foram poupadas garantia a manutenção da mão de obra barata, principalmente doméstica, a serviço das classes dominantes.

A política de remoção de favelas implementada nesse período veio complementar um conjunto de ações públicas e privadas voltadas para a sobrevalorização dessas áreas. Cerca de 175 mil pessoas haviam sido removidas até 1968, mas só a partir desse ano, até 1973, o programa foi mais sistemático e intenso. Convém mencionar o caráter seletivo dessa política, na medida em que 70% dos domicílios removidos localizavam-se na Zona Sul, Tijuca e Méier. O resultado foi a perda de representatividade das favelas da Zona Sul: se, em 1950, 25,4% da população favelada estavam na Zona Sul, em 1970, apenas 9,6% ainda residiam na área. (CASTRO apud LAGO, 2000, p. 75).

A retirada de algumas favelas da região desacelerou, pelo menos por um tempo, a tendência de crescimento deste tipo de habitação na Zona Sul. Porém, essas medidas não foram suficientes para reverter o caso específico de Copacabana, já que muitas residências destinadas às classes médias menos privilegiadas eram absolutamente regulares. Tratava-se dos apartamentos conjugados e de quarto e sala.

Copacabana começa a apresentar taxa decrescente de crescimento no início da década de 1970. Já Ipanema, Leblon e Lagoa tiveram um grande crescimento no decorrer desta

década, induzido pela migração de boa parte do capital imobiliário para esses bairros. Esse processo de expansão da Zona Sul, como um todo, dá os primeiros sinais de declínio a partir do final dessa década. É importante diferenciar este processo de desaceleração, do novo deslocamento dos espaços mais valorizados da cidade. O que mais adiante pretendo demonstrar é que os deslocamentos dos espaços de maior prestígio e valor comercial encerram-se a partir da grande valorização da Zona Sul Oceânica II.



* Mantém parte do valor conquistado ou absorve valor de bairros vizinhos que passaram a concentrar valor simbólico

Mapa 6 – Quarto deslocamento – Zona Sul Oceânica I

3.1.6 Quinto deslocamento - direcionado à Zona Sul Oceânica II

Ipanema e Leblon, no início do século XX, eram bairros separados pelo canal da Lagoa. O Leblon não era nada além de um apêndice da Gávea. Do lado sul, estava o mar; ao norte, a Lagoa Rodrigo de Freitas; o canal do Jardim de Alah, a leste; e o canal da Av. Visconde de Albuquerque, a oeste. Apesar de Ipanema ter aflorado mais cedo, a história do Leblon é mais antiga. O Francês Charles Le Blond era proprietário, já em 1842, da área equivalente a Visconde de Albuquerque, General Urquiza e a orla (GASPAR, 2004).

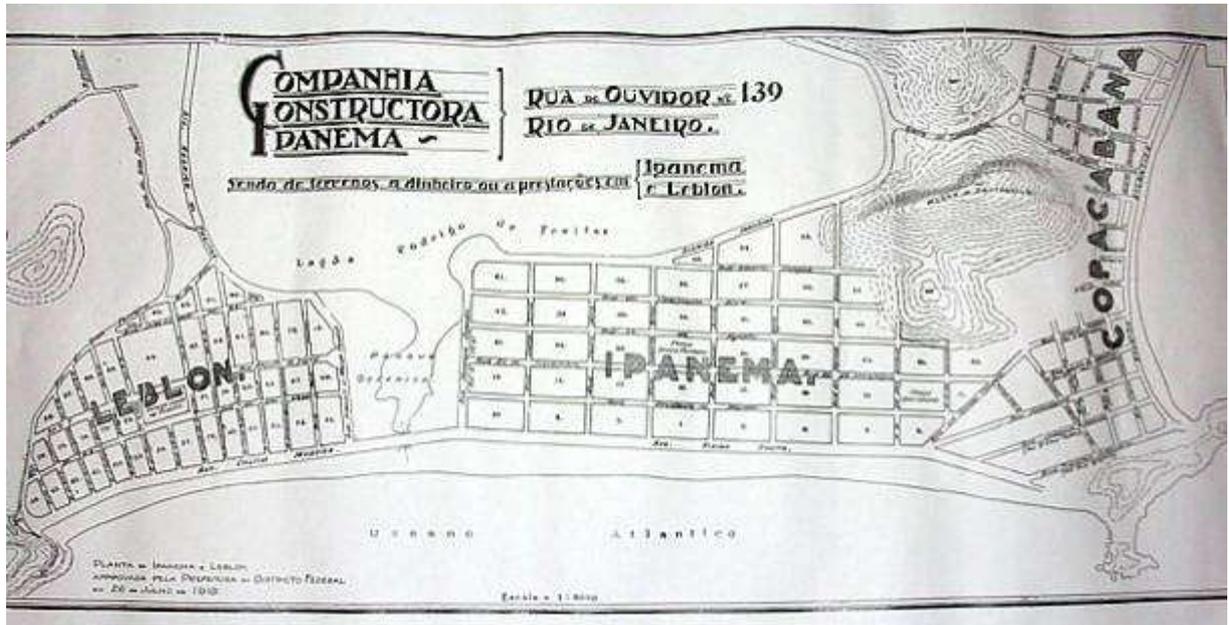
Já a fundação de Vila de Ipanema ocorre em 1894. A área que pertencia ao Barão de Ipanema desde 1886, nada mais era que um desvalorizado areal da Fazenda Copacabana. Só era possível atingi-la de canoa, de barco ou a pé. Apesar dos obstáculos naturais, o Barão decidiu explorar a área comercialmente. Ele e seu sócio, Coronel Antonio José da Silva, incumbiram-se de urbanizar a área. Em 1902, os bondes chegaram a Vila Ipanema, onde hoje se encontra a Praça General Osório. Em 1906, a Vila contava com 118 residências, em 1910, 175 residências. Graças à chegada do transporte público, expandiu-se o processo de loteamento e venda dos terrenos, planejado pelo Barão e seu sócio.

Ipanema cresceu um pouco isolada do resto da cidade. No início do século XX, ainda era uma boa opção para a instalação de estabelecimentos comerciais que davam suporte ao crescimento de Copacabana. Apesar do incentivo da prefeitura, nesta época, para construção nas áreas do Leme, Copacabana e Ipanema, por meio da oferta de isenção total de pagamento de qualquer tipo de imposto, o crescimento de Ipanema não avançava. Foi quando a Companhia Construtora de Ipanema, de propriedade de Raul Kennedy de Lemos e Otávio Rocha Miranda, assume a urbanização do bairro.

Entre as décadas de 1910 e 1920, são dados os primeiros passos em direção à ocupação de Ipanema. Durante essa década, começa a operar um novo ramal da linha *Tramways* em direção ao Leblon. Em 1916, a colônia anglo-americana residente no bairro funda o Rio de Janeiro Country Club, que veio a se tornar o clube mais fechado e exclusivo da “aristocracia” carioca.

Em 1920, Carlos Sampaio assume a prefeitura do Rio de Janeiro, executando, entre outras obras já comentadas, o embelezamento da Lagoa Rodrigo de Freitas e a construção da Av. Epitácio Pessoa. Em 1922, durante a comemoração do centenário da independência, foi incumbido pelo presidente Epitácio Pessoa de preparar o Rio para as comemorações. Por decreto, alterou o nome de diversas ruas de Ipanema para homenagear brasileiros que tiveram

participação ativa na luta pela independência. Surgem novos nomes de ruas em substituição aos antigos: Joana Angélica, Maria Quitéria, Garcia D'Avila, Barão da Torre e Visconde de Pirajá são alguns deles. Nesta mesma época, a antiga Praia Saneada, depois Av. Ipanema, passou a denominar-se Av. Eptácio Pessoa (BARATA; GASPAR, 1994).



Mapa 7 – Mapa de Ipanema e Leblon - loteamento da Cia. Construtora Ipanema – 1919

Fonte: <http://www.almacarioca.com.br/ipanema.htm>

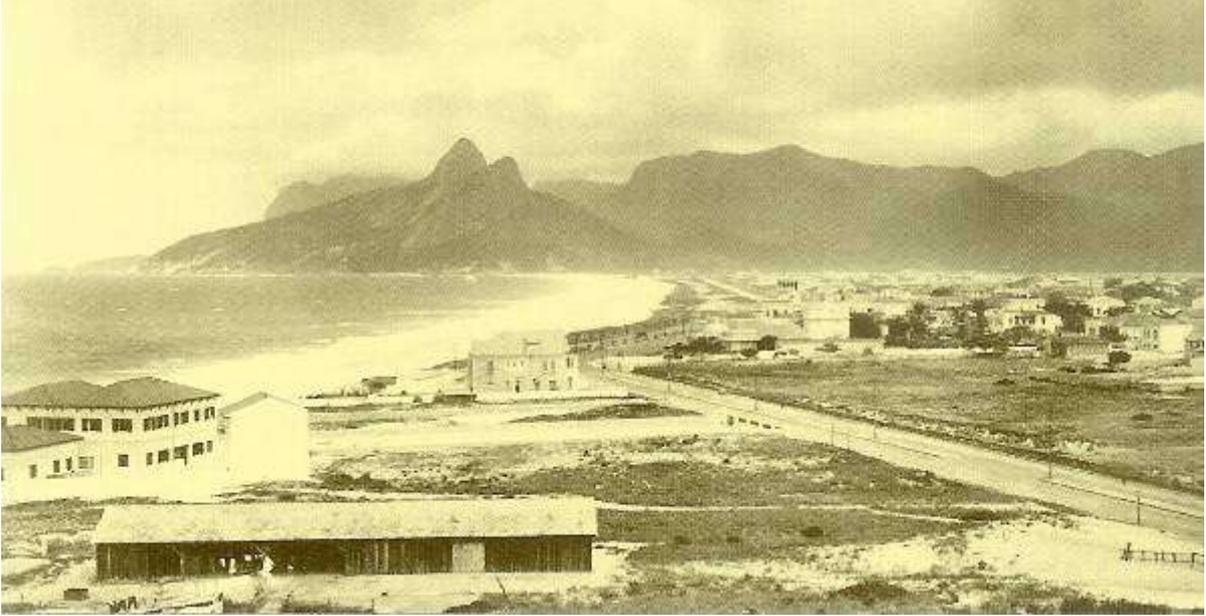


Figura 9 – Ipanema no início do século XX

Fonte: Gaspar (2004, p. 249)

A partir de 1930, Ipanema começa a crescer. O comércio se desenvolve, surgem os colégios Notre Dame e Rio de Janeiro. Em 1937, foi anunciado o projeto de urbanização das praias de Ipanema e Leblon que previa o nivelamento da faixa de areia, a plantação de milhares de coqueiros e seu ajardinamento.

Já nas décadas de 40, 50 e 60, os bairros de Ipanema, Leblon e Lagoa davam os primeiros passos de suas trajetórias de crescimento. Surgiam novos clubes, construções de edifícios residenciais e um comércio bastante desenvolvido. No entanto, até este período, essa região permanecia como um local charmoso, atraente, mas ainda sem capacidade de competir com o glamour e a sofisticação de Copacabana.



Figura 10 - Lagoa Rodrigo de Freitas em 1895

Fonte: Fernandes Junior e Lago (2004, p. 177)

É com relação a esse período que o escritor e roteirista Leopoldo Serran (2006) descreve brilhantemente as peculiaridades do bairro de Ipanema.

Era um mundo preservado aquela pequena faixa de terra espremida entre o oceano, a lagoa e as montanhas. Os acessos eram poucos, à direita o Leblon que era nada, à esquerda Copacabana que era tudo: grandes hotéis, bares na praia, boites elegantes, restaurantes franceses. As três ruas que ligam Ipanema e Copacabana simplesmente não eram atravessadas. Jamais algum turista ousou se aventurar além do Posto Seis, Ipanema não existia (SERRAN, 2006, p.176).

Era só olhar em volta para ver que os alemães foram muitos dos pioneiros a habitar a faixa estreita. Chalés suíços com seus telhados em ângulos agudos apontavam para o céu como flechas sonhando com neve impossível. Os restaurantes Berlin, Zeppelin, Renânia tinham em seus cardápios nomes difíceis de pronunciar: Eisbein, Sauerkraut, Kassler, Wurst, Apfelstrudel, Steinhaeger. E se alguns tiveram que mudar o nome durante a guerra, não mudaram o cardápio e o serviço. Equilibrando os pratos na bandeja, o Nicácio, o Vavá, o Pirata, o Gomes serviam as mesas sem o servilismo que era a marca das casas elegantes. Se quiser um garçom que acenda o seu cigarro, vá para Copacabana, a prostituta. Naquele território, que ia da Canning até o Bar Vinte, cortesia conhecia os seus limites (SERRAN, op. cit., p.178).

Bem vindos à década de sessenta. E, de repente, Ipanema era o Castelinho e um Brasileiro de Almeida criara a música do bairro. Os maiôs e as duas peças foram aposentados, o biquíni assumiu avassalador e os sentimentos ficaram mais baixos. A praia já não era exatamente do bairro, mas as mulheres eram tantas e tão jovens e tão belas e tão nuas que tudo aquilo nem parecia verdade. Ah, como era doce ser jovem

em meio a tão tenra carne! O Castelinho era a glória, o apogeu, a fama. Era o início do fim. Os primeiros turistas eram rapazes uruguaios e argentinos, alguns dos quais dormiam dentro de seus carros. Mereciam ali estar os desbravadores que cruzaram os limites de Copacabana em busca de novas terras (SERRAN, idem, p.180-181).

E então uma revista semanal fotografou num bar de Ipanema uma mulher fumando cachimbo e no fim de semana seguinte aquele agradável lugar onde se reuniam amigos estava tomado por curiosos que esticavam o pescoço em busca de um número de circo. Sabedoria de César: “O rei Mídia transforma em lixo tudo aquilo que toca”. O sucesso da Bossa Nova, o último esforço romântico, só ajudou a apressar o que era inevitável. Com a fama definitiva e as montanhas perfuradas, a avalanche de carros e visitantes era só uma questão de tempo. E as serpentes invadiram o paraíso (SERRAN, idem, p.181).

Apesar da região ter sofrido também com a especulação imobiliária, que tanto prejudicou Copacabana, o processo não ocorreu exatamente da mesma maneira. A existência, naquele momento, de uma legislação mais rigorosa, estimulou o deslocamento para o bairro, da burguesia carioca, que podia contar com um padrão de construção alinhado com o seu interesse por espaços exclusivos.

O crescimento desenfreado e sem critério de tamanho e forma que marcou o período da ocupação de Copacabana resultou na criação da lei municipal 525/50, que limitou o crescimento vertical nos demais bairros da orla oceânica, passando as novas construções a obedecer o gabarito de 4 pavimentos e 22 metros de largura (ABREU, 1997). Anos depois, a região sofreu com o afrouxamento das regras de construção que orientavam seu crescimento, mas como os fatos demonstram, esse aspecto não teve o mesmo peso para a Zona Sul Oceânica II como teve para o bairro de Copacabana. O contexto em que ocorreu o seu crescimento fez muita diferença.

A partir do final da década de 1950, o país vivia uma fase de amadurecimento cultural. Era um período em que as influências culturais, estrangeira e popular brasileira, estiveram presentes de forma mais harmônica. Nascia a Bossa Nova. Mais do que um estilo musical, era um movimento cultural genuinamente brasileiro, apesar de não ter origem popular. Foi um movimento que surgiu de um grupo de jovens músicos de classe média e alta, cujo berço foi o bairro de Ipanema.

Castro (2000) considera que a Bossa Nova começou a ser germinada muito antes de 1958, data oficial de seu início. Para ele o movimento também não morreu em 1968, como muitos afirmam. Sua batida de violão, piano e bateria iria ressurgir em contextos inesperados, principalmente fora do Brasil na década de 1990.

Foi no famoso endereço na Rua Nascimento Silva, em Ipanema, que Tom Jobin, em parceria com Vinicius de Moraes, compôs o clássico "Se todos fossem iguais a você", em 1956. Em 1957, compôs outro clássico, "Chega de saudade" e reencontrou João Gilberto. Alguns pesquisadores consideram que daquele encontro resultou a Bossa Nova. Vinicius de Moraes concordava, mas o tema é muito controverso.

Para Castro (op. cit.), ainda hoje se diz erroneamente que a Bossa Nova é um produto de Copacabana.

Afinal, não era lá que moravam Nara Leão (no famoso apartamento do posto 4), Ronaldo Bôscoli, Carlos Lyra, Roberto Menescal? Sim, e era lá também que ficavam o Beco das Garrafas e as demais boates (não havia boates em Ipanema nos anos 50 e 60). Mas, se o critério de aferição é este, há um argumento maior em favor de Ipanema: entre 1954 e 1960 – que foram os anos decisivos para formação da Bossa Nova –, todos os seus principais criadores eram cidadãos de Ipanema, com tudo que isso significa: viam-se dia e noite, bebiam, pescavam e compunham juntos, trocavam idéias, namoradas e harmonias. Ipanema, com seus estreitos limites geográficos, era o único lugar que tornava possível essa efervescência (CASTRO, idem, p. 57-58).

[...] embora a vitrine da Bossa Nova fosse Copacabana, o coração musical do movimento estava em Ipanema. Foi em Ipanema que Tom compôs, com Newton Mendonça, "Foi a Noite", "Caminhos Cruzados", "Discussão", "Domingo Azul do Mar", "Meditação", "Desafinado" e "Samba de uma nota só". Aqui ele compôs, com Dolores Duran, "Estrada do Sol", "Se é por falta de adeus" e "Por causa de você". (CASTRO, idem, p. 30).

A Bossa Nova chega num momento em que o Rio de Janeiro passava por mudanças radicais. Em poucas décadas, passa-se dos palacetes de Botafogo para os apartamentos de Copacabana e Ipanema; de Getúlio Vargas à ideologia do progresso liderada pelo governo de JK; do rádio à televisão. Era o momento de mostrar algo genuinamente brasileiro. Surgem os shows em vários clubes do Rio e de São Paulo. Em seguida, a Bossa Nova faz sua estréia internacional em um show histórico no Carnegie Hall, em Nova York.

O que teria a Bossa Nova a ver com a alta burguesia? Muito. Os membros deste movimento eram da classe média e alta da Zona Sul. Um de seus principais expoentes, Nara Leão, era de família tradicional, moradora da Av. Atlântica. A influência musical que inspirou a Bossa Nova foi o Jazz norte-americano, o eruditismo de Debussy e Ravel, segundo Tárík de Souza⁶ e, é claro, o samba. Exceto o último, eram gêneros musicais muito prestigiados pela alta burguesia, principalmente a mais intelectualizada. Sem falar no status internacional que a

⁶ Ver SOUZA, 2007

Bossa Nova adquiriu, fazendo admiradores em várias partes do mundo, inclusive entre membros da alta camada internacional. Com tantos predicados, a Bossa Nova não demorou a se tornar um dos gêneros musicais mais ouvidos nos salões da sociedade carioca na época.

Ipanema, como grande palco deste movimento, absorveu seu prestígio. Essa condição teve influência sobre a valorização do bairro, apontado até hoje como o mais charmoso e intelectualizado da cidade. Não se pode ignorar que a Bossa Nova assumiu, em algum nível, um papel equacionador entre a cultura européia, que influenciou fortemente a construção social da cidade até o início do século XX; a cultura norte-americana, amplamente difundida a partir do pós-guerra, que influenciou a construção social de Copacabana; e o samba de origem popular. A Bossa Nova tinha um talento mediador, com qualidade suficiente para se impor como expressão de uma cultura brasileira em plena maturação. Ipanema, de certa maneira, herdou esse mesmo talento mediador.

Um autor desconhecido⁷ fez uma síntese bem apropriada da ocupação de Ipanema por intelectuais, artistas e personalidades em geral, que fizeram do bairro o centro cultural da cidade

Os intelectuais ipanemenses:

Ipanema sempre foi um grande ponto de reunião de intelectuais. O “Bar Jangadeiros” era, nos anos 1950, ponto de encontro dos jornalistas da “Revista Manchete”. Seus membros eram conhecidos como o “Bando de Ipanema”: Rubem Braga, jornalista e cronista, Fernando Sabino, morava na Rua Canning; Paulo Mendes Campos; Elsie Lessa, cronista e colunista; aos quais juntavam-se o carioca Gláucio Gil, Eneida de Moraes, jornalista e moradora do Leme; Aldary Henriques Toledo, arquiteto e morador de Copacabana; Carlos de Azevedo Leão, arquiteto e desenhista, morava na Nascimento Silva; Carlos Thiré e seu filho Cécil, Millôr Fernandes, jornalista; Vinícius de Moraes, poeta, diplomata e compositor, morava na Gávea; o futuro arquiteto Paulo Hamilton Casé, morava em Copacabana; Hugo Bidet, chargista; Caio Mourão, idem; Samuel Wainer, jornalista. Nos fins dos anos 50, era o “Bar Jangadeiros” que possuía a maior serpentina de chope do Rio, o que o tornava ponto da boemia na Zona Sul. Se a Bossa Nova surgiu pelo violão de João Gilberto em 1958 na vizinha Copacabana, no prédio do “Snack Bar”, no “Posto Seis”; será em Ipanema onde ganhará foros de maioria. Encontravam-se com frequência no bairro, ora no “Jangadeiros”, ora no “Zeppelim”, botecos feios e sujos, até ser comprado por Ricardo Amaral em 1969 e reformado com gosto; ora no “Lagoa”, fundado em 1934, na Epitácio Pessoa, no. 1674, rebatizado em 1944; mas, principalmente, no “Veloso”, hoje “Garota de Ipanema”.

⁷ Ver SINDEGTUR, 2007

Os artistas ipanemenses:

Do grupo dos cantores ipanemenses, além dos acima citados, deve-se destacar a “Divina” Elizeth Cardoso, que morava na Nascimento Silva, no mesmo prédio de Tom Jobim; e a baiana Gal Costa, em princípio de carreira. O Tropicalismo na música, surgido em 1966, encontrou guarita em Ipanema. Chico Buarque, Gilberto Gil e Caetano Veloso e Gal Costa reuniam-se no “Bar Lagoa”. Gal chegou a batizar uma duna de Ipanema com seu nome, onde a juventude dos anos 70 fumava maconha. A duna, vizinha à outra, a do “barato”, paraíso dos “chincheiros”, era próxima ao velho píer do emissário submarino, o píer foi erguido em 1969 e desmontado em 1974. Era feio, mas era um “point”.

Os políticos ipanemenses:

A “República de Ipanema” era realmente habitada por figuras importantes da política nacional dos anos 50 e 60: Almirante Carlos Pena Bôto, carioca, Ministro da Marinha; Filinto Strübling Müller, Senador da ARENA; Marechal Henrique Duffles Teixeira Lott, carioca, Ministro da Guerra de Juscelino, morava na Vieira Souto; o próprio mineiro Juscelino Kubitschek, morava no Arpoador, depois mudou-se para uma cobertura na av. Atlântica, em Copacabana; Hélio de Almeida, ministro; Marechal Eurico Gaspar Dutra, mato-grossense, ex-presidente da República; Marechal Humberto de Alencar Castelo Branco, cearense, ex-presidente da República, morava na Nascimento Silva, donde saiu em 1964 para Brasília; e outros.

Este prestígio crescente do bairro de Ipanema alavancou outra atividade de grande valor para as camadas mais abastadas: a moda. Ipanema, a partir de 1961, tornou-se o centro da moda carioca e do Brasil. Até este momento, não havia butiques no local. Toda e qualquer compra mais sofisticada deveria ser feita em Copacabana ou no Centro da Cidade. Nesta ocasião é inaugurada a *Mariazinha*, primeira butique de Ipanema, dotada de grande prestígio até os dias de hoje. Depois veio a Bibba (1966), Aniki Bobbo (1968), a Frágil (1969), a Blu-blu e a Company (1972) (CASTRO, 2000).

Não se pode deixar de salientar a grande importância da presença do clube mais exclusivo do Brasil, o Country Club do Rio de Janeiro, para a condição de prestígio alcançada pelo bairro. Este clube foi inaugurado em 1916 por um grupo de 22 ingleses e 3 brasileiros, numa época em que Ipanema era um areal, um refúgio à beira-mar. Por causa do Country, a Light levou a linha de bonde até quase a divisa com o Leblon, conforme descreve Castro (2000, p. 96-97).

O Country, com sua maioria inicial de estrangeiros, foi decisivo para colonização de Ipanema. O trecho da praia em frente ao clube era tido com impróprio para o banho de mar e os filhos dos associados iam de carro ao Arpoador, fazendo com que, até 1930, o inglês fosse a língua dominante ali. [...] Nos anos 50 e 60, algumas estrelas da areia eram Tereza Souza Campos, Carmen Mayirink Veiga, Danuza Leão, Regina Rozemburgo e Isabel Barroso do Amaral. Os pobres (ou seja, os não sócios do Country) e os muito pobres (ou seja, os moleques da Praia do Pinto), também iam à praia ali, mas, que ninguém a isso os obrigasse, mantinham uma distância respeitosa, concentrando-se nas proximidades do Jardim de Alah e quase caindo no canal.

Se o Country sempre se espalhou por Ipanema, só uma fração da Ipanema penetrou até hoje no Country: seu limite de 850 sócios tem sido mantido desde quase a fundação e nem nas piores crises o clube pensou em aumentá-lo. Onde, para ser sócio do Country, não basta ser rico, bem-nascido e bem-educado. É preciso que algum associado morra e que a família resolva vender o título. O dinheiro nem é uma condição tão importante – diversos milionários (principalmente aqueles que ficaram ricos depressa demais) já foram barrados em sua pretensão de pertencer a ele. Ser muito famoso também parece depor contra: o colunista Ibrahim Sued, o homem de televisão Walter Clark (então o executivo mais bem pago do mundo) e até o ex-presidente Juscelino Kubitschek foram alguns dos desaconselhados a submeter-se a vontade do conselho – havia indícios de que ganhariam pelo menos três “bolas pretas” (na verdade, pequenos cilindros pretos), suficientes para derrotar quantas “bolas brancas” ganhassem.

Ipanema, sem dúvida, centralizou as transformações culturais ocorridas entre as décadas de 1950 e 1970, o que contribuiu para o crescimento dos demais bairros que compõem esta região. Ipanema, Leblon, Lagoa e São Conrado foram se transformando na medida de sua ocupação, e reprodução, pelas classes altas da sociedade carioca. Na região, cresceram bairros modernos, mas não um moderno sem cultura. Um modelo de modernidade com substância, capaz de criar um estilo de vida “genuinamente” carioca.

O Leblon demorou um pouco mais a surgir como bairro. Apesar de ter crescido à sombra do “irmão” mais famoso, disputa com ele a posição do metro quadrado mais caro do Rio de Janeiro, conforme demonstrarei adiante. Considerando apenas as residências de alto padrão, o Leblon costuma estar à frente no que concerne a valorização imobiliária.

Apesar da história do Leblon ser mais antiga do que a de Ipanema, como já disse antes, só em 1901 foi efetuado pela família Ludolf, proprietária da Cia. Industrial da Gávea, o primeiro loteamento no bairro. Em 1913, uma forte ressaca atinge Botafogo e Copacabana, exigindo grandes investimentos para a reconstrução da orla desses bairros. Obras de infraestrutura e melhoria das condições urbanas são então executadas. Em 1914, a CIA de bonde CFCJB recebe a concessão para estender suas linhas de Ipanema e da Gávea até o Leblon, atendendo aos interesses da família Ludolf, proprietária de grandes áreas no bairro, em fase de loteamento e incorporação⁸. Com a chegada do bonde no bairro em 1914, a ligação entre

⁸ Ver PLANO ESTRATÉGICO DO MUNICÍPIO, 2007.

Ipanema e Leblon, que até então não existia, se concretizou. Foram construídas duas pontes, uma ligando a Av. Delfim Moreira à Vieira Souto, e outra, ligando a Ataulfo de Paiva à Visconde de Pirajá.

O Leblon, embora mais tradicional e conservador em sua evolução, não deixou de ser uma extensão de Ipanema, com características mais residenciais. Neste bairro moram também muitos artistas e intelectuais que valorizam as características peculiares de sua cultura. O bairro possui um condomínio (na verdade uma associação) que concentra as casas mais valorizadas do Rio de Janeiro. Trata-se do Jardim Pernambuco, local de residência de vários membros da alta sociedade carioca. O Leblon foge do cosmopolitismo de Ipanema e se mantém como um bairro de grande vocação para o comércio de rua sofisticado e a gastronomia.

A Lagoa, localizada de forma central na Zona Sul, possui saída em todas as direções. Ao sul, Ipanema e Leblon; ao norte, o Jardim Botânico e o Túnel Rebouças, que escoam o tráfego da Zona Sul no sentido Zona Norte e Cidade Nova; a leste, Humaitá, Botafogo e Flamengo; a oeste, Gávea e o caminho para São Conrado. Tal como os bairros da orla, a Lagoa possui uma área de lazer intensamente procurada pelos cariocas. Sua fase de grande crescimento ocorreu no mesmo período de Ipanema e Leblon.



Figura 11 - Praia do Leblon - 1919

Fonte: Gaspar (2004, p. 42)

São Conrado deve seu surgimento ao comendador Conrado Niemeyer, que em 1915, com recursos próprios, abre a Avenida Niemeyer, criando um acesso direto para o local, via Leblon, tornando seu acesso independente da Gávea. O percurso foi doado como logradouro público à Prefeitura em outubro de 1916. Durante a gestão de Paulo de Frontin, a Avenida Niemeyer, prolongamento da Avenida Delfim Moreira, foi alargada e pavimentada. Ocupado mais recentemente do que os demais bairros dessa região, o adensamento de São Conrado ocorre dentro do mesmo processo de crescimento imobiliário que marcou a Zona Sul Oceânica II, iniciado no final da década de 1960 e estimulado pela inauguração da auto-estrada Lagoa-Barra. Apesar disso, nunca chegou a ter o nível de adensamento ocorrido nos demais bairros da Zona Sul. Ultimamente perdeu um pouco de sua atratividade, principalmente no entorno da Rocinha (Favela de São Conrado), em função de um período de conflitos entre traficantes da região. Com uma bela paisagem e uma praia pouco freqüentada, é ainda um bairro valorizado do Rio. Possui casas e prédios de altíssimo padrão, um dos

clubes sofisticados e exclusivos do Rio de Janeiro e é endereço do shopping mais freqüentado pela alta camada da sociedade carioca, o São Conrado Fashion Mall.



Figura 12 – Praia de São Conrado – 1910

Fonte: Gaspar (2004, p. 13)



- Perde valor
- Mantém ou absorve algum valor *
- Concentra maior valor

* Mantém parte do valor conquistado ou absorve valor de bairros vizinhos que passaram a concentrar valor simbólico

Mapa 8 – Quinto deslocamento – Zona Sul Oceânica II

3.2 A Barra da Tijuca

3.2.1 Concepção e construção do bairro

Tal como Copacabana, a Barra da Tijuca teve sua formação iniciada “pela porta dos fundos”. Ao contrário do que muitos acreditam, a Barra começou a ser sistematicamente freqüentada, como balneário, a partir da década de 1930. Os principais acessos surgiram através da construção de uma ponte sobre a Lagoa da Tijuca em 1939, que viabilizou o fluxo vindo da Tijuca através do Alto da Boa Vista; e por meio da Baixada de Jacarepaguá, possibilitando os fluxos oriundos dos subúrbios. Até a década de 1970, a Barra se restringia à Barrinha, núcleo primitivo de ocupação, ao Jardim Oceânico e à Tijucamar, loteamentos pioneiros dos anos 1930.

A partir do Alto da Boa Vista, ainda no século XIX, surge também a Estrada das Canoas, que possibilitou o acesso a São Conrado. Da Zona Sul, surgiu a Av Niemeyer, financiada com recursos privados, conforme já mencionado, dado o grande desinteresse do governo na exploração desta área; e a Estrada da Gávea que, unida à das Canoas, possibilitou o acesso à Barra via Joá (PINHEIRO; PINHEIRO, 2001).

Apesar dos acessos da Zona Sul para a Barra estarem disponíveis ainda que precariamente desde o início do século XX, não havia, até meados da década de 1960, interesse por parte dos moradores da Zona Sul em ocupar esta região. As praias da Zona Sul eram tidas como deslumbrantes pelos seus moradores. Copacabana e Ipanema concentravam todas as formas de prestígio.

Por todos esses motivos, os primeiros freqüentadores assíduos foram os moradores da Zona Norte e Oeste, especialmente os tijucanos, que deixaram raízes profundas na Barra da Tijuca. Lá passavam seus momentos de lazer na praia e construíram suas casas de veraneio. Os parques investimentos públicos até a década de 1960 na melhoria dos acessos à Baixada de Jacarepaguá e Tijuca, intensificaram ainda mais os fluxos vindos das Zonas Norte e Oeste da cidade (PINHEIRO; PINHEIRO, op. cit.).

A intensificação do processo de expansão pela Barra da Tijuca acontece a partir da década de 1970, período do "milagre econômico". Por meio da interferência do poder público, foi construída a Auto Estrada Lagoa-Barra, abrindo acesso a uma vasta área, ainda em grande parte em estado natural.



Figura 13 - Barra da Tijuca entre as décadas de 1950 a 1960

Fonte: Gaspar (2004, p. 261)

De 1973 a 1976, ocorreu o primeiro grande crescimento da Barra da Tijuca. Em 1973, a Barra detinha apenas 1,6% das áreas licenciadas para construção da cidade. Já em 1977, esta participação passou para 27%, enquanto a Zona Sul concentrava, em 1973, 35% das licenças, reduzindo a sua participação, em 1976, para 26%. O segundo momento de crescimento do bairro ocorreu no período de 1976 a 1982. Em 1983, a Barra da Tijuca concentrava cerca de 43% da área licenciada do Rio de Janeiro. O terceiro momento de expansão, entre 1986 e 1987, consolida a Barra da Tijuca como a área que concentra o maior potencial de retorno para os investimentos imobiliários (RIBEIRO, 1997).

Por um mecanismo semelhante ao ocorrido em Copacabana nas décadas de 1940 e 1950, a indústria imobiliária vende o “morar à beira mar” numa região que prometia ter as

vantagens da Zona Sul sem os problemas decorrentes de sua densificação. Da mesma forma que valores europeus marcaram o processo de evolução urbana até o início do século XX, valores modernos, ao estilo norte-americano, alimentaram a cultura dominante a partir do período pós-guerra. O crescimento mais acentuado da Zona Sul Oceânica, como um todo, ocorreu sob essa influência, mas o resultado final foi muito diferente do que aconteceu posteriormente com a Barra da Tijuca. Primeiro, porque a atuação do poder público, principalmente nas primeiras décadas da ocupação de Copacabana, tinha sua base em escolas européias. Segundo, porque parte da aristocracia carioca, com forte influência européia, já havia ocupado nesta ocasião, com seus palacetes e casas suntuosas, os bairros do Leme e Copacabana. Mesmo após a década de 1940, ainda era dominante a influência européia entre as camadas mais altas. Isso, de alguma forma, permitiu certo equilíbrio de influências durante o crescimento de Copacabana no período pós-guerra. Terceiro, os demais bairros da Zona Sul Oceânica foram ocupados essencialmente a partir de um novo deslocamento de indivíduos e famílias burguesas que detinham “alta cultura”, muitas delas descontentes com o crescimento de Copacabana ocorrido a partir de 1940.

A Barra da Tijuca, do final da década de 1960, ao contrário de Copacabana em 1940, não existia como espaço urbanizado, ou seja, agregado à estrutura urbana. Logo, não apresentava uma vida urbana, seja lá de que influência cultural fosse. A Barra era praticamente rural, servindo ainda como balneário para as famílias dos subúrbios e da Zona Norte.

Com o grande adensamento da Zona Sul e os problemas decorrentes da forma de ocupação dos seus espaços, o poder público investe na direção da Barra da Tijuca. Nesta época, vendia-se a idéia de que a expansão em direção à Barra era natural e inevitável. Esta concepção era coerente com o processo de segregação sócio-espacial iniciado ainda no século XIX, conforme demonstrado anteriormente.

Durante o período Carlos Lacerda (1961-1965), o governo desenvolveu um plano físico-territorial para orientar a expansão urbana, encomendado ao escritório de arquitetura *Doxiadis Associates*. O “Plano Doxiadis” propunha a descentralização urbana, a ser realizada a partir de uma estrutura polinucleada, desenvolvida em relação a dois eixos dominantes: o eixo norte-sul e o eixo leste-oeste, onde a nova centralidade (CBD - *Central Business District*) ficaria próxima a Santa Cruz. Este plano, tal como o plano Agache no passado, não chegou a ser executado. No entanto serviu de orientação para execução da Linha Amarela e

da Linha Vermelha, anos mais tarde. Foi também objeto de crítica, por parte de Lúcio Costa, em seu plano de desenvolvimento para a Barra.

É importante salientar que o polinucleamento caracteriza a estrutura urbana da maioria das cidades norte-americanas, exceto São Francisco, Boston e Nova York. Ao contrário das cidades européias e latino-americanas, a tendência é a concentração nas áreas centrais, favorecendo a presença de um núcleo forte (VILLAÇA, 1998). Muitos geógrafos consideram o Rio de Janeiro, pelo menos até o final do século XX, como uma estrutura urbana mononucleada.

A decisão de urbanizar a Barra envolvia grandes investimentos. Dessa forma, durante o governo Negrão de Lima (1965-1971), decidiu-se fazer uma ocupação planejada deste espaço. Encomendou-se ao arquiteto Lúcio Costa um plano urbanístico que transformasse a Barra num novo espaço urbano, criado segundo orientações modernas.

Lúcio Costa⁴¹ desenvolveu o plano piloto de urbanização para a baixada de Jacarepaguá. Este instrumento orientou a forma de ocupação da Barra. Costa considerava que o desbravamento da Barra significaria a terceira fase de expansão da Cidade. Como ele próprio comenta:

A criação, agora, da via-livre de acesso à Barra da Tijuca e à Baixada de Jacarepaguá, articulada as vias de comunicação já existentes – Realengo, o importante eixo Madureira-Penha, Grajaú, Tijuca –, conduzirá ao início da terceira fase, porque, o processo normal de urbanização tomando corpo, o círculo norte-sul se fechará e a perdida unidade será restabelecida. Desta constatação resulta que deverá fatalmente surgir na baixada um novo foco metropolitano Norte-Sul, beneficiado pelo espaço, pelo acesso às áreas industriais, pelas disponibilidades de mão-de-obra e por amplas áreas contíguas para residência e recreio, e que não será apenas um novo centro relativamente autônomo à maneira de Copacabana e Tijuca, mas, como se verá adiante, novo pólo estadual de convergência e irradiação (COSTA, 1976, p. 02).

Lúcio Costa (1976) não pretendia, com seu plano, apenas favorecer a expansão da Cidade. Mais do que isso, pensava a Barra como o centro capaz de integrar as Zonas Norte, Sul e Oeste. Uma visão que credenciava a Barra a assumir uma posição de CBD (*Central Business District*), rivalizando com o Centro da Cidade. Costa foi claramente influenciado, nesta direção, pelo plano do arquiteto Doxiadis, já referido. No entanto discordava da localização da centralidade proposta pelo plano de seu antecessor.

⁴¹ Lúcio Costa nasceu em Toulon na França; estudou na Royal Grammar School de Newcastle (Reino Unido) e no Collège National, em Montreux (Suíça), morando, nos últimos anos de sua vida, num apartamento no Leblon, Zona Sul do Rio de Janeiro (A HISTÓRIA DE BRASÍLIA, 2007).

O plano diretor Doxiadis-Associados – valiosa compilação e coordenação de dados visando ao estabelecimento de um arcabouço de infra-estrutura capaz de permitir o crescimento harmônico da cidade – plano elaborado com a cooperação de técnicos locais, dá a devida ênfase à dupla penetração no sentido da base industrial e portuária de Sepetiba e reconhece a fatalidade da criação de um novo pólo CBD (*Central Business District*) para contrabalançar o CBD original, isto é, o atual centro da cidade, mas propõe a sua localização em algum ponto ao longo deste eixo, de preferência na altura de Santa Cruz. É que na ânsia de atapetar o Estado de fora a fora para o ano 2000, ou seja, para amanhã, com uma trama esquemática uniformemente urbanizada, talvez subestimassem a carga propulsora representada pela implantação da BR-101, escapando-lhes então que – sem embargo do acerto da previsão de um centro complementar em Santa Cruz, vinculado à área industrial e portuária de Sepetiba – a baixada de Jacarepaguá é o ponto natural de convergência dos dois eixos leste-oeste, o norte, rodoferroviário, e o rodoviário do sul, através das brechas existentes entre as serras do Engenho Velho, dos Pretos Forros e o tampão de Valqueire, e que portanto é aí que o novo CBD deverá surgir (COSTA, 1976, p. 02).

A idéia apenas de um bairro moderno subestima as ambições de Lúcio Costa. Sua intenção era fazer da Barra da Tijuca uma verdadeira cidade. Ele rejeitava as formas de ocupação antes ocorridas no Rio de Janeiro. Como um bom modernista, associava a idéia de qualidade de vida urbana às relações entre homens e natureza, mais do que propriamente a construção do espaço concebido a partir das relações sociais. Essa abstração possibilitou planejar sua “cidade” considerando as necessidades objetivas dos homens, a preservação das características do espaço natural local e os processos necessários à dinamização deste conjunto. Isso não significa que ele tenha excluído, do seu projeto, áreas dedicadas às interações sociais. Praças, áreas de lazer e comércio em pontos espaçados foram efetivamente previstos.

Articulado aos edificios residenciais deverá haver um sistema térreo autônomo de lojas e toda sorte de utilidades, com passeio coberto de seguimento contínuo, como nas ruas tradicionais, embora quebrado por sucessivas mudanças de rumo, criando-se assim pátios, pracinhas e áreas de recreio para crianças, tudo com o objetivo de proporcionar a confluência em vez da dispersão (COSTA, 1976, p. 06).

Além de determinar a malha viária, com suas articulações, as edificações, às distâncias, suas tipologias, suas localizações, Lúcio Costa chegou a definir também as cores que deveriam ser usadas em determinada fachadas.

As áreas extremas, já definidas e parcialmente arruadas, inclusive aquelas onde se instalaram clubes e condomínios horizontais (as coberturas não devem ser pintadas de vermelho, e sim de branco ou verde-escuro) e que muito contribuem para a animação local, embora mantidos, deverão sofrer determinadas restrições (COSTA, 1976, p. 07).

Com isso, estavam prontos os alicerces para a construção do grande bairro, com ambições de cidade, como símbolo da modernidade do novo milênio. O plano de Lúcio Costa inverteu as condições de ocupação que caracterizaram os processos de urbanização anteriores, já que na Barra, o espaço foi pré-moldado, sem vínculos culturais explícitos. Na verdade, o plano de Lúcio Costa carecia de qualquer vínculo cultural com o espaço carioca, já que sua concepção de espaço era de natureza funcionalista e mecanicista, ao contrário do ocorrido anteriormente no Rio de Janeiro. Nos períodos anteriores, os espaços foram ocupados de acordo com uma lógica construída a partir das práticas sociais.

A ocupação da Barra da Tijuca, não aconteceu inteiramente da maneira como Lúcio Costa planejou. Interesses privados e o descaso do poder público provocaram distorções na concepção deste urbanista. Como se já não bastasse a polêmica em torno da concretização deste plano de ocupação, aconteceu a perda dos espaços planejados como ambiente propício a interações sociais livres de barreiras, para os condomínios fechados; a falta de prioridade na alocação da infra-estrutura que protegeria o ambiente natural, provocando a poluição das lagoas da baixada e de alguns trechos da orla; e a decisão do poder público de colocar sinais de trânsito ao longo da Av. das Américas, ao invés das passagens de nível para a circulação dos carros e pedestres.

Foi o Decreto 3.046/81 que viabilizou as alterações no Plano Lúcio Costa. Este decreto foi fruto de um grupo de trabalho instituído pelo então prefeito Júlio Coutinho. A princípio, contou com a participação de conservacionistas, representantes de entidades de classes, paisagistas e empresários. Em função de conflitos internos e a partir da constatação de que os interesses do setor empresarial vinham tendo hegemonia, os conservacionistas, paisagistas e representantes comunitários abandonaram o grupo, ficando no final, a cargo da Secretaria Municipal de Planejamento e do setor empresarial o detalhamento da lei. Com o decreto, uma nova legislação urbanística foi criada para a Barra e a Baixada de Jacarepaguá, alterando gabaritos, criando novas condições de parcelamento e autorizando a construção de hotéis-residências ao longo da orla. Estas alterações influenciaram essencialmente o perfil da região, produzindo uma verticalização acentuada e a diversificação de usos do espaço, sobretudo na Avenida Sernambetiba (MAIA, 1998).

O surgimento dos condomínios fechados restringiu as possibilidades de integração com os não-residentes da região. Argumenta-se que os condomínios foram uma resposta às ameaças crescentes, principalmente a partir da década de 1980, de violência. Este argumento serviu como pretexto - com certo grau de legitimidade, afinal havia de fato uma sensação crescente de insegurança – para uma nova forma de segregação urbana. Os condomínios passam a substituir o papel dos bairros, sendo locais relativamente autônomos e cercados.

Vale notar um fato relevante com relação à Barra da Tijuca. Os bairros que foram construídos a partir daqueles que vieram a ocupá-lo, usufruem de condições ambientais que representam a história dessa ocupação, criando uma imagem local que age como uma espécie de barreira social involuntária. Isso ocorreu tanto na Zona Norte como na Zona Sul e nos subúrbios. É difícil, para os que vêm de fora, adaptar-se a um espaço construído a partir da história dos seus próprios ocupantes. Já um espaço como a Barra da Tijuca, onde sua construção estava pré-determinada, atrai os mais variados tipos sociais.

Foi neste contexto que a Barra da Tijuca começou a surgir como bairro. Luciana Silva (2004) resume as principais obras ao longo dos primeiros anos de ocupação da Barra da Tijuca, orientadas pelo plano de Lúcio Costa.

A construção das vias de acesso e das vias internas é o marco mais importante. O Plano estabelecia duas vias principais – a Via 11 e a BR – e que até hoje são responsáveis pela circulação do bairro, e fazem ligação com os acessos do mesmo. Hoje, as vias de acesso se fazem através da Avenida das Américas: a leste, a ligação com a Auto-Estrada Lagoa-Barra e a Estrada do Auto da Boa Vista; a oeste, o Recreio dos Bandeirantes até a Estrada da Grota Funda, seguindo para Santa Cruz; e a Avenida Ayrton Senna, ligando Jacarepaguá com a Linha Amarela, fazendo a ligação do bairro com a Zona Norte. Uma primeira etapa da realização e ocupação da região se dá através da implementação dos condomínios fechados. Isso ocorre na segunda metade da década de 70 (...) Os primeiros desses núcleos foram os condomínios Novo Leblon e Nova Ipanema, este no entroncamento da Avenida das Américas com a Avenida Ayrton Senna, e aquele 1 km a oeste do primeiro, conforme padrões estabelecidos no Plano Piloto. Logo depois foram construídos os condomínios Barramares, Atlântico Sul, Riviera del Fiori, Village Oceanique e Terrazas da Barra, porém esses já não seguiram à risca o Plano Lúcio Costa, havendo modificações no gabarito permitido, espaçamento entre os condomínios e a não construção das edificações de serviço e comércio (SILVA, L., 2004, p. 74).

O resultado destes processos foi o crescimento vertiginoso do número de habitantes⁴²: em 1970, eram 5.779, passando para 172.768, em 2000, ou seja, uma população trinta vezes

⁴² Ver INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2007.

maior num período de trinta anos, o que demonstra a ocorrência de uma grande mobilidade espacial de alguns segmentos sociais, neste período.

Praticamente não existem trabalhos consistentes sobre migração intra-urbana no país, talvez por falta de dados confiáveis. Smolka (1992) procurou levantar a mobilidade intra-urbana no Rio de Janeiro com base em dados extraídos das guias de recolhimento do ITBI entre 1968/1988. Nestas guias, há o endereço corrente do comprador do imóvel. Conforme o próprio autor adverte, o nível de confiabilidade da pesquisa é relativamente baixo, já que esta informação só se encontrava disponível nas guias, entre 1985 e 1988. A pesquisa aponta que, neste período, 57% dos imóveis na Barra da Tijuca foram adquiridos por moradores da Zona Sul; 28,5% por moradores das RAs da Tijuca e Vila Isabel e os restantes 14,4% por moradores dos demais bairros da Zona Norte e Oeste da Cidade. Comprometeria os resultados, o fato do período coberto pelas guias ter sido muito curto, já que a ocupação, mesmo considerando apenas aquela que ocorreu de forma mais sistemática, começa em meados dos anos 1970. Outro problema é a informação limitada à origem do comprador do imóvel que, sozinha, não é suficiente para concluir se houve migração ou não, dos novos proprietários, pois muitos imóveis adquiridos na Barra, principalmente os chamados flats, destinavam-se à locação ou especulação. É muito razoável imaginar que boa parte dos recursos para fins de investimento e renda tenha tido origem na região da cidade com maior poder econômico, a Zona Sul. Conforme foi acima revelado, os primeiros ocupantes da Barra vieram fundamentalmente da Zona Norte, numa época anterior ao período marcado pelo vigoroso processo de crescimento do bairro. Esta informação demonstra que as regiões Norte e Oeste da cidade foram pioneiras na ocupação da Barra da Tijuca, o que implica em sua maior influência social no local. Augusto Pinheiro descreve a importância dessas regiões na ocupação da Barra da Tijuca.

Desde o início, e quem sabe até hoje, as relações urbanas, viárias, de lazer, culturais e talvez afetivas com a Barra da Tijuca deitam raízes profundas na Zona Norte do Rio. Ainda é comum ouvir de moradores tradicionais da Tijuca referências de quando a Barra era seu território quase exclusivo, até na denominação. Era lá que faziam seus piqueniques familiares na praia, eram lá suas casas de veraneio... (PINHEIRO; PINHEIRO, 2001, p. 71).

Seguindo as informações obtidas por Smolka ((1992), na pior das hipóteses, cerca de 43% dos imóveis foram adquiridos por moradores das regiões Norte e Oeste, o que é uma participação muito alta. Considerando que a renda nas Zonas Norte e Oeste é inferior à da Zona Sul, pode-se supor que as aquisições na Barra da Tijuca feitas por moradores dessas duas regiões tendem a ser para fins de moradia, o que reduz a possibilidade de que estas aquisições, ao contrário das realizadas por moradores da Zona Sul, visassem renda e investimento. Convém considerar, também, os inquilinos, que não foram tratados na pesquisa realizada pelo autor citado.

Na entrevista realizada com o gerente de informações estratégicas da maior construtora da Barra da Tijuca, foi obtida a informação de que os indivíduos pertencentes à alta sociedade, que residem concentradamente na Zona Sul, rejeitam morar na Barra, apesar de investirem muito na área. Compram imóveis comerciais, terrenos e mesmo alguns imóveis residenciais.

Comprovar a origem dos atuais moradores da Barra seria um árduo investimento com poucos resultados práticos, considerando os objetivos deste trabalho. O pequeno esforço neste sentido, feito acima, serve apenas para demonstrar que há fatos que indicam uma grande presença de ex-moradores da Zona Norte e Oeste do Rio de Janeiro. Sem falar na população flutuante que, com a Linha Amarela, ganhou uma via expressa para o bairro.

O que mais chama atenção na Barra da Tijuca é a sua semelhança com as zonas suburbanas das típicas cidades norte-americanas. Estas semelhanças surgem na disposição da malha viária; na densidade demográfica; no acervo arquitetônico; na presença dominante dos núcleos comerciais planejados; no baixo fluxo de pedestres; na alta dependência de transportes privados e no estilo de vida de seus moradores e freqüentadores. Os subúrbios norte-americanos são normalmente ocupados pelas camadas altas, que se instalam em grandes condomínios residenciais, diferentemente do que ocorre nas típicas cidades européias, caracterizadas pelas localizações residenciais mais valorizadas ao redor do centro. Não constitui uma gratuidade, a Zona Sul do Rio de Janeiro possuir características similares às das cidades européias, que são também as de alguns grandes centros norte-americanos, dotados de elevado grau de sofisticação cultural, como Nova York e Boston.

Castells (2000) destaca diferenças entre as estruturas urbanas das cidades européias e norte-americanas, em seus elos com as respectivas sociedades:

Nas cidades européias, ao contrário das americanas, as áreas residenciais realmente sofisticadas tendem a apropriar-se da cultura e história urbanas, localizando-se em áreas reabilitadas da cidade central, enfatizando o fato fundamental de que, quando a dominação está claramente estabelecida e aplicada, a elite não precisa ir para o exílio suburbano, como fizeram as frágeis e amedrontadas elites americanas para escapar do controle da população urbana (com as significativas exceções de Nova Iorque, São Francisco e Boston) (apud Villaça, 1998, p. 31).

Relato abaixo algumas impressões e fatos emblemáticos, após um longo tempo de observação sistemática, do espaço urbano da Barra da Tijuca.

De fato as calçadas da Barra cumprem restritamente sua função objetiva. As pessoas não passeiam nas ruas. Os menos privilegiados, utilizam-nas apenas como meio de deslocamento. Não há encontros casuais nas ruas. Praticamente tudo na Barra se faz de carro.

Já os condomínios fechados, segundo relato de alguns moradores com que conversei informalmente, não fomentam o convívio social, exceto o das crianças e adolescentes. Nos ônibus exclusivos dos condomínios, que levam seus moradores até o Centro da Cidade, “*os indivíduos entram mudos e saem calados*”, disse um deles. Num espaço urbano, construído a partir do individualismo utilitário, este comportamento é coerente.

Quanto à réplica da Estátua da Liberdade exposta na Barra da Tijuca, a forma mais comum de interpretar sua presença é o culto pelo estilo de vida norte-americano. Mas existem outras possíveis: a estátua pode traduzir a pretensa vocação do bairro para se tornar o grande centro do Rio de Janeiro, legado do plano que o concebeu. Seria a cidade símbolo da grande potência econômica mundial, agora em escala menor e numa versão sul-americana. Seja lá qual for a interpretação, que podem ser muitas, este símbolo permanece erguido para que não sejam esquecidos seus possíveis significados.

A Barra da Tijuca apresenta-se como um ambiente pronto. Esse pronto me sugere, em vários momentos, um certo vazio. A sensação é de que qualquer hábito pode ser bem vindo, desde que seja implementado por alguma celebridade. O condomínio Le Park, com edificações no estilo neoclássico francês, pretende ser um residencial chique, fazendo com que seus moradores possam se sentir mais aristocráticos. Outro condomínio, só de mansões, pretende ser como os condomínios típicos dos subúrbios norte-americanos. Em um terceiro condomínio, de prédios e casas, cada rua possui o nome de um grande pintor, impressionista ou pós-impressionista, como: Renoir, Monet, Cézanne, Van Gogh e Manet. Terminei este relato, com a declaração obtida na mesma entrevista, já mencionada anteriormente, com o

gerente de informações estratégicas da empresa, que é também empreendedora deste condomínio, que afirmou:

Quando vendemos esses apartamentos, patrocinamos um curso aqui mesmo no condomínio, para ensinar aos futuros moradores, algumas noções de história da arte. Assim, eles se sentem mais integrados ao conceito do empreendimento. Eles acham tudo muito chique e adoram se sentir parte de um ambiente sofisticado. Mas, a maioria, não tem qualquer conhecimento. Fazemos isso pra eles.

Conforme informa o site da Carvalho Hosken⁴³, em 2005 foi lançado um novo condomínio de luxo, o Residencial Bernini. Os detalhes do empreendimento são no mínimo extravagantes:

Um lava jato na garagem do condomínio, a contratação da empresa responsável pela segurança da Casa Branca e do Metropolitan Museum de Nova York, uniformes dos funcionários desenhados pelo estilista Carlos Tufvesson. Esses itens são alguns dos mimos projetados para os moradores do residencial Bernini, que será lançado em abril.

Tenho observado a estratégia imobiliária de lançar os condomínios na Barra da Tijuca como se fossem bairros. É possível que a intenção seja dissociar os novos empreendimentos da “marca” Barra da Tijuca e, ao mesmo tempo, possibilitar segmentações mais complexas. Dois bons exemplos desses novos empreendimentos são *o Cidade Jardim, com slogan “nasce a evolução dos bairros do Rio”* e a *Península, com slogan “o primeiro bairro ecológico do Rio de Janeiro”*. Repare nos anúncios reproduzidos a seguir que, no primeiro empreendimento, a Barra nem é mencionada.

Existem espaços na Barra da Tijuca que fogem à sua concepção moderna. O Jardim Oceânico, por exemplo, é um local charmoso, com um estilo de vida muito parecido com o da Zona Sul. Tudo pode ser feito a pé. Neste local, as calçadas possuem um certo conteúdo simbólico, pois as pessoas circulam por elas. Muitos se reconhecem por meio desses trajetos. Há uma atmosfera de proximidade nesta área. Este foi um espaço construído antes da Barra moderna. Por isso mesmo, possui uma atmosfera bem diferente. Outro refúgio da Barra é o Itanhangá. O principal condomínio no entorno do Itanhangá Golf Club possui casas antigas.

⁴³ Ver CARVALHO, Hosken, 2007.

Essas casas costumavam ser habitadas por famílias tradicionais que, num passado recente, não só ocupavam esta área, como também o Joá e o Alto da Boa Vista.



Figura 14 – Anúncio do condomínio Península

Fonte: www.peninsulagreen.com.br



Figura 15 – Anúncio do condomínio Reserva Jardim

Fonte: www.bairrocidadejardim.com.br

3.2.2 O *American way of life*

Pinheiro e Pinheiro (2001) consideram que a Barra da Tijuca, nos últimos anos, vem passando por um forte processo de americanização. Sendo um bairro relativamente novo, adapta-se a novos paradigmas, onde a classe média tenta recriar o espaço urbano que simboliza os valores da sociedade de consumo: Miami. Para o autor, essa atitude não parece ter base num profundo conhecimento da experiência norte-americana. Pinheiro tem razão: os traços da cultura norte-americana identificáveis na Barra da Tijuca estão mais para uma idealização, produzida a partir de interesses econômicos, do que propriamente para uma incorporação integral dos valores norte-americanos.

Esses traços estão por toda a parte. O bairro conta com aproximadamente 17 centros comerciais, entre shoppings e galerias, com nomes do tipo: Downtown, Barra Space Center, Nova York City Center, Barra Point; condomínios gigantescos ultraplanejados como Bayside, Wonderful Ocean Suítes e Sunshine Drive, onde a arquitetura das casas é predominantemente no estilo norte-americano, principalmente as mais luxuosas. Academias como Recreio Center Sport, Fit Center, Hot Center Academy, Downtown Fitness e Step by Step reforçam esses traços (PINHEIRO; PINHEIRO, op. cit.). A referência é o estilo de vida perseguido pela classe média-alta norte-americana segundo o qual o consumo é a expressão mais significativa do sucesso, da realização e da valorização social.

É importante ressaltar que o *american way of life* não é um estilo de vida idealizado pelo segmento que ocupa a posição mais elevada na sociedade norte-americana. Tal como ocorre no Brasil, este segmento possui também suas referências sociais nas altas camadas européias, conforme exemplificado pelo estudo de Pierre Bourdieu sobre a sociedade da Nova Inglaterra, citado mais adiante.

A constituição de novos estratos sociais, a partir da ascensão essencialmente econômica, em novo espaço urbano, construído dentro das premissas já comentadas, onde a aceleração de sua ocupação coincide com o auge da cultura norte-americana, resulta na fácil absorção de seus principais traços, principalmente o consumo, em particular o aspecto descartável que o caracteriza. Este “descartável” traduz-se na rápida obsolescência dos objetos: vestuário, produtos de decoração, lugares da moda, músicas, esportes; até mesmo as pessoas que hoje estão na moda, amanhã podem estar “obsoletas”. Por traz desta propensão está a facilidade de lidar com o efêmero, o que muitos especialistas consideram como sinal de ausência de cultura. Para que as coisas, pessoas e lugares sofram mudanças tão constantes de

valor e forma, é necessária a ausência de raiz cultural, de quem lhes atribui valor e do próprio objeto.

3.2.3 A nova sociedade emergente

A partir deste cenário moderno surge um novo estrato social: os emergentes da Barra da Tijuca. O trabalho da jornalista Gezimbra e Orsini (1996) sobre os emergentes da Barra contribui substancialmente para o delineamento deste estrato. Segundo Gezimbra e Orsini (op. cit.), a explicitação da existência dos ‘emergentes’ começou numa festa, em junho de 1994, oferecida pelo arquiteto e decorador Éder Meneghine, carioca de Jacarepaguá muito prestigiado pelos ricos da Barra da Tijuca. Meneghine tinha como clientes os novos moradores dos condomínios Atlântico Sul e Barramares, recentemente lançados e ocupados principalmente por egressos da Tijuca, Méier, Bangu e Realengo (GEZIMBRA, idem, p. 17). Segundo a autora, nessa festa, metade dos convidados era constituída por moradores da Barra e a outra metade por moradores da Zona Sul, pertencentes a ‘sociedade tradicional carioca’. Para não obrigá-los a se deslocarem até a Barra, Meneghine promoveu o encontro na Av. Vieira Souto, na Zona Sul, tentando uma aproximação com a outra parte de seus clientes, que até então ninguém conhecia. Aqueles que representavam a denominada ‘sociedade tradicional’ chegavam à festa de táxi ou em carros mais simples. Alguns poucos vinham com seus motoristas. Já os ricos da Barra, chegavam com roupas de marcas internacionais e em Mercedes último tipo, além de carros com seguranças que engarrafavam a Avenida Vieira Souto. Meneghine (apud GEZIMBRA, 1996) relata:

Eu criei sem querer um confronto entre duas sociedades. Ninguém sabia quem eram aquelas mulheres! Havia 14 fotógrafos da grande imprensa cadastrados para cobertura da festa, mas a sociedade emergente nem pensava em ser lançada nos jornais de todo o país. A colunista Hildegard Angel mandou uma fotógrafa cobrir a festa e todos foram fotografados. Foi quando aquelas mulheres lindas e maravilhosas apareceram ao lado de Nilze da Cunha Bueno, Helô Guinle, Glorinha Paranaguá, Helô Amado, Lígia Lowndes. Mulheres conhecidas cercadas de beldades completamente desconhecidas (Gezimbra, idem, p. 18)⁴⁴.

⁴⁴ Todos os sobrenomes citados na transcrição acima constam no livro de Gondim (2006).

Meneghine (apud Gezimbra, idem, p. 18) também registra que Hildegard Angel tomou a decisão de publicar as fotos no caderno ELA do O Globo no sábado seguinte, lançando, no universo das referências sociais da classe mais elevada, a sociedade emergente da Barra da Tijuca, que chamou de Nova Sociedade Emergente - NSE, em oposição à Antiga Sociedade Tradicional - AST. Segundo Meneghine, os emergentes foram colocados, pela imprensa especializada, em disputa com a ‘sociedade tradicional’, estimulando a discriminação: “*As pessoas tradicionais não aceitavam os emergentes*”.

Gezimbra (1996) faz a seguinte descrição do emergente:

Os emergentes oficiais têm outro astral. Nada têm a esconder e se orgulham de um passado e de um presente de lutas e de muito trabalho. São vitoriosos. Escolheram um pequeno paraíso, com amplo espaço e contato com a natureza para viver com os filhos. Gostam do que é bom e não poupam dinheiro com uma vida bem confortável, de manhãs ensolaradas, à beira da praia mais bonita da cidade, cercada de bens de consumo de luxo. Não são arrogantes, mas tripudiam quem desdenha da fama. É inveja, falta de dinheiro ou passado suspeito, dizem. São pessoas de modo de vida quase provinciano. Vieram do subúrbio do Rio, do interior do nordeste. Conquistaram uma sofisticação de primeiro mundo e adoram jóias, casas com piscina, carros importados, festas e, claro, a fama (GEZIMBRA, idem, p. 15).

Neste livro de Gezimbra (1996), são citadas apenas trinta e cinco famílias. Para a autora, essas famílias são as mais representativas da milionária sociedade emergente da Barra. Dessas trinta e cinco, apenas uma consta na relação do livro de Helena Gondim (2006). Trata-se de um casal de diplomatas que não reside mais na Barra. Segundo o catálogo de Gondim (2006), bem mais recente do que o livro de Gezimbra (1996), este casal reside atualmente em Copacabana.

Numa reportagem da revista IstoÉ do dia 10 de dezembro de 1997, intitulada: *Os emergentes fazem a festa*, Éder Meneghine declara que a Barra é o Olimpo social, a planície consumista sagrada da “Nova Sociedade Emergente”. Ele foi responsável por difundir nas mansões da Barra paredes amarelo-ouro, hidros de mármore italianos, quadros berrantes e retratos pintados a óleo da família. Diz ele: “*emergente adora amarelo, que é a cor do ouro*”.

Ainda na mesma reportagem, há um relato da maior de todas as emergentes: Vera Loyola. Informa-se que esta senhora cresceu com uma rede de motéis e outra de padarias chamada Biruta. Outro citado, Lirio Parisotto, médico de formação, ex-vendedor de carros usados de Caxias do Sul, dedica-se hoje a fabricação de fitas de vídeo. É dono da empresa Videolar. Na sala do apartamento de Parisotto, há uma tela de Pablo Picasso e outra de Portinari, entre as 55 telas que compõem sua coleção de arte. Com um chinelo barato nos pés

e um charuto cubano nas mãos abriu, na frente do repórter, uma garrafa de Pomerol Le Pin, um Bordeaux de cerca de 2 mil reais a garrafa.

Dando seqüência a reportagem referida acima, Jorge Guinle e Andrea Matarazzo, portadores de dois dos mais famosos sobrenomes da sociedade tradicional brasileira, declaram que a posição de “emergente social” não tem nada de nova.

Sempre houve novos-ricos. Minha família era assim no fim do século passado quando meu avô criou as Docas de Santos, afirma o hoje tradicional Jorge Guinle. Os imigrantes fizeram fortuna trabalhando e demoraram para ser aceitos na época, diz Andrea Matarazzo, atual presidente da Companhia de Energia de São Paulo e último conde da tradicional família de industriais. A diferença é que as fortunas do início do século foram consolidadas na produção industrial e na propriedade e, agora, são levantadas rapidamente, sem base de sustentação. E o que vem fácil, vai fácil.

O repórter expõe ainda o perfil de consumo desses novos ricos. Carros: Mercedes, Porsche e BMW. Relógios: Rolex e Bulgari; perfume: Blond, de Versace; cidade brasileira: João Pessoa; cidades estrangeiras: Miami, Nova York, Paris e Buenos Aires; balneário: Ponta Del Este e Angra dos Reis; jóias: só as italianas; lingerie: Victoria's Secrets; loja Sack's, de Nova York ou Miami. grifes: Versace, Dolce & Gabbana, Donna Karan, Mariazinha, Gisela Jatahy e Frankie Amaury; alta-costura: Regina Bogacian; óculos escuros: Fendi; maquiagem e esmalte: Dior, Lancôme e Mac; meia-calça: Fogal; livro: a Bíblia; autor: Sidney Sheldon; cantor: Emilio Santiago; cantora: Simone. É provável que parte desta lista já tenha se modificado. As cidades estrangeiras “preferidas” podem ter deixado de ser Miami, Nova York, Paris e Buenos Aires e ter passado a ser Londres, Tóquio, Moscou e Lisboa. Não importa. O que está em jogo é o prestígio de estar nos lugares e consumir produtos que, em determinado momento, foram valorizados pelos formadores de opinião desses indivíduos, justamente a sociedade tradicional. É de conhecimento comum que as ilhas do arquipélago de Angra dos Reis – apontado como balneário preferido dos emergentes pela jornalista – era tradicionalmente reduto das famílias da sociedade tradicional do Rio e São Paulo, tal como a cidade de Paris e, até certo ponto Nova York. Estes sempre estiveram entre os destinos preferidos deste segmento; sem falar em outros símbolos citados acima, associados aos ricos tradicionais. O que importa, neste caso, não é o conteúdo do que se consome, seja espaço, bens ou serviços. O projeto de vida desses indivíduos, que acabam influenciando também

suas famílias, é alcançar compensação de carências experimentadas ao longo de um período pouco privilegiado de suas vidas.

Apesar deste estrato social ter sido primeiramente identificado na Barra da Tijuca e associado a certas famílias deslumbradas com seu recente enriquecimento, faz-se necessário ampliá-lo um pouco mais, com a inclusão de outros tipos sociais. Lima (2005), na sua Tese de doutorado sobre os Emergentes da Barra, salienta a necessidade de considerar-se este segmento como “*pessoas com atitudes emergentes*”. Concordo com a autora, e vejo que este estrato, apesar do “estereótipo consagrado”, não pode deixar de incluir outros tipos sociais com características semelhantes e nem pode ser ignorada a sua capacidade de elaborar estratégias que permitam evitar o rótulo. O exercício de redefinir este segmento possibilita enxergar o uso de estratégias que visam escapar do olhar estereotipado. Por exemplo: o ato de sair da Barra para morar na Zona Sul seria uma forma de evitar o estigma. No entanto este segmento continuaria com os mesmos traços relevantes. Outra estratégia, muito utilizada, é a do “aprimoramento pessoal”, por meio de cursos de cultura geral e etiqueta, absolutamente superficiais. Existem vários em funcionamento. Não se pode esquecer também daqueles indivíduos que desejam arduamente conviver com as altas esferas da sociedade, mas escapam da classificação de emergentes porque não possuem grandes volumes de capital econômico e não moram na Barra da Tijuca.

Neste sentido, considerarei aqui *tipo emergente*, indivíduos e famílias com o seguinte perfil: perseguir hábitos de consumo que detenham alto prestígio; ter origem em famílias que careçam de prestígio social; e, principalmente, apresentar comportamentos que evidenciem a obstinação por projeção e mobilidade social.

Apesar da Barra da Tijuca ser o espaço urbano, no Rio de Janeiro, que melhor representa as características mais marcantes deste estrato social, em função de sua concepção e construção, considero também os indivíduos e famílias que eventualmente tenham se estabelecido na Zona Sul, desde que apresentem este mesmo perfil. A concentração na Barra deste tipo social não significa que os indivíduos e famílias deste segmento ocupam apenas este espaço. Realizar esta afirmação seria tão equivocado quanto considerar que todos os moradores da Barra, a partir de certo nível econômico, seriam indivíduos do tipo emergente. Conheço moradores da Barra da Tijuca com alto nível intelectual e social. Além disso, tenho informações, por meio das entrevistas feitas com corretores especializados em imóveis de alto padrão (expostas mais adiante), que existe um fluxo considerável de indivíduos e famílias da

Barra da Tijuca e dos subúrbios, em direção à Zona Sul, principalmente na Zona Sul Oceânica II, justamente em busca de status social.

Entre os emergentes existe um segmento composto por atletas de destaque, atores, cantores, modelos e ex-membros de *reality shows* que, por exercerem atividades de grande impacto na mídia, compõem, junto com os “novos socialites”, um segmento emergente denominado “novas celebridades”, muito presentes na mídia, em particular nas revistas especializadas na vida dos famosos.

As colunas sociais de hoje, via de regra, já não promovem mais a ‘sociedade tradicional’. Vários fatores podem ter influenciado nesta mudança: o comportamento mais discreto deste segmento, o que torna, ao mesmo tempo, desinteressado e desinteressante a essa forma de mídia; a percepção de que não existe, na maior parte da sociedade, a consciência de como funciona a estrutura social, possibilitando produzir a ilusão das “novas celebridades”; e a fácil mobilização e manipulação desses “personagens”, lançados pela mídia, de acordo com as necessidades comerciais e ideológicas de seus criadores.

Observatório da Imprensa, numa matéria do dia 20 de junho de 2001, chama a atenção para o fato de que o fenômeno das “celebridades” tomou conta de toda a mídia. Até o Jornal do Brasil, considerado mais intelectualizado, abriu espaço para este tipo de promoção. Conta a jornalista:

No meio dessas páginas (refere-se ao JB), eis que surge uma reportagem sobre uma sócia de Marta Suplicy, a “emergente” Wilma Magalhães. O texto nada fica devendo aos melhores já publicados pela revista de celebridades da Editora Abril. Nele, ficamos conhecendo a marca das peças que preenchem o guarda-roupa da moça, suas extravagâncias culinárias, suas críticas à sociedade tradicional, com argumentos pueris como “eles só servem champanhe choco” e uma complacente autocrítica (crítica?): “Sei que sou linda e perfeita”. No único ponto realmente importante da reportagem, sobre um “pavor do fisco” que a entrevistada teria e que justificaria sua falta de vontade em qualificar seu patrimônio, o texto sai de fininho.

As “novas celebridades”, por serem personagens, aparecem e desaparecem ao sabor das determinações do mercado. O preço pago para satisfazer os desejos de ascensão econômica e projeção social dos indivíduos que interpretam esses “personagens” é a vulnerabilidade de suas posições, inerente aos meios que os alçaram.

A Carta Capital de 7 de março de 2007 traz uma reportagem intitulada: *Fama para todos*, na qual, um dos entrevistados, o jornalista Sérgio Augusto declara sua indignação em ver atores da Globo em mais uma Bienal do Livro: “No antigo Egito, havia pragas terríveis,

como ratos e gafanhotos; nós temos as celebridades televisivas. Convidadas, indistintamente, para tudo, até para eventos onde em princípio deveriam se sentir mais deslocadas do que um vegetariano numa churrascaria ou o Papa num bacanal, não perdem uma boca-livre, são pragas onipresentes”.

Na mesma reportagem a filósofa Olgária Matos, da Universidade de São Paulo, opina: *“a sociedade do espetáculo é a da visibilidade total. Em decorrência do vazio espiritual da sociedade contemporânea, coisas sem nenhuma relevância tomam um espaço enorme”.* Olgária Matos lembra que o conceito de fama, hoje em voga, remonta às décadas de 50 e 60 do século XX. Até a aparição da chamada cultura pop, havia, para além do heroísmo, as figuras ilustres, sempre ligadas a alguma atividade. *“Era o grande político, o grande intelectual, o grande artista. Você ainda tinha a idéia do grande. E grandes são aqueles sem os quais o mundo seria incompleto”.* Depois dessa declaração, o repórter complementa ironizando: *“Imagine o que seria do mundo sem Luciana Gimenez, Adriane Galisteu e Kleber Bamban, ex-big Brother, digno de menções pelos feitos do último carnaval”.*

Graças à sujeição dos segmentos que carecem de capital cultural, a qualquer qualidade de idéias, o trabalho da mídia torna-se bem mais ágil e útil à dinâmica do mercado. A projeção desses ícones, de forma maciça e intensa, mantém o vigor do consumo.

Como não poderia deixar de ser, o fenômeno das celebridades, da forma como o conhecemos, iniciou-se nos EUA. As celebridades produzidas pela mídia constituem um fenômeno de grande repercussão na sociedade norte-americana, desde as primeiras décadas do século XX. Foram criadas por meio do poder e da riqueza expressos pela mídia de massa de alcance nacional. Na medida em que essas hierarquias e esses meios de comunicação passaram a dominar a sociedade norte-americana, novos tipos sociais surgiram, competindo com as senhoras de sociedade e com os homens ricos de linhagem (MILLS, 1968).

Tudo começou provavelmente na década de vinte quando as pessoas da sociedade começaram a se aborrecer com Newport (lugar de veraneio elegante, obrigatório, no princípio do século XX, às famílias de classe superior), e a procurar na Broadway, e depois em Hollywood companhias mais movimentadas e espirituosas. Os bares clandestinos durante a lei seca tornaram-se, então, encruzilhadas da Sociedade, da Broadway e de Hollywood (...) “A lei seca”, escreveu Fortune, “ajudou-os a sair das casas particulares e hotéis respeitáveis para os bares clandestinos, em busca de bebida a princípio, e depois de aventura; as indústrias de automóveis e rádio criaram milionários novos; o valor crescente dos imóveis mudou a sociedade de suas velhas casas de pedras marrons para apartamentos e reconciliou com as diversões padronizadas das massas, paralelamente aos novos domicílios padronizados em massa. E se as saias curtas a princípio fizeram com que erguessem as sobrancelhas,

Greenwich Village (bairro boêmio de Nova York, preferido de artistas e escritores) baixou seus padrões sexuais (MILLS, op. cit., p. 88).

A celebridade profissional, homens e mulheres, é o supremo resultado de um sistema de estrelas de uma sociedade que fez da competição um fetiche. Na América, esse sistema é levado ao ponto de um homem, por bater numa pequena bola branca e acertar com ela numa série de buracos no chão, com mais eficiência do que qualquer outro, ganha acesso social ao Presidente da República dos Estados Unidos (MILLS, idem, p. 89).

Em princípio, parecem existir muitas semelhanças entre o que ocorreu, e ocorre, nos EUA e na sociedade brasileira. Mas na verdade, o contexto é muito diferente. Primeiro que as estrelas americanas ficavam de fato milionárias com sua fama, pois foi uma indústria que prosperou rapidamente, não só por motivos mercadológicos como também ideológicos. Conforme já expus, alguns astros se engajaram em programas ideológicos financiados pelo governo norte-americano para reduzir resistências a sua influência ao redor do mundo. Segundo, este fenômeno começou ainda no início do século passado. As famílias das primeiras celebridades certamente tiveram muito tempo para amadurecer socialmente e gerar pelo menos duas gerações nascidas em berço de ouro. Terceiro que, apesar dos EUA terem sido colonizados, tal como Brasil, por europeus, desenvolveram uma cultura que se caracteriza pela padronização, inclusive no sentido de minimização dos níveis da hierarquia social. Até o início da década de 1980, os EUA apresentavam índices de distribuição de renda superiores à maioria dos europeus. Finalmente, a cultura norte-americana supervaloriza o capital econômico em detrimento dos demais tipos de capitais, como marca maior do sucesso individual.

Mills (1968) chama atenção para o fato de que, apesar da existência de celebridades ter obscurecido o que denomina de sociedade institucional, considera que o espetáculo lhes foi entregue pelas classes superiores, que se afastaram para se dedicar a outros interesses. Um bom exemplo deste comportamento *low profile* é o que ocorre nas altas classes da região da Nova Inglaterra, com um estilo de vida de influência européia.

3.3 Valor de oferta dos imóveis na Zona Sul e na Barra da Tijuca

Para fechar este capítulo, apresento abaixo os preços (ofertados), por metro quadrado, dos imóveis residenciais de alto padrão nos bairros da Zona Sul e Barra da Tijuca, fruto da pesquisa que realizei para a presente Tese, que será detalhadamente apresentada no quinto e sexto capítulos. O meu objetivo ao antecipar esta planilha, com os valores consolidados de

oferta de imóveis considerados aqui como de alto padrão, é demonstrar, deste já, os dados que evidenciam a interrupção do deslocamento do espaço de mais alto prestígio da cidade, na Zona Sul Oceânica II.

Logo abaixo, na Tabela 7 e no Gráfico 1, é possível identificar os preços, por metro quadrado, ponderados entre casas e apartamentos considerados de alto padrão.

Tabela 7 – Preços (m²) dos imóveis residenciais de alto padrão - Zona Sul e Barra

	Preço m ²
Santa Tereza	R\$ 1.662,29
Flamengo	R\$ 4.017,22
Laranjeiras	R\$ 2.924,52
Cosme Velho	R\$ 2.263,64
Urca	R\$ 4.849,93
Botafogo	R\$ 3.656,42
Humaita	R\$ 3.775,19
Jardim Botânico	R\$ 5.298,34
Gávea	R\$ 5.180,61
Copacabana	R\$ 5.696,22
Leme	R\$ 6.570,05
Lagoa	R\$ 7.929,62
Ipanema	R\$ 12.450,64
Leblon	R\$ 13.567,00
São Conrado	R\$ 5.378,74
Alto da Boavista	R\$ 1.459,77
Barra da Tijuca / Itanhangá	R\$ 4.218,63

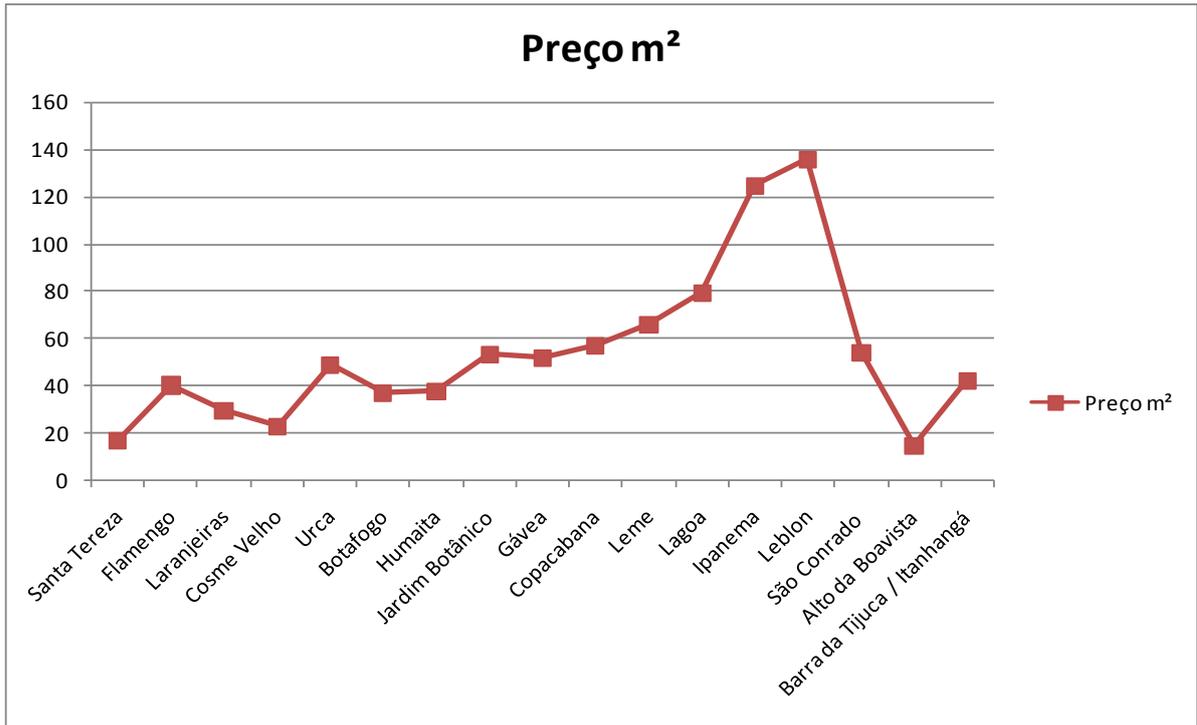


Gráfico 1 - Preços (m²) dos imóveis residenciais de alto padrão - Zona Sul e Barra

4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

4.1 Da “sociedade de consumo” aos espaços modernos: matriz filosófica

Conforme exposto no capítulo anterior, os impactos mais significativos da modernidade sobre a sociedade carioca ocorrem a partir da intensificação da influência norte-americana nos anos 1950. Até este período, predominavam, entre as classes dominantes, os costumes e valores da aristocracia e da burguesia européia.

Para melhor compreender os impactos dessas novas influências na estrutura social e urbana do Rio de Janeiro, exponho, neste item, a matriz filosófica da modernidade e da pós-modernidade, responsável por diversas mudanças sociais, políticas, econômicas, arquitetônicas e artísticas em todo ocidente. Procuro relacionar essas influências com o surgimento e a afirmação da “sociedade de consumo”.

A relevância deste item encontra-se também relacionada com a apresentação das primeiras interpretações das práticas de consumo, fundamentadas na teoria econômica- e desenvolvidas a partir da mesma matriz que gerou a própria “sociedade de consumo” e os espaços que a abrigam de forma privilegiada. Essa abordagem econômica do consumo continua sendo a principal norteadora das decisões de investimentos dos setores público e privado.

Este item serve como base para a compreensão da evolução das teorias em direção a uma abordagem cultural do consumo, razão do item 4.2 deste capítulo.

4.1.1. A revolução científica e o Iluminismo

A matriz filosófica da sociedade moderna tem sua gênese no materialismo mecanicista, no empirismo e no racionalismo, surgidos com a chamada “nova filosofia” do século XVII. Assim como os humanistas no Renascimento, mas numa escala maior, os adeptos dessa nova corrente do pensamento pretendiam agregar conhecimentos alternativos ao saber estabelecido. A química, por exemplo, deve muito à tradição artesanal da metalurgia; a botânica se desenvolveu a partir do conhecimento dos jardineiros e curandeiros populares (BURKE, 2003).

Embora alguns líderes deste movimento trabalhassem em universidades, como era o caso de Galileu e Newton, havia uma forte oposição à nova filosofia nos círculos acadêmicos. Em reação a essa rejeição foram fundadas novas organizações como a Academia do Experimento em Florença (1657), a Royal Society, em Londres (1660) e a Académie Royale des Sciences, em Paris (1666). Essas organizações acadêmicas, ao contrário das de tradição humanista, eram fortemente concentradas no estudo da natureza. A Royal Society, por exemplo, foi uma das primeiras a tratar de questões ligadas à cultura e aos costumes dentro de uma abordagem influenciada pelas ciências da natureza, servindo como referência inclusive para Leibniz, quando planejava fundar uma academia alemã em 1670 (BURKE, 2003).

Alguns fatores importantes começam a se articular a partir da revolução científica que se deflagrava: a quebra do monopólio da educação superior detido pelas universidades; o discurso de René Descartes que pregava a não aceitação como verdade de nada que restasse dúvida; o surgimento dos institutos de pesquisas e dos novos métodos apropriados ao estudo da natureza; e os letrados, principalmente na França, envolvidos mais do que nunca com as reformas políticas, sociais e econômicas. Este ambiente propiciou o movimento chamado de Iluminismo ou Era da Razão. As idéias do Iluminismo rejeitavam os dogmas estabelecidos, proporcionando muitas mudanças políticas e sociais. Originadas principalmente na Inglaterra, as idéias iluministas se irradiaram para a França e de lá, para o resto do mundo.

A *Encyclopédie*, obra publicada na França entre 1751 e 1772, pretendia apresentar todo o conhecimento acumulado na ciência, tecnologia e história. Além de ser recheada de novos conhecimentos, essa obra teve um grande significado simbólico. Significava uma nova visão sobre as questões humanas e da natureza, tidas até então como inquestionáveis (AZEVEDO, 1999).

Os iluministas preocupavam-se também com as crianças e as mulheres. Criticavam as práticas autoritárias da educação infantil, enfatizando que a liberdade era a melhor forma de promover o aprendizado. Já em relação às mulheres, foi publicado em 1792 *A Reivindicação dos Direitos da Mulher*, de autoria da inglesa Mary Wollstonecraft, tornando-se ela uma das pioneiras do feminismo (DANIELS; HYSLOP, 2003).

O Iluminismo foi tão libertador como restritivo. Oferecia a expansão ilimitada do conhecimento e, ao mesmo tempo, negava a metafísica. O que não podia ser observado dentro de certos critérios adequados à observação dos fenômenos da natureza, deveria ser tratado como mera especulação. Da mesma forma que este princípio libertava o homem dos dogmas

até então estabelecidos, criava mecanismos de legitimação que limitavam a visão do mundo ao método das ciências da natureza, o que resultou num novo sistema dogmático.

Foi por meio dos trabalhos do empirista Thomas Hobbes que surgiu a idéia de reduzir todo o conhecimento ao estudo dos corpos em movimento. Hobbes foi influenciado pelos estudos de Galileu, que procurou tratar o mundo como matéria em movimento e pelos trabalhos de René Descartes, que defendia a concepção de um método universal das ciências, independentemente do objeto de estudo em questão⁴⁵.

A “mecânica da matéria” levou a filosofia moderna a estabelecer que as ‘regras da natureza’ eram essencialmente econômicas. O princípio filosófico fundamental da economia é o de que a ordem deve produzir o melhor resultado por meio do menor esforço. Assim sendo, todo saber deveria originar-se desta mesma lógica. Este pensamento não influenciou apenas a física, mas também a biologia, as ciências sociais e a psicologia (ABBAGNANO, 2000, p. 298).

Dentro desta lógica, Hobbes explicava mecanicamente a percepção humana, a partir das excitações transmitidas pelo cérebro. Desta forma, a imaginação seria um agrupamento de fragmentos de sensações e, a memória, um reflexo das sensações acumuladas. Portanto, a origem de todo o conhecimento seriam as sensações. Por consequência, os valores morais seriam determinados somente pelo interesse e pela paixão proveniente das sensações. Na fonte de todos os nossos valores estaria o instinto de autopreservação, ou seja, o esforço próprio de todos os seres humanos para aproximar-se das sensações que lhes agradam e fugir das que lhes desagradam (ABBAGNANO, op. cit.).

Posteriormente John Locke, influenciado pelas obras de Francis Bacon, Descartes e Hobbes, contribuiu para a evolução do pensamento econômico e do método das ciências naturais, propondo a idéia de que a filosofia deveria cumprir seu papel essencialmente moral, numa perspectiva prescritiva do termo, proporcionando uma norma racional para a vida do homem⁴⁶.

David Hume, influenciado pela epistemologia de Locke e as teorias científicas de Newton, defendeu o método científico experimental e uma ‘natureza humana’ fundamentada no individualismo. A obra de Hume influenciou tanto Adam Smith, considerado o pai da economia clássica como, posteriormente, os trabalhos de John Stuart Mill, que deu início à teoria moral utilitarista.

⁴⁵ Ver MUNDO DOS FILÓSOFOS, 2007a.

⁴⁶ Ver MUNDO DOS FILÓSOFOS, 2007b

A teoria do conhecimento proposta por Francis Bacon, John Locke e por Isaac Newton, por outro lado, também influenciou fortemente as idéias de outro importante movimento filosófico, o positivismo. O pensamento positivista surgiu, nas ciências sociais, por intermédio dos trabalhos de Augusto Comte⁴⁷, que julgava que o progresso dependeria dos avanços da ciência. A ciência permitia aos seres humanos “saber para prever, prever para prover”, de modo que o desenvolvimento social se faria por aumento do conhecimento científico e pelo controle científico da sociedade (CHAUI, 2005).

Nesta época, surgia na Inglaterra uma drástica ruptura com os meios de produção tradicionais. Era a Revolução Industrial, viabilizada por meio dos avanços científicos e tecnológicos que marcaram a Revolução Científica do século XVII, imprimindo uma nova dinâmica econômica no mundo. O grande prestígio detido por esta nova concepção do conhecimento estava fortemente relacionado com os resultados práticos alcançados na esfera da produção material.

Outra grande marca desta matriz é o culto exacerbado pela técnica. Latouche (1996) declara que a forma do ocidente exercer o poder se transformou. Antes era a presença concreta de um poder imperial humilhante e brutal. Agora ele se apóia no poder simbólico cuja dominação abstrata é mais insidiosa, por isso mesmo menos contestável. Esses novos agentes da dominação seriam a ciência positivista, a técnica e a economia. René Bureau, *apud* Latouche (op. cit., p. 28) disse: “*quando somos capazes de construir máquinas de cem toneladas que em dez minutos sobem a dez quilômetros de altitude, temos direitos sobre aqueles que não inventaram a roda: eis no que acreditamos, confessem*”. Neste sentido, fluxos culturais de mão única partem dos países centrais em direção ao resto do mundo: são imagens, palavras, valores morais, normas jurídicas, códigos políticos e critérios de competência. A influência cultural legitimada a partir do domínio da técnica, muda costumes, crenças e valores no mundo inteiro, tornando difícil estabelecer elementos críticos a esses princípios dominantes, que revelem suas limitações na compreensão do mundo real. O que em última análise, resultaria num melhor aproveitamento dos recursos disponíveis e seu reflexo na sociedade.

Todo esse novo conhecimento, reforçado pelos resultados materiais foram decisivos para o desenvolvimento da sociedade moderna, gerando teorias sobre o comportamento humano fundadas no individualismo utilitário. A função normativa destas teorias considera que o interesse próprio operaria como principal motivação, guiando as demais motivações e

⁴⁷ Ver MUNDO DOS FILÓSOFOS, 2007c

impulsos dos indivíduos, conduzindo a uma articulação espontânea e harmônica de suas ações. Indivíduos movidos por interesses próprios promoveriam o interesse comum. Existe também nesta teoria uma componente prescritiva que pretende estabelecer o “comportamento ideal”, controlado por princípios passíveis de generalizações que permitam sua padronização (KERSTENETZKY, 2005).

O entusiasmo com as conquistas tecnológicas e materiais reforçou a crença na validade da extrapolação dos métodos e do pensamento econômico para todos os aspectos da vida social. Mas os modelos que faziam uma leitura mecânica da realidade social eram incapazes de considerar a subjetividade humana.

A principal fragilidade do princípio econômico do auto-interesse encontra-se na afirmação de que a tomada de decisão dos indivíduos baseia-se em cálculos racionais. Esses cálculos desconsideram a grande parcela de subjetividade presente na ação dos indivíduos e os elementos que determinam esta ação. Seriam justamente os elementos considerados como extra-econômicos (a cultura, as normas sociais, o estado emocional do indivíduo e seu nível de consciência ou conhecimento) que constituem a parcela subjetiva das decisões da ação.

Considerando a afirmação econômica de que os aspectos sociais e emocionais das ações humanas são extra-econômicos, é possível concluir que o comportamento social não é passível de ser compreendido, em toda a sua complexidade, a partir de teorias desenvolvidas para dar conta das questões relacionadas à escassez de recursos e à produção.

4.1.2 Modernidade, pós-modernidade e “sociedade de consumo”

O pensamento que constitui a sociedade moderna produziu a cultura de massa e, conseqüentemente, teorias sobre o comportamento. Essas teorias procuravam explicar a demanda dos indivíduos pelos novos produtos que surgiam a partir das mudanças radicais nos meios de produção. Foram geradas basicamente duas teorias muito conhecidas pelos especialistas: a do consumidor e a da demanda. A partir delas, foram desenvolvidos alguns axiomas sobre o comportamento do consumidor que acabaram sendo alvo de inúmeras críticas, pois defendiam que as decisões de consumo teriam como base, cálculos racionais motivados por necessidade objetivas dos indivíduos. A sociedade moderna surge de uma concepção universalista e padronizante, concebida a partir de uma leitura mecânica e

naturalista, que se concentrou nas necessidades objetivas do indivíduo e nos processos, não considerando a relevância da subjetividade construída a partir da história social.

A modernidade afirma a capacidade da razão humana para conhecer a essência ou a estrutura interna de todos os seres, definindo as causas e condições pelas quais é determinada a identidade de cada coisa e sua realidade, demonstrando as relações necessárias que cada uma delas mantém com outras de que dependem ou do que delas dependem, oferecendo as leis necessárias (modelos) de mudança ou alteração de todas as coisas. No campo das práticas sociais, legou-se a afirmação de que os seres humanos são indivíduos e agentes livres, porque são seres racionais dotados de vontade, capazes de escolher por si mesmos as ações que praticam sendo, por isso, totalmente responsáveis por elas (CHAUÍ, 2005, p. 55).

A cultura de massa, que caracteriza a sociedade moderna, não se refere apenas a uma sociedade produzida para reproduzir o consumo de massa, mas também, como objeto de crítica, a falta de um caráter reflexivo e de sofisticação presente em culturas com elevado nível de significado histórico, o que caracterizaria as elites sociais, culturais ou educacionais. A principal crítica à cultura do consumo é justamente que, para ser atraente às massas sem cultura, ela procura apelar para os sentimentos mais superficiais dos indivíduos.

A idéia de pós-modernidade, por sua vez, nasce a partir da modernidade. Procura criticá-la, acusando de serem infundadas e ilusórias as pretensões da razão no conhecimento e na prática. Julga que o conhecimento não se define por critérios do que é verdadeiro e falso, mas essencialmente por critérios de utilidade e eficácia. Não considera a separação entre sujeito e objeto, pois o objeto é subjetivamente construído. Exalta a necessidade individual, negando qualquer tipo de padronização. Não admite a distinção entre ordem natural e ordem histórica e cultural instituída pelos homens: ambas seriam invenções humanas, contingentes e efêmeras (CHAUÍ, 2005).

Na prática, longe de ser uma oposição à modernidade, a pós-modernidade veio a ser seu complemento. Estabeleceu-se uma relação dialética entre as duas. A pós-modernidade que se opôs à padronização, deu origem à customização material. Ao propor a irrelevância da ordem histórica, lançou as bases morais para desvincular o consumo de qualquer ordenação cultural. O consumo passa a ser exercido como um instrumento, não só para satisfazer eficazmente as necessidades humanas objetivas, como pregava a modernidade, passando a ser, essencialmente, instrumento de satisfação dos desejos individuais, abstraindo qualquer vínculo substantivo com a cultura e abrindo, dessa forma, espaço para sociedade do efeito e do espetáculo. Contudo a pós-modernidade não foi capaz de extinguir a padronização e nem

conseguiu promover a plena expressão da individualidade. Padrões mais segmentados surgiram e o indivíduo, como parte de uma estrutura social, ao mesmo tempo fragmentada e hierarquizada, manteve-se subordinado às determinações de sua posição social.

4.1.3 O espaço urbano moderno e pós-moderno

Da mesma forma que a modernidade e a pós-modernidade influenciaram dramaticamente as práticas sociais, afetaram também na construção do espaço urbano. A arquitetura modernista distingue-se pela proposição de utilizar os mesmos princípios dos processos industriais modernos. Questiona a disposição tradicional das cidades construídas a partir da própria reprodução social e propõe a construção em torno de suas funções básicas, como: circular; trabalhar e viver em condições higienicamente adequadas; e proporcionar o lazer, com a introdução de grandes áreas verdes no espaço urbano. Tudo dentro do princípio econômico do maior resultado com o menor esforço. Propõe-se a ser uma arquitetura utilitária, que emprega o aço e o vidro em larga escala, caracterizada pela ausência de ornamentação. No Brasil, este estilo teve como grande representante o arquiteto Lúcio Costa, idealizador da Barra da Tijuca e de Brasília, Distrito Federal.

Santos (1999, p. 47) interpreta a modernidade, mostrando seus efeitos no esvaziamento da subjetividade dos indivíduos.

O Logos, como o princípio da inteligibilidade e identificado com a Razão, que funda a Ciência, que promove a Consciência, que impõe a Lei, que estabelece a Ordem e que organiza a Produção – só se promoveu reprimindo e silenciando os termos de uma outra cadeia considerada inferior: corpo/ emoção/ inconsciente/ desejo/ acaso/ imaginação. Os primeiros termos, maiúsculos e superiores, ao reduzirem o mundo à identidade, acabam com as diferenças entre as coisas reais ao reduzi-las à identidade no conceito; são centralizadores, sólidos, racionais, eternos e programáveis. Os segundos, minúsculos e inferiores, fazem um elogio à diferença, tendo sido abafados desde sempre porque considerados descentrados, irracionais, fugidios e imprevisíveis.

Os princípios que nortearam a arquitetura modernista, não são, sozinhos, suficientes para explicar o fenômeno que se observa nos espaços urbanos ocupados num período recente. É necessário incluir a forte influência do pensamento pós-moderno neste contexto. Harvey (2003) observa que na modernidade, a proposta do “novo” é relacionada à perenidade e

universalidade, diferente do “novo” da pós-modernidade, que significa a busca constante por mudança. O pensamento pós-moderno foi capaz de promover a satisfação dos fetiches, dos desejos e das demandas pelo efêmero, que caracterizam uma sociedade fragmentada. A pós-modernidade, portanto, não se opõe à modernidade, complementa-a.

Verifica-se, sobretudo, que os pós-modernistas se afastam de modo radical das concepções modernistas sobre como considerar o espaço. Enquanto os modernistas vêem o espaço como algo a ser moldado para propósitos sociais e, portanto, sempre subserviente à construção de um projeto social, os pós-modernistas o vêem como coisa independente e autônoma a ser moldada segundo objetivos e princípios estéticos que não têm necessariamente nenhuma relação com algum objetivo social abrangente, salvo, talvez, a consecução da intemporalidade e da beleza “desinteressada” como fins em si mesmas (HARVEY, 2003, p. 69).

Para Harvey (op.cit.), o ambiente construído provém de uma complexa experiência urbana que torna o espaço possível de ser culturalmente reconhecido. A aparência deste espaço construído e o modo como ele se organiza formam a base material a partir da qual é possível pensar, avaliar e vivenciar uma série de sensações e práticas sociais. A riqueza simbólica de formas urbanas tradicionais, condicionadas pela produção e reprodução da cultura local, fica evidenciada na articulação significativa entre a população estabelecida e os espaços públicos. Ainda que disputado por forças assimétricas, trata-se de um espaço vivo que reflete as práticas de seus habitantes, com suas contradições, mazelas e alegrias.

Por outro lado, a pobreza simbólica da arquitetura e da paisagem urbana moderna é razão direta da monotonia funcionalista que apregoa práticas para o todo da extensão urbana. Tal concepção funcionalista e mecânica do espaço origina-se do pensamento moderno que o concebe como uma grande linha de produção fordista, incrementando esta “produção”, com a “customização”, à moda toyotista, promovida por sua corrente complementar, a pós-moderna. Esta forma de concepção e ocupação constitui o espaço da negação da cultura.

Espaços como a Barra da Tijuca também receberam influência da concepção ecológica de desenvolvimento das cidades formuladas a partir da Escola de Chicago. A origem filosófica é a mesma: enxergava a cidade como um organismo vivo, inspirada nas ciências naturais. A idéia de uma nova centralidade rivalizando com o tradicional Centro da Cidade segue o mesmo princípio que deu origem às formas de habitação dos subúrbios norte-americanos. A intenção era manter nos centros das cidades a população com menor renda, sob argumento de que possuiria menos recursos para transporte, podendo assim permanecer

próxima aos locais de trabalho. Enquanto isso, as camadas mais ricas deslocam-se para os subúrbios, onde a baixa densidade permitia a construção de amplas residências em condomínios espaçosos, ou seja, contemplando o princípio de ocupação racional, e ao mesmo tempo, possibilitando aos mais ricos usufruir dos espaços mais “higiênicos”, mas nem por isso, desprovidos de serviços diversificados e de alto padrão.

Essa forma de ocupação acabou contemplando interesses econômicos. A indústria automobilística e petrolífera foram as grandes beneficiadas. Com a camada de mais alta renda indo para os subúrbios, há um grande aquecimento no consumo de veículos e de combustíveis, possibilitando uma frente de forte alavancagem para a economia norte-americana. Esta lógica produziu formas de ocupação descentralizadas na maioria das metrópoles norte-americanas.

Numa reportagem de O Globo de 21 de setembro de 2007, intitulada: “*Negros deixam as metrópoles*”, a partir dos anos 2000 foi identificada uma tendência ao êxodo da população negra dos centros de cidades como Boston, São Francisco, Nova York, Washington e Atlanta. As três primeiras cidades citadas são reconhecidas por Castells (2000) como tendo tendências atípicas em relação às cidades norte-americanas tradicionais, já que se caracterizam por um núcleo urbano valorizado. A reportagem denuncia o agravamento deste processo provocado pela procura acentuada de jovens executivos em busca de morar próximo ao trabalho e, ao mesmo tempo, desfrutando dos serviços ofertados com o conforto da proximidade e sem necessidade de utilização de carros. Sem falar no charme de viver próximo aos centros históricos. Essas mudanças ocorridas na ocupação urbana dessas cidades vêm provocando a hiper-valorização desses centros^{48 49}. Este fenômeno de segregação residencial é chamado de *gentrification*. Trata-se do ‘enobrecimento’ de certas centralidades urbanas produzidas por uma série de mudanças em suas estruturas, tendo como consequência a forte demanda por parte das altas camadas sociais, pela ocupação desses espaços. Desta forma, os segmentos

⁴⁸ Um caso concreto em Nova York é de um conhecido que, quando foi trabalhar nesta cidade, há três anos, encontrou apartamentos de quarto e sala em Manhattan por 1 milhão de dólares.

⁴⁹ Essa mudança não se limita aos processos apresentados acima. Em um documentário que vi na TV, infelizmente sem ter uma fonte registrada passível de ser consultada, ouvi um casal de classe média-alta norte-americano dizer que têm sido crescentes as queixas de muitos habitantes de seus famosos subúrbios, em relação ao sonho americano, ou “american way of life”. Diziam que essa vida “perfeita” demais, em condomínios com belas casas parecidas umas com as outras, com dois ou três carros na garagem, além de ser chata, exacerbam traços competitivos típicos de sua cultura: quando o vizinho compra um carro melhor, reforma a casa ou constrói uma piscina, o outro busca comprar outro carro ainda melhor, construir uma piscina ainda maior, e assim por diante. É claro que esta relação competitiva pode ocorrer em qualquer ambiente, mas como nos subúrbios americanos as casas são em terrenos abertos, sem cerca, há uma invasão maior à privacidade do outro, o que é inconcebível na sua cultura individualista.

menos favorecidos acabam desocupando esses locais. O *gentrification* vem sendo razão de muitos debates dentro do planejamento urbano no Brasil e no mundo, já que se tornou identificável em diversas metrópoles. É possível, inclusive, que este fenômeno em cidades como Nova York, por exemplo, tenha contribuído para reforçar o valor atribuído às áreas do Centro e Zona Sul, pelo segmento que ocupa a posição mais elevada na estrutura social da cidade do Rio de Janeiro.

A evolução dos estudos sobre estrutura urbana e seus padrões espaciais identificam formas complexas de distribuição de atividades e da população. Há registros de que um banqueiro francês chamado Richard Cantillon, produziu, em 1755, a primeira teoria sobre as centralidades urbanas, num trabalho que procurava racionalizar a ocupação do seu negócio no espaço. Há outro trabalho desenvolvido em 1893 por um engenheiro francês sobre a organização de malha ferroviária, na qual os entroncamentos ocorridos em diversas cidades acabam por impor-lhes uma classificação hierárquica. No entanto, a mais conhecida teoria sobre as centralidades urbanas foi desenvolvida pelo alemão Walter Christaller em 1933. Ele considerava que entre todas as centralidades urbanas, seja na escala interurbana ou intra-urbana, haveria uma hierarquia entre essas aglomerações. Nesta perspectiva, a relevância das centralidades seria medida pelo número, diversidade e complexidade de suas funções, estabelecendo dessa forma o grau de atratividade e, conseqüentemente, a dimensão de suas áreas de influência. Nas cidades capitalistas, essas funções seriam essencialmente as atividades administrativas públicas e privadas, o comércio, e os diversos serviços (IPEA, 2002).

Muitos teóricos procuraram identificar a maneira como a distribuição das classes e das diversas atividades sociais afetavam a estrutura urbana. A primeira teoria nesta linha foi a das Zonas Concêntricas desenvolvida pelo geógrafo J. G. Kohi em 1841. Ele procurou demonstrar o padrão de distribuição dos segmentos sociais nas cidades pré-industriais européias, onde a população mais rica permanecia no centro e os mais pobres eram obrigados a se deslocar para a periferia. Dessa forma, o núcleo central permanecia valorizado, concentrando boa parte da atividade econômica da cidade. Burgess, na década de 1920, desenvolveu o seu modelo, observando a distribuição sócio-espacial das cidades norte-americanas, caracterizadas, como já exposto acima, pela valorização dos subúrbios por parte da elite, enquanto a população mais pobre permanecia no centro, invertendo assim o modelo desenvolvido por Kohi (CORRÊA: 2002). Outros teóricos como Hoyt em 1939, Harris e Ullman em 1945 e Mertins e Bahr em 1983, também desenvolveram modelos que procuravam

representar as formas de distribuição da população e das diversas atividades das cidades (SOUZA, 2003). Esses modelos oscilam entre uma configuração caracterizada pela presença de um núcleo central forte e a de múltiplos núcleos, que modelam os formatos urbanos mais descentralizados. É evidente que essas denominações são uma simplificação que procura ressaltar aspectos essenciais das diferentes estruturas urbanas.

A definição da estrutura da cidade do Rio de Janeiro é bastante polêmica. Há quem defenda que a cidade possui uma estrutura poli-nucleada há muito tempo, considerando como núcleos bairros como Méier, Madureira, Copacabana e Tijuca, por serem centralidades com relativo grau de independência no que concerne a determinadas demandas específicas da população estabelecida no seu entorno, ou mesmo, dotadas de certa atratividade específica como, por exemplo, clínicas médicas e colégios no bairro de Botafogo ou o varejo de moda em Ipanema. Há os que consideram, pelo menos até a virada do século XX, o Rio de Janeiro uma cidade mononucleada, ou seja, dotada de um núcleo forte que concentraria uma atratividade diferenciada em relação às demais centralidades da cidade.

Essa interpretação depende dos critérios utilizados. Se a definição for baseada no grau de independência de uma centralidade, no que diz respeito ao atendimento de determinadas demandas específicas da população estabelecida no seu entorno e da atratividade diferenciada em certos serviços específicos, pode-se considerar que a cidade do Rio de Janeiro possui uma estrutura poli-nucleada há muito tempo. No entanto, se o critério que se estabelece é o da hierarquia das centralidades proposta por Christaller, é possível aceitar que, pelo menos até o final do século XX, o Rio de Janeiro era uma cidade caracterizada pela presença de um centro forte (CBD), dotado de sub-centros correspondentes aos bairros residenciais do seu entorno, formando o núcleo central do município do Rio de Janeiro (Tabela 2). Dessa forma, bairros como Copacabana e Tijuca seriam parte da extensão deste núcleo. Na medida em que os centros de bairro não são capazes de rivalizar com o Centro da Cidade (CBD) em relação à atratividade produzida a partir do conjunto das atividades administrativas e de serviços diversos, podem ser considerados como sub-centros integrantes do núcleo da cidade.

Em relação às áreas suburbanas, bairros como Méier e Madureira estariam também em posições hierarquicamente inferiores. Estes bairros estariam dentro da área de influência secundária do núcleo central. Considerando este último critério, pode-se aceitar que o Rio de Janeiro, pelo menos até o final do século XX, era uma cidade mononucleada. A partir dos anos 2000, tornou-se difícil contestar as evidências de que a Barra da Tijuca passou a exercer uma atratividade capaz de rivalizar com o núcleo central da cidade e sua zona estendida,

devido a grande presença neste bairro de atividades administrativas, principalmente de grandes empresas privadas e de serviços diversificados e complexos que em alguns segmentos, já supera a diversidade oferecida no núcleo central.

A Estrutura de um bairro planejado e multinucleado como a Barra da Tijuca é caracterizada por uma ocupação de terreno que inibe grandes adensamentos. A construção na maior parte do bairro está limitada por uma Área Total Edificada - ATE equivalente a ocupação média de 30% do terreno⁵⁰, enquanto que nos bairros de grande densidade como Copacabana, Ipanema e Leblon, a ocupação efetiva é praticamente de 100%.

Este aspecto estrutural produz na Barra formas específicas de distribuição das diversas funções urbanas. A construção de edificações em centro de terreno e o pequeno volume de consumidores disponíveis por *ha*, provocado pela baixa densidade de ocupação, inibem a oferta de comércio e de serviços diversos ao longo das calçadas. Por consequência, a função de circulação de pedestre é desestimulada pela falta de atratividade das vias públicas e pela distância dos centros administrativos e de serviços mais atrativos. A rua passa então a ser essencialmente destinada à circulação de veículos. Este tipo de estrutura propicia o surgimento de pólos especializados. Desta forma, o deslocamento da população passa a ser feito por meio de veículos particulares ou transportes públicos. Na medida em que esses espaços são predominantemente ocupados por uma população com poder aquisitivo relativamente alto e dispõe de áreas livres nos terrenos, destinados aos diversos tipos de ocupação, para farto estacionamento, o estímulo ao uso de veículos particulares se torna muito acentuado.

O grau de saturação de um espaço urbano como o da Barra da Tijuca não pode ser medido pela sua densidade demográfica. É essencial reparar, neste caso, o grau de saturação das vias públicas. Esse indicador torna-se bem mais eficaz para avaliar as possibilidades reais de crescimento do bairro. Neste sentido, já são evidentes as limitações de crescimento da Barra da Tijuca. Dentro de pouco tempo, a Barra tenderá a atingir níveis de intensidade de tráfego de veículos encontrados nos bairros de Ipanema e Copacabana. Serão necessárias grandes somas de investimentos na abertura de novas vias, no redimensionamento das existentes e, no desenvolvimento de alternativas de transporte de massa para dar conta da iminente saturação de seu espaço.

⁵⁰ VER ADEMI/RJ, 2007.

4.2 Consumo: do individualismo utilitário à concepção cultural

Neste item, exponho a evolução das teorias relacionadas ao consumo. É a partir de novas abordagens que surge o entendimento do consumo como atividade fortemente influenciada pelas relações sociais. Tal entendimento tende a desvincular os estudos do consumo do enfoque da produção, permitindo a articulação de suas práticas à reprodução social. A partir desta concepção, torna-se possível compreender seus significados simbólicos e, conseqüentemente, sua importância na reprodução das relações sociais.

Esta etapa da sistematização de referências teóricas mostra-se indispensável à compreensão da influência do consumo nos processos de construção da identidade e da diferença social, desenvolvidos no item 4.4 deste capítulo.

4.2.1 As teorias da psicologia e o consumo

No sentido de um melhor entendimento do consumo, considero necessário avançar para concepções teóricas que apóiem a reflexão da complexidade dessa atividade social. Não satisfeitos com as explicações oferecidas pela teoria econômica, os pesquisadores que se dedicam ao consumo passaram a contar com teorias formuladas a partir da psicologia experimental, da psicanálise e da psicologia humanista, mas preservando ainda um dos principais paradigmas filosóficos que sustentam a teoria econômica, o individualismo metodológico.

A aplicação da psicologia nos estudos do consumo ocorreu a partir do final do século XIX, aproximadamente duas décadas depois do surgimento dos primeiros laboratórios de psicologia na Europa e nos Estados Unidos, fundados, respectivamente, por Wilhelm Wundt e Stanley Hall. O primeiro estudo registrado sobre consumo baseou-se em pesquisas de Harlow Galé, da Universidade de Minnesota, em 1895. Este pesquisador enviou questionários para 200 publicitários na tentativa de conhecer as suas percepções sobre o impacto psicológico da propaganda. Outro pesquisador muito influente foi Walter Dill Scott que, em 1908, publicou uma pesquisa que enfatizava a importância de quatro princípios que auxiliavam a memorização de anúncios: repetição, intensidade, associação de valor e ingenuidade. Foi

ainda Scott quem primeiro apontou a motivação como principal aspecto a ser explorado pela propaganda (TOMANARI, 2003).

Uma das primeiras correntes da psicologia a influenciar o consumo foi a behaviorista, fundada por John Watson na década de 1910. O behaviorismo assume justamente a motivação como ponto central de sua proposta teórica. Para esta abordagem, é a motivação que gera o impulso ou ação que visa satisfazer necessidades primárias dos indivíduos. O behaviorismo defende que todo comportamento é gerado a partir do impulso e reforçado pelo hábito provocado pela repetição de respostas positivas, ou seja, de satisfação. Essa proposição da ação por impulso é rejeitada pela corrente cognitivista (KARSAKLIAN, 2000).

Os princípios cognitivistas também são utilizados nos estudos sobre consumo. A abordagem cognitivista salienta a maneira como o indivíduo adquire, processa e utiliza a informação recebida, ou seja, a ação dependeria dos estímulos que proporcionam aprendizado. Por meio desta abordagem, os especialistas em consumo procuram compreender como ocorre a escolha dos produtos e das marcas, limitando-se à observação e características informadas ao consumidor. Foram os cognitivistas que desenvolveram o conceito de dissonância cognitiva que, no consumo, significa a atitude do indivíduo ao se defrontar com contradições entre as informações adquiridas sobre um produto (bem ou serviço) e sua experiência prática.

Foi também por meio da psicologia experimental que se consolidou o uso do método estatístico nas ciências humanas e sociais⁵¹. A psicologia experimental, legítima herdeira do funcionalismo, utiliza diversas ferramentas estatísticas com o objetivo de demonstrar potencialidades e tendências do comportamento humano. Assim, conceitos e técnicas da psicologia experimental deram origem à pesquisa de mercado e aos seus métodos.

As abordagens consideradas não experimentais também colaboraram nos estudos do consumo. As principais são a psicanálise e a psicologia humanista. Ambas surgiram a partir da insatisfação de alguns pesquisadores com a concepção de que o homem se limitaria a dar respostas mecânicas a motivações ou estímulos. Apesar da psicologia humanista ter surgido depois da psicanálise, tratarei antes desta corrente, em decorrência da ordenação lógica dos argumentos aqui desenvolvidos.

A psicologia humanista enfatizava o poder do homem, suas aspirações positivas e o livre-arbítrio, diferentemente da abordagem behaviorista, cognitivista e psicanalítica. A

⁵¹ Segundo Tomanari (2003), o psicólogo britânico Charles Spearman, realizando estudos sobre a inteligência, desenvolveu um novo procedimento estatístico, a análise fatorial.

psicologia humanista reflete o descontentamento, manifesto na década de 1960, com os aspectos mecanicistas e materialistas da cultura dominante⁵².

Abraham Maslow, considerado por muitos o ‘pai’ da psicologia humanista, desenvolveu a ‘Teoria das Necessidades’, que apresentava as necessidades humanas segundo prioridades e hierarquias. A ordem de relevância das necessidades dos indivíduos segundo Maslow, no sentido da mais para menos importante, seria basicamente a seguinte: necessidades fisiológicas; de segurança; de reconhecimento e afeto; de estima e de auto-realização. Nos estudos de consumo, as necessidades são classificadas segundo dois tipos de benefícios adquiridos: as utilitaristas, que se caracterizam pelos aspectos funcionais ou objetivos do produto; e as hedônicas, caracterizadas pelos aspectos simbólicos ou subjetivos dos produtos (KARSAKLIAN, op. cit.).

Há contribuições importantes também da psicologia social. O conceito de grupos de referência originou-se deste campo da psicologia. Este conceito será tratado, no item 4.3 deste capítulo.

A psicanálise foi desenvolvida por Sigmund Freud ainda na virada do século XIX/XX. O pensamento psicanalítico sustentava que os elementos mais importantes da vida mental encontravam-se no inconsciente. De forma bem simplificada, o inconsciente seria o produto das repressões que a sociedade faria aos instintos e desejos dos indivíduos. A repressão dos instintos e desejos permaneceria na mente humana sem que os indivíduos tivessem consciência. No entanto, essas repressões manifestariam-se na forma de ações e sentimentos, muitas vezes sem nexos identificáveis pela consciência (OUTHWAIRE; BOTTOMORE, 1996).

O aproveitamento mais direto da psicanálise freudiana nos estudos do consumo ocorreu por meio da utilização dos conceitos de projeção, identificação e sublimação. Freud propôs o conceito de ‘projeção’ para designar duas classes de fenômenos: como mecanismo de defesa contra a angústia, ou seja, a projeção consistiria numa proteção do ego contra a angústia, atribuindo ao outro suas próprias características, como medos e desejos; e, como mecanismo de recordação de percepções anteriores. Ambos tendem a influenciar na percepção dos estímulos que recebemos.

Já a identificação é o mecanismo através do qual o indivíduo assimila aspectos ou características do outro, desejando se parecer com o seu objeto de referência. A personalidade do indivíduo se constituiria e se diferenciaria por meio de uma série de identificações

⁵² Os adeptos da contra-cultura (intelectuais e *hippie*) compartilhavam desses mesmos princípios hedonistas (SCHULTZ, *et al*, 2005).

experimentadas ao longo da vida. A sublimação, por sua vez, seria o mecanismo que canalizaria os impulsos da libido para uma postura socialmente útil e aceita⁵³.

4.2.2 A transição para a abordagem cultural do consumo

Buscando avançar para uma perspectiva ainda mais complexa do comportamento individual, utilizarei a própria psicanálise como mediação para um novo estágio nos estudos de consumo.

Como as demais ramificações da psicologia, a psicanálise é focada no indivíduo. No entanto, possui duas diferenças fundamentais em relação às demais correntes da psicologia: concentra-se na vida mental do indivíduo ao invés de nos padrões de comportamento manifestos e mensuráveis; e valoriza a influência da sociedade no comportamento individual.

Apesar dos trabalhos de Freud terem sido as primeiras e mais significativas aproximações com a sociologia, começarei expondo as teorias do inconsciente coletivo e, em seguida, retornarei aos trabalhos de Freud. Os motivos desta inversão ficarão claros ao longo do texto.

A psicologia analítica de Jung trouxe dois conceitos fundamentais: (1) O inconsciente, para Jung, apresenta dois estágios distintos: o primeiro seria o inconsciente pessoal, onde estariam armazenados impulsos, desejos, lembranças e outras experiências suprimidas ou esquecidas; num segundo nível, estaria o inconsciente coletivo. Nele, estaria armazenado tudo aquilo que formaria a base da personalidade, as experiências universais e evolutivas de gerações anteriores. Ao contrário do inconsciente do indivíduo, o inconsciente coletivo não é constituído por experiências pessoais (JUNG, 2002). A visão de Jung pressupõe a existência de uma herança do comportamento humano nos mesmos moldes da herança genética de Darwin; (2) Os arquétipos do inconsciente seriam tendências herdadas, armazenadas no inconsciente coletivo que atuariam como determinantes da personalidade. Seriam símbolos dotados de significados universais. Por exemplo: a idéia central de ‘Deus’ e seus significados são muito semelhantes em todas as culturas. Da mesma forma, a imagem da mãe, que para Jung, constituiria um outro arquétipo do inconsciente coletivo (JUNG, op. cit.).

Apesar da visão de Jung ser metafísica e muito polêmica, tem sido usada em estudos sobre consumo. Assim, os princípios do inconsciente coletivo e dos arquétipos têm sido

⁵³ Ver PSICANÁLISE FREUDIANA, 2006.

acionados no processo de desenvolvimento da identidade de marcas e produtos. Estes princípios vão ao encontro do desejo, já há tempos deflagrado, de ‘globalizar’ o comportamento de consumo. A idéia da ‘universalidade’ de significados inspirou as empresas a criarem produtos associados a arquétipos considerados onipresentes. Mais uma contribuição teórica para a produção social do consumo de massa.

Segundo os adeptos da teoria de Jung, os mesmos princípios que constroem os mitos podem ser utilizados na construção de marcas: uma essência dramática daria “personalidade” aos produtos por meio da sintetização de atributos, considerados universais, expressos por uma marca. Por exemplo, o cigarro Marlboro representava o ideal do homem viril, o *cowboy*, ‘herói’ do velho oeste.

Viana (2003) tratou o tema do produto ‘super-heróis’ como manifestação do inconsciente coletivo. Segundo Viana, o sucesso dos super-heróis pode ser explicado pela manifestação do desejo coletivo por poder. Um poder que procura compensar a vida cotidiana, dominada pela opressão, pela falsa liberdade de escolha e pela sensação de impotência. No entanto, a concepção de inconsciente coletivo de Viana difere da defendida por Jung. Para Viana, o inconsciente coletivo de Jung diz respeito a uma psique universal e inacessível à consciência, enquanto a noção de inconsciente coletivo que defende considera o conjunto de desejos e potencialidades reprimidas em todos os indivíduos que formam uma determinada coletividade. Seria justamente no mundo da fantasia e dos sonhos que o inconsciente coletivo se manifesta mais constantemente (VIANA, 2003). Os norte-americanos exploram, ideologicamente, a figura do super-herói intensamente. O Super Homem e o Capitão América, com as cores da bandeira norte-americana; e o Batman, como manifestação de pureza moral e bravura, associado à figura de um multimilionário norte-americano que dedica seu tempo e dinheiro, altruisticamente, à paz e a justiça.

Outro autor que defendeu um conceito próximo foi Erich Fromm. Este autor optou pelo conceito de inconsciente social. Para Fromm, a sociedade determina os pensamentos e sentimentos que devem permanecer conscientes e aqueles que devem ser mantidos inconscientes. Desta forma, o caráter social seria o lado consciente que faria com que os indivíduos ajam e pensem conforme o que é considerado adequado em determinada coletividade. Já o inconsciente social seria constituído pelos pensamentos e sentimentos que devem permanecer inconscientes (FROMM, 1979).

O conceito de inconsciente social expressaria os impulsos reprimidos comuns à maioria dos membros de uma determinada sociedade. Por exemplo, a inveja que uma pessoa

tem do sucesso da outra deve ser reprimida para o bem da sociedade. Desta forma, este sentimento socialmente inaceitável permanece inconsciente, mantendo, pelo menos de forma direta, a sociedade imune aos seus efeitos negativos. Os pensamentos e sentimentos inconscientes são impedidos de chegar à consciência por meio de mecanismos de repressão, que funcionam basicamente através das crenças e dos costumes, reforçados, subliminarmente, pelos meios de comunicação de massa.

Quanto mais a sociedade se desenvolve em formas superiores de civilização, mais os desejos instintivos se tornam incompatíveis com as normas sociais existentes, e, assim, mais a repressão terá de ocorrer (FROMM, 1979, p. 90).

A diferença fundamental entre o inconsciente coletivo de Jung e o inconsciente social de Fromm seria o fato de que o primeiro propõe que os elementos do inconsciente são herdados da história da humanidade, tendo um caráter universal e imutável; enquanto, na visão de Fromm, o inconsciente social seria determinado pelo meio social.

Apesar do conceito de ‘inconsciente coletivo’ não ter sido usado por Freud, ele aceitava e defendia um conteúdo coletivo para o inconsciente. Desde o início de suas investigações, dedicou-se a relacionar o desenvolvimento individual com estudos sobre a história das civilizações. No estudo das lembranças infantis conscientes que acrescentou à segunda edição da *Psicopatologia da Vida Cotidiana* em 1907, Freud demonstrou que, em sua maioria, tratava-se de “lembranças encobridoras” de notável analogia com sagas e mitos existentes em determinadas sociedades (JONES, 1989).

Nos ensaios publicados no livro *Totem e Tabu*, Freud pela primeira vez ocupou-se amplamente dos costumes e crenças “selvagens”. Havia uma estreita correlação entre certos processos mentais que ele revelara no inconsciente de neuróticos e crianças e processos registrados por antropólogos em trabalho de campo (JONES, op. cit.).

É impossível abordar aqui todas as detalhadas sugestões que Freud lançou no campo da antropologia social, mas sem dúvida seu estudo do inconsciente é de imenso valor para a compreensão dos inúmeros costumes, crenças e rituais dos povos primitivos, em particular daqueles que impressionam a mente mais civilizada por sua aparente irracionalidade (JONES, idem, p. 322).

No campo da sociologia, foi por meio do livro *O Mal-Estar na Civilização*, que Freud fez a sua mais importante contribuição. Freud afirmou, neste livro, que o objetivo maior do ser humano é a felicidade, logo, tenderia a fugir do seu oposto, a infelicidade. Para Freud, a infelicidade possui três fontes fundamentais: o sofrimento físico; perigos provenientes do mundo externo; e os distúrbios em nossas relações com a sociedade. Considerava este último a fonte mais danosa. O medo da opinião pública seria a essência da consciência, já que as “exigências” da sociedade constituem a raiz da consciência social e do senso de dever. A felicidade, portanto, estaria fortemente relacionada a uma conduta valorizada ou, no mínimo, aceitável pela sociedade. Estas questões reforçam ainda mais a sua crença de que qualquer manifestação individual constitui-se realmente num aspecto da vida social (JONES, idem).

Marx e Freud foram dois pensadores que influenciaram profundamente a forma de pensar o indivíduo e a sociedade. Por esta razão, suas teorias foram confrontadas diversas vezes. Um dos mais importantes debates ocorreu em Berlim em 1928, na *Verein Sozialistischer Aerzte*. Durante este encontro houve um amplo apoio em relação à idéia de que a psicanálise e o marxismo eram não só compatíveis como também complementares (JONES, 1989).

Acredito que aportes teóricos de Marx e Freud possam, conjuntamente, contribuir para uma interpretação mais completa do fenômeno do consumo. Faço aqui uma pequena reflexão, na ótica das duas teorias, sobre este fenômeno social. Os mecanismos de sublimação experimentados pelo indivíduo no cumprimento de seus papéis sociais, são tão mais intensos quanto maior for a necessidade de abstrair-se do seu mundo substantivo. Desta forma, julgo serem necessários, na mesma proporção, mecanismos de liberação de sentimentos recalcados no inconsciente. A vida substantiva não satisfeita induziria os indivíduos a uma postura hedonista compensatória. Esse ‘vácuo interno’, nas sociedades capitalistas teria, no culto do consumo, sua mais genuína forma de compensação. A partir desta idéia, pode-se supor que sociedades onde as condições de produção exigem um menor nível de abstração da vida substantiva apresentariam, na esfera da reprodução, uma tendência menos hedonista e menos propensa ao consumo excessivo. É apenas uma suposição que não caberia explorar nesta Tese.

Bertrand Russell *apud* Jones (1989) afirmava que todo sistema existente dá a alguns homens poder sobre outros, o que, inevitavelmente, irá gerar sofrimento. Desta forma, a perspectiva exclusivamente econômica constitui uma supersimplificação da vida em sociedade, sendo a contribuição da psicologia indispensável ao saber político.

Velho (1981) declara a importância da psicanálise nos estudos sobre a cultura e sociedade. Afirma que este aporte teórico proporciona uma nova dimensão à investigação e à reflexão nas ciências sociais. Esse processo reflexivo possui uma forte analogia com a psicanálise, pois trata-se de uma tentativa de identificar mecanismos conscientes e inconscientes que sustentam e dão continuidade às relações sociais.

Também cabe dizer que os trabalhos de Simmel enfatizaram não só a relação do psiquismo individual com a sociedade, mas também as implicações das complexas relações que caracterizam as sociedades urbanas. Este autor afirma que:

A metrópole extrai do homem, enquanto criatura que procede a discriminações, uma quantidade de consciência diferente do que a vida rural extrai. Nesta, o ritmo da vida e do conjunto sensorial de imagens mentais flui mais lentamente, de modo mais habitual e mais uniforme. É precisamente nesta conexão que o caráter sofisticado da vida psíquica metropolitana se torna compreensível – enquanto oposição à vida de pequena cidade, que descansa mais sobre relacionamentos profundamente sentidos e emocionais. Estes últimos se enraízam nas camadas mais inconscientes do psiquismo e crescem sem grande dificuldade ao ritmo constante da aquisição ininterrupta de hábitos. O intelecto, entretanto, se situa nas camadas transparentes, conscientes, mais altas do psiquismo; é a mais adaptável de nossas forças interiores. (...) A intelectualidade, assim, se destina a preservar a vida subjetiva contra o poder avassalador da vida metropolitana. E a intelectualidade se ramifica em muitas direções e se integra com numerosos fenômenos discretos (SIMMEL, 1979, p. 12).

O que Simmel (idem) considera como intelectualidade parece ser toda a forma de racionalidade que a consciência usufrui para proteger o indivíduo do sofrimento gerado pela repressão dos sentimentos e desejos mais íntimos. Esta espécie de bloqueio emocional dominaria a vida dos indivíduos nas sociedades urbanas. Mas, se o comportamento dos indivíduos possui essa racionalidade, como explicar os fenômenos de consumo encontrados nas sociedades capitalistas? O autor fornece uma pista para explicação do consumo quando afirma que a racionalidade estimulada pela vida urbana deixa de existir no âmbito do que denomina de pequeno círculo. Nele, é inevitável a predominância das preferências individuais. Neste âmbito ocorrem comportamentos que vão muito além da medição objetiva dos serviços recebidos e da retribuição monetária equivalente. Desta forma, o autor sinaliza diferenças significativas do comportamento individual quando assumem papéis na produção e aqueles desempenhados na esfera da reprodução social.

As suas teorias influenciaram fortemente a Escola de Chicago, já mencionada anteriormente. Ali foi desenvolvido o método de pesquisa denominado interacionismo

simbólico, que considera que as relações sociais não são definitivamente determinadas, mas sim, relativamente abertas e dependentes da interação entre os atores. As técnicas desenvolvidas por esta abordagem das relações sociais são: a observação participante; as anotações de campo; e a utilização de dados biográficos. Essas técnicas são tradicionalmente utilizadas em pesquisas antropológicas.

4.2.3 A interpretação cultural do consumo

O interacionismo simbólico surgiu como oposição ao método funcionalista nas ciências sociais, cuja formulação foi desenvolvida por Emile Durkheim na França, Hebert Spencer na Grã-Bretanha e, posteriormente, pelo sociólogo norte-americano Talcott Parsons. Apesar de ambos os métodos basearem-se no empirismo, para o funcionalismo a consequência ou reação de um determinado fenômeno empírico constitui-se no centro da atenção analítica. Já para os interacionistas, o foco é a própria relação entre sujeitos e entre sujeitos e objetos (OUTHWAIRE; BOTTOMORE, 1996).

A antropóloga Livia Barbosa (2004) destaca duas perspectivas divergentes das ciências sociais no estudo do consumo. A primeira, concebida por autores como Jameson, Bauman e Baudrillard reconheceria na sociedade de consumo um fenômeno pós-moderno. Esta visão se caracterizaria por uma postura crítica em relação às práticas de consumo. Em geral, enfatiza suas consequências negativas, entre elas: a perda da autenticidade nas relações sociais; a força do materialismo e a superficialidade nas interações sociais. A segunda visão refletiria o consumo a partir da modernidade, buscando responder a questões como: as razões que levam os indivíduos a consumirem determinados tipos de produtos e as diversas formas de consumi-los; o significado do consumo como mediador das relações inter-pessoais; e o significado do consumo no desenvolvimento da subjetividade humana. Os principais autores que defenderiam esta abordagem são: Don Slater, Daniel Miller, Grant McCracken, Colin Campbell e Mary Douglas. Segundo Barbosa (op. cit.), haveria outra diferença de ordem metodológica entre essas perspectivas: na primeira, há uma postura crítica que carece de fundamentação empírica, enquanto que, na segunda, propõe-se a produção de conhecimentos com base em fatos empiricamente constatados.

Para Miller *et al.* (1998) há, entre os pesquisadores que adotaram a abordagem antropológica do consumo, um consenso em torno de três questões relacionadas à pesquisa do tema: a primeira, de que há escassez de pesquisas teóricas e empíricas sobre consumo; a segunda, de que a diversidade das relações sociais envolvidas no consumo estimula a criação de categorias analíticas pouco precisas; e a terceira, de que é necessário considerar o consumo através de diferentes tipos de relações sociais como, gênero, parentesco, etnicidade, idade e localização.

Miller (op. cit.) divide o que considera ser ‘a história da pesquisa moderna sobre o consumo’ em três estágios: o primeiro cobriria o período de 1960 a 1970; o segundo período de 1970 a 1990 e, o terceiro, teria tido início a partir de 1990. São as características dos estágios:

- No primeiro, ocorreu um grande desenvolvimento do comércio varejista, da indústria de shoppings e das grandes redes de loja. Esse crescimento redimensionou o poder entre indústria e varejo. A produção deixou de “ditar as regras”, passando a ser o consumo o foco das atenções. Começa a haver também uma crescente conscientização de que as teorias concebidas para tratar de uma sociedade voltada para a produção não podem dar conta dos fenômenos associados ao consumo, cada vez mais complexos. E, por fim, as práticas de consumo e a propaganda elaborada para estimulá-las tornaram-se fonte de recursos para pesquisas sobre o comportamento social.
- No segundo estágio, o consumo desprende-se definitivamente da produção e adquire características de uma esfera específica. Destacam-se neste período os trabalhos de Pierre Bourdieu sobre as práticas sociais. O tema passou a ter uma forte influência nas discussões sobre a construção da subjetividade, do *self* e da identidade. Neste período, prolifera o consumo em função dos novos meios de distribuição de produtos, tais como: festivais temáticos; catálogo de compras; e shoppings temáticos. Foi também crescente nesta ocasião a aceitação de que o consumo é uma característica chave da modernidade. Finalmente, foi neste período que os estudos sobre consumo tornaram-se cada vez mais integrados à pesquisa do espaço e dos lugares. O espaço torna-se, assim, uma categoria com propriedades de extrema relevância para os estudos de consumo.

- No terceiro e atual estágio, o consumidor tornou-se definitivamente o foco das atenções, tornando especialmente importante a capacitação da força de trabalho ocupada na atividade varejista. Trata-se do reconhecimento da importância do varejo como responsável pelo registro ágil de mudanças ocorridas nas preferências do consumidor. Essas novas práticas têm consolidado mudanças consideráveis no fluxo de comunicação da cadeia produtiva. O consumidor então passa a ter um poder maior na definição do que, quanto, quando e onde deseja consumir.

Outra preocupação deste terceiro período refere-se à relação entre sujeito e objeto, ou seja, os artefatos simbólicos (produtos) “fundem-se” ao sujeito, dando forma a uma espécie de identidade repleta de significados sociais. A questão que passa a ter grande importância é: qual é exatamente a relação entre sujeito e objeto no processo de consumo?

Miller *et al.* (1998) assinala ainda a importância que deve ser atribuída à constituição da subjetividade. Sabe-se que classe, status, educação, grupo e família são fundamentais na elaboração da subjetividade, mas o próprio objeto influi na experiência da singularidade dos indivíduos. Há objetos que causam prazer independentemente do que a cultura expressa sobre ele. É possível então supor que o objeto relaciona-se com o sujeito, contribuindo na construção da identidade. Quando um bebê aproxima-se de um brinquedo ou de um travesseiro por prazer, não há qualquer determinação racional ou simbólico-social deste ato. Da mesma forma, não podemos atribuir as mesmas determinações para o gesto de guarda fotos da família com amor e cuidado.

A influência do consumo na história da modernidade é outro tema fortemente considerado no presente. Existem trabalhos sobre as formas de consumo dos séculos XVII, XVIII e XIX, na Europa e nos EUA, que procuram reconhecer as origens de práticas de consumo consideradas atuais.

Por último, conforme referência anterior, o espaço e os lugares são vistos, neste momento, como elementos cruciais na constituição da identidade do consumidor. Nesta direção, F. Mort *apud* Miller (*idem*) declara que o espaço é o epicentro da constituição do mercado de consumo.

O autor sugere a seguinte definição para o consumo: uma prática moral de ações específicas contextualizadas e intelectualizadas num sistema abstrato de conhecimentos resultante da interação de numerosos atores de uma rede (MILLER, 1998, p. 06).

Da mesma forma que reconheço as limitações da abordagem individualista, discordo das opções teóricas que desconsideram sua contribuição. Assim, passo a expor abaixo a ‘teoria das *práticas*’ que considera o indivíduo e a sociedade na determinação da ação. Warde (2005) destaca como grande expoente da teoria das *práticas*, Pierre Bourdieu.

O mais interessante na teoria das *práticas* é o fato de que seus autores apresentam uma visão holística e flexível da constituição da vida social que é, ao mesmo tempo, compatível com as teorias críticas consideradas pós-modernas. A teoria das *práticas* incorpora o fenômeno cultural rejeitando a análise dos eventos com base no *homo economicus* e no *homo sociologicus* (WARDE, 2005).

Primeiramente, é necessário entender o que significa prática. A prática, no seu sentido mais amplo, denota o comportamento rotineiro com elementos interconectados. Já o conceito de *práxis* dispensa o nexos e apreende a totalidade da dinâmica social. A teoria das *práticas* interessa-se por ambos. Logo, a teoria das *práticas* engloba os dois conceitos, preocupando-se com as atividades práticas e com as representações simbólicas (WARDE, 2005).

Para a teoria das *práticas*, as ações humanas não são determinadas apenas pela *práxis*, mas também por rotinas entendidas, aprendidas e desejadas individualmente. Este aspecto individual da aprendizagem e do desejo pertence às práticas das quais os indivíduos participam e não exclusivamente aos próprios indivíduos. Essa compreensão conjunta do social e do individual permite aprender a dinâmica das *práticas* sociais de fato. Se só a sociedade definisse as *práticas*, estas seriam imutáveis (WARDE, *idem*).

O conceito de *habitus* em Pierre Bourdieu apóia-se nos princípios geradores das *práticas*, ou seja, o *habitus* engloba a *práxis* e a prática social, condutas sociais unificadoras, relacionais, distintas e distintivas de um determinado estilo de vida; um conjunto unívoco de escolhas, pessoas, bens e *práticas* (BOURDIEU, 2001b).

Tendo em vista os argumentos apresentados acima, proponho o alargamento da definição de consumo sugerida por Miller (1998) da seguinte forma: o consumo individual é uma prática moral, constituída de ações específicas, contextualizadas num sistema abstrato de conhecimentos, resultante das *práticas* sociais envolvendo sujeitos e objetos de uma determinada coletividade.

A teoria das *práticas* poderia ser entendida também como movimento da consciência e do inconsciente individual e coletivo. Este movimento possibilitaria, não só, a construção das individualidades e da cultura, como também garantiria a dinâmica das próprias *práticas*.

Desta forma, as *práticas* seriam estruturantes das identidades individual e coletiva e, ao mesmo tempo, por elas estruturadas.

4.3 Estrutura e classificação social contemporânea

Neste item procuro posicionar o segmento objeto desta pesquisa na estrutura social da cidade do Rio de Janeiro. Para este fim, exponho o conceito de estrutura social e os principais sistemas de classificação. O conteúdo deste item também serve como base para compreender a denominação, desenvolvida no item 4.4 deste capítulo, para este segmento social.

4.3.1 Estrutura social e sistemas de classificação

Para Charles Wright Mills (1982), a estrutura social pode ser compreendida a partir das funções objetivas desempenhadas pelas instituições, sejam elas políticas, econômicas, militares, religiosas, educacionais ou de parentesco. Ao se compreender como as ordens institucionais se relacionam entre si, compreende-se também a estrutura social, pois ela seria exatamente isso: a combinação de instituições classificadas segundo as funções que cada uma exerce no corpo social. Para o autor, a unidade essencial para o estudo da estrutura social é o estado-nação. Seria na dimensão do estado-nação que os meios de decisão e de poder político, militar, econômico e cultural se estabeleceriam. Mills (*idem*) considerava necessário que os ambientes de dimensões menores, ou seja, os segmentos dessa estrutura, fossem estudados como manifestações estruturais do estado-nação.

Não creio que Mills tenha querido estabelecer uma referência histórica rígida no estudo de segmentos derivados da estrutura social. No entanto, parece-me relevante considerar que a diversidade cultural encontrada no estado-nação e a complexidade do objeto investigado devem determinar a unidade histórica de referência da pesquisa.

Certos segmentos sociais encontram-se relativamente distantes da referência do estado-nação. Por exemplo, os moradores da cidade de Blumenau (SC) possuem um distanciamento cultural significativo em relação aos padrões considerados como os mais representativos da nação. Estes distanciamentos podem ser tão acentuados que, ao se

investigar aspectos relativos à reprodução social de culturas tão singulares, seria impossível estabelecer paralelos.

Conforme afirma Gurvitch (1973, p. 109)

As dificuldades provêm não da existência das consciências coletivas, mas de sua grande multiplicidade. No interior de cada grupo existem tantas consciências quantos sejam os Nós diferenciados. No entanto, por estar um grupo envolvido num processo de estruturação, a consciência do grupo procura sobrepujar as consciências coletivas, ressaltando os elementos microsociológicos que se chocam no seu interior. Do mesmo modo, nas estruturas globais, a consciência coletiva da nação tende, normalmente, a prevalecer sobre a multiplicidade das consciências coletivas que têm por foco o Nós, de um lado, e os grupamentos de outro.

O autor chama atenção para a necessidade dos grupos, ou consciências coletivas do microcosmo social, de afirmarem suas identidades frente à imposição da norma estruturante e homogenizadora da estrutura social da qual fazem parte. Parece ser este processo reativo que estimula a luta pela diferenciação social em determinada coletividade. Sob este aspecto, a reação tenderá a ser tão mais intensa quanto maior for a diferença entre as diversas identidades coletivas existentes. O autor lembra também que este processo pode ocorrer em todas as dimensões da estrutura social.

Para que se possa consolidar melhor a idéia de estrutura social e definir com mais propriedade o lugar ocupado pelo segmento social objeto desta pesquisa nesta estrutura, passo a apresentar alguns conceitos que orientam a reflexão teórica da Tese. O primeiro é o de classe social.

As classes sociais são grupamentos de grande envergadura representando macrocosmos de grupamentos específicos. Elas se diferenciam dos demais grupamentos sob os seguintes aspectos: as classes são grupamentos de fato, ou seja, diferenciam-se daqueles que são impostos ou voluntários; são grupamentos à distância, o que significa que não formam grupamentos íntimos e reunidos de forma organizada, apesar de serem grupamentos abertos; as classes são antagônicas em relação a outras classes; e, finalmente, as classes sociais são refratárias à sua penetração pela sociedade global. Assim, as classes sociais jamais podem ser compreendidas de forma isolada, mas apenas quando referidas à totalidade social. Neste sentido, uma classe mantém relação dialética com outra. Esta dialética, na visão de Marx, teria basicamente fundamento econômico (GURVITCH, 1973).

Lênin (AGUIAR, 1974, p 37) definia as classes sociais como grupamentos humanos que se diferenciam entre si em função dos seguintes aspectos: a posição que ocupam num sistema de produção historicamente determinado por suas relações com os meios de produção; pelo papel que exercem na organização social do trabalho; e pelo que recebem da riqueza social. A existência das classes sociais pressupõe a aceitação moral da apropriação por alguns do trabalho de outros, por ocuparem uma posição diferenciada num determinado regime econômico.

As classes sociais são também suprafuncionais, ou seja, integram no seu interior, hierarquias de estratos sociais. O conceito dominante de classe social está fortemente associado a uma perspectiva econômica do funcionamento da estrutura social. Apesar do conceito não ser suficiente para explicar os fenômenos sociais em toda sua complexidade, continua sendo amplamente utilizado em pesquisas, muitas vezes de forma indiscriminada.

O segundo conceito aqui tratado é o de estratificação social. A estratificação é, ao contrário das estruturas de classes sociais, uma forma funcional de organização social, ou seja, os estratos podem ser reconhecidos por um conjunto específico de atributos objetivos que os caracterizam. Enquanto as classes são coletividades estáveis onde indivíduos se deslocam de uma para outra no processo de mobilidade social, os estratos são grupamentos que podem assumir inúmeras posições dentro da estrutura social. Certos estratos podem, inclusive, englobar mais de uma classe social. O grande valor da estratificação social é precisamente favorecer a flexibilidade analítica. Critérios econômicos, por exemplo, podem ser importantes ou não no estudo de determinado fenômeno social. A estratificação permite ao pesquisador utilizar apenas os critérios que de fato influenciam o fenômeno estudado. Assim, os estratos correspondem a formas de leitura da realidade social em sua condição hierárquica e multidimensional.

Gurvitch (1973, p 103) diz:

Poderíamos talvez objetar que no interior de cada classe há uma hierarquia de estratos, ou camadas, e que as camadas inferiores de cada classe e as camadas superiores de outra classe situada mais abaixo podem servir de intermediárias, de tampões, ou mesmo circular entre as duas classes, se não participar simultaneamente de ambas.

A estratificação pressupõe também que os recursos existentes numa sociedade são distribuídos de forma desigual. Logo, uma sociedade será tão mais estratificada quanto mais

desigual e hierarquizada for. A retribuição econômica desigual é um dos meios de controlar o acesso às posições sociais e estimular o desempenho de deveres. Desta forma, o acesso a recursos econômicos sempre foi considerado um dos principais indicadores de status social. Mas, conforme ressalta Davis e Moore (1973), a posição não traz poder e prestígio porque proporciona alta renda. Pelo contrário, ela proporciona alta renda porque é simbólica e funcionalmente importante, sendo poucos os que podem ocupá-la. “É superficial e errôneo encarar a alta renda como causa do poder e prestígio de um homem, da mesma forma que é errôneo pensar que a febre é a causa da doença de uma pessoa (DAVIS; MOORE, 1973, p 125).

Segundo Talcott Parsons (GURVICH, 1973), a estratificação social resulta de avaliações diferenciais dos objetivos da ação social. Desta forma, toda estratificação representa uma hierarquia de valores. Os indivíduos que integram determinado estrato social compartilham o mesmo status, reconhecível por meio de indicadores sociais utilizados em sua identificação. A estratificação resulta de formas de classificação que não pressupõem, necessariamente, vínculos sociais entre seus membros.

Os principais critérios de estratificação utilizados nas investigações empíricas das ciências sociais são: o montante de rendimentos; a origem dos rendimentos; a riqueza acumulada; a educação; o prestígio da ocupação; a área residencial; a raça ou etnia. Esses e outros critérios não precisam ser trabalhados na sua totalidade, mas é importante a utilização de variáveis que dêem conta do grau de complexidade da realidade social que está sendo investigada (STAVENHAGEN, 1973).

O terceiro conceito é o de grupo social. Trata-se de agregados sociais que desenvolvem relações específicas, onde cada um dos membros possui consciência de seu pertencimento e de seus símbolos. Ao contrário das classes e estratos, os grupos são sistemas fechados, voluntários e pressupõem a existência de vínculos entre seus membros, que interagem por meio de padrões internamente consagrados. O sentimento individual de pertencimento ao grupo não é suficiente. É fundamental que o indivíduo seja reconhecido pelos demais membros do grupo.

O primeiro conceito de grupo que pretendo tratar é o de ‘grupo de referência’. Este conceito originou-se na psicologia social. Não se trata apenas de determinados indivíduos terem como referência os códigos sociais característicos do grupo que integram. Além de orientarem os membros do grupo, os códigos sociais são estudados principalmente por sua capacidade de orientar indivíduos que não pertencem a ele.

Merton (1970) destaca dois tipos básicos de funções para os grupos de referência. O primeiro é o ‘normativo’. Estabelece e mantém padrões que orientam o comportamento do indivíduo. Representa a fonte de valores assimilados pelos membros do grupo. O segundo é o ‘comparativo’, que proporciona uma estrutura de avaliação do indivíduo em relação a si próprio e aos outros (membros e não-membros), servindo também para identificar posições relativas na estrutura social.

São comuns as confusões entre grupos de referência e outras categorias sociais que também servem como referência à organização da vida coletiva. Não é raro afirmar-se que indivíduos pertencentes a um mesmo estrato ou classe social, são membros de um mesmo grupo de referência. Isso se deve ao fato de que, aos olhos do observador, esses indivíduos compartilham uma mesma posição face a um conjunto de indicadores sociais, normalmente associados ao poder econômico e à projeção social.

O termo grupo tem sido freqüentemente estendido até o ponto de ruptura, e não somente na teoria do grupo de referência, que o empregou para designar grandes quantidades de pessoas, entre a maior parte das quais não há interação social, embora compartilhando um conjunto de normas sociais [...] Não preenchendo o critério da interação social, estas estruturas sociais devem ser, conceptual e terminologicamente, distinguidas dos grupos. Segundo o uso de Leopold Von Wiese, Howard Becker, Florian Znaniecki e Talcott Parsons, podem ser designadas como coletividades: pessoas que têm um senso de solidariedade, em virtude de compartilhar valores comuns e que adquiriram um sentido concomitante de obrigação moral para preencher o papel que lhes é atribuído. Evidentemente, todos os grupos são coletividades, mas aquelas coletividades as quais falta o critério de interação social entre os membros, não são grupos (MERTON, 1970, p. 384 -385).

A identificação com grupos de referência e o desejo de pertencer a eles não ocorrem ao acaso, mas são processos construídos, a partir das relações sociais e influenciados pelos os valores culturais dominantes.

Existem grupos de referência que se organizam em torno de práticas cotidianas, compondo um determinado estilo de vida sofisticado e distintivo. Suas práticas são observadas atentamente pelas demais camadas sociais, que os percebem como ícones de sucesso, prestígio e valor social. Este tipo de grupo se aproxima da idéia de ‘grupo de status’ desenvolvido por Max Weber (1999). Trata-se de grupamentos que compartilham de status similar por usufruírem um mesmo estilo de vida. Em alguns casos, o critério que determina o status não é direta ou exclusivamente econômico, como propõe Weber. O autor salienta que o ‘novo rico’ nunca é imediatamente aceito pela ‘alta sociedade’ mesmo quando a sua riqueza o

inscreve na classe econômica mais alta. O grupo de status baseia-se em características culturais comuns aos seus membros e, assim, na distribuição diferencial da honra delas decorrente.

Existem outros grupos que se organizam em torno de práticas específicas como: esportes, *hobbies*, cultos religiosos, trabalho, interesses políticos e interesses intelectuais diversos. Esses são considerados ‘grupos de afinidade’ ou de “interesse”. Esses grupos podem ou não depender da existência de vínculos fortes entre seus membros. Em geral, são grupos que se organizam em torno de uma atividade específica e não por um conjunto de práticas que contemple a totalidade da identidade individual, como é o caso do grupo de status. Por exemplo, um determinado indivíduo pode fazer parte de um grupo de status e, ao mesmo tempo, pertencer, de forma isolada, a um grupo de jogadores de sinuca; grupo este formado por indivíduos com as mais diversas origens sociais.

Ainda dentro do objetivo de reconhecer orientações teóricas que permitam melhor classificar o segmento social objeto desta Tese, considero relevante citar também o conceito de *Elite*. Este conceito costuma ser utilizado para nomear aqueles que dispunham do melhor preparo para exercer determinada função, os que detinham o padrão moral mais alto, conforme concepção de Vilfredo Pareto em sua teoria sociológica elaborada no início do século XX. Neste sentido, a noção de elite era desvinculada da de classe social. Ao contrário do proposto por Marx, para quem o conceito de elite associava-se ao de classe dominante. Hoje o termo é utilizado indiscriminadamente, sobretudo com relação àqueles que detêm poder econômico: quem ganha uma loteria, quem se torna uma celebridade ou assalta os cofres públicos nos grandes esquemas de corrupção, entre outros exemplos, é alçado à categoria de elite. A vulgarização do termo dificulta a sua compreensão. Mills (1968) tratou o conceito em sua obra *A elite do poder*, procurando delimitar melhor os seus sentidos.

O humanista, por exemplo, pode conceber a “elite” não como um nível ou categoria social, mas como um grupo disperso de pessoas que procuram transcender-se, e portanto são mais nobres, mais eficientes, feitas de melhor estofa. Não importa que sejam aclamadas ou desprezadas – são a elite por serem como são. O resto da população é massa, que, segundo esse conceito, apaticamente mergulha numa mediocridade desconfortável. É esse tipo de conceito socialmente não localizado que alguns autores americanos, com tendências conservadoras, procuram desenvolver recentemente. Mas a maioria dos conceitos morais e psicológicos de elite é muito menos sofisticada, ocupando-se não de indivíduos, mas do estrato como um todo. Essas idéias, na verdade, surgem sempre nas sociedades em que alguns possuem mais do que outros. As pessoas com vantagens relutam em se considerar apenas pessoas com vantagens. Chegam a definir-se prontamente como intrinsecamente dignas daquilo que possuem; chegam a acreditar-se constituindo “naturalmente”

uma elite; e na verdade consideram seus bens e seus privilégios como extensões naturais de seu ser de elite. Nesse sentido, a idéia de elite como composta de homens e mulheres com caráter moral mais apurado é uma ideologia da elite em sua condição de camada dominante privilegiada, e isso é válido tanto quando a ideologia é feita pela própria elite ou quando outros fazem por ela. (...) O conceito moral de elite, porém, nem sempre é apenas uma ideologia dos superprivilegiados, nem a contra-ideologia dos subprivilegiados. É, freqüentemente, um fato: tendo experiências controladas e privilégios selecionados, muitas pessoas da camada superior aproximam-se, com o tempo, do tipo de caráter que pretendem personificar. Mesmo abandonando – como é nosso dever – a idéia de que o homem ou a mulher da elite nasce com caráter de elite, não precisamos afastar a idéia de que suas experiências e preparo desenvolvem neles um tipo específico de caráter. Atualmente, devemos restringir a idéia de elite como formada de tipos superiores, pois homens escolhidos para e modelados pelas posições mais importantes têm muitos porta-vozes e conselheiros, escritores fantasmas e contatos que lhes modificam os conceitos e criam deles imagens públicas, bem como influem em muitas de suas decisões. Há, certamente, consideráveis diferenças dentro da própria elite, sob esse aspecto, mas como regra geral na América de hoje, seria ingenuidade interpretar qualquer grupo de elite principal apenas em termos de seu pessoal ostensivo. A elite americana freqüentemente parece menos uma coleção de pessoas do que de entidades associadas, em grande parte criadas e tidas como tipos padrões de “personalidade”. Até mesmo as celebridades, aparentemente mais livres são, quase sempre, uma espécie de produção sintética feita semanalmente por um quadro de pessoal disciplinado que sistematicamente pondera o efeito de piadas que a celebridade “espontaneamente” reproduz. Não obstante, na medida em que a elite florescer como classe social, ou como grupo de homens nos postos de comando, selecionará e formará certos tipos de personalidades rejeitando outros. O gênero de seres morais e psicológicos em que os homens se transformam é em grande parte determinado pelos valores que aceitam e pelos papéis institucionais a eles atribuídos e deles esperados. Do ponto de vista do biógrafo, um homem das classes superiores é formado por suas relações com outros homens a ele semelhantes, numa espécie de pequenos grupos íntimos através dos quais passa e aos quais, durante sua vida, pode voltar. Assim concebida, a elite é um conjunto de altas rodas cujos membros são selecionados, preparados e comprovados, e aos quais se permite acesso íntimo aos que comandam as hierarquias institucionais impessoais da sociedade moderna. Se houver uma chave para idéia psicológica da elite, é a de que combina, nas pessoas que constituem, a consciência da impessoalidade das decisões com sensibilidades íntimas partilhadas entre si (MILLS, 1968, p. 22-24).

O estrato social objeto desta Tese pode ser corretamente apreendido através do conceito de elite de Mills (1968). O próprio autor considera que, tecnicamente, o conceito de elite está mais próximo do de grupo de status do que de classe. Seria tentador, portanto, propor que este segmento fosse designado tão simplesmente como: elite. Mas certamente este uso continuaria sendo vago e incerto. Além da já mencionada vulgarização do termo e da polêmica em torno de seu significado, essa definição não proporcionaria o entendimento necessário da forma com que as altas camadas se articulam para não só manter seu poder, como sua distinção social.

Tanto o conceito de classe social, fortemente vinculado às condições econômicas dos indivíduos, como o conceito de elite, constitui-se numa combinação entre condições sociais,

econômicas e posições ocupacionais diferenciadas, inadequados à classificação do segmento social pesquisado nesta Tese, tendo em vista os processos sócio-culturais que se apresentam.

Este segmento social constitui uma espécie de casta. Seus membros possuem plena consciência de pertencimento e dos símbolos que constituem sua agregação. Com base neste princípio e na orientação conceitual proposta por Weber para definir grupo de status, considero o segmento social que ocupa a posição mais elevada na classe alta da sociedade carioca, como um grupo.

4.4 Identidade, diferença social e consumo

Neste item, encontro a denominação que será usada para o grupo social objeto desta Tese. Exponho também a necessidade dos indivíduos e grupos sociais de se identificarem e diferenciarem socialmente. Procuro demonstrar que o consumo atua como instrumento destes processos no cerne das relações sociais. Esta etapa estabelece também as condições para compreender o espaço, não só como ambiente do consumo, mas também como lugar a ser consumido. Este significado de lugar será tratado no último item deste capítulo.

4.4.1 Estrutura de capitais, *habitus* e poder simbólico

Para melhor compreensão das condições simbólicas que sustentam e integram a identidade coletiva do grupo social objeto desta Tese, é necessário resgatar a teoria social de Pierre Bourdieu.

A diferenciação social é um tema central na obra de Bourdieu, que enfatiza o quanto tal questão vai além dos aspectos econômicos. A análise social de Bourdieu é centrada nos mecanismos que constituem os elementos do capital simbólico nos diversos espaços sociais: onde se produzem as crenças, os valores, os esquemas de percepção e os mecanismos de obediência. O Estado, a Igreja, a família e o sistema educacional de um modo geral são, na visão deste autor, as principais instituições responsáveis pela configuração dos valores simbólicos. Sua obra inspirou-se na inconsistência, identificada na sociedade francesa, das crenças mais marcantes da ideologia republicana: a igualdade social e a importância do sistema escolar na garantia dessa igualdade.

A obra de Bourdieu possui dois pontos de grande relevância para este trabalho: primeiro, a consistência e a profundidade de sua teoria; segundo, o fato de que sua base empírica ter sido justamente a burguesia francesa, a principal referência cultural na construção social do segmento carioca análogo, desde o século XIX. Passo portanto a apresentar, alguns elementos da obra de Bourdieu, úteis à minha Tese.

A sociedade utiliza-se de diversos códigos para acumular conhecimentos e se comunicar. Esses códigos são expressos de diversas formas: por meio da linguagem escrita, da linguagem falada, dos gestos, das ações, dos gostos e dos valores. Enfim, tudo aquilo a que as pessoas possam atribuir significado é utilizado na comunicação e, logo, na construção das relações sociais. Os indivíduos comunicam-se, portanto, em muitos níveis, por muitas razões, com muitos outros, de muitas formas diferentes.

Um sistema simbólico deve ser, portanto, entendido como um conjunto de signos que contêm significados e significantes compreensíveis a determinado grupo social. Os sistemas simbólicos são utilizados como instrumentos de conhecimento e comunicação, visando a integração e, ao mesmo tempo, a disputa por posição no espaço social. Essas disputas objetivam a identificação e a diferenciação entre os diversos grupos sociais existentes. Considero desta forma, que os sistemas simbólicos são instrumentos de poder, já que constroem a realidade que tende, por sua vez, a estabelecer uma ordem no mundo social.

As relações de comunicação são, de modo inseparável, sempre, relações de poder que dependem, na forma e no conteúdo, do poder material ou simbólico acumulado pelos agentes (ou pelas instituições) envolvidas nessas relações e que como o dom, podem permitir acumular poder simbólico (BOURDIEU, 2002, p.11).

Na condição de instrumentos estruturados e estruturantes de comunicação e conhecimento, os sistemas simbólicos cumprem a função política de instrumentos de imposição ou de legitimação da dominação, contribuindo para assegurar a dominação de uma classe sobre outra. É o que Bourdieu (2002) considera como violência simbólica.

Para Bourdieu, o espaço total da sociedade é configurado por meio de diversos universos sociais relativamente autônomos, que são campos específicos onde se produz e se reconhece o capital simbólico dos diferentes indivíduos e grupos sociais. Esses campos podem ser, por exemplo: o da arte, da literatura e o acadêmico. Em cada um desses campos, os indivíduos formam um *habitus*, que corresponde à interiorização de comportamentos e valores. Portanto, o *habitus* demonstra que os atores sociais não são orientados apenas por

interesses econômicos, mas por regras muitas vezes inconscientes traduzidas em valores e gostos.

As relações existentes no interior de cada campo definem-se objetivamente e de forma independente da consciência. Na estrutura objetiva do campo (hierarquia de posições, tradições, instituições e história), os indivíduos adquirem um corpo de disposições, que lhes permite agir de acordo com as possibilidades existentes no interior dessa estrutura objetiva: o *habitus*. Desta forma, o *habitus* funciona como uma força conservadora no interior da ordem social.

Sistemas de disposições duráveis e transferíveis, estruturas estruturadas, predispostas a funcionar como estruturas estruturantes, isto é, como princípios geradores e organizadores de práticas e de representações que podem ser objetivamente adaptadas a seu fim sem supor a intenção consciente dos fins e o domínio expresso das operações necessárias para atingi-los, objetivamente reguladas e reguladoras, sem ser o produto da obediência a regras, sendo coletivamente orquestradas sem ser o produto da ação organizadora de um regente (BOURDIEU, 1983, p. 15).

Assim, o *habitus* é uma estrutura mental incorporada pelos indivíduos. Trata-se de uma estrutura, ao mesmo tempo, individual e coletiva, possibilitando a formação de certo consenso sobre o mundo social, o "sentido comum". O *habitus* possui uma dimensão social que antecede o indivíduo, e uma dimensão individual, que exige um esforço de internalização de códigos de comportamento.

O *habitus* orienta as práticas que expressam a cultura de uma determinada sociedade. A idéia de cultura aqui envolve a criação coletiva das idéias, símbolos e valores pelos quais uma sociedade define para si mesma o bom e mau, o belo e feio, o justo e injusto, o verdadeiro e falso, o puro e impuro, o possível e impossível, o inevitável e casual, o sagrado e profano. A cultura se realiza através da linguagem, trabalho e relação com o tempo, manifestando-se como vida social, arte, religião e política (CHAUI, 2005). Neste sentido, o volume de capital cultural de um indivíduo é medido exatamente pelo nível de apropriação dos símbolos e valores mais exaltados em determinada sociedade.

O capital simbólico, por sua vez, emana da estrutura de capitais detidos e valorizados por determinado grupamento social. Essa estrutura é constituída essencialmente pelo capital cultural e econômico. Cada grupamento social produz uma determinada configuração destes capitais que se traduz como capital simbólico. Essa estrutura de capitais pode levar um determinado grupamento social a privilegiar a arte em detrimento do dinheiro, coisas da cultura em detrimento de questões relacionadas ao poder, ou o inverso (BOURDIEU 2001b).

Apesar de todos os grupamentos sociais possuírem seus próprios capitais simbólicos, isto não significa dizer que detenham igual capacidade de “deliberar” livremente sobre o seu conteúdo e sentidos. As representações construídas por quem detém o maior acúmulo de capital simbólico, numa determinada sociedade, exerce uma influência sistêmica sobre o comportamento social em geral. É preciso enfatizar ainda que esta influência pressupõe também, de alguma forma, o atendimento de expectativas coletivas, pois só possui eficácia na medida em que seu valor é socialmente reconhecido.

É neste sentido que emerge a idéia de poder simbólico. Esta forma de poder social, como todas as outras formas de poder, impõe significações como legítimas. Os símbolos afirmam-se, assim, como instrumentos de integração social, tornando possível a reprodução da ordem estabelecida. Para Bourdieu, a posição de um determinado grupo no espaço social é determinada pelo acúmulo de poder simbólico, originado a partir dos conteúdos e substâncias do capital simbólico detido pelo grupo.

O poder simbólico é uma forma transformada, quer dizer, irreconhecível, transfigurada e legitimada, das outras formas de poder: só se pode passar para além da alternativa dos modelos energéticos que descrevem as relações sociais como relações de força e dos modelos cibernéticos que fazem delas relações de comunicação, na condição de se descreverem as leis de transformação que regem a transmutação das diferentes espécies de capital em capital simbólico e, em especial, o trabalho de dissimulação e de transfiguração (numa palavra, de eufemização) que garante uma verdadeira transsubstancialização das relações de força fazendo ignorar-reconhecer a violência que elas encerram objetivamente e transformando-as assim em poder simbólico, capaz de produzir efeitos reais sem dispêndio aparente de energia (BOURDIEU, 2002, p. 15).

A linguagem do poder simbólico não transmite, a não ser excepcionalmente, apenas signos destinados a serem compreendidos e decifrados objetivamente; são também signos de riqueza a serem avaliados, apreciados, e signos de autoridade a serem acreditados e obedecidos. É justamente o *habitus* dos que detêm o maior acúmulo de capital simbólico que impõe, a toda sociedade, as práticas sociais mais valorizadas.

O *habitus* é um sistema que gera e orienta a ação, mas não corresponde a qualquer regra formal. As ações que produz apresentam regularidade, mas esta regularidade não corresponde a uma formulação consciente. Dessa maneira, a atividade tem sua lógica ocultada aos indivíduos que a reproduzem. Neste sentido, a ação gerada por meio do *habitus* diferencia-se da mesma ação gerada por mecanismos conscientes que têm como causa o desejo de projeção social. A primeira é reproduzida e interpretada como algo “natural”, já a

segunda é interpretada como “artificial”, na medida em que é considerada como ilegítima. A percepção do que é ‘legítimo’ integra um conjunto de habilidades proporcionadas àqueles que reproduzem determinado *habitus*. Significa, por exemplo, que um indivíduo profundamente inserido no mundo das artes plásticas saberá, com muita facilidade, identificar um impostor no seu meio.

O *habitus* é produto de práticas historicamente construídas e sedimentadas. Aí reside sua grande força de estrutura estruturante. Conforme declara Bourdieu (*apud* ROMANO *in* RIBEIRO, 1987, p. 48-49):

O habitus é o produto incorporado da prática histórica, entendida esta como o lugar da dialética do opus operatum e dos modus operandi (...). Enquanto produto da história, o habitus está presente na produção de práticas individuais ou coletivas, ou seja, os homens produzem história, conforme os esquemas engendrados pela própria história.

Em sua obra *Distinção*, Bourdieu apresentou uma explicação consistente dos gostos e seus significados, indo desde as escolhas na arte até as do vestuário, da mobília e da comida. Esta explicação apóia-se num conceito unificado capaz de explicar os mecanismos responsáveis pela produção e reprodução das diferenças de poder entre segmentos sociais. *Distinção* é considerada, por vários autores, como a obra central de Bourdieu. Com um subtítulo importante “Crítica social do julgamento”, constrói a correspondência entre práticas culturais e classes sociais, esclarecendo os princípios que legitimam as hierarquias sociais.

Para Bourdieu, o senso estético é o principal mecanismo responsável pela distinção social. O *habitus* induz a interpretar o gosto estético aprendido e adquirido como “naturais” ou, então, como criadores de distinções “naturais”. O *habitus* iguala o que é aprendido com o que é “natural”, pois isso faz parte de sua essência. Permite-nos pensar que escolhemos o que nos é necessário, naturalizando o aprendido. Quando esta transformação determina o modo de agir na área geral do gosto, especificamente, do gosto estético, orienta a percepção do que é considerado como “mau gosto”.

Os gostos (ou seja, as preferências manifestadas) são a afirmação prática de uma diferença inevitável. Não é por acaso que, ao serem obrigados a justificarem-se, eles afirmam-se de maneira totalmente negativa, pela recusa oposta a outros gostos: em matéria de gosto, mais que em qualquer outro aspecto, toda determinação é negação; e, sem dúvida, os gostos são, antes de tudo, aversão, feita de horror ou de intolerância visceral (“da ânsia de vomitar”), aos outros gostos, aos gostos dos

outros. Gostos e cores não se discutem: o motivo não é tanto pelo fato de que, na natureza, há gostos para tudo, mas porque cada gosto pretende estar baseado na natureza – e o é praticamente, sendo *habitus* -, lançando os outros no escândalo da contranaturalidade. A intolerância estética exerce violências terríveis (BOURDIEU, 2007, p. 56-57).

A estética, como parte do capital cultural parece ter sua independência frente às necessidades econômicas, pois experimentar um interesse pela estética não supõe o fato de se possuir os meios econômicos para fazê-lo. Portanto a estética, em certo sentido, é um eficaz instrumento de oposição ao poder econômico. Desse modo, o mais puro compromisso da estética como instrumento de distinção é o de rebaixar a dominação do capital econômico frente ao capital cultural.

Surge assim, um efeito político do modo como o *habitus* constrói a estética: a experiência prematura com a “cultura legítima” acontece nas classes dominantes e, com isso, a materialização do senso estético. Por conseguinte, as classes são identificáveis a partir do gosto estético, permanecendo oculto o reconhecimento da produção social do próprio gosto, assim como do sistema de disposições que assegura as diferenças sociais.

Assim a disposição estética é a dimensão de uma relação distante e segura com o mundo e com os outros que pressupõe a segurança e a distância objetivas; a manifestação dos sistemas de disposições que produzem os condicionamentos sociais associados a uma classe particular de condições de existência quando eles assumem a forma paradoxal da maior liberdade concebível, em determinado momento, em relação às restrições da necessidade econômica. No entanto, ela é, também, a expressão distintiva de uma posição privilegiada no espaço social, cujo valor distintivo determina-se objetivamente na relação com expressões engendradas a partir de condições diferentes. Como toda a espécie de gosto ela une e separa: sendo o produto dos condicionamentos a uma classe particular de condições de existência, ela une todos aqueles que são produtos de condições semelhantes, mas distinguindo-os de todos os outros e a partir daquilo que tem de mais essencial, já que o gosto é o princípio de tudo o que se tem, pessoas e coisas, e de tudo o que se é para os outros, daquilo que serve de base para se classificar a si mesmo e pelo qual se é classificado (BOURDIEU, 2007, p. 56).

Com base no que foi exposto acima, o grupo social objeto desta pesquisa será denominado, a partir de agora, como “grupo detentor do poder simbólico”. Esta denominação aparecerá também na sigla DPS. O poder detido por este grupo não se baseia unicamente no capital econômico, mas fundamentalmente na reunião de diversos capitais, na qual o capital cultural ocupa uma posição de grande relevância. Conforme já exposto, o gosto estético constitui uma importante manifestação do capital cultural. Revela-se no “bom gosto” no

vestir, na forma de decorar os ambientes, no apreço pela arte e pelo belo. Outra importante forma de expressão da estética acontece através dos códigos intrínsecos à expressão corporal (gestos, olhares, tons de voz).

4.4.2 Identidade e diferença social

As práticas de diferenciação são formas de comunicar a posição social de certos indivíduos ou grupos, em relação aos demais. Mas afinal, o que motiva a buscar por diferenciação social? Da mesma forma que se observa a necessidade de construção da identidade social dos indivíduos observa-se a necessidade de distinção.

Segundo Woodward (2000), as identidades são fabricadas por meio da marcação da diferença. Essa marcação ocorre tanto por meio de sistemas simbólicos de representação, quanto por meio de formas de exclusão social. O autor considera que a identidade não é o oposto da diferença: a identidade para ele depende da diferença. Nas relações sociais, a diferença é estabelecida por meio de sistemas classificatórios. Para Woodward, um sistema classificatório orienta a aplicação de princípios de diferença a uma população de uma forma tal que seja possível sua divisão em pelo menos dois grupos opostos, nós / eles.

Conforme argumenta o sociólogo francês Émile Durkheim (*apud* WOODWARD, 2000, p.40):

É por meio da organização e ordenação das coisas de acordo com os sistemas classificatórios que o significado é produzido. Os sistemas de classificação dão ordem à vida social, sendo afirmados na fala e nos rituais (...). Sem os símbolos, os sentimentos sociais teriam uma existência apenas precária.

Para Silva (2000), a definição da identidade e da diferença é objeto de disputa entre grupos sociais assimetricamente situados em relação ao poder. Na disputa pela identidade, está envolvida uma disputa mais ampla por outros recursos simbólicos e materiais da sociedade.

A afirmação da identidade e a enunciação da diferença traduzem o desejo dos diferentes grupos sociais, assimetricamente situados, de garantir o acesso

privilegiado aos bens sociais. A identidade e a diferença estão, pois, em estreita conexão com relações de poder: o poder de definir a identidade e de marcar a diferença não pode ser separado das relações mais amplas de poder (SILVA, 2000, p. 81).

Bourdin (2001) considera a identidade como um conjunto de permanências que caracterizam um indivíduo ou grupo. A identidade de um grupo é colocada em perigo pela mobilidade, pelo cruzamento, pela mistura com outros grupamentos sociais ou pela adesão a uma modernidade concebida. Essas permanências resistem, pois se beneficiam de uma ancoragem sólida. Fora do ambiente da família, da igreja e da língua, as práticas de um mesmo território e a referência a um conjunto de regras comuns da vida diária e de bens culturais constituem os únicos meios de ancoragem realmente eficazes para preservação da identidade.

A identidade encontra-se fortemente imbricada com a moralidade. Conforme Taylor (1997), a moralidade não é simplesmente uma formulação do que é mais correto fazer. Inclui também o que é considerado ‘bom de ser’ por determinado grupamento de indivíduos. Efetivamente, a visão ideológica de uma moralidade prescritiva e geral do ‘dever’ não colabora para a compreensão do comportamento social. As pessoas agem moralmente de acordo com um conjunto de valores aceitos e compartilhados por determinado grupo social, tendo em vista as formas mais valorizadas de ser dentro de seu microcosmo social. Neste sentido, o comportamento moral não tem laços com o ‘dever’ em relação ao macrocosmo social. Caso o comportamento moral fosse regido por essa forma de ‘dever’ seria provável a renúncia dos mais ricos às “futilidades” do mundo, dividindo assim suas economias com os mais pobres. Dessa forma, teríamos um mundo perfeito. Isso não ocorre porque tais “futilidades” possuem significados importantes que dizem respeito à identidade coletiva da classe ou grupamento, aceitação individual e a coesão do meio social e, em última análise, para o próprio bem estar e segurança social dos indivíduos. Essas práticas constituem sua moral, individual e coletiva.

O poder simbólico exercido dentro das camadas sociais de maior prestígio é incomparavelmente superior aos apelos pelo bem estar dos ‘outros’, já que esses ‘outros’ não são percebidos como semelhantes. A questão é que, no mundo social, não existe a idéia de ser humano como parâmetro de igualdade. O sofrimento dos mais pobres, por exemplo, não sensibiliza verdadeiramente a maioria dos ricos, exceto aqueles que conseguem, por sua capacidade pessoal, abstrair do mundo social que os envolve.

Há, sem dúvida, movimentos de assistência social promovidos pelas camadas sociais mais altas. É o caso de lideranças que foram capazes de acessar um nível mais elevado de consciência sobre as necessidades do ‘outro’, esse ‘outro’ tão distante. Como tudo que é reconhecido como um valor por essa camada gera um “efeito de manada” junto àqueles que se buscam reconhecimento e projeção social, é provável que outros indivíduos, bem menos engajados na proposta original destes movimentos e formas de assistência, sigam essas práticas como caminho de integração em seu grupo de referência; uma espécie de moda. Ainda assim, o fato da maioria dos integrantes das camadas mais elevadas não deter a capacidade de se abstrair de seu restrito universo social, não implica necessariamente em egoísmo ou falta de solidariedade. Interpretar essas questões recorrendo a explicações simplistas e pré-julgamentos leva a um entendimento maniqueísta das relações sociais.

Não se pode menosprezar o poder estruturante dos sistemas simbólicos que integram instituições que se formam entre as camadas sociais mais altas. Este é um mundo social que exige um grande esforço para ser apreendido e mantido. Um mundo atraente e, por isso mesmo, disputado por muitos. Nele, está em jogo a posição social dos indivíduos, ou seja, o próprio poder. O *habitus* produzido nas camadas mais altas não se limita a condicionar os comportamentos internos. Graças a seu poder simbólico, projeta também para o restante da sociedade suas forças condicionantes. Ana Clara Ribeiro expressa como essas forças sociais dominantes são capazes de afetar o comportamento da sociedade.

A imagem dominante agiliza os mercados; cria fluxos exclusivos; condiciona comportamentos; estimula atividades; organiza eventos, controlando os seus impactos sociais e culturais; estabelece vínculos entre diferentes setores econômicos; valoriza algumas personalidades e desvaloriza outras; hierarquiza temas e problemas; cria alguns atores e desconhece a maioria (RIBEIRO, 2001, p. 50).

A identidade de um grupo social só é possível a partir da atração exercida por um conjunto de códigos morais socialmente compartilhados. O grau de coesão de um grupamento social determina a percepção de poder e bem estar dos indivíduos que o constituem. Dessa forma, a coesão social de um grupamento é diretamente proporcional a sua homogeneidade interna e, ao mesmo tempo, a marcação das diferenças em relação aos demais. Como já mencionei, não há noção de identidade sem a noção de diferença. São condições que se complementam. O *habitus* nada mais é do que a expressão prática dos valores morais detidos

por determinado grupamento social, capaz de demarcar sua identidade e sua diferença em relação aos outros.

O *habitus* assume o papel de uma tradição. Berger (2002) considera que a construção da tradição tem origem na sedimentação intersubjetiva das experiências. Esta sedimentação ocorre quando vários indivíduos participam de uma biografia comum, cujas experiências se incorporam em um acervo comum de conhecimento. A sedimentação intersubjetiva só pode ser considerada social quando se objetivou em um sistema de códigos, ou seja, quando é possível reproduzir a objetivação das experiências compartilhadas. Só então estas experiências poderão ser transmitidas de uma geração a outra como valores enraizados e naturalizados. Os sistemas de códigos ou linguagem objetivam as experiências partilhadas, permitindo que sejam agregadas ao estoque já existente de conhecimentos comuns. Esses códigos tornam-se assim totalidades coerentes que não necessitam, para serem reproduzidos, de um processo de reconstrução da origem de sua formação. Essa legitimação não apenas diz ao indivíduo o porquê deve realizar uma ação e não outra, como também o porquê de as coisas serem o que são.

Berger (op. cit.) identifica três diferentes níveis de legitimação. A primeira é chamada de legitimação incipiente. Ocorre quando um sistema de códigos, baseado nas experiências já subjetivadas por outros, é transmitido. Por exemplo, uma criança aprende que outra criança é um primo. A essa informação se segue um conjunto de condutas em relação aos primos. Pertencem a este nível de legitimação incipiente todas aquelas afirmações do tipo: ‘é assim que se faz as coisas’. O segundo nível de legitimação contém proposições teóricas que reforçam determinados valores. Neste nível, surgem esquemas explicativos altamente pragmáticos como provérbios, máximas morais e sabedorias. A ele pertencem também as lendas, as histórias populares, freqüentemente transmitidas de forma poética. O terceiro nível de legitimação contém teorias que procuram explicar porque determinada instituição detém um conteúdo diferenciado de conhecimentos. Normalmente este tipo de legitimação conta com especialistas que transmitem tais teorias de forma oficializada. Por exemplo, teorias econômicas que expliquem, com tom de naturalidade, determinado contexto social. O grau de legitimidade com que os códigos são transmitidos determina, em certa medida, a coesão social em torno de determinada identidade coletiva, demarcando assim os limites entre o “nós” e os “outros”.

Goblot (1989) considera que não haveria classes se a sociedade comportasse apenas pessoas mais ou menos iguais. As características que separam indivíduos em grupamentos são

de ordem qualitativa. Assim, toda a demarcação social é ao mesmo tempo barreira e nível. É preciso que a barreira seja uma escarpa, mas que acima da escarpa tenha um planalto. Neste sentido, internamente, uma classe não admite declives nem cumes; a igualdade na classe é condição da superioridade de classe. A certeza da igualdade interna está na percepção da diferença em relação aos ‘outros’.

Todo nivelamento distingue, toda distinção nivela. Um princípio de igualdade não pode ser aplicado sem traçar limites; e, como de certa forma é sempre um princípio moral, ele enaltece o grupo que delimita. Reciprocamente, todo grupo que atribui uma superioridade atenua ou disfarça, em seu seio, as desigualdades individuais, a fim de dar todo destaque à superioridade coletiva; os próprios indivíduos anulam-se para permanecerem na média (GOBLOT, op. cit., p. 20).

O autor destaca que as interações de um grupo eliminam as imperfeições individuais, permitindo a todos que o integram desfrutar de uma percepção superior de si mesmo, pois são unidades deste todo superior.

Elias (2000), em sua obra *Os estabelecidos e os outsiders*, retrata o caso de Winston Paiva, nome fictício de uma comunidade industrial inglesa pesquisada pelo autor. Elias investigou que o sentimento de distinção dos moradores mais antigos (os estabelecidos) da comunidade em relação aos novos que ali chegavam (os *outsiders*) estava fortemente relacionado ao tempo de moradia na região, mas que esse tipo de sentimento pode se manifestar de diversas formas, dependendo dos valores associados ao grupo hegemônico, ou seja, aos estabelecidos.

Elias (op. cit.) considerou *outsiders* aqueles que não comungam do mesmo carisma, acessos e status dos estabelecidos. Para o autor, a idéia de estabelecidos (que se opõe a *outsiders*) traz em si o mesmo sentido da aristocracia, que significa literalmente dominação dos melhores. Essa auto-imagem de superioridade é historicamente a mesma constituída pelos brancos em relação aos negros; dos homens em relação às mulheres; dos grandes estados nacionais em relação aos estados relativamente impotentes. No caso estudado por Elias (2000), o que parece garantir a reprodução deste sentimento é a forte coesão de famílias que já se conheciam há duas ou três gerações, em contraste com os recém chegados, estranhos não apenas para os antigos residentes como também entre si. A estigmatização dos *outsiders* pelos “estabelecidos” era uma arma poderosa para que este último grupo preservasse sua identidade e afirmasse sua distinção, mantendo os outros firmemente “em seu lugar”. Os estabelecidos

apresentavam um nível de coesão mais alto do que o dos *outsiders*, sendo que esta coesão diferencial contribuía substancialmente para seu excedente de poder. Sua maior coesão permitia que este grupo reservasse para seus membros as posições sociais com potencial de poder mais elevado. O grupo dos estabelecidos tendeu a atribuir aos *outsiders* características “ruins” de uma minoria anômica, em contraste com a sua auto-imagem que tendia a se apresentar como exemplo, ou seja, mais “nômico” ou normativo.

Elias apresenta as condições em que um grupo consegue lançar um estigma sobre os ‘outros’ de sociodinâmica da estigmatização. A possibilidade de um grupo afixar em outro um rótulo de inferioridade e fazê-lo prevalecer é uma representação que os dois grupos formavam entre si.

O autor chama atenção para a tendência a discutir o problema da estigmatização social como se fosse uma simples questão de pessoas que demonstram, individualmente, despreço acentuado por outras, o que normalmente é classificado de preconceito. Entretanto, isto equivale a perceber o problema sem considerá-lo numa dimensão de grupo. Esse tipo de estigmatização não se dá na dimensão individual, mas sim grupal. Portanto, não se deve discuti-lo através da categoria preconceito. Só é possível compreender as figuras sociais construídas pelos grupos envolvidos, por sua interdependência. A complementaridade entre o carisma grupal e a desonra grupal é um dos aspectos mais significativos do tipo de relação estabelecidos-*outsiders* encontradas na obra de Norbert Elias.

Em direção ao tema da Tese, cabe dizer que o prestígio do DPS e a supervalorização de seu *habitus*, tal como do mundo das celebridades, só são possíveis na medida em que são aceitos por parte significativa da sociedade como legítimos. Esta mesma sociedade, que atesta sua legitimidade, possui um discurso muitas vezes moralista. Especialmente as classes médias que pregam freqüentemente princípios virtuosos. No entanto, compõem boa parte dos consumidores de revistas do tipo Caras. Deixam-se seduzir pelo espetáculo de ver o luxo e pela aparência superior daquele que consideram integrar, indiscriminadamente, “o mundo dos ricos”.

Ninguém ignora que o trabalho é honroso, que a “ociosidade é a mãe de todos os vícios”, que “pobreza não é crime”, que riqueza não é mérito, que não se mede a honra pelo dinheiro etc. Esses ditos pertencem à mentalidade coletiva. Mas o mesmo senso-comum que os impõe a título de princípios teóricos impõe-nos simultaneamente máximas secretas de conduta que os contradizem; de modo que há, nos juízos de classe, postulados implícitos que não se ousaria enunciar, que não poderia se considerar sem achá-los ridículos ou escandalosos, mas que na prática valem como regra de avaliação e de ação; e, inversamente, excelentes afirmações

proverbiais tão evidentes, que o único motivo que justifica seu enunciado é o fato de contradizer e repudiar aqueles postulados implícitos (GOBLOT, 1989, p. 32).

A coexistência de diversas identidades coletivas numa mesma estrutura social gera, ainda que entre segmentos de uma mesma classe social, a necessidade de acentuar a diferença. Este processo de afirmação de identidades e diferenças sociais, nas sociedades capitalistas, é fortemente vivenciado por meio do consumo. Nestas sociedades, a diferença entre as classes sociais potencializa a necessidade de diferenciação social. Quanto maior a heterogeneidade social, maior será a necessidade dos segmentos dominantes de marcarem a sua diferença.

A condição econômica superior permite o acesso a oportunidades relacionadas a tudo aquilo que o dinheiro pode comprar. O poder econômico garante a concretização formal dos desejos individuais de consumo, mas não o domínio de como consumi-los, limitando o efeito social desejado. Os mecanismos de utilização, apreciação e gosto estão inseridos no *habitus*, sendo por isso de difícil entendimento pelos ‘outros’. O prestígio social, principalmente nas camadas dominantes, depende do domínio apresentado pelo indivíduo nas práticas definidas pelo *habitus* e, conseqüentemente, de sua trajetória individual e familiar. O ‘poder’ de consumo perde então força para as formas de consumo, que são determinantes no alcance da credibilidade e da aceitação pelo grupo. Desta forma, o como se consome torna-se bem mais relevante do que o quanto e o quê se consome.

4.4.3 Modos de consumo e consumo conspícuo

O entendimento do conceito de modos de consumo exige certo cuidado. O predomínio de termos econômicos no estudo de consumo conduz, quase sempre, à idéia de ‘padrão de consumo’. Este último, porém, refere-se ao tipo, quantidade e freqüência dos produtos consumidos por determinado indivíduo ou segmento social.

O padrão de consumo expressa a idéia do ato de consumir como etapa do processo de produção. Porém, tipologia, quantidade e freqüência não são suficientes para compreender a grande complexidade do ato de consumir e de suas representações.

O pensamento econômico clássico, conforme exposto anteriormente, foi desenvolvido num momento em que grandes transformações ocorriam no âmbito da produção. O entusiasmo com as conquistas tecnológicas direcionadas à produção reforçou a crença na

validade da extrapolação dos métodos e do pensamento econômico para todos os âmbitos da vida social.

Torna-se evidente a necessidade de deslocar o entendimento sobre consumo para o âmbito do que Lefebvre (1991) reconhece como ‘reprodução das relações sociais de reprodução’, proposição que será tratada mais detalhadamente adiante.

Nas relações sociais de reprodução, o consumo é considerado como uma atividade, construída a partir das relações sociais. O conceito de ‘modos de consumo’ surge a partir deste entendimento.

Conforme afirma Featherstone (1995, p.35) em relação aos modos de consumo, “se é possível afirmar o funcionamento de uma lógica do capital derivada da produção, talvez seja possível afirmar também uma lógica do consumo, que aponta para os modos socialmente estruturados de usar bens para demarcar relações sociais”.

Neste sentido, os modos de consumo são formas de adquirir, escolher e utilizar bens e serviços, repletos de simbolismo, que refletem a posição social dos indivíduos. Significa que este simbolismo não está restrito ao produto em si, mas também relacionado a determinadas condições e práticas. Um bem escasso e socialmente valorizado pode perder seu peso simbólico, dependendo do contexto de sua utilização: por quem, como, quando, quanto e onde é utilizado.

Os modos de consumo também podem ser observados por meio do tipo de produto consumido. Quando alguém compra uma peça de vestuário de uma marca muito prestigiada, mas com a logomarca estampada de forma extravagante, pode ser mal visto em ambientes mais exclusivos, já que seria um sinal de ostentação indesejável.

Num ambiente “sofisticado”, o desconhecimento de como beber determinado vinho pode comprometer a imagem social de um indivíduo. Por outro lado, a ostentação em mostrar conhecimentos típicos de um enólogo, fora de contexto, pode ser também motivo de ridicularização.

Em 2004, a revista *Veja*⁵⁴ publicou uma matéria sobre os “enochatos”, que dizia o seguinte:

O aumento do interesse geral pelos vinhos e a quase obrigatoriedade de fazer algum comentário sobre o assunto em ocasiões sociais propiciaram o surgimento de uma nova categoria: o "enobobo", também chamado em alguns círculos de "enochato". Não é difícil identificá-lo: trata-se do sujeito que fez um cursinho básico sobre vinhos, leu a respeito em revistas e, assim municiado, aproveita toda e qualquer

⁵⁴ Ver BRASIL, Sandra, 2007.

chance para mandar ver nas taças, com pose de expert. Da encenação costumam sair pérolas, sobretudo quando ele se arrisca a imitar os especialistas em identificar aromas exóticos.

Outro exemplo de julgamento de posição social por meio dos modos de consumo pode ser oferecido pelo seguinte caso real: um rapaz, brasileiro, entrou numa loja da Diesel em Nova York, hoje, provavelmente uma das marcas mais prestigiadas de moda jovem no mundo (no Brasil, uma calça Jeans nesta loja custa cerca de R\$ 1.500,00), comprou diversas peças de roupas e bolsas. Segundo comentários de algumas testemunhas, espectadores da cena consideraram que só poderia se tratar de um novo rico ou um deslumbrado de classe média que nunca havia pisado em solo estrangeiro.

Os modos de consumo também se manifestam no gosto: a decoração da casa, o vestuário, os objetos e os lugares que frequenta. O uso de determinados produtos considerados posicionais depende de conhecimentos adquiridos num conjunto de vivências culturais que interagem entre si, proporcionando como resultado, modos de consumo socialmente valorizados.

A perícia da pessoa culta supõe uma habilidade aparentemente “natural” não apenas de reter informações, mas também de como usar e consumir com adequação e desembaraço em qualquer situação. Nesse sentido, o consumo de bens de alta-cultura (arte, romances, óperas, filosofia) precisa estar associado aos modos de manusear e consumir outros bens culturais mais mundanos (roupas, comidas, bebidas, atividades de lazer) e a alta-cultura precisa estar inscrita no mesmo espaço social do consumo cultural cotidiano [...] para atingir o topo das classes de consumo é preciso não somente um nível de renda mais elevado como também uma competência para julgar bens e serviços de informação que proporcione o feedback necessário do consumo para o uso, que é em si um requisito para o uso (FEATHERSTONE, 1995, p. 37).

Os modos de consumo têm relação com outro conceito importante para esta pesquisa, o de consumo conspícuo. Sua definição foi proposta inicialmente por Veblen (1988). Trata-se do consumo de produtos distintivos. Refere-se, portanto, aos bens de luxo e a alguns hábitos dos ricos. O autor considera também como o consumo improdutivo de bens honoríficos esteve presente desde os momentos iniciais da evolução cultural da humanidade. O consumo conspícuo possui um caráter cerimonial que, mais tarde, deu origem à atual utilização do termo como sinal de riqueza e honraria, desde que atrelado a modos de consumo igualmente diferenciados.

O consumo do artigo de luxo, no seu verdadeiro sentido, é consumo que visa o conforto do próprio consumidor; é, portanto, atributo do senhor. Em algumas comunidades, em que os hábitos de pensamento populares foram profundamente moldados pela tradição patriarcal, esperam-se, conseqüentemente, as sobrevivências do tabu relativo ao consumo de artigos de luxo, pelo menos sob a forma de desaprovação de seu uso pela classe servil. Isso é verdade especialmente no tocante a certos artigos de luxo, cujo uso pela classe dependente diminuiria sensivelmente o conforto ou o prazer dos seus senhores, ou que por outros motivos são tidos como de legitimidade duvidosa (VEBLEN, 1988, p. 36-37).

E mais:

A discriminação rigorosa no tocante à excelência nos alimentos, na bebida, etc. não somente passa rapidamente a determinar a maneira de viver como também a educação e atividade intelectual do senhor. Ele já não é mais simplesmente o homem bem-sucedido e agressivo, o homem forte, atilado e intrépido. A fim de evitar o embrutecimento, ele tem de cultivar o gosto, já que lhe é imprescindível discriminar cuidadosamente entre o nobre e o ignóbil nos bens de seu consumo. Torna-se ele assim um connoisseur dos vários graus de valores dos alimentos, das bebidas e dos adornos masculinos, do vestuário adequado, da arquitetura, das armas, dos jogos, das danças, e dos narcóticos. Esse cultivo do senso estético requer tempo e esforço; portanto, ele tende a transformar sua vida de ócio num aprendizado mais ou menos árduo para uma vida correta de ócio ostensivo. Estreitamente ligado ao requisito de livre consumo da espécie correta de bens existe um outro requisito; ele deve também saber consumi-los de modo adequado. Sua vida de ócio deve ser corretamente conduzida. Daí o aparecimento das boas maneiras (...). As boas maneiras e os modos de vida refinados são sinais de conformidade com a norma de ócio e de consumo conspicuo (VEBLEN, 1988, p.37-38).

Veblen (1988) observa o quanto o valor dos bens de luxo pode variar conforme os modos de uso. Quem, como, quando, quanto e onde se consome torna-se vital para a eficácia social do ritual construído pelo consumo. Assim os signos distintivos operam com naturalidade quando praticados entre “iniciados”. Desta forma, tornam-se, potencialmente, códigos apropriados a distinção entre “quem faz parte e quem não faz”.

A moda, como uma referência de consumo legitimada por quem detém poder simbólico, pode ser atribuída a coisas e suas formas de expressão e uso. Neste sentido, a moda torna-se a forma mais eficaz de produzir distinção. O padrão ou moda podem ser mais ou menos duráveis. Isso dependerá de seu conteúdo, da facilidade de acesso pelos ‘outros’ e da complexidade de sua utilização.

Goblot (1989, p. 51) refere-se à moda na virada do século XIX em Paris como a melhor forma de distinção.

Naturalmente a melhor distinção, a mais segura e mais nítida, é a separação material. O espírito burguês tenta evitar ao máximo a promiscuidade ou qualquer aproximação; quer conservar as classes populares à distância, não se deixa invadir

nem confundir; dispõe de restaurantes, hotéis, carruagens e vagões de trem as quais essas classes não tem acesso; frequenta festas em que a sociedade não é misturada.

Em conseqüência, a moda muda de acordo com a necessidade de difusão de novos padrões de diferenciação.

Ela é mudada assim que não pode mais ser reservada a alguns, mas também só é adotada quando pode ser generalizada. Porque, se convém à sua função diferenciadora que ela não se estenda além da classe, convém também que ela não distinga as pessoas mas sim a classe como um todo. Se ela só tivesse valor estético, se fosse apenas a expressão de uma escala do gosto, apresentaria uma gradação e não uma demarcação. O gosto, que é pessoal, é bem diverso da moda, que é fato social. Uma classe luta contra o mérito pessoal, que a dissolve, tanto quanto contra a vulgarização que a confunde. A moda é, pois, obrigada a conciliar traços contraditórios: deve ser suficientemente fácil de imitar para tornar-se uniforme, suficientemente difícil de imitar para permanecer diferenciadora (GOBLOT, 1989, p. 60).

O autor afirma ainda que não é por uma busca estética, mas para não se confundir com outras classes que a burguesia moderna esforça-se para se distinguir no vestuário, nos modos, na linguagem e nos objetos que a cercam⁵⁵.

O contrário de distinto é comum: comum é o que não distingue, vulgar é o que distingue negativamente e revela inferioridade. A distinção não é a beleza, nem a elegância, nem o luxo. Ela se acrescenta a eles; pode substituí-los. Deve ser aparente; não tem importância se for superficial. Consiste quase sempre em matizes, minúcias, pequenos nada. Deve ser delicada, até sutil, para que imitá-la seja difícil (GOBLOT, 1989, p. 52).

Existe na França uma instituição chamada *Comité Colbert*⁵⁶, que trata de resguardar o bom gosto. Em 1954, Jean-Jacques Guerlain, renomado perfumista francês, inspirado no revolucionário ministro da fazenda francês do reinado de Luis XIV, criou uma fundação com

⁵⁵ Não foi também pelo frio que o homem começou a se vestir. Só bem mais tarde utilizou roupas para se proteger tanto do frio do inverno, como do calor do verão. Os acessórios foram os primeiros objetos a compor seu vestuário. Muito antes de se cobrir com roupas, o homem se enfeitou com colares, pulseiras e anéis; incrustou pedras, metais conchas, ossos e madeira de lei no lóbulo da orelha, na cartilagem do nariz e no lábio. As peles de animais eram exibidas como troféus por significarem a habilidade do caçador. Só no período glacial que se tornou indispensável a vestimenta. Os próprios tecidos foram primeiramente utensílios de pesca e de caça, depois insígnias e troféus, e só mais tarde defesa contra as intempéries da natureza (GOBLOT, op. cit.).

⁵⁶ Ver RIBEIRO, Gilson Leo, 1999.

seu nome: Colbert. A Fundação nasceu com a missão de proteger os produtos de quatorze marcas de luxo contra imitações. Atualmente são cerca 75 marcas protegidas pela instituição. Uma espécie de certificado ISO, diferenciado por um glamour comparável apenas a assinatura de um grande artista. Na figura 14 estão expostas as marcas protegidas por essa instituição.

Goffman *apud* McCracken (2003) observou que um símbolo de status nem sempre é um bom teste para o próprio. A dificuldade que ele aponta é que estes símbolos podem ser usados de forma “fraudulenta”, na medida em que muitos os procuram para adquirir este status, mas sem ter nada de substantivo que de fato o justifique. Devido a isso, a sociedade cria antídotos visando impedir essas fraudes. Na Inglaterra do século XVI, por exemplo, chegou-se a criar uma lei contra fraude de status. Um alfaiate mercador elizabetano foi preso por um oficial da Coroa, que cumpriu a lei dilacerando e açoitando seu excessivo vestuário (McCRACKEN, 2003).

A aristocracia desenvolveu um conjunto de antídotos simbólicos, com os quais buscava se proteger dos impostores. Um deles chamava-se ‘marca invisível’. Certos grupos sociais cultivavam determinados tipos de conhecimento (música, poemas, jogos, danças, vinhos, decoro, vestuário) e faziam deles signos cruciais e poderosos de pertencimento. O que há de especial nesta estratégia é justamente por ela ser invisível para aqueles contra os quais é utilizada.

As estratégias de diferenciação não são concebidas de forma organizada, formal, ou mesmo consciente. Inclusive este é o principal fator responsável por sua eficácia: o desconhecimento de que se encontra em ação. Caso este processo fosse consciente e planejado, seria facilmente notado e perderia sentido. A estratégia de diferenciação é transmitida pelo mesmo mecanismo do *habitus*, ou seja, por meio das próprias práticas. Um indivíduo dotado de carisma no grupo muda conscientemente sua atitude ou observa diferenças distintivas em relação ao ‘outro’ para se diferenciar naquele aspecto que percebe como uma ameaça a sua identidade e a do grupo. Seu comportamento é observado, eventualmente comentado, e finalmente reproduzido. Somam-se diversos indivíduos carismáticos de determinado grupo, com o mesmo comportamento em relação às experiências que julgam ameaçadoras à integridade coletiva. O que se tem ao final é um conjunto de códigos que visam a auto-proteção do grupo. Estes novos códigos, em geral muito familiares ao *habitus* do grupo, são subliminarmente compreendidos e praticados sem que necessariamente cheguem a ser reconhecidas sua origem e os motivos que o geraram.

Se as relações constitutivas do campo de posições culturais não revelam completamente seu sentido e sua função a não ser quando referidas ao campo das relações entre as posições ocupadas por aqueles capazes de produzi-las, reproduzi-las e utilizá-las, tal ocorre porque as tomadas de posição intelectuais ou artísticas constituem, via de regra, estratégias inconscientes ou semiconscientes meio a um jogo cujo alvo é a conquista da legitimidade cultural, ou melhor, do monopólio da produção, da reprodução e da manipulação legítimas dos bens simbólicos e do poder correlato de violência simbólica legítima (BOURDIEU, 2001a, p. 168-169).

Esses códigos podem chegar a produzir, mesmo que temporariamente, normas que negam práticas historicamente consagradas pelo grupo, como por exemplo, a negação da marca ou grife no vestuário. Trata-se de uma espécie de protesto contra-cultural que indica que a preservação da identidade e coesão do grupo possui uma importância muito maior do que práticas de consumo niveladas pelo capital econômico.

Por falar em contracultura, é no mínimo muito curioso que em 1997 tenha sido lançada a Babilônia Feira Hype, justamente num dos clubes mais sofisticados do Rio de Janeiro, o Jockey Club. Foi também neste período que o consumismo do novo segmento com elevados níveis de capital econômico foi reconhecido pela mídia, despertando grande indignação por parte do DPS. Cerca de 80% das matérias que coletei nas revistas sobre os emergentes datavam de 1997. Essa feira foi inicialmente concebida para um público jovem das camadas mais altas da Zona Sul. Vendia roupa no estilo hippie, arte e objetos de decoração produzidos por artesãos. Não tinha nenhuma marca conhecida, o que constituía a grande “marca”. Este modelo de feira foi inspirado nos mercados de duas cidades lançadoras de moda: Candel Town em Londres e os mercados ao ar livre de Nova York. O sucesso dessa feira na época surpreendeu e ameaçou varejistas do segmento de moda. A Feira Hype cresceu, tornou-se famosa e expandiu para a Barra da Tijuca. Hoje saiu de moda, já não possui qualquer prestígio entre as altas camadas da Zona Sul.

Uma estratégia de diferenciação social bem conhecida é a posse de objetos já fora de circulação, como coleções de cartões, moedas e outras raridades. Finalmente, há a estratégia da pátina. Essa foi amplamente usada no passado para distinguir quem tinha ou não tradição familiar. A pátina é uma propriedade física dos objetos, relacionada ao seu desgaste natural devido ao tempo de uso. Móveis, jóias, prataria, cutelaria, construções, retratos, roupas e outros objetos, que sofrem um natural desgaste de suas condições originais. Esse desgaste era evidenciado por meio de ranhuras, manchas e descolorações. O significado simbólico da pátina era a afirmação da tradição de uso de determinados objetos passados de pai para filho a fim de garantir a preservação do status da família. Como estratégia de separar tradicionais de

fraudulentos, era de grande eficácia. Primeiro porque o observador é capaz de identificar num passar de olhos se aquele que reivindica status dispõe ou não de lastro social. Segundo, trata-se de uma ‘marca invisível’, já que as características distintivas dos objetos são melhor identificadas por quem já possui status de longa data. Terceiro, a pátina está relacionada a bens que possuem valor financeiro, o que reforça a sua função de medir status (McCRACKEN, 2003).

Não por acaso, a camada social mais alta, no mundo inteiro, cultiva o hábito de ir a leilões de antiguidade, muitas vezes com objetivo de possuir bens com status de pátina. É interessante também reparar como estes bens se opõem àqueles produzidos para o consumo de massa.

É em razão do desejo dos indivíduos de assemelhar-se àqueles que são considerados superiores, aqueles que brilham pelo prestígio e pela posição, que os decretos da moda conseguem propagar-se: no coração da difusão da moda, o mimetismo do desejo e dos comportamentos, mimetismo que, nos séculos aristocráticos e até uma data recente, propagou-se de cima para baixo, do superior para ao inferior... (LIPOVETSKY, 2001, p. 40).

Cabe aqui um comentário: Lipovetsky (2001) refere-se aos mecanismos de identificação social pelos quais a moda se propaga, como que constituindo uma realidade que não mais se reproduz. Para ele, a pós-modernidade vem extinguindo a influência exercida pela lógica da padronização e pelas hierarquias na construção das identidades sociais⁵⁷. Segundo ele, a despadronização ocorreria pela negação de um padrão de vestuário e da forma de usá-lo, o que seria a negação da própria moda. Indago se a despadronização não seria nada mais do que o novo padrão coerente, ou seja, uma valorização do “estilo descolado de ser”. A nova ordem estética seria, a meu ver, a própria ausência de padrões, o que é muito diferente. Quanto ao fim das hierarquias sociais, creio que não passa de um discurso circunstancial. Acredito que os grupos de referência continuarão a exercer grande influência nas decisões individuais de consumo. Talvez em estruturas sociais menos desiguais, como o caso da França, o comportamento pós-moderno possa manifestar-se de forma mais convincente, mas não no Rio de Janeiro.

O consumo conspicuo tem por fim a diferenciação social. Conforme já mencionei, a necessidade de diferenciação possui uma relação direta com o grau de heterogeneidade de

⁵⁷ Tive a oportunidade de dialogar com ele num congresso sobre consumo de luxo no Rio de Janeiro promovido pelo SENAC Rio - Núcleo de Moda, Beleza & Design, em outubro de 2002.

determinada sociedade. Entretanto, o reflexo da heterogeneidade no comportamento de consumo nem sempre é evidente.

<i>As marcas protegidas pelo Comitê e suas datas de fundação</i>	
Prata e Bronze	Lenôtre - 1957
Christoffe - 1830	Michel Guérard - 1965
Ercuis - 1867	Oustau de Baumannière - 1945
Pulforcat - 1820	Taillevent - 1946
Costura e Moda	Ouro e Materiais Preciosos
Céline - 1946	Boucheron - 1858
Chanel - 1912	Breguet - 1775
Christian Dior - 1947	Mauboussin - 1827
Givenchy - 1952	Mellerio dits Meller - 1613
Guy Laroche - 1957	S.T. Dupont - 1872
Jean Patou - 1919	Van Cleef & Arpels - 1906
Jean-Louis Scherrer - 1971	
Jeanne Lanvin - 1889	Perfume
Lacosté - 1933	Caron - 1904
Léonard - 1943	Chanel - 1924
Lesage - 1870	Christian Dior - 1948
Nina Ricci - 1932	Givenchy - 1957
Pierre Balmain - 1945	Guerlain - 1828
Revillon - 1723	Hermès - 1948
Thierry Mugler - 1976	Jean Patou - 1925
Cristal	Lancôme - 1935
Baccarat - 1764	Lanvin - 1925
Daum - 1875	Nina Ricci - 1945
Lalique - 1910	Rochas - 1925
Cristal Saint-Louis - 1586	Van Cleef & Arpels - 1976
Couro	Vinho
Hermès - 1837	Champagne Bollinger - 1829
John Lobb - 1899	Château Cheval Blanc - 1832
Louis Vuitton - 1854	Château Lafite-Rothschild - 1855
Edição e Decoração	Château d'Yquem - 1593
Bussière - 1924	Champagne Krug - 1843
D. Porthault - 1924	Champagne Laurent-Perrier - 1812
Flammarion Beaux Livres - 1875	Champagne Louis Roederer - 1776
Pierre Frey - 1935	Rémy Martin - 1724
Souleiado - 1780	Champagne Ruinart - 1729
Faiança e Porcelana	Champagne Veuve Clicquot
Bernardaud - 1863	Ponsardin - 1772
Falenceries de Gien - 1821	Associados
Robert Haviland & C. Parlon - 1924	Air France 1933
Hotelaria e Gastronomia	Comédie-Française - 1680
Hédiard - 1854	La Demeure Historique - 1924
Hôtel de Crillon - 1909	La Monnaie de Paris - 864
Hôtel Martinez - 1929	Manufacture Nationale de Sèvres - 1738
Hôtel Plaza Athénée - 1911	L'Opéra National de Paris 1669
Hôtel Ritz - 1896	Orchestre National de France
	ADEMMA - 1925

Figura 16 – Marcas protegidas pelo *Comité Colbert*

Fonte: Revista Savoir Faire – Jun/1999

Refere-se aqui à distribuição das grandes marcas da moda. Nos países centrais, esses bens são distribuídos intensamente por meio de magazines como: Harrods e John Lewis em Londres; Bon Marché em Paris; Begdorf Goodman, a clássica Lord & Taylor, Saks Fifth

Avenue e Bloomingdale's em Nova York. Não quero dizer com isso que não haja lojas especializadas distribuindo estes mesmos produtos, mas os grandes magazines constituem uma alternativa socialmente aceita. No Brasil, essas mesmas marcas são comercializadas exclusivamente por lojas de especialidades, de um porte bem menor. Cabendo afirmar que o tamanho da loja não tem qualquer relação com o volume de venda desses mercados. Segundo Carlos Ferreirinha⁵⁸, consultor de empresas, o consumo de luxo movimentava no Brasil 2,5 bilhões de dólares por ano, o que coloca o país entre os dez maiores consumidores do mundo.

As lojas de departamentos no Brasil, formato mais próximo dos grandes magazines europeus e norte-americanos, encontram-se direcionadas às classes médias e baixas. Este é o caso das lojas Renner e C&A. Mesmo quando existia a Mesbla e a Sears (rede norte-americana) no Rio de Janeiro, dois magazines fiéis ao estilo europeu e norte-americano, o público tinha essa mesma origem social. Não se trata de uma decisão estratégica do varejista, mas sim uma condição imposta pelo consumidor. Foram muitas as tentativas da Mesbla em conquistar o público de mais alta renda, nos moldes do que ocorre nas grandes capitais do hemisfério norte. Em meio a tantos modelos copiados dos países centrais, justamente este modelo de distribuição voltado para um segmento de alta renda encontra, no Brasil, grande resistência.

Este fenômeno parece ter sua explicação justamente no significado simbólico do tamanho do estabelecimento. O tamanho de uma boutique retrataria exatamente a escala reduzida da camada social mais alta em relação ao todo da sociedade, o que exacerbaria o desejo de preservar a idéia de exclusividade. Este aspecto simbólico do pequeno tamanho da loja estabelece um forte limite de sortimento, o que pode ser interpretado como reflexo da importância dada pelo consumidor à diferenciação distributiva destes produtos. Por outro lado, os grandes magazines, típicos das capitais européias e norte-americanas, refletiriam uma percepção de desigualdade significativamente menor. A plena aceitação deste modelo pode significar uma menor tensão em relação a essa exclusividade, já que as diferenças nessas sociedades são bem menos acentuadas. É interessante observar que, na América latina, países com menor grau de desigualdade social como Chile e Argentina, uma das formas de distribuição das grandes marcas globais são por meio dos magazines, a exemplo dos *almacenes* Ripley e Paris no Chile e do Falabella no Chile e na Argentina.

O exemplo mais emblemático da exclusividade no âmbito da moda na cidade do Rio de Janeiro são os ateliês que se instalaram em apartamentos, nos bairros Jardim Botânico e

⁵⁸ Ver ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA – UNICAMP, 2007.

Leblon. Para o cliente ser atendido neste novo formato varejista é preciso marcar hora. Além disso, alguns ateliês só recebem pessoas indicadas.

4.5 Espaço, reprodução e posição social

Neste item, procuro demonstrar que o espaço atua no processo de construção social da identidade e da diferença, não só como local onde as práticas sociais se desenvolvem; mas, também, como instrumento capaz de orientar a percepção sobre o valor de coisas e pessoas.

4.5.1 Espaço urbano e reprodução social

Para Lefebvre (1991), o espaço social, que engloba as relações de produção e de reprodução, manifesta-se através das práticas sociais. Na organização deste espaço, as relações sociais de produção definem a divisão social do trabalho e a hierarquização das funções sociais e produtivas. Já as relações de reprodução são aquelas que envolvem a família, os grupos sociais e os indivíduos, com seus hábitos e costumes diários. O autor considera que, no atual estágio, as classificações sociais orientadas por práticas familiares e grupos apresentam maior complexidade. São três os níveis da realidade social, efetivamente inter-relacionados sugeridos pelo autor: a reprodução da família ou biológica; a reprodução da força de trabalho ou das classes trabalhadoras; e a reprodução das relações sociais de reprodução. Das interações entre estas três dimensões do espaço social, surgem representações espaciais específicas. A primeira envolve a vida cotidiana, garantindo a continuidade e o nível de coesão social de um determinado espaço. A segunda, consiste em representações do espaço. Essas são expressas através das relações de produção e da 'ordem' gerada por essas relações. A terceira é constituída pelo espaço das representações, expressas através de um complexo arsenal simbólico, verbal ou não, material ou imaterial.

Lefebvre (1991, p. 89), apesar de valorizar a relação dialética entre produção e reprodução, reconhece que a problemática historicamente configurada pela industrialização encontra-se atualmente menos articulada à questão central do urbano. Considera, assim, que a nova problemática urbana é constituída, sobretudo, pela reprodução. Pode-se considerar que, hoje, a reprodução detém maior influência na dinâmica da produção, não só através dos

hábitos e gostos dos consumidores, como também pela forma, frequência, distribuição e uso dos diversos recursos disponíveis.

Compreende-se que as formas espaciais alimentam o imaginário urbano, através dos seus elos com práticas de comunicação, onde podem ser identificados emissores, canais e receptores num processo global e contínuo de produção de efeitos. Nesta perspectiva, o espaço urbano não pode ser compreendido como um texto fechado e concluído, mas sim como um texto permanentemente reescrito por movimentos de estruturação simbólica que acontecem por meio das práticas sociais (CASTELLS, 2000).

Gomes (2002) denomina a forma de reprodução social num determinado espaço, que ocorre sob o discurso da diferença, de *genoespaço*. Trata-se da forma como o espaço é apropriado sob a orientação deste discurso. A diferenciação acontece através da exacerbação dos traços distintivos de determinado grupamento e, como consequência, pela redução da importância atribuída a todas as características compartilhadas com outros grupos sociais. Sublinhar a diferença significa que, a despeito da existência de outras infinitas possibilidades de diferenciação, um determinado limite será privilegiado, aquele que permite distinguir o grupo dos demais.

Nesta direção, Gregory, Martin e Smith (1996) citam um diálogo de quatro cientistas ao visitarem o Castelo de Kronberg na Dinamarca:

Não é estranho como este castelo muda tão logo imaginemos que Hamlet viveu aqui? Como cientistas acreditamos que um castelo se constrói apenas de pedras e admiramos o modo como o arquiteto as juntou. As pedras, o telhado verde com sua pátina, os entalhes de madeira na capela, constituem o conjunto do castelo. Nada disso deveria mudar pelo fato de Hamlet ter vivido aí, e mesmo assim está completamente mudado. De repente as paredes e os bastiões falam uma linguagem totalmente diferente (HEISENBERG apud GREGORY, op. cit., p. 99).

4.5.2 Os lugares e a posição social

Ferrara (2000) descreve a imagem e o imaginário urbanos como uma leitura do indivíduo ou de grupos de diversos elementos do espaço: histórico, social e econômico. A imagem e o imaginário urbanos referem-se à cidade como espaço físico construído e como lugar que se destaca e individualiza. Nas duas situações, a cidade é cenário e personagem de uma relação social que contracenam com seus habitantes; assim sendo, imagem e imaginário,

para a autora, correspondem à capacidade cognitiva do indivíduo em obter informações em todas as relações sociais que acontecem num dado espaço.

Neste sentido, a imagem e o imaginário do espaço urbano são constituídos por representações mentais geradas pelas interações sociais, em toda a sua complexidade. Logo, as percepções sociais dos lugares são condicionadas pelo teor dessas interações, em seus vínculos com os mecanismos de poder que garantem a ordem social e atribuem graus de prestígio diferenciados entre os diversos lugares.

Santos (2002) define o lugar como o espaço de exercício da existência plena, logo, espaço da vida substantiva. O lugar ganha uma dimensão única e socialmente concreta, graças à ocorrência, na contigüidade, de fenômenos sociais agregados. Os lugares são mediadores entre o mundo e o indivíduo. Cada lugar, em sua condição de interação com o mundo, torna-se também exponencialmente mais individual, na medida em que aumenta a ameaça da padronização trazida por forças globalizantes.

Cada lugar é, à sua maneira, o mundo. Ou, conforme afirma M. A. de Souza (1995), “todos os lugares são virtualmente mundiais”. Mas também, cada lugar, irrecusavelmente imenso numa comunhão com o mundo, torna-se exponencialmente diferente dos demais. A uma maior globalidade, correspondente uma maior individualidade (SANTOS, 2002, p. 314).

Bourdin (2001) considera o local uma forma social que constitui determinado nível de integração de ações, indivíduos, grupos e trocas. Essa forma seria caracterizada pela relação privilegiada com o lugar. Os lugares então seriam o local onde essas integrações ganham forma. Para Castells (2000), o significado de lugar está associado às práticas sociais. O simbólico urbano, portanto, deve sua especificidade precisamente à articulação das formas culturais ao sistema geral das ideologias e, em particular, à sua expressão formal.

Ana Clara Torres Ribeiro (1987) aponta a diferença entre a idéia de lugar e local. O local pode ser entendido como o alvo de ações concebidas em escalas diversas. Já o lugar abrigaria, além dos resultados destas ações, carências e projetos do existir. Local e lugar não seriam idéias opostas, mas complementares.

Não se trataria, realmente, de propor uma oposição absoluta entre estas idéias-conceitos, mas de indicar que ‘local’ e ‘lugar’ correspondem a sensibilidades analíticas e políticas distintas. O local traz referências à heteronomia, enquanto o lugar é portador de anseios de autonomia. Complementam-se, portanto (RIBEIRO, 2004, p. 44-45).

Nos lugares, manifestam-se ações pertinentes às forças dominantes mas, ao mesmo tempo, é também o espaço refratário às pretensões dessas mesmas forças em transformar tudo num mesmo código de existência. Considerando as variações de poder existentes entre as diversas classes no que concerne a sua proteção face à unificação global, o lugar seria o espaço onde a vida substantiva encontra o ambiente possível à sua plena reprodução e afirmação de identidades sociais.

Ana Clara Ribeiro (1987) já se referia a estas forças globais, considerando que se, por um lado, a reprodução social pressupõe adequação cultural às necessidades e limites da forma dominante de manutenção da vida coletiva, historicamente determinada, por outro, os vínculos entre produção e reprodução implicam em considerar não apenas a dinâmica histórica isolada das classes sociais, mas também os níveis de subordinação dos arranjos familiares e dos grupos aos mecanismos globais que escapam ao seu controle imediato.

A influência das diferentes forças globais e as formas de reagir a elas me parecem absolutamente relevantes para compreensão da problemática apresentada neste trabalho. Parte dessas forças tende a atingir, com maior potência, as classes com menor capital cultural, mais suscetíveis aos apelos de massificação promovidos pela mídia. Já as classes com maior capital cultural tendem a ser mais refratárias às “novidades globais”, utilizando a preservação de seus lugares como mecanismo de proteção de sua posição social. Os significados históricos dos lugares possuem um peso considerável para os segmentos sociais que procuram preservá-los, mas estes significados são exacerbados na medida em que seu espaço social torna-se parte dessa ameaça.

Por outro lado, as relações entre local e global não se limitam a expressar a influência de forças massificantes e padronizantes. Existem entre as altas esferas da sociedade relações em rede, no âmbito da reprodução social, que as conectam globalmente. Trata-se do estilo de vida comum que as une numa escala global. Neste sentido, o espaço local daqueles que detém poder simbólico, em determinada sociedade, sofre outros tipos de influência.

Essa estreita proximidade, proporcionada pelas relações de uma rede mundial exclusiva, une indivíduos que compartilham um estilo de vida com forte influência européia. Esta rede propicia o reforço aos valores comuns a este segmento social, atualizando comportamentos, passíveis de serem reproduzidas localmente. Dessa forma, mesmo que sutilmente, este circuito global acaba afetando a vida nos lugares onde o *habitus* do DPS é dominante. Por exemplo, a tendência a valorização do comércio de rua, típico de cidades

como Londres, Paris e Nova York, revigora a preferência dos moradores da Zona Sul pelo consumo em lojas de rua, o que caracteriza o comércio de bairros como Ipanema e Leblon.

O lugar pode ser concebido também como uma configuração espacial sem distância. Neste sentido, a idéia de *proximidade organizada ou relacional* proposta por Rallet (2002) toma o lugar da proximidade geográfica. Um lugar é tão próximo para determinado indivíduo, grupo, ou mesmo, de outro lugar, na medida de sua atratividade. Essa atratividade pode ser traduzida pela presença de fluxos de pessoas, bens, serviços e pelos modos de interação social resultantes da tipologia desses fluxos. Desta forma, a proximidade organizada está relacionada à identidade. Este sentido de proximidade explica o fato dos segmentos sociais mais abastados preferirem sair da Zona Sul para Teresópolis ou Itaipava (ambos a aproximadamente 100 quilômetros da Zona Sul do Rio de Janeiro) nos finais de semana ao invés de se deslocarem para o Parque Municipal de Nova Iguaçu, chamado também de Reserva Biológica do Tinguá (cerca de 45 quilômetros da Zona Sul). Este parque é considerado uma belíssima área natural, mas é praticamente desconhecido dos segmentos mais altos da sociedade carioca. Em outra escala, explica também a forte atratividade (proximidade), exercida sobre segmentos sociais que desfrutem de hábitos sofisticados, entre cidades como Londres, Paris e Nova York.

Por muito tempo a proximidade esteve, em economia, implicitamente contida na noção de “distância custo de transporte” e expressa por ela. (...) Em economia, a distância considerada é a distância geográfica ou distância percurso, mas ela exprime senão uma forma de proximidade: a proximidade geográfica. (...) A proximidade é múltipla, de início empiricamente: existe a proximidade geográfica, mas existem também a proximidade relacional, a proximidade tecnológica, a proximidade cognitiva e a proximidade afetiva (RALLET, 2002, p. 64).

A proximidade organizada é de outra natureza: ela resulta de uma relação social. Pode representar o pertencimento a uma mesma rede social, originar-se da inserção dos agentes em um ambiente local (partilha de um sistema de valores) ou ainda aparecer como um efeito de políticas públicas envolvendo os agentes em forma de coordenação específica. Sobre esse tema, não fazemos distinção entre “proximidade organizacional”, ou seja, relações de proximidade induzidas pelo pertencimento a uma organização, como o fato de seguir regras comuns ou de compartilhar uma mesma “cultura de empresa” em uma ação orientada por um fim, e a que alguns autores chamam de “proximidade institucional”, ou seja, “a adesão de agentes a um mesmo espaço comum de representações, de regras de ação e de “modelos de pensamentos” (RALLET, 2002, p. 68).

A idéia de proximidade, junto com a tecnologia, viabilizou – mas não substituiu – as relações virtuais de ordem profissional e pessoal. Redes de relacionamento se formam ao redor do mundo agregando indivíduos que compartilham um sistema de códigos comuns. As

altas camadas sociais não ficaram de fora desta nova forma de interação social. Da mesma forma que criaram uma rede social que flui entre espaços muitas vezes exclusivos do mundo físico, criaram também um espaço exclusivo no mundo virtual.

Trata-se do “*A Small World*”⁵⁹ um site de relacionamentos mundial que só admite membros indicados. Não é necessário ser rico, mas é imprescindível gravitar – até para que seja convidado – entre membros da elite internacional. Este site foi criado pelo filho de um embaixador sueco. No início, era sediado em Estocolmo, mais tarde mudou-se para os EUA, onde encontrou maior apoio financeiro. Neste site pode-se encontrar informações diversas, desde qual é o melhor restaurante de frutos do mar em Nova York até quem cobra o menor preço por um cargueiro para exportação. Hoje o site possui duzentos mil assinantes, sendo 15% de americanos, 65% de europeus, principalmente das cidades de Milão, Paris, Londres e Munique. O Brasil tem duas mil pessoas inscritas no site, cerca de 1% do total, sendo que São Paulo concentra mais da metade desta elite. As regras de permanência no site são baseadas na honestidade dos relacionamentos⁶⁰.

A intenção aqui é tratar das relações sociais no espaço físico, mas acredito que este rápido comentário sobre o mundo virtual tenha demonstrado mais concretamente a existência de uma rede exclusiva de relações sociais de uma elite internacional.

As propriedades do lugar podem ser estendidas a diversas escalas espaciais: nação; cidade, bairro ou ruas reservadas a determinado estrato social. Em todas elas é verificável o princípio da afirmação da identidade coletiva. A busca da preservação de identidade deflagra a integração interna dos segmentos sociais, ao mesmo tempo em que desencadeia mecanismos de distanciamento em relação àqueles que ameaçam sua identidade.

Os moradores de um bairro da orla que se unem para eliminar linhas de ônibus que possibilitam o deslocamento de indivíduos e famílias pertencentes às camadas mais carentes da população para sua região nos finais de semana manifestam os mesmos sentimentos que uma pequena cidade de veraneio quando tenta evitar a instalação de um mega-condomínio residencial e comercial nos seus arredores, ou mesmo, quando países ricos criam normas rígidas para a imigração ou a simples entrada de pessoas com origem em países menos desenvolvidos. O primeiro caso ocorreu em Ipanema no final da década de 1980, quando moradores tentaram se mobilizar para retirar, dos arredores do Arpoador, o ponto final de algumas linhas de ônibus. O segundo ocorreu na década de 90, de forma concreta, em

⁵⁹ Ver GLOBO NEWS, 2007.

⁶⁰ Existem “fiscais” que monitoram o site em busca de pessoas com má conduta. Quando identificados, seus nomes são transferidos para outro site chamado “*Pig World*”.

Itaipava, cidade serrana do Rio de Janeiro, quando moradores, veranistas e diferentes entidades entraram na justiça para embargar o complexo imobiliário “Granja Brasil”. O terceiro, diz respeito às dificuldades sofridas por pessoas com origem em países menos desenvolvidos para entrar nos EUA e no Canadá, entre outros países centrais que aumentaram substancialmente as barreiras de entrada em seus territórios. Neste caso, a percepção da diferença propicia e legítima a segregação social, tal como a percepção da identidade apóia a integração.

A imagem apresentada abaixo (figura 17), recebida via e-mail, demonstra o impulso segregador que predomina entre os moradores da Zona Sul, em relação aos moradores dos subúrbios e da Barra da Tijuca.

É exatamente da consistência cultural de um determinado lugar (espacial e social) que surge a energia necessária para preservá-lo. Há um número crescente de protestos e mobilizações de entidades representativas de moradores de bairros da Zona Sul contra grandes obras, demolições e venda de espaços públicos. As áreas de proteção do ambiente cultural, as PACs são uma tentativa de preservar o espaço urbano original, demandada pelos habitantes desses bairros, que tentam evitar a perda de suas características mais relevantes. Sem entrar no mérito da eficácia desta lei frente às pressões de interesses econômicos, a sua existência sinaliza um notável esforço de preservação do conteúdo social e simbólico desses espaços. Recentemente, foi rejeitada, muito em função de pressões exercidas pela associação dos moradores do Leblon, a utilização de parte do Clube Flamengo para construção de um shopping. Este movimento ocorreu também quando foi lançado o projeto do Shopping Leblon, que acabou sendo construído. Também aconteceu outro movimento, neste mesmo bairro, tentando impedir que o governo do Estado venda parte do terreno ocupado pelo batalhão da Polícia Militar. A articulação de seus moradores no sentido de impedir a concretização desta transação é intensa. Por outro lado, na Barra da Tijuca, não há qualquer resistência ao processo de crescimento do bairro. Afinal, não há praticamente o que preservar. As únicas centralidades deste bairro construídas aos moldes do resto da cidade, ou seja, a partir da própria expansão da malha urbana, são a Barrinha e o Jardim Oceânico.



Figura 17 – Imagem editada de uma barreira no Túnel Rebouças em 2007

Quando o espaço é construído a partir da dinâmica da reprodução social pode-se imaginá-lo como uma arena na qual se inscreve a ação social. Isto equivale a concebê-lo como espaço moldado pelas práticas sociais. Este espaço transformado é, ao mesmo tempo, ambiente de reprodução do *habitus* compartilhado por aqueles que nele habitam e das disputas pela apropriação de lugares, que garantam e reforcem a posição hierárquica ocupada pelos atores sociais. Esta posição, por sua vez, legitima territorialidades. Ao contrário dos espaços “pré-moldados”, esta forma de ocupação permite uma melhor conformação do espaço no sentido de marcar essas territorialidades. Na Zona Sul, por exemplo, sabe-se que existem ruas praticamente exclusivas para a classe mais alta: Av. Rui Barbosa e Praia do Flamengo, no Flamengo; Av. Atlântica em Copacabana; Av. Vieira Souto em Ipanema; Delfin Moreira e o Jardim Pernambuco no Leblon são alguns exemplos desses espaços criados e preservados em cada bairro. Na Barra da Tijuca, como já comentado, a grande maioria dos condomínios residenciais, mesmo os que estão à beira mar ou que possuem apenas casas, não há uma demarcação de segmentação social significativas. Na maioria desses condomínios, existem prédios com mais de quatro quartos, dividindo espaço com de três e dois quartos. Apesar do espaço ter sido pensado no sentido de abrigar as camadas altas e médias, foi produzido sob

uma lógica unificadora que prevê o compartilhamento dos espaços públicos/privados, entre estratos sociais. Neste sentido, o desenvolvimento de territorialidades culturalmente relevantes tornou-se praticamente impossível.

4.5.3 Espaço reificado e poder simbólico

A ordem espacial, que é um dos fundamentos da reprodução das relações sociais, possui uma dinâmica própria que ultrapassa as linhas que separam os segmentos sociais. O espaço urbano socialmente construído é organizado e percebido não só por todos aqueles que efetivamente a ele pertencem, trabalhadores e consumidores, mas também pelos que aceitam e incorporam sua representação social. O espaço é assim estruturado como localização e como referência de classificação de coisas e pessoas. Desta forma, indivíduos e famílias reconhecem determinados locais como referências espaciais de seus grupos de pertencimento ou dos ‘outros’. Essa apropriação territorial não é em geral declarada, mas reconhecida e aceita. Neste sentido, o espaço social e o espaço físico transformam-se numa só realidade, que Bourdieu denomina de espaço social reificado.

O espaço social reificado (isto é, fisicamente realizado ou objetivado) se apresenta, assim, como a distribuição do espaço físico de diferentes espécies de bens ou de serviços e também de agentes individuais e de grupos fisicamente localizados (enquanto corpos ligados a um lugar permanente) e dotados de oportunidades de apropriação desses bens e desses serviços mais ou menos importantes (em função de seu capital e também em função da distância física desses bens, que depende também de seu capital). É na relação da distribuição dos agentes e a distribuição dos bens no espaço que se define o valor das diferentes regiões do espaço social reificado (BOURDIEU, 2003, p. 161).

Da mesma maneira que as coisas, os indivíduos estão situados em lugares, seja como localização, posição ou qualquer outra forma de referência que encontra fundamento num ordenamento físico. Este ordenamento corresponde à projeção da própria ordem social local.

Como o espaço físico é definido pela exterioridade mútua das partes, o espaço social é definido pela exclusão mútua (ou a distinção) das posições que o constituem, isto é, como estrutura de justaposição de estruturas sociais (BOURDIEU, 2003, p. 160).

A estrutura do espaço social se manifesta, assim, nos contextos mais diversos, sob a forma de oposições espaciais. O espaço habitado (ou apropriado), funcionando como

uma espécie de simbolização espontânea do espaço social. Não há espaço, em determinada sociedade hierarquizada, que não seja hierarquizado e que não exprima as hierarquias e as distâncias, sob uma forma (mais ou menos) deformada e, sobretudo, dissimulada pelo efeito de naturalização que a inscrição durável das realidades sociais no mundo natural acarreta (BOURDIEU, 2003, p. 160).

Bourdieu (2003) expressa a importância da configuração dos capitais detidos pelos indivíduos. Da mesma maneira que, graças ao poder econômico, é possível adquirir um bem sem que este integre o *habitus* de determinado consumidor, pode-se também habitar um espaço sem “habitá-lo”. O mesmo *habitus*, resultante da configuração dos diversos capitais, constrói o espaço. Em contrapartida, o espaço “exige”, dos que o freqüentam, certos comportamentos distintivos. Assim o *habitus*, que determina os modos de consumo de bens e serviços, também determina os modos de apropriação e utilização do espaço.

Por meio de informações, principalmente as fornecidas pela mídia, os *outsiders* em busca de prestígio social, de acordo com os termos propostos por de Elias (2000), procuram se aproximar de tudo que acreditam ser os símbolos dos estabelecidos: bairros, clubes, restaurantes, boates, shoppings. É do reconhecimento e da procura pela aproximação desses símbolos que se origina o poder simbólico detido pelos que possuem o mais alto prestígio social. O poder simbólico, como já exposto, legitima o valor de coisas, pessoas e lugares. No entanto, Bourdieu (2003) chama a atenção para o fato de que nada é mais intolerável do que a proximidade física de pessoas socialmente distantes. Da mesma maneira que o uso de determinados bens e marcas, por estratos considerados socialmente inferiores, provoca a rejeição por esses produtos, a proximidade espacial desencadeia reações semelhantes.

Sob pena de se sentirem deslocados, os que penetram em um espaço devem cumprir as condições que ele exige tacitamente de seus ocupantes. Pode ser a posse de um determinado capital cultural, cuja ausência pode impedir a apropriação real dos bens ditos públicos ou a própria intenção de se apropriar deles. (...) Tem-se a Paris do capital econômico, mas também do capital cultural e do capital social (não basta entrar em *Beaubourg* para se apropriar do museu de arte moderna). De fato, certos espaços, e em particular os mais fechados, os mais “seletos”, exigem não somente capital econômico e capital cultural, como também capital social. Eles proporcionam capital social e capital simbólico, pelo efeito de clube que resulta da associação durável (nos bairros chiques ou nas residências de luxo) de pessoas e de coisas que, sendo diferentes da grande maioria, têm em comum não serem comuns, isto é, na medida em que elas excluem, em direito (por uma forma de *numerus clausus* ou de fato o intruso está fadado a provar um sentimento de exclusão capaz de privá-lo de certas regalias associadas à presença), todos os que não apresentam todas as propriedades desejadas ou que apresentam uma (pelo menos) das propriedades indesejáveis (BOURDIEU, 2003, p. 165-166).

Em relação ao espaço:

O bairro chique, como um clube baseado na exclusão ativa de pessoas indesejáveis, consagra simbolicamente cada um de seus habitantes, permitindo-lhe participar do capital acumulado pelo conjunto dos residentes: ao contrário, o bairro estigmatizado degrada simbolicamente os que o habitam, e que, em troca, o degradam simbolicamente, porquanto, estando privados de todos os trunfos necessários para participar dos diferentes jogos sociais, eles não têm em comum senão sua comum excomunhão (BOURDIEU, 2003, p.166).

A rejeição dos *outsiders* pelos estabelecidos e a tudo o que aqueles representam (lugares e coisas), pode gerar duas reações em relação ao espaço: a luta por manter lugares exclusivos e a aversão pelos lugares que melhor simbolizam o mundo dos *outsiders*, mesmo que isso signifique a interrupção de uma trajetória histórica de deslocamentos que, já não mais proporcionam as condições desejáveis do passado.

O espaço reificado exerce quatro funções determinantes neste processo fundamentalmente relacional: como espaço onde as práticas de consumo são exercidas, impondo certas características de serviços, estilo arquitetônico, densidades, fluxos e barreiras apropriadas ao *habitus* dos que nele habitam; como espaço a ser consumido (usado) e que dispõe de modos específicos de transitar, como vestuário, comportamentos e horários adequados a cada um dos seus diversos ambientes; como espaço a ser comprado, aquisição de um bem imóvel; e como espaço onde a ação ganha significado e legitimidade, tornando-se uma referência no processo de classificação que define a posição dos indivíduos no espaço social, tal como o efeito produzido pelos bens posicionais.

É importante ressaltar que um bem imóvel, que dispõe de uma localização fixa pode representar a totalidade do espaço em que se encontra. O bem imóvel/espaço, neste sentido, está envolvido na mesma relação simbólica que os demais bens de consumo. Por outro lado, o imóvel residencial exige um elevado grau de esforço para ser adquirido ou trocado, justamente pelas dificuldades envolvidas nesta circulação. Além do montante financeiro envolvido, as dificuldades incluem a readaptação de rotinas da vida familiar, concentradas no local de residência. A mudança de um bairro para outro implica, portanto, em investimentos, de ordem econômica, prática e simbólica. Por toda essa complexidade, o imóvel/espaço residencial proporciona um efeito posicional e distintivo bem mais elevado do que os demais bens.

5 PESQUISA EMPÍRICA

No presente capítulo, apresento os procedimentos e técnicas da pesquisa empírica utilizados nesta investigação. Para cumprir este objetivo, dividi este capítulo em duas etapas.

A primeira consiste numa pesquisa quantitativa envolvendo: a tomada de preços dos imóveis considerados aqui como de alto padrão, dentro dos espaços urbanos tratados nesta Tese; os endereços dos membros do segmento aqui investigado, consolidados por meio do cadastro de Helena Gondim (2006); e outros dados secundários que se mostraram relevantes nesta etapa da pesquisa.

É importante ressaltar que a estimativa do preço não reflete com exatidão o valor de mercado. O valor de mercado é aquele pelo qual o imóvel é efetivamente comercializado. Na avaliação de mercado de imóveis, utilizam-se diversas técnicas estatísticas que envolvem modelos complexos de análise espacial, com o objetivo de aferir com a máxima precisão possível esse valor. Porém, o que importa para esta pesquisa é a variação na percepção de valor traduzida, de forma satisfatória, pelos preços ofertados.

Para tratar esses dados, foi utilizada a técnica estatística de regressão linear simples, que possibilita estimar o grau de correlação entre os preços dos imóveis e a presença do DPS no espaço urbano carioca. Essa técnica permite demonstrar até que ponto a presença deste estrato social (variável independente) pode explicar a variação de preços dos imóveis (variável dependente) (HILL; GRIFFITHS; JUDGE, 2006).

A regressão e a correlação são duas técnicas estreitamente relacionadas que permitem uma forma de estimação. A análise feita por meio dessas técnicas compreende o tratamento de dados amostrais para saber se e como duas ou mais variáveis estão relacionadas em determinado fenômeno apresentado (STEVENSON, 1981).

O objetivo desta análise é estimar o grau de influência do DPS, na medida em que sua presença é capaz de produzir variações nos preços dos imóveis ofertados. No meu entendimento, este é um indicador confiável para medir o valor econômico e simbólico dos bairros e, indiretamente, o poder simbólico detido pelo DPS.

A segunda etapa consiste numa pesquisa qualitativa que envolve o levantamento de informações secundárias e entrevistas. Estes procedimentos visam aprofundar o conhecimento sobre o DPS, suas percepções e tendências. Foram selecionados artigos de revistas, livros e outros documentos que oferecessem informações relevantes para conclusão desta etapa. Já a entrevista em profundidade, permite ao pesquisador deixar que o próprio entrevistado

considere os aspectos mais relevantes de determinado problema apresentado. Esta técnica baseia-se num roteiro não-estruturado que possibilita uma grande elasticidade quanto à duração de sua aplicação e também uma cobertura mais profunda sobre determinados assuntos. Além disso, a interação entre o entrevistador e o entrevistado favorece respostas espontâneas, e maior proximidade com entrevistado, o que permite tocar em assuntos mais complexos e delicados, ou seja, quanto menos estruturada for a entrevista, menor será a autocensura das partes envolvidas (BONI; QUARESMA, 2005).

O objetivo desta segunda etapa é reconhecer os motivos da permanência do DPS na Zona Sul e ainda, se estes motivos estão relacionados a uma estratégia de diferenciação e preservação social, marcada por meio de seus modos de consumo.

5.1 Procedimento estatístico

Nesta primeira etapa investiguei a relação entre os preços dos imóveis de alto padrão da Zona Sul e da Barra da Tijuca, considerando os critérios que serão apresentados a seguir. O objetivo, conforme exposto, é estimar o poder simbólico do DPS, na medida em que a sua presença se mostrar capaz de influenciar na variação dos preços dos imóveis residenciais ofertados, o que acaba refletindo o valor simbólico e econômico de cada um dos bairros.

Os preços dos imóveis foram pesquisados no “Zap” no dia 24 de setembro de 2007. Trata-se de um site na Internet que consolida a parceria entre dois grandes veículos da mídia impressa: O Globo e O Estado de São Paulo.

Este portal de classificados reúne grande parte dos anúncios de imóveis, principalmente do Rio de Janeiro e São Paulo. Suas ferramentas de escolha são bem detalhadas. Este portal é a nova versão do até então maior portal imobiliário do Brasil: planetaimovel.com. É também a seção de classificados do Globo Online, do Estadão.com.br, atuando em parceria com O Globo, Extra, O Estado de S. Paulo e Jornal da Tarde, expondo todas as ofertas (dos classificados) desses jornais. Grande parte das empresas imobiliárias do Rio de Janeiro utiliza este portal. Os anúncios permanecem por um período mínimo de 30 dias, podendo também permanecer por 60 ou 90 dias.

O perfil dos imóveis pesquisados e a seleção da amostra foram determinados pelo tipo e quantidade de imóveis registrados na coordenação do IPTU da Secretaria Municipal de Fazenda até o ano 2000. A diferença dos registros dos imóveis cadastrados até este período e

o presente ano (2007) foi conseguida por meio da base de dados dos lançamentos imobiliários consolidados pela Associação de Dirigentes do Mercado Imobiliário (ADEMI).

A amostra das residências foi escolhida de acordo com o seguinte critério-base: apartamentos ou casas com no mínimo 150 m², medida disponível tanto na tabela da Secretaria Municipal de Fazenda como nos dados da ADEMI.

Foi fixada, para busca no portal Zap, uma amostra constituída de forma não-aleatória, em que se considerou um percentual de 1% de todos os imóveis acima de 150 m², registrados em cada bairro, para cada tipo (casa ou apartamento). Este percentual refere-se aos imóveis mais caros ofertados no site. Este critério deve-se não só pelo princípio de que os imóveis de alto padrão refletem melhor o poder simbólico dos bairros, como também ao fato de serem os mais procurados pela classe alta e por estarem, normalmente, localizados nas micro-áreas mais valorizadas.

A Barra da Tijuca (Barra e Itanhangá), por exemplo, é a que possui a maior quantidade de imóveis registrados com dimensão acima de 150m², com 9.228 apartamentos e 4.814 casas. A partir destes dados, foram considerados os 92 apartamentos e 48 casas (1%) com os preços mais altos. Deste resultado, foi calculado o valor médio por metro quadrado de cada um dos dois tipos de residência. Este mesmo procedimento foi aplicado a todos os bairros onde o DPS está presente, exceto aqueles que não alcançaram a frequência mínima de 10 unidades. Esses bairros foram desconsiderados nesta pesquisa, já que representam, em seu conjunto, pouco mais de 1% do total de endereços. São eles: Recreio, Vargem Grande, Jacarepaguá, Joá, Joatinga, Vidigal e Centro da Cidade. Este último, além da baixa frequência apresentada, foi excluído por sua natureza essencialmente comercial.

Quando o bairro apresentava um volume de imóveis cadastrados cuja amostra de 1% não alcançava pelo menos três unidades, foi estabelecida esta quantidade como o mínimo necessário para garantir uma média confiável. Por exemplo: o número de apartamentos no Humaitá com metragem acima de 150m² é de 201 imóveis. 1% deste total resultaria em apenas 2 imóveis. Nestes casos, foi considerado o mínimo de 3 imóveis.

Outros dois critérios foram utilizados na seleção da amostra. Quando os dados dos imóveis coincidiam em preço, metragem quadrada, nº de quartos e nº de vagas de garagem, considerei apenas uma das amostras, pois era elevada a probabilidade do mesmo imóvel estar sendo comercializado por outra imobiliária. Quando duas amostras tinham o mesmo preço, optei por considerar aquela com menor metragem quadrada.

Dispondo dos valores por cada tipo de imóvel em cada bairro, utilizei duas formas de composição dos preços finais. Na primeira (Modelo I), fiz uma ponderação considerando a proporção dos registros desses imóveis, por exemplo: a composição do preço por metro quadrado do bairro de Ipanema foi consolidada considerando que apenas 3% (129 unidades) dos imóveis residenciais acima de 150m² eram de casas e 97% (4.211 unidades) eram apartamentos. Essa proporção foi mantida no preço final encontrado para o metro quadrado das residências de alto padrão em cada um dos bairros. Na segunda forma (Modelo II), utilizei os preços por metro quadrado de acordo com a predominância do tipo de imóvel no bairro. Neste caso, Santa Teresa, Cosme Velho, Urca, Humaitá, Jardim Botânico, Gávea e Alto da Boa Vista, ficaram com o valor do metro quadrado das casas. Para os demais bairros, preservei o valor do metro quadrado dos apartamentos. Apesar das limitações apresentadas por ambos os modelos, considero que o primeiro traduz melhor a realidade dos preços.

Na primeira forma de avaliação dos preços, para os bairros do Flamengo, Copacabana e Leme, não foram considerados os dados relativos às casas, devido a irrelevância deste tipo de residência no perfil apresentado pelo bairro para os imóveis de alto padrão, além do seu percentual insignificante em relação a presença dos apartamentos. Este mesmo princípio foi utilizado para o Alto da Boa Vista e Santa Teresa, só que numa relação contrária, devido à insignificância do número de apartamentos em relação às casas.

Os resultados e a análise desta etapa da pesquisa estão consolidados no sexto capítulo da Tese.

5.2 Procedimento de entrevistas

Nesta etapa, foram utilizadas técnicas que possibilitaram identificar os sentimentos, impressões, preferências e tendências comportamentais do grupo detentor do poder simbólico (DPS), considerando o contexto social. O uso dessas técnicas prevê dois estágios: um de coleta de informações; e outro de análise das informações obtidas. Esses estágios foram trabalhados de forma articulada ao longo da realização da pesquisa empírica.

O estágio da coleta foi dividido em duas partes: a primeira consistiu na coleta de dados e informações secundárias; e a segunda ocorreu através de duas fases de entrevistas em profundidade.

5.2.1 Coleta de dados e informações de fontes secundárias

Na primeira parte de coleta, foi feito um levantamento de dados e informações secundárias sobre o DPS. Foram pesquisados: revistas, jornais, sites da Internet e acervos de órgãos oficiais, livros, monografias, dissertações e Teses. Este levantamento contemplou os seguintes tópicos: hábitos dos moradores da Zona Sul; alta sociedade carioca; relações entre emergentes e DPS.

5.2.2 Entrevistas em profundidade

A segunda parte foi realizada através de duas fases de entrevistas em profundidade. Conforme expus acima, esta técnica consiste numa forma não-estruturada e direta de obtenção de informações. Nas entrevistas em profundidade, o entrevistado é estimulado a revelar motivações, crenças, atitudes e sentimentos relacionados a determinados temas.

Na primeira fase, procurei respostas para questões mais gerais sobre o comportamento do DPS. Foram entrevistados indivíduos que mantêm intenso relacionamento profissional com o DPS ou convivem, consistentemente, com este segmento social. Na segunda fase, foram entrevistados membros do DPS.

5.2.2.1 A faixa etária dos entrevistados

É relevante esclarecer que os indivíduos representativos do segmento social tratado neste estudo são economicamente independentes e estabilizados em suas trajetórias profissionais. Não considerei, portanto, jovens dependentes e adolescentes, a não ser de forma agregada aos seus pais. Ímpetos contestadores, revoltas contra os pais, insegurança emocional e grande disposição de acatar qualquer tendência imposta pelo mercado, típicos desta etapa da vida, poderiam gerar distorções no resultado do trabalho. Além disso, este critério converge com o de Gondim (2006), que não cadastra quem não esteja com suas próprias famílias constituídas. Como não se trata de avaliar uma tendência a comportamentos futuros, mas sim de fenômenos que vem ocorrendo até a presente data, parece-me pertinente delimitar a faixa etária de acordo com os objetivos analíticos da Tese.

5.2.2.2 A preferência por entrevistar indivíduos do gênero feminino

Obtive, preferencialmente, depoimentos de mulheres. É amplamente reconhecido, não só por aqueles que investigam as formas de reprodução social, como também, especificamente, por pesquisadores⁶¹ de consumo, que as mulheres ainda são as principais responsáveis pela educação moral dos filhos, pela perpetuação do *habitus* de sua família e do grupo ao qual pertence e pelas decisões de consumo.

No aspecto do consumo, existem dados contundentes a respeito da liderança exercida pela mulher no âmbito da família. Em pesquisa⁶² recente, foi demonstrado que, no Brasil, confirma-se também a tendência da mulher ser a principal envolvida nas decisões de consumo. A mulher brasileira é responsável entre 75% a 80% dessas decisões. Pela minha experiência, quando esta decisão envolve bens e serviços com forte conteúdo simbólico, este percentual tende a ser ainda maior. Um ex-presidente da Louis Vuitton no Brasil, em recente entrevista à revista *Veja*⁶³, declarou que as mulheres são as que mais adquirem produtos de luxo, sendo responsáveis por quase 80% das decisões de compra, relativas a estes produtos. A empresa de pesquisa de opinião Pythia Research⁶⁴ afirma que, em levantamentos recentes, constatou-se que as mulheres compram ou influenciam na compra de 94% dos acessórios do lar, 92% dos pacotes turísticos, 88% dos planos de saúde, 75% dos artigos de limpeza, 72% dos artigos de papelaria, 65% dos alimentos, 52% dos computadores, 42% dos carros, **88% dos artigos de luxo e 91% dos imóveis**. As mulheres possuem um papel consideravelmente maior nas decisões de compra do que os homens, inclusive nos produtos a eles destinados. Segundo Levy (1998, p.110), cerca de 80% dos produtos para homens em lojas de departamentos norte-americanas são adquiridos por mulheres. Até mesmo na Home Depot - uma grande loja de ferramentas, material de construção, jardins e produtos para o lar - cerca de 50% das compras são feitas por mulheres.

⁶¹ Ver SELBERT, Roger (1991); CRISPELL, Diane (1989) *Apud* LEVY (1998: p. 110).

⁶² Ver REVISTA EXPRESSÃO, 2005.

⁶³ [Ver](#) VEJA, 2006.

⁶⁴ [Ver](#) PYTHIA RESEARCH, 2005.

5.2.2.3 Os entrevistados

O número de entrevistas, para cada uma das duas fases, foi baseado no critério de representatividade numérica sugerido por Morse *apud* Denzin e Lincoln (1994), que estabelece seis amostras. Este número foi considerado como o tamanho mínimo para a presente pesquisa. O critério decisivo do número de entrevistas foi a constatação de ter alcançado certa convergência de opiniões em relação aos pontos essenciais a serem conhecidos. Foi possível chegar neste ponto de convergência com as seis entrevistas propostas por Morse. A pequena dimensão da amostra corresponde à orientação do método relativa à condição do entrevistado em retratar, por meio de depoimentos, vivências, significados, valores e comportamentos de determinado grupo social.

Na primeira fase das entrevistas em profundidade, conforme referência anterior, procurei respostas para as questões mais gerais sobre o comportamento do DPS. Foram entrevistadas pessoas que, de alguma forma, prestam serviço para o DPS ou convivem consistentemente com eles. Essas entrevistas foram feitas com pessoas que expressaram, de forma relativamente isenta, suas percepções em relação às atitudes, hábitos e preferências do DPS.

A vantagem decorrente do uso destes depoimentos relaciona-se ao fato dos depoentes possuírem, por exigência profissional, “olhos” atentos às práticas deste grupo em função da própria natureza de suas ocupações; preservando, ao mesmo tempo, certo grau de distanciamento de suas práticas.

Com objetivo de preservar a identidade dos seis entrevistados, revelarei apenas as suas ocupações. Trata-se, portanto, dos seguintes indivíduos: a diretora de moda da maior empresa de comunicação do país, que se encontra incluída no livro de Helena Gondim (2006); a consultora de moda mais requisitada pela mídia, muito conhecida por falar, com propriedade, sobre o que é ser “chique”; dois superintendentes dos três shoppings mais sofisticados e focados no público de alta renda do Rio de Janeiro; e dois corretores especializados em imóveis de alto padrão.

Na segunda fase, foram entrevistados membros do DPS. É importante ressaltar aqui duas dificuldades relevantes: a primeira foi conseguir identificar pessoas deste meio, dispostas a conceder entrevistas, já que o DPS reage com grande desconfiança a este tipo de abordagem; a segunda decorre da postura defensiva observada durante os depoimentos. Foi necessário muito esforço para reconduzir os entrevistados às questões valorizadas na Tese.

Com algumas exceções, observou-se a preocupação em reproduzir os termos do discurso politicamente correto.

No total, foram entrevistadas seis pessoas nesta fase. A primeira entrevista foi com a própria Helena Gondim que, apesar de não ter impedido a divulgação de seu nome, obteve aqui o mesmo tratamento sigiloso dado aos demais entrevistados, em relação a sua autoria em depoimentos sobre questões de ordem comportamental. A segunda, apesar de não estar relacionada no catálogo de Helena Gondim, trata-se de uma Embaixatriz que, não só freqüenta o circuito do DPS de forma sistemática, na esfera local, nacional e internacional, como também é cunhada de uma das mais conhecidas personalidades da sociedade carioca, integrante do cadastro de Helena Gondim. A terceira entrevista foi com um senhor, membro de uma das famílias mais tradicionais e antigas do Rio de Janeiro e integrante do livro de Gondim. Apesar de ter sido uma exceção à regra, de dar total preferência as mulheres, ofereceu uma das melhores contribuições para a pesquisa. A quarta entrevista foi realizada com a ex-mulher de um membro de uma das famílias mais tradicionais da sociedade carioca, que também integra o cadastro de Helena Gondim. A quinta entrevistada possui parentesco direto com associados ao Country Club do Rio de Janeiro, integrantes do catálogo de Helena Gondim. A última entrevista foi realizada com uma recém cadastrada no livro de Helena Gondim, filha de família de classe média, mas casada com empresário do mercado financeiro. Apesar de sua origem social, possui educação tradicional, tendo sempre vivido na Zona Sul do Rio de Janeiro.

6 O PODER SIMBÓLICO DO DPS

6.1 Barra da Tijuca: a promessa não cumprida

A Barra da Tijuca é hoje, em relação ao comércio e serviços, auto-suficiente, contando com diversas clínicas, hospitais e médicos que antes atuavam apenas nos bairros mais densos da cidade. O comércio e o lazer já passaram, há tempos, o padrão de diversidade da Zona Sul. Exceto pela carência de teatros. O crescimento do bairro apresenta números impressionantes.

Segundo o Censo Demográfico do IBGE⁶⁵, em 1991, a população da Barra da Tijuca era de 73.670 habitantes. No censo de 2000, essa população pulou para 115.000 habitantes. Segundo estudo apresentado pela Empresa Carvalho Hosken (2005), a projeção da população da Barra da Tijuca para o ano de 2007 é de 145.000 habitantes. Praticamente o dobro em apenas dezesseis anos. A RA da Barra da Tijuca como um todo, que em 1960 possuía 2600 habitantes, atingiu 5779 em 1970, chegando em 2000 a 174.000 habitantes (PINHEIRO; PINHEIRO, 2001).

A Barra, fruto de um planejamento sistemático, ainda que distorcido por força de interesses econômicos, proporciona um nível elevado de qualidade de vida, considerando o restante da cidade. Trata-se de uma região com baixa densidade demográfica graças a pequena cota de terreno permitida para construção imobiliária, possuindo, assim, áreas públicas e privadas com muito espaço; suas praias são as mais limpas da cidade; seus condomínios são arborizados e com grande infra-estrutura de serviços e lazer. O saneamento básico do bairro é razão de muita polêmica. No entanto, comparado com a precariedade do restante da cidade, consegue ser ainda superior⁶⁶.

Conforme exposto, os deslocamentos dos espaços de maior prestígio na cidade do Rio de Janeiro ocorreram sempre condicionados à busca, pelas camadas sociais mais altas, por espaços mais “higiênicos” e exclusivos. A pressão decorrente da disputa por novos espaços de alto prestígio tem como consequência a grande elevação de seus preços e o lento declínio no valor dos espaços que até então ocupavam esta posição. Essa lógica ocorreu, de forma mais ou menos acentuada, no decorrer dos cinco deslocamentos identificados ao longo da história da Cidade do Rio de Janeiro, tratados no terceiro capítulo. Estimava-se que a Barra da Tijuca seria a próxima localização escolhida pelo DPS. Essa expectativa era evidenciada já nos

⁶⁵ Ver ARMAZÉM DOS DADOS – IPP: 2007.

⁶⁶ Sem falar nas grandes e médias empresas que para lá já mudaram seus escritórios.

primeiros condomínios do bairro: *Nova Ipanema* e *Novo Leblon*. Como se dizia na época: “o vetor natural de crescimento da Cidade do Rio de Janeiro aponta para a Barra da Tijuca”.

No caderno ‘Morar Bem’ do O Globo, de 28 de outubro de 2007, em uma matéria relativa ao crescimento comercial da Barra, foi possível confirmar a autonomia alcançada pelo bairro.

Pelos cálculos da CBRE, mais da metade (53%) dos imóveis corporativos dos últimos sete anos surgiram no bairro. Além disso, dos 16 edifícios previstos até 2008, 13 serão na Barra e 3 serão no Centro [...] Na Barra são esperados 4 blocos no complexo ION – um a ser ocupado pela programadora Globosat em 2008 -, além do Cosmopolitan Soft Space, do Rio Office Park 8 e do Le Monde, com sete prédios. No bairro já estão a TIM, VIVO, NOKIA, SIEMENS, ESSO e SHELL. A migração das empresas nos anos 1990, seria consequência da migração residencial de executivos para a região, nos anos 1980.

Apesar de sua exuberância, a Barra não foi capaz, no seu processo de crescimento e valorização, de chegar perto do valor dos imóveis da Zona Sul Oceânica II, que como esperava boa parte da iniciativa privada que deslocou seus investimentos para a região, perderia seu prestígio em favor da Barra da Tijuca. Conforme apresentado na Tabela 7, os preços pesquisados para os imóveis de alto padrão na Barra da Tijuca são equivalentes aos encontrados no Flamengo, Botafogo e Gávea.

Há os que argumentam que o atual estágio de preços dos imóveis da Barra estaria associado ao excesso de oferta em relação aos bairros da Zona Sul Oceânica II. O que os dados mostram é justamente o contrário. A oferta relativa na Barra da Tijuca é menor do que nos bairros de Ipanema, Leblon e Lagoa. De acordo com a pesquisa de preços (Tabela 9), o estoque de apartamentos acima de 150 m² (critério aqui adotado para os imóveis considerados de alto padrão) é de 5% sobre o total existente no bairro, enquanto em Ipanema, Leblon e Lagoa este estoque chega a 11%. A oferta, neste caso, não explica os preços dos imóveis. O que esses números sugerem é uma menor procura por este tipo de imóvel na Barra da Tijuca, o que impede a pressão sobre os preços. Já na Zona Sul Oceânica II, a grande oferta associada aos altos preços, sugere a grande demanda por esse tipo de imóvel na região.

O jornal “O Globo” publicou no seu caderno “Morar Bem” de 05 de março de 2006, uma reportagem de capa intitulada: *O Rio dos paulistanos...a São Paulo dos cariocas*. Comenta-se que quando os paulistas, principalmente executivos, vêm para o Rio de Janeiro, o

primeiro desejo é morar no Leblon ou em Ipanema, mas parte deles acaba optando pela Barra da Tijuca, por conta das diferenças de preço. Diz a reportagem:

Os valores dos apartamentos no Rio costumam ser, pelo menos, 20% a 30% superiores a unidades semelhantes em São Paulo. Em áreas mais nobres, como a praia, a diferença passa de 50%. Essa é uma das razões que leva paulistas para a Barra, que têm preços mais compatíveis, boa praia e onde estão também muitas empresas – destaca George Eduardo Masset, presidente da Associação Brasileira de Administradoras de Imóveis.

Ainda na mesma matéria, Pedro Wahmann, presidente do Sindicato da Habitação do Estado do Rio de Janeiro (Secovi/Rio), contrariando a avaliação do setor, diz que 80% dos paulistas que chegam ao Rio têm como destino a Zona Sul⁶⁷.

Em entrevista ao Caderno *Morar Bem* do Jornal O Globo, do dia 11 de setembro de 2005, Carlos Carvalho, presidente do maior empresa imobiliária privada dedicada à Barra da Tijuca, a Carvalho Hosken, declara: “*Esperava que a ocupação da Barra da Tijuca fosse mais rápida. Na época do milagre econômico brasileiro, nos anos 70, havia uma euforia e, por isso mesmo, minhas projeções eram mais otimistas. Mas, desde a década de 80, o setor imobiliário vem sendo penalizado com juros altos*”.

Por falta de estudos sobre o tema, aparecem explicações superficiais do porque a Barra da Tijuca não se tornou o novo espaço de alto prestígio da cidade. Além dos juros altos citados pelo empresário, seguem outros argumentos dentro da mesma linha, como a distância em relação ao Centro da Cidade. Apesar de compreender que Carlos Carvalho referia-se, na entrevista, à ocupação em geral da Barra da Tijuca, os juros altos não justificam o fato de, por exemplo, não ter havido o deslocamento das camadas sociais mais altas para o bairro. Afinal, os juros altos prejudicam a demanda por imóveis em todas as localidades, não só na Barra; e não afetam as altas camadas, mas sim as menos privilegiadas, que são obrigadas a recorrer aos financiamentos bancários. Da mesma forma, a distância também não seria um fator confiável para explicar a não migração do DPS ou o não cumprimento da excessiva expectativa de valorização deste espaço. Se a distância do Centro não impediu a migração deste segmento social no passado, não seria nos tempos atuais que esse fator se tornaria decisivo. No passado,

⁶⁷ Já o presidente da Patrimóvel, Rubem Vasconcelos, afirma que, em se tratando de desejo, o percentual estaria correto. Porém, em sua avaliação, realizar esse desejo não é tão simples: é claro que o paulistano sonha em chegar ao Rio, vestir uma bermuda e chinelo para ir à padaria e jornaleiro no Leblon. Mas os preços são muito mais altos, e o natural é que ele tome o caminho da Barra.

as dificuldades de transporte eram bem mais críticas e o Centro da Cidade possuía uma importância econômica, cultural e simbólica, em relação aos bairros periféricos, consideravelmente maior do que hoje em dia. Além disso, a necessidade da presença física nas relações profissionais era incomparavelmente maior do que na atualidade, graças aos avanços nos meios de comunicação. Isso tudo sem mencionar o fato do DPS ser composto por indivíduos e famílias que ocupam posições privilegiadas no sistema produtivo, o que permite flexibilidade de horário e elevado grau de recursos para minimizar os efeitos da distância.

Outra linha de explicação inconsistente é a influência exercida pelas novelas de Manuel Carlos, da Rede Globo. Ora, seria mais razoável indagar porque tantos autores e artistas escolheram morar na Zona Sul Oceânica II. Provavelmente admitiriam, sem constrangimentos, que seus motivos transcendem, por exemplo, a proximidade do trabalho. Afinal, os estúdios do PROJAC, da maior rede de televisão do país, a Globo, ficam entre Vargem Grande e Jacarepaguá, ao lado, portanto, da Barra da Tijuca.

6.2 A permanência do DPS na Zona Sul

A identificação do segmento social que compõe o objeto desta investigação foi facilitada, conforme relacionado anteriormente, pela existência de um cadastro de famílias pertencentes à ‘tradicional sociedade carioca’, desenvolvido e mantido por Gondim (2006). Este cadastro reúne os nomes de grande parte das famílias que ocupam a posição de mais alto prestígio na cidade do Rio de Janeiro. É claro que seria um equívoco supor que absolutamente todos que ocupam tal posição estão presentes neste livro. No entanto, é seguro considerar que este catálogo representa, de forma substancial, este grupo social, aqui designado como Grupo Detentor do Poder Simbólico ou simplesmente, DPS.

Fazem parte deste grupo, famílias com grandes fortunas há gerações. Seu perfil ocupacional é variado: são controladores de organizações empresariais; investidores do mercado financeiro; banqueiros; intelectuais; famílias de políticos tradicionais e profissionais liberais com alto prestígio e educação tradicional. É importante salientar que alguns membros deste grupo já não exercem ocupações relevantes. No entanto, detém sobrenomes que acumularam poder simbólico.

A opção deste estrato pela Zona Sul do Rio de Janeiro é evidente. A sua distribuição privilegia a Zona Sul Oceânica II, o que confirma o processo histórico, já esclarecido na

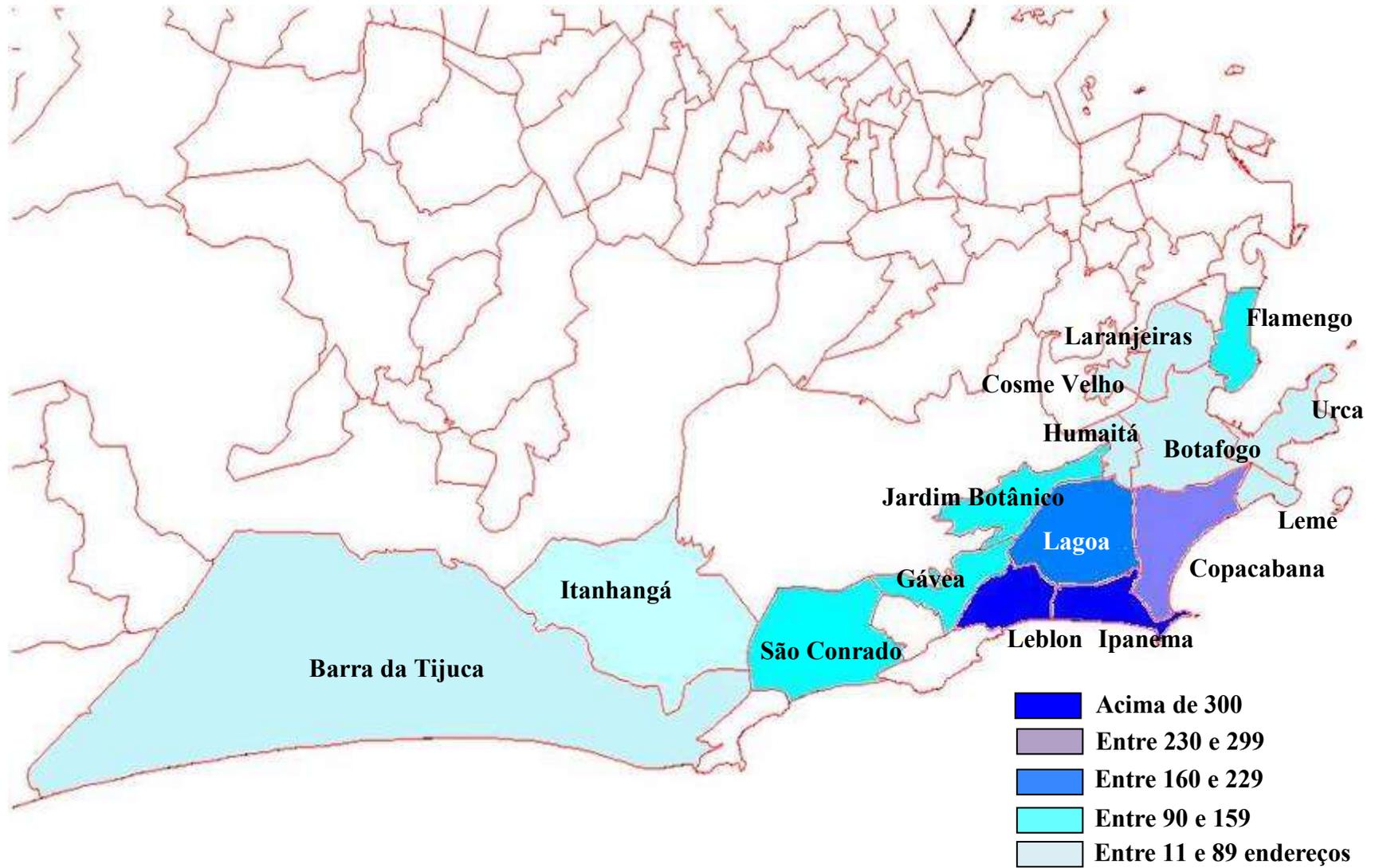
contextualização, que redundou nos deslocamentos dos espaços de mais alto prestígio em direção a essa região. Repetirei aqui alguns dados: a Zona Sul, como um todo, abriga 94,5% de todos os endereços listados no livro; a Zona Sul Imediata detém 14,7% deste total; a Intermediária fica com 15%, a Zona Sul Oceânica I com 16,6% e, finalmente, a Zona Sul Oceânica II, com 50% dos endereços. O alto da Boa Vista possui 1% dos endereços. Já a Barra da Tijuca e o Itanhangá, juntos, ficam com cerca de 4% e, os demais bairros, com cerca 1% (Tabela 8).

Como forma de aprofundar a compreensão da acumulação e preservação de poder simbólico e de suas conseqüências econômicas, passo apresentar, a seguir, o estudo que correlaciona os preços dos imóveis residências, com a concentração dos endereços deste segmento social.

Tabela 8 – Distribuição dos endereços do DPS

Estado	%	Cidade	%	Região	%	Sub-região	%	Bairros	Nº	%	
Rio de Janeiro (2009)	96,1%	Rio de Janeiro (1958)	97,46%	Zona Sul (1248)	94,49%	Zona Sul Imediata	14,70%	Centro	7	0,4%	
								Santa Teresa	30	0,5%	
								Flemingo	128	6,5%	
								Laranjeiras	58	3,0%	
								Cosme Velho	26	1,3%	
						Botafogo	41	2,1%			
						Urca	38	0,9%			
						Humaitá	30	1,5%			
						Jardim Botânico	116	5,9%			
						Gávea	147	7,5%			
				Zona Sul Oceânica I	14,60%	Copacabana	256	13,1%			
						Leme	30	1,5%			
				Zona Sul Oceânica II	50,08%	Lagoa	178	9,1%			
						Ipanema	323	16,5%			
						Leblon	339	17,3%			
						Vidigal	3	0,2%			
						São Conrado	138	7,0%			
				Zona Norte (10)		0,5%	Alto da Boa Vista	30	0,5%		
				Zona Oeste (100)	5,38%			1,07%	Jóá	4	0,2%
							Inatinga	3	0,2%		
							Barhangá	14	0,7%		
		3,57%	Barra da Tijuca			70	3,6%				
		0,46%	Recreio dos Bandeirantes	6	0,3%						
			Vargem Grande	2	0,1%						
			Jacarepagua	1	0,1%						
		Região Semana (40)	2,04%	Petrópolis	1,84%						
		Outros (10)	0,58%	Teresópolis	0,20%						
				Cabo Frio	0,15%						
				Miracó	0,05%						
				Nilópolis	0,15%						
				Volta Redonda	0,05%						
		Vassouras	0,10%								
Bahia			0,05%	Total de endereços Brasil (2091)							
Ceará			0,05%								
Distrito Federal			0,29%								
Espírito Santo			0,05%								
Minas Gerais			0,29%								
São Paulo			1,82%								
Santa Catarina			0,05%								
Rio Grande do Sul			0,18%								
Internacional			1,15%								

Fonte: Gondim (2006)



Mapa 9 – Distribuição dos endereços do DPS

6.3 O poder do DPS

Na Tabela 9 abaixo podem ser identificados todos os dados utilizados para os cálculos do preço dos imóveis por metro quadrado, bem como as frequências dos endereços do DPS.

Tabela 9 – Frequência dos endereços do DPS e os preços por m² das casas e apartamentos por bairro (método ponderado e ã ponderado)

Bairros	Freqüên do DPS	Total casas	Ocor. de casas	Oferta relativa casas	Total apt.	Ocor. de apt.	Oferta relativa apt.	Casas/apt s.	Preço médio p/ m ² casas	Preço médio p/ m ² apt.	Preço ponderado p/ m ²	Preço não ponderado p/ m ²
Santa Tereza	10	882	16	2%	0	0	0%	100%	1.662,29	-	1.662,29	1.662,29
Flamengo	128	0	0	0%	2829	88	3%	0%	-	4.017,22	4.017,22	4.017,22
Laranjeiras	58	444	10	2%	1185	35	3%	27%	1.407,26	3.493,01	2.924,52	3.493,01
Cosme Velho	26	203	10	5%	120	4	3%	63%	1.806,45	3.037,04	2.263,64	1.806,45
Urca	18	352	4	1%	263	6	2%	57%	4.617,78	5.160,63	4.849,93	4.617,78
Botafogo	41	679	15	2%	1317	43	3%	34%	2.841,73	4.076,44	3.656,42	4.076,44
Humaita	30	343	11	3%	201	9	4%	63%	3.872,63	3.608,91	3.775,19	3.872,63
Jardim Botânico	116	645	60	9%	507	77	15%	56%	4.869,03	5.844,50	5.298,34	4.869,03
Gávea	147	393	40	10%	519	60	12%	43%	6.490,50	4.188,72	5.180,61	6.490,50
Copacabana	256	0	0	0%	7332	393	5%	0%	-	5.696,22	5.696,22	5.696,22
Leme	30	0	0	0%	648	30	5%	0%	-	6.570,05	6.570,05	6.570,05
Lagoa	178	136	20	15%	2172	238	11%	6%	3.397,13	8.213,42	7.929,62	8.213,42
Ipanema	323	129	7	5%	4211	449	11%	3%	8.514,06	12.571,24	12.450,64	12.571,24
Leblon	339	292	15	5%	3748	416	11%	7%	5.121,21	14.186,27	13.567,00	14.186,27
São Conrado	138	529	31	6%	1588	69	4%	25%	4.142,50	5.790,55	5.378,74	5.790,55
Alto da Boavista	10	343	13	4%	0	0	0%	100%	1.459,77	-	1.459,77	1.459,77
Barra da Tijuca / Itanhangá	84	4814	314	7%	9228	500	5%	34%	4.244,76	4.204,99	4.218,63	4.204,99

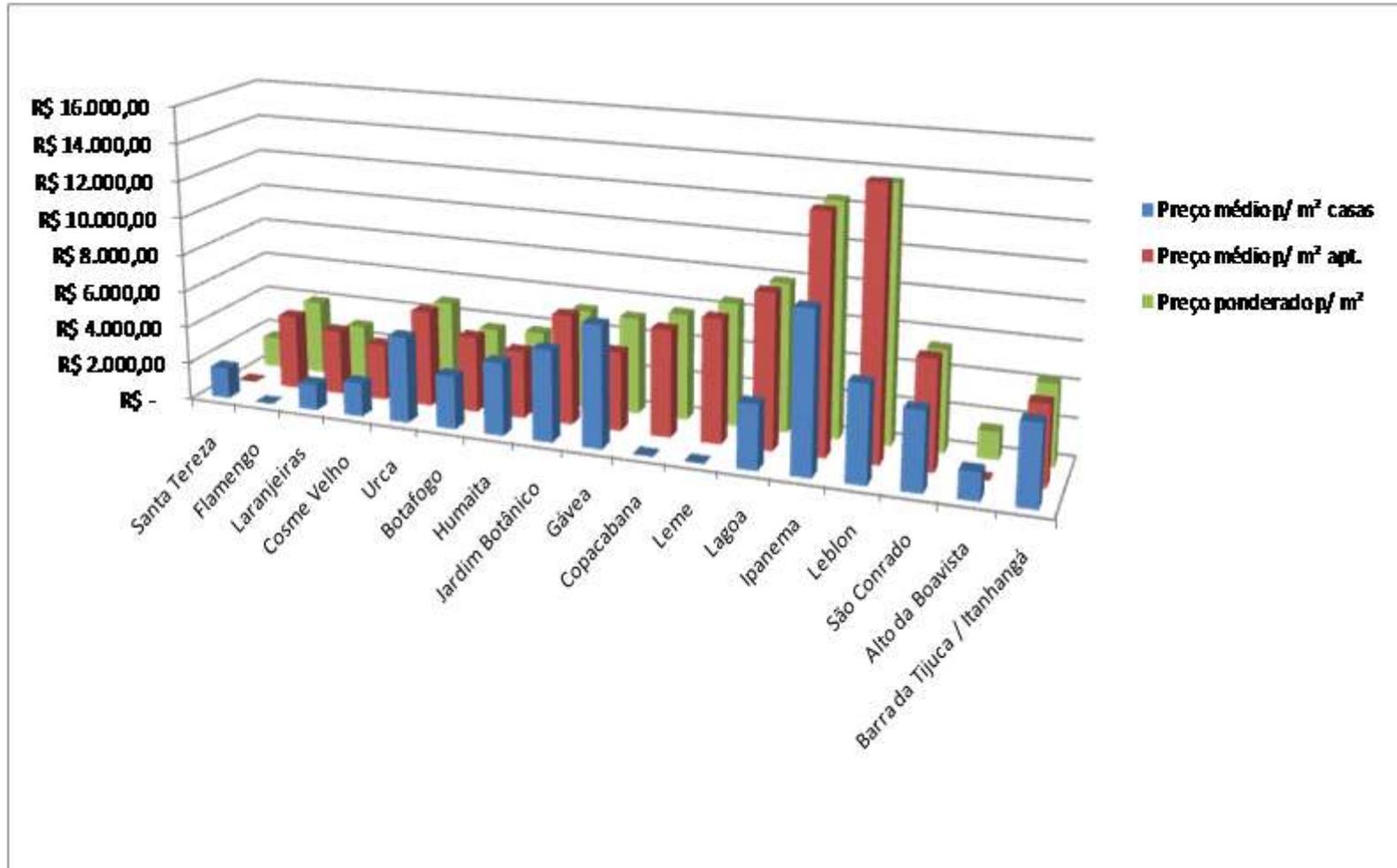


Gráfico 2 – Preço por m² de imóveis residenciais de alto padrão

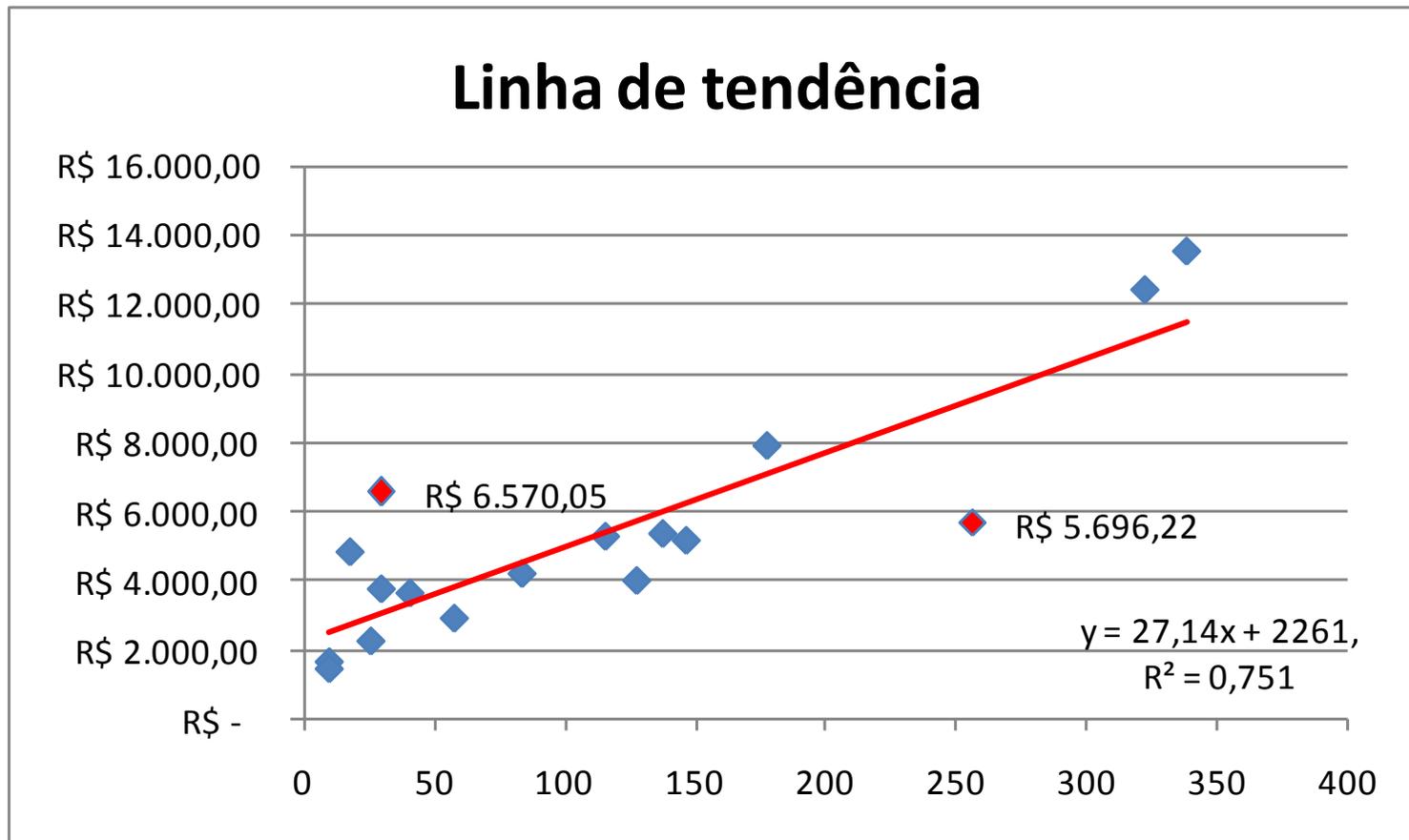


Gráfico 3 – Linha de tendência do modelo ponderado

Tabela 10 – Relatório de regressão linear do modelo ponderado – Planilha Excel

RESUMO DOS RESULTADOS

Estatística de regressão	
R múltiplo	0,87
R-Quadrado	0,75
R-quadrado ajustado	0,73
Erro padrão	1722,27
Observações	17

ANOVA

	gl	SQ	MQ	F	F de significação
Regressão	1	134392924,1	134392924,1	45,33	6,73781E-06
Resíduo	15	44493246,78	2966216,452		
Total	16	178886170,9			

	Coefficientes	Erro padrão	Stat t	valor-P	95% inferiores	95% superiores
Interseção	2266,80607	620,0056881	3,656105576	0,002340375	945,38	3588,32
Variável X1	27,13684081	4,03155422	6,731111459	6,73781E-06	18,54	35,73

RESULTADOS DE RESÍDUOS

Observação	Y previsto	Resíduos	Resíduos padrão
1	2538,174478	-875,886853	-0,525243718
2	5740,321894	-1723,099054	-1,033292283
3	3840,742837	-916,222188	-0,549431743
4	2972,363931	-708,7288791	-0,425004053
5	2755,269205	2094,658608	1,256105719
6	3379,416543	277,0009428	0,166109392
7	3080,911295	694,2805109	0,416339788
8	5414,679604	-116,3398283	-0,069765604
9	6255,921669	-1075,316387	-0,644835898
10	9213,837317	-3517,61587	-2,109411717
11	3080,911295	3489,137015	2,092333778
12	7097,183734	832,451774	0,499197067
13	11082,00565	1418,637702	0,850715684
14	11486,1951	2100,808689	1,259793732
15	6011,690102	-632,9542188	-0,379564198
16	2538,174478	-1078,404383	-0,646887667
17	4546,300698	-262,4077476	-0,157358278

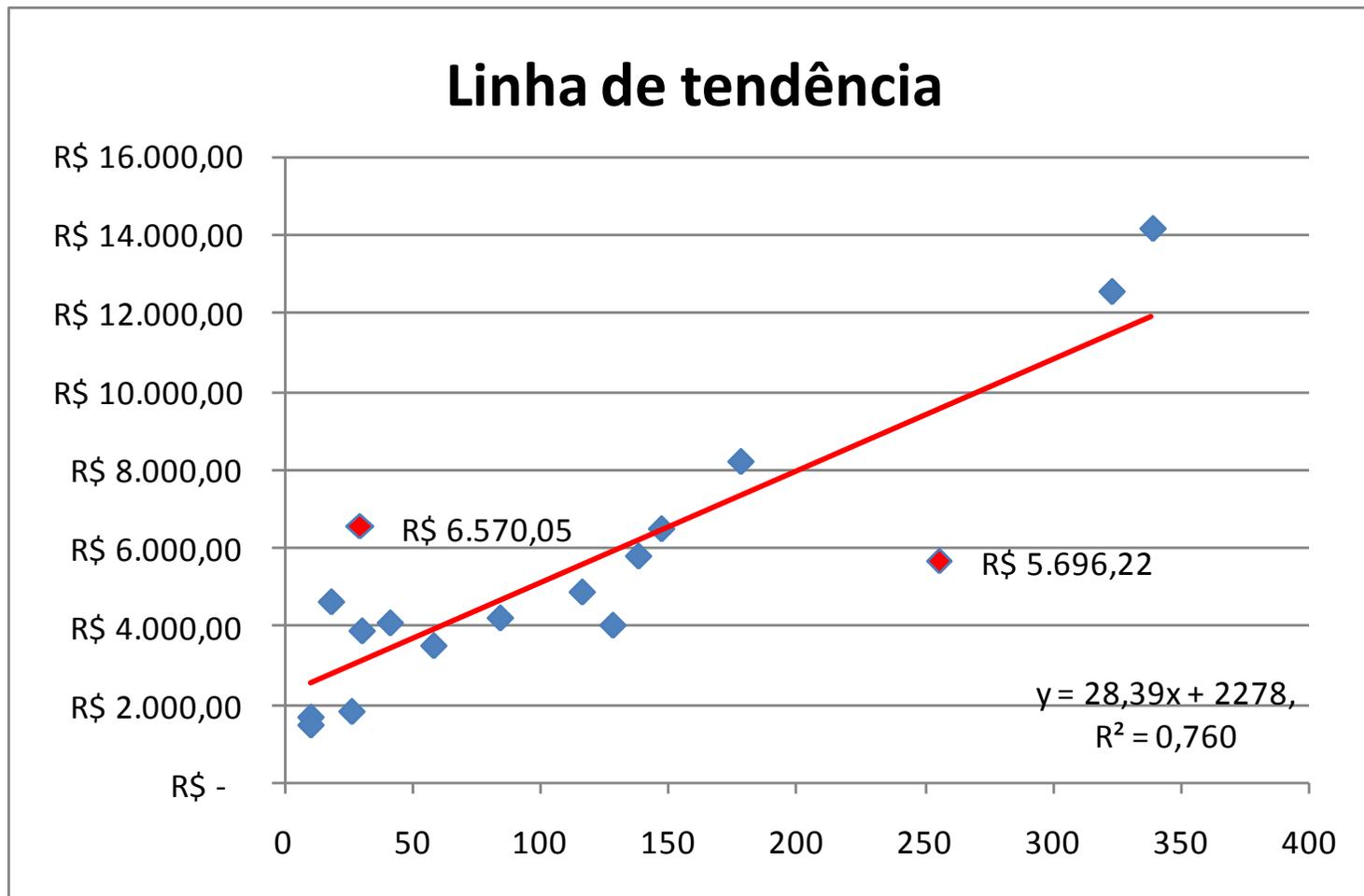


Gráfico 4 – Linha de tendência do modelo não-ponderado

Tabela 11 – Relatório de regressão linear do modelo não-ponderado – Planilha Excel

RESUMO DOS RESULTADOS

<i>Estatística de regressão</i>	
R múltiplo	0,87
R-Quadrado	0,76
R-quadrado ajustado	0,74
Erro padrão	1757,70
Observações	17

ANOVA

	<i>gl</i>	<i>SQ</i>	<i>MQ</i>	<i>F</i>	<i>F de significação</i>
Regressão	1	147170581,6	147170581,6	47,64	5,04551E-06
Resíduo	15	46342882,29	3089525,486		
Total	16	193513463,9			

	<i>Coefficientes</i>	<i>Erro padrão</i>	<i>Stat t</i>	<i>valor-P</i>	<i>95% inferiores</i>	<i>95% superiores</i>
Interseção	2278,45384	632,7615922	3,600809323	0,002621307	929,75	3627,15
Variável X 1	28,39759678	4,114499144	6,901835628	5,04551E-06	19,63	37,17

RESULTADOS DE RESÍDUOS

<i>Observação</i>	<i>Y previsto</i>	<i>Resíduos</i>	<i>Resíduos padrão</i>
1	2562,429808	-900,1420152	-0,528907231
2	5913,346229	-1896,123589	-1,114128059
3	3925,514454	-432,5004819	-0,254129491
4	3016,791357	-1210,339744	-0,711173827
5	2789,610583	1828,174129	1,07420218
6	3442,755309	633,6888284	0,372344139
7	3130,381744	742,2516467	0,436133695
8	5572,575067	-703,5457917	-0,413390832
9	6452,900568	37,59549155	0,022090433
10	9548,238617	-3852,01717	-2,263375888
11	3130,381744	3439,666565	2,021086102
12	7333,226068	880,1915303	0,517184685
13	11450,8776	1120,359373	0,658302982
14	11905,23915	2281,029762	1,340291991
15	6197,322197	-406,7683592	-0,239009759
16	2562,429808	-1102,659693	-0,647902969
17	4663,85197	-458,8604822	-0,269618152

O nível de confiança utilizado nos modelos apresentados acima é de 95%. Tanto no critério ponderado como no não-ponderado, os resultados são significativamente consistentes.

O R-múltiplo, ou coeficiente de correlação, que aparece no relatório de regressão, significa o grau de correlação entre as variáveis “endereço” e “preços dos imóveis”. Nos dois modelos apresentados, este índice é de 0,87, considerado um alto grau de correlação.

O “R²”, ou coeficiente de determinação, apontado nos gráficos de tendência de linha e nos relatórios dos modelos de regressão, traduz o quanto a variável “local de residência” do DPS explica a variação dos preços dos imóveis. Considerando os valores ponderados entre casas e apartamentos, o R² apontado pelo modelo ponderado é de 0,75. Isso significa que a presença do DPS explica 75% da variação dos preços dos imóveis. Os demais 25% são explicados por outras variáveis não previstas neste modelo. No modelo não-ponderado, são considerados os preços do tipo de imóvel predominante em cada bairro. Neste caso, o coeficiente de determinação R² sobe para 0,76. A interpretação é a mesma: significa que, no segundo modelo, a presença do DPS explica 76% da variação dos preços dos imóveis. Mantive os dois modelos para demonstrar que esta diferença de critério não altera significativamente os resultados.

Outro indicador estatístico importante para avaliar o modelo é o teste de significância global. É o valor de “F” que aparece nos relatórios das regressões. Este indicador deve ser sempre maior do que o “f de significação”, apresentado ao lado do “F”. Como se pode observar, em ambos os casos, a diferença é muito significativa, o que demonstra que os resultados apresentados são consistentes.

É interessante observar que os bairros do Leme e Copacabana são os que mais se afastam das linhas de tendências apresentadas nos gráficos 3 e 4. O Leme possui, por exemplo, em torno de 9% do número de imóveis residenciais existentes em Copacabana, para o perfil pesquisado. A concentração de determinado segmento social num bairro, está relacionada também ao número de imóveis existentes em seu espaço. Neste sentido, a relação destoante entre o alto valor do metro quadrado encontrado no Leme e o pequeno número de endereços do DPS, pode ser atribuída às limitações espaciais do bairro. Por outro lado, Copacabana possui um número de endereços muito alto em relação ao valor encontrado por metro quadrado no bairro. Esta outra distorção pode ser explicada pela perda de vitalidade que Copacabana vem sofrendo nos últimos vinte e cinco anos, mas que, apesar disso, conseguiu manter no bairro alguns membros mais antigos do DPS que lá se estabeleceram ao longo do século XX. Apenas como simulação, caso fossem desconsiderados esses dois bairros no

calculado de regressão, por serem os que mais se afastam da reta, seria obtido, para o modelo ponderado, um coeficiente de correlação - R de 0,95 e um coeficiente de determinação - R² de 0,91. Já no modelo não-ponderado, seria encontrado um coeficiente de correlação - R de 0,96, enquanto o coeficiente de determinação R² seria de 0,92.

Foi demonstrada acima, estatisticamente, a forte correlação existente entre a presença do DPS e os preços dos imóveis de alto padrão e, ao mesmo tempo, o quanto a sua presença é capaz de influenciar nestes preços. É importante reforçar que esta influência também afeta os demais imóveis residenciais e o valor do solo como um todo, pois esta condição de prestígio social se projeta no espaço. Desta forma, considero que o poder simbólico exercido pelo DPS é evidente e possui grande influência no valor simbólico dos lugares e também, no prestígio de coisas e pessoas. Este segmento social esteve sempre por trás dos deslocamentos dos espaços de alto prestígio identificados na cidade. É, portanto, aceitável que um novo deslocamento que privilegiaria a Barra da Tijuca não tenha ocorrido por influência de sua decisão de permanecer na Zona Sul.

7 OS DETENTORES DO PODER SIMBÓLICO

7.1 Sua constituição

O reconhecimento das famílias tradicionais como pertencentes a uma espécie de clã ou estamento não é novo. A genealogia sempre foi do interesse da nobreza, preocupada em checar a origem social dos pretendentes aos privilégios por ela detidos. O primeiro e mais prestigioso desses cadastros é o Almanaque de Gotha. Este catálogo traz, exclusivamente, a relação dos membros das famílias nobres da Europa. O almanaque, que leva o nome de uma cidade alemã, é publicado desde 1763. Gotha era considerado um dos lugares mais elegantes e exclusivos da Europa.

Outro estrato social que, apesar de não pertencer à nobreza, possuía grande prestígio, é o da sociedade norte-americana, descrito por Mills (1968). Tratava-se do núcleo sólido de velhas famílias ricas, cercadas por círculos mais frouxos de novas famílias, também ricas, das cidades de Boston, Nova York, Filadélfia, Baltimore e São Francisco. O velho núcleo de Nova York, por exemplo, era constituído por quatrocentos indivíduos, reconhecido como a ‘Sociedade da América’. Era composto por famílias de grande prestígio social que aproveitavam seu poder simbólico para desfrutar de muitas regalias.

Os mais ricos podiam ser considerados como uma casta à parte, suas fortunas consideradas como permanentes, suas famílias como tradicionalmente antigas. Enquanto conservassem a fortuna e nenhuma fortuna nova e maior as ameaçasse, não havia razão para distinguir entre a posição proporcionada pela linhagem familiar e a riqueza. A estabilidade das classes superiores mais antigas repousa seguramente sobre a coincidência de antiguidade familiar com grande riqueza. O ímpeto, a riqueza, o poder das novas classes superiores estavam controlados pela velha, que, embora permanecendo isolada e não ameaçada, podia ocasionalmente admitir membros novos (MILLS, 1968, p. 62).

Não só em Nova York, como em outras cidades, eram constantes as tentativas para preservar as famílias tradicionais contra a entrada de novos ricos, mas é difícil imaginar nos EUA, devido à grande mobilidade social, um núcleo da elite fortemente impermeável. Essa mobilidade é parte de sua cultura. Há um grande apreço pelo enriquecimento daqueles que demonstram ter espírito empreendedor. Assim, é possível que esta característica tenha propiciado maior flexibilidade na entrada de novos ricos na esfera das famílias tradicionais.

Esta flexibilidade pode explicar a criação, na década de ouro de 1880, do catálogo *The social register*, que apresentava uma cuidadosa combinação do velho e do novo. O primeiro exemplar continha cerca de 880 famílias.

Mills (1968) considera que os esforços das famílias ricas mais antigas para continuar sendo as únicas com prestígio destacado em virtude da linhagem, têm sido constantes, mas apesar desses esforços, uma classe superior nos EUA, estável, com quadro realmente fixo, não existe. Segundo o autor, a modificação no quadro de uma classe, mesmo rápida, não a destrói. Não são os mesmos indivíduos e famílias que predominam, mas o mesmo tipo social.

Esse jogo entre o rico antigo e o adventício teve início com o começo da história nacional, e continua ainda hoje, tanto na cidade pequena como no centro metropolitano. A única regra firme do jogo é que, havendo uma inclinação persistente, qualquer família pode vencer, nos níveis permitidos pelo dinheiro. O dinheiro – o simples, puro e vulgar dinheiro – com poucas exceções, abriu para seus possuidores as entradas da sociedade americana, em toda a parte. Do ponto de vista de status social, que se procura basear sempre na descendência familiar, isso significa que muralhas estão sempre a se desmoronar; do ponto de vista mais geral de uma classe social superior de âmbito mais do que local, significa também que, apesar de suas pretensões, a classe superior americana é apenas uma burguesia enriquecida e, não obstante o poder de seus membros, não pode inventar um passado aristocrático quando este não existe (MILLS, 1968, p. 63).

Bourdieu (2001a) contribui com a análise deste segmento da sociedade norte-americana em tempos mais recentes. Ao descrever a utilização dos sistemas simbólicos da sociedade da Nova Inglaterra (EUA), em particular a moda, observa que, no ápice da hierarquia social, estão as velhas famílias que afirmam sua distinção através do nascimento e da hereditariedade (em oposição ao sucesso profissional), recusando a audácia da moda francesa e invocando a aristocracia inglesa em seu gosto pelo *tweeds* e *woolens* e, assim, em todo o seu estilo de vida. Abaixo, afirma o autor, encontram-se as famílias de fortuna antiga (*old money families*), que identificam na moda parisiense símbolos de riqueza e de um estilo de vida cosmopolita. Preocupadas em se distinguir, tanto em relação à classe superior como em relação as inferiores, essas famílias esforçam-se por valorizar a elegância discreta e procuram a sofisticação em oposição à distinção aristocrática da classe mais alta, evitando a ostentação exagerada do novo-rico.

Considero que esta descrição tem muita semelhança com o que ocorre na sociedade carioca, sendo que aqui, com todas as diferenças históricas que devem ser levadas em consideração, os dois segmentos mais altos da Nova Inglaterra reduzem-se a apenas um, no

caso do Rio de Janeiro. O DPS possui um estilo de vida que combina os dois descritos no parágrafo anterior, com certa inclinação para as “*old money families*”, de maior influência francesa. Este estrato é descendente, ou pelo menos boa parte dele, do estamento que se formou em torno da corte.

Os capitais cultural, econômico e social de boa parte deste grupo foram construídos ao longo de gerações. Manifestam-se por meio de um estilo de vida muito valorizado nos diferentes processos de reconhecimento de status e, assim, na configuração da hierarquia social, o que proporciona a concentração de poder simbólico.

Este poder simbólico impõe representações sociais e significados a indivíduos, coisas, atividades, lugares e idéias, legitimando-os. Os símbolos afirmam-se, assim, como instrumentos de integração, tornando possível a reprodução da ordem social. Trata-se, então, da configuração de poder (de capitais) mais valorizada em determinado espaço social, sendo que seus conteúdos culturais variam conforme os lugares e momentos (BOURDIEU, 2001a: p. 50).

O DPS é, precisamente, um ‘grupo de status’, na concepção de Weber (1999), pertencente à classe alta da sociedade carioca. É possível dizer que, no Rio de Janeiro, este segmento existe como uma instituição, baseada num trabalho formal de cadastramento e reforço dos mecanismos de seleção, naturalmente com aprovação de todos os membros, concretizado através do trabalho de Gondim (2006). Além disso, há fortes vínculos entre os citados por ela e outras instituições mais concretas e ainda mais inacessíveis como, por exemplo, o Country Club, em Ipanema, considerado o clube mais fechado do Brasil.

O cadastro sob responsabilidade de Helena Gondim não foi o primeiro a ser produzido. Em 1927, aparecia no Rio de Janeiro a primeira réplica das listas sociais, justamente no período em que se inicia o longo (ainda em curso) período de influência norte-americana no Brasil.

Era um exemplar encadernado em encerado azul cobalto de aspecto chamalotado tendo manuscrito no canto superior esquerdo os dizeres “Rio Social”. Não sei até que ponto este “Rio Social” de 1927 sensibilizou os atores ali arrolados, até que ponto era representativo realmente do grupo estamentalizado de então (LEAL, 1995, p. 129).

Leal (op. cit.) considera que a formação do cadastro de Helena Gondim ocorreu a partir da ampliação dos membros da elite no Rio de Janeiro, ocorrida ao longo do século XX,

com a chegada de famílias de outros estados que já tinham tido algum tipo de vínculo com a corte, e por essa razão já haviam estabelecido alianças de parentesco, afinidade, compadrio ou apenas amizade com muitas famílias do Rio de Janeiro. É evidente que este segmento não é constituído exclusivamente de famílias que começaram a acumular prestígio já no século XIX. Mas é claro também que seus critérios de aceitação não sofreram mudanças essenciais. Seu tipo ideal, que começa a ser construído ainda no período colonial, a partir da articulação entre alta burguesia e aristocracia européia, permanece com seus principais traços preservados. Isso significa que o ingresso neste grupo pode ser facilitado pela detenção de um sobrenome prestigioso ou de condições econômicas privilegiadas, mas estes não são critérios suficientes para garantir a inclusão social, já que as práticas dos novos integrantes devem ser sinérgicas ao *habitus* do grupo.

Segundo Gondim (2006), a idéia deste livro surgiu há pouco mais de 37 anos, sob a inspiração do cadastro argentino “Nossa Sociedade”, que tinha exatamente os mesmos fins. Nos primeiros anos de existência do cadastro, o número de famílias era muito pequeno, cerca de duzentas. Sua primeira edição foi um fracasso. Numa determinada época, os emergentes procuravam Helena Gondim para fazer parte de seu cadastro, mas a autora considerava que a maioria das pessoas não iria gostar. Poderia prejudicar o livro, pois o “berço” era um critério essencial.

Muitas vezes, o DPS é visto como um segmento bem mais numeroso do que de fato é. Esta percepção, comum em boa parte das camadas sociais baixas e médias, decorre da visão dominante, que considera o capital econômico como a única referência que define a posição social, o que contribui para tornar menos evidente o poder associado as demais formas de capital.

Deter um grande acúmulo de capital econômico não é uma condição suficiente para a aceitação como membro do DPS, que concentra poder simbólico. É possível, por exemplo, observar a inserção de indivíduos que não detêm elevado poder econômico, mas que tiveram acesso a um padrão educacional, a serviços, assim como, a determinados lugares que promovem conseqüentemente a sua inclusão.

Desta maneira, o capital cultural e suas formas de manifestação ocupam uma posição superior sobre todas as outras formas de expressão de poder.

O espaço social é construído de tal modo que os agentes ou os grupos são aí distribuídos em função de sua posição nas distribuições estatísticas de acordo com

os dois princípios de diferenciação que, em sociedades mais desenvolvidas, como os Estados Unidos, o Japão ou a França, são, sem dúvida, os mais eficientes – o capital econômico e o cultural (BOURDIEU, 2001b, p. 19).

O DPS não constitui um segmento homogêneo, tampouco convivem todos juntos. Seus membros possuem idades diversas. Estilos de vida que se diferenciam em aspectos específicos que envolvem gostos pessoais, familiares e proximidades diversas. Há aqueles que freqüentam fazendas ou aras e montam a cavalo. Há os que estão sempre transitando entre as grandes capitais globais e mantêm práticas sociais exclusivamente urbanas. Há os que são fascinados pela vida marinha e estão sempre em seus barcos, em trajetos como o que liga Angra dos Reis ao Rio de Janeiro. Há os que não gostam de festas e os que estão em todas. Há os que vivem para o trabalho e os que vivem de renda. Há os que adoram participar do mundo da moda e os que o evitam. Há os que adoram eventos culturais e os que não o suportam.

Afinal, o que une então este grupo ou instituição? A equivalência de seus capitais e os códigos culturais relacionados aos seus valores essenciais. Suas inclinações pessoais ou familiares acabam produzindo práticas específicas que os diferenciam. Assim, um membro do DPS com estilo de vida essencialmente urbano pode ser convidado a passar um fim de semana no aras de um amigo. Mesmo que este ambiente não lhe seja familiar, saberá exatamente como se comportar, e seus anfitriões, em contrapartida, saberão identificar também os laços que os unem. São essas diferenças internas que estimulam a formação de subgrupos, sem que isso gere, necessariamente, competição interna, já que a natureza dessas diferenças, via de regra, não acarreta a necessidade de disputa pelo espaço social.

O pertencimento ao grupo, em oposição ao que muitas vezes se presume, embora subentenda diferentes níveis de envolvimento no convívio social, não implica em ostentar ao grande público, por intermédio de aparições na imprensa, seu mundo social. O comportamento *low-profile* é cada vez mais valorizado (LEAL, 1995). Esta postura discreta parece ter ganhado força na medida em que se percebe que a exposição na mídia pouco contribui para preservar sua posição social. Ao contrário, pode até aumentar sua vulnerabilidade. O estilo discreto ajuda a preservar seus códigos mais exclusivos. Este grupo não é vulnerável a opinião pública, enquanto exercer poder e fascínio sobre posições sociais intermediárias, como segmentos das classes média e alta, aspirantes às posições de mais alto prestígio social.

7.2 Suas instituições e formas de socialização

Além dos eventos sociais de diversos tipos, a sociabilidade do DPS inclui a frequência a clubes e escolas. De fato, os clubes são instituições importantes para este segmento. Conforme comentei anteriormente, o Country Club é a expressão máxima de exclusividade que orienta a preservação das fronteiras deste universo social. Este clube foi inaugurado em 1916 por um grupo de 22 ingleses e 3 brasileiros. Seu conselho era formado (até a data da publicação de Leal [1995]) por 40 membros que decidem pelo voto secreto, através de bolas brancas (quando o acesso é desejado), bolas vermelhas (em caso de indiferença) e bolas pretas (quando há rejeição) a aceitação ou não do candidato a sócio. Desses 40 conselheiros, 20 estavam sob a liderança de 4 irmãos, netos de um célebre abolicionista do segundo reinado. Os outros 20 eram liderados por um militar da marinha, de família tradicional de classe média. As dificuldades que envolvem o ingresso neste clube são enormes. O Country Club passou a ocupar o espaço que pertencia, desde o final do século XIX, ao Jockey Club. O Jockey, apesar de manter certo destaque, em virtude de sua tradição, durante muitos anos permitiu a entrada de novos sócios sem qualquer representação social, o que impactou no seu grau de prestígio (LEAL, op. cit.).

As escolas são outra forma conhecida de sociabilização. Elas não foram sempre as mesmas. Num passado não muito distante, as escolas de maior prestígio eram o Colégio Sion, Sacré-Coeur de Jesus, Sacré-Coeur de Marie, para as moças e o Colégio Santo Inácio e Padre Antonio Vieira, para os rapazes. Hoje em dia, o Sion, Santo Inácio e Padre Antonio Vieira são mistos. Apesar de suas tradições, já não são as mais procuradas pelas camadas mais altas da sociedade carioca. A Escola Corcovado, a Escola Britânica e a Escola Americana são algumas das que hoje detêm alto prestígio.

As escolas exercem um papel essencial na reprodução social. É por meio dessa instituição que os alunos absorvem certos valores de seu meio, reforçando diariamente esse aprendizado. Nas escolas, esse convívio propicia uma aproximação entre crianças e jovens de diferentes classes (ainda que com grande concentração de determinado tipo social), unidos pela preocupação de seus pais em proporcionar a melhor educação possível. Até certa idade, alunos pertencentes a diferentes classes podem, eventualmente, frequentar as casas uns dos outros, sair juntos e se divertir nas mesmas festas promovidas a partir do círculo social da escola. Quando crescem, há uma tendência das famílias mais abastadas de manter seus filhos em seu meio social. É na idade do namoro que essa sutil forma de segregação começa a

ocorrer. Claro que existem exceções, mas é evidente a preocupação em fazer com que os filhos construam seus relacionamentos mais sólidos dentro da “sociedade”.

O matrimônio, ainda hoje, é um instrumento essencial de ascensão social e preservação da vitalidade das famílias tradicionais. São muitos os registros de estratégias matrimoniais. As alianças pelo casamento indicam uma busca constante de preservação, por meio da reprodução biológica, do poder e da reprodução do *habitus* do DPS.

No passado, a endogamia era muito comum nas famílias rurais. Os limites sociais da vida rural levavam essas grandes famílias ao casamento entre primos. Já no final do século XIX, filhos homens de fazendeiros se deslocavam para cursar Direito em São Paulo ou Recife. Neste caso, a possibilidade de conhecer moças de outras famílias ricas das capitais era bem mais comum. O Rio de Janeiro se mostrou nesta ocasião um mercado matrimonial para famílias provincianas aumentarem seu poder. Era o centro político, econômico e social, primeiro do Império e mais tarde da República. A família de Joaquim Nabuco, por exemplo, embora ilustre, estava limitada pela decadência econômica de sua região, o Nordeste. O conselheiro José Tomás Nabuco de Araújo, seu pai, estabeleceu vínculos sociais importantes por meio de sua esposa. O sobrenome dela era Sá Barreto, originada de um grupo de famílias descendentes da nobreza do século XVI, pioneiras em Pernambuco, os Paes Barreto (NEEDELL, 1993).

Apresento abaixo algumas famílias tradicionais que compõem o Livro de Helena Gondim (2006) e que preservam até hoje grande prestígio. O objetivo aqui não é expô-las por ordem de tradição ou fortuna. Por isso mesmo, de forma proposital, não há uma lógica na apresentação dessas famílias, a não ser quando existem laços familiares entre as citadas. Neste caso, coloquei-as juntas. São famílias que conquistaram projeção social principalmente a partir do Segundo Reinado. Como já disse, a conquista e preservação de prestígio ocorreram, e ainda ocorrem, muitas vezes, por meio de alianças matrimoniais. Essas alianças podem ter diversas combinações entre capital cultural (simbolizado, muitas vezes, pela tradição da família), econômico e social.

Nabuco - Família de origem portuguesa. Está presente no Brasil desde o século XVII. Teve como principal expoente Joaquim Nabuco. Construiu um grande prestígio na Câmara dos Deputados e na campanha pela abolição. Um cenário adequado para um jovem de “boa família” casar-se com uma moça pertencente a uma família de prestígio. Casou então com uma rica herdeira, Evelina Torres Soares Ribeiro. A família Nabuco fez fortuna e acumulou prestígio por meio da política, da advocacia e do setor financeiro (NEEDELL, 1993).

D'Escragnolle Taunay - família descendente de nobres franceses que, no início do século XIX, serviram a corte como professores, artistas e cortesãos. Esses nobres franceses envolveram-se na política, nos negócios e uniram-se por meio do matrimônio a duas das mais tradicionais famílias de fazendeiros fluminenses: Teixeira Leite e Souza Queirós (NEEDELL, 1993).

Duvivier - família de origem belga, estabelecida no Rio de Janeiro desde 1818. Seu patriarca, Joseph Clément Duvivier, teve diversos filhos, entre eles o Comendador Theodoro Duvivier, que foi casado com Amália de Sá Wagner em 1876, tendo como madrinha Dona Maria de Loreto Navarro Muniz, Viscondessa de Mauá, descendente de Estácio de Sá, sendo seu pai o comendador da Legion D'onneur, alemão de nascimento, naturalizado francês, Sr Alexandre Wagner, que conforme expus no terceiro capítulo da Tese foi o maior proprietário de terras em Copacabana. Adquiriu na década de 1860 chácaras correspondentes a boa parte do bairro, idealizando o seu uso como balneário, no estilo recém criado para a Cote D'azur (BARATA, 1999).

Guinle - família de origem francesa, estabelecida no Rio de Janeiro, cujo patriarca era Eduardo Palassin Guinle que, ainda no século XIX, era proprietário do Palacete São Clemente (Botafogo), onde nasceram alguns de seus filhos. A família Guinle fez grande fortuna com negócios imobiliários. Entre seus patrimônios constava o Hotel Copacabana Palace, comprado da família Duvivier em 1923. Eduardo Palassin Guinle e Cândido Gaffrée tinham uma loja de tecidos finos na Rua da Quitanda chamada Aux Tuilleries, por volta dos anos 1870³⁶. De varejistas, Gaffrée e Guinle transformaram-se em construtores de estrada de ferro. Em 1882, os dois receberam da Princesa Isabel a concessão, durante 92 anos, do Porto de Santos. Fundaram a Companhia Docas.

Paula Machado - antiga e tradicional família, com ramificações no Rio de Janeiro. Teve como patriarca Linneu de Paula Machado, diplomado em Paris, dono do antigo Banco Boavista e amante das corridas de cavalo. Casou-se em 1911 com Celina Guinle, filha do patriarca da família Guinle (BARATA, 1999).

Rocha Miranda – família de origem portuguesa, de abastados proprietários de fazendas de café no Rio de Janeiro e São Paulo no início do século XIX. Um de seus descendentes, Luiz da Rocha Miranda Sobrinho, recebeu o título de Barão de Bananal. Ao longo do tempo, a família ocupou-se da política, envolveu-se em atividades industriais, na

³⁶ Ver ISTOÉ: 2007.

construção civil e na advocacia. Ocorreram também laços matrimoniais entre as famílias Rocha Miranda e Guinle (BARATA, op.cit.).

Orleans e Bragança – família que possui ainda grande prestígio. Hoje, os Orleans e Bragança dividem-se entre Petrópolis e Vassouras conservando o título dinástico. Um de seus herdeiros, D. João de Orleans e Bragança vem do ramo de Petrópolis, cidade serrana, de onde a Família Imperial ainda recebe recursos provenientes da fazenda Córrego Seco, comprada por D. Pedro I e depois doada por D. Pedro II pelo regime de enfiteuse³⁷.

Bokel – família tradicional do Rio de Janeiro. Seu patriarca, Frederico Bokel foi dono do Banco BNB. Essa família se uniu a dos Orleans e Bragança. Dom Alberto de Orleans-e-Bragança e Maritza Ribas Bokel casaram-se em 1983. Tiveram quatro filhos (BARATA, idem).

Dodsworth - família de origem inglesa. Teve como patriarca Jorge João Dodsworth, o Barão de Javari, que se casou com D. Sophia Dumont, sobrinha de Santos-Dumont. André Paulo de Frontin, ex-Prefeito do Rio de Janeiro, casou-se com Maria Leocádia de Toledo Dodsworth, filha do Barão de Javari e da sobrinha de Santos Dumont. O neto do Barão de Javari, Henrique Dodsworth, foi nomeado prefeito (1937-1945), logo que proclamado o Estado Novo (BARATA, idem).

Chermont – Família de origem francesa estabelecida no Rio de Janeiro ainda no século XVIII. Seus membros mais ilustres tiveram grande presença na nobreza, na política e na diplomacia brasileira, nos períodos do Império e da República (BARATA, idem).

Alencar - família tradicional do tempo do Império, tendo como patriarca o senador José Martiniano de Alencar e de sua prima Ana Josefina de Alencar. O casal teve dois filhos, o Barão de Alencar e seu irmão, o escritor José de Alencar. O Barão de Alencar foi conselheiro, diplomata e deputado da assembléia legislativa no período do Segundo Reinado. José de Alencar foi advogado, jornalista, político, orador, romancista e teatrólogo (BARATA, 1999).

Antunes Maciel - família antiga, de origem portuguesa, estabelecida no Brasil desde 1570. Entre seus ilustres membros estão o Sr. Leopoldo Antunes Maciel, o Barão de São Luis e Dr. Francisco Antunes Maciel, que ocupou diversos cargos políticos durante o governo de Getúlio Vargas. Após a ditadura, tornou-se diretor do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BARATA, idem).

³⁷ Ver, COLOMBO, Sylvia: 2007.

Figueira de Mello - tradicional família de Pernambuco, cujo patriarca é Jerônimo Martiniano Figueira de Mello. Foi deputado geral por seis legislaturas, senador, ministro do Supremo Tribunal e conselheiro do Império, durante o Segundo Reinado (BARATA, idem).

Graça Couto - família do ramo de construção civil. Fez fortuna a partir das primeiras décadas do século XX. Seu patriarca foi membro do conselho das indústrias do Distrito Federal (BARATA, idem).

Mendes de Almeida - antiga família de origem portuguesa, estabelecida no Brasil a partir do século XVIII. Dr. Cândido Mendes de Almeida fundou com seu irmão a Faculdade de Ciências Políticas e Econômicas do Rio de Janeiro, que mais tarde transformou-se na atual Universidade Cândido Mendes (BARATA, idem).

Peixoto de Castro – família de origem portuguesa, estabelecida no Rio de Janeiro. Seu patriarca, Antônio Joaquim Peixoto de Castro, casou-se com Leonor da Glória Teixeira. Essa família controla o Grupo Peixoto de Castro, fundado em 1929, por Antônio Joaquim Peixoto de Castro Junior. É uma das organizações mais antigas do Brasil. Os negócios do grupo envolvem a indústria petroquímica, a siderurgia, o setor imobiliário, o setor financeiro e criação de cavalos de raça. Tiveram laços familiares com os Oliveira Sampaio. Um dos expoentes da família Sampaio foi o ex-prefeito do Rio de Janeiro, Carlos Cezar de Oliveira Sampaio (BARATA, idem).

Marinho – família com origem em Minas Gerais. Estabeleceu-se no Rio de Janeiro a partir do casamento entre o Prof. Gilberto Marinho, militar, Chefe da Casa Civil da Presidência da República e Secretário Geral da Prefeitura do Rio de Janeiro, e Enilda Leite, membro de uma família do Estado do Rio. Entre seus descendentes, encontra-se o jornalista Irineu Marinho Coelho de Barros, fundador do Jornal O Globo. Seu filho, Roberto Marinho, deu continuidade aos negócios do pai, fundando as Organizações Globo, o maior grupo de comunicação do país (BARATA, 1999).

Monteiro de Carvalho – família de origem portuguesa, estabelecida essencialmente em São Paulo, teve um de seus ramos estabelecido no Rio de Janeiro. Alberto Monteiro de Carvalho e Silva fundou, em 1919, com o empresário Olavo Egydio de Souza Aranha Junior, o Grupo Monteiro Aranha, dedicado a produção de celulose e papel, indústria de vidros, indústria de derivados de petróleo e setor imobiliário (BARATA, idem).

Esses são apenas alguns exemplos das famílias tradicionais que compõem o cadastro de Helena Gondim. São famílias que, de forma direta ou indireta, estavam à frente dos

diversos deslocamentos dos espaços de alto prestígio na cidade do Rio de Janeiro. Constituíram a alta burguesia da *Belle Époque* carioca e exerciam papéis relevantes no poder do Segundo Império e na República. Sua matriz cultural é essencialmente européia. Esses são também exemplos de famílias que, no auge de seu poder, resistiram à nova cultura norte-americana, que se impôs a partir do pós-guerra, particularmente no que tange o seu *habitus*. Não cabe aqui avaliar em que condições econômicas elas se encontram hoje. É possível que parte delas ou parte de cada uma, esteja exercendo uma vida típica de classe média, o que não altera sua capacidade de articulação com o *habitus* grupo, transmitida de geração em geração. Este aprendizado vai muito além dos códigos superficiais de etiqueta e do mundo dos bens. Neste sentido, a falta de dinheiro não leva; da mesma forma, o simples surgimento dele, não traz.

É difícil estimar, mas é provável que a parte mais tradicional, uma espécie de núcleo duro represente em torno de 60% do DPS. O restante das famílias iniciou a construção de seu prestígio mais tarde. Helena Gondim afirma que não há mais uma lista apenas das famílias tradicionais. Membros novos surgiram. Nomes como Ivo Pitanguy e Carlos Arthur Nuzman, por exemplo, figuram no livro de Gondim, mais por suas qualidades individuais e projeção social do que propriamente por tradição familiar.

O importante é o poder simbólico detido pelo conjunto do DPS. Parece claro que este segmento não manteria seu poder social se não combinasse a tradição, a fortuna e a projeção social de certas personalidades que comungam do mesmo capital cultural. Seu poder emana justamente da combinação desses atributos, logo são inseparáveis.

O perfil de capitais das famílias que compõem o DPS é variado: há os que possuem capital cultural e social, garantidos pela tradição de seus sobrenomes; há os que possuem capital cultural, social e econômico; há aqueles que possuem projeção social e capital cultural, sem tradição familiar; há os que detêm capital cultural e capital econômico, mas também sem tradição familiar; e há também uma parcela pequena que detém capital econômico sem um volume de capital cultural considerável, mas que por indicação, conseguiram ser incluídos. Como já explicado, o que une o grupo é, fundamentalmente, o capital cultural, mas é da articulação desse conjunto de capitais que surge o poder simbólico. Essa lógica parece apoiar-se em arquétipos semelhantes aos da aristocracia: a sabedoria do conselheiro do reino (as famílias tradicionais), a própria família real (os que associam a tradição à fortuna), os fidalgos com suas fortunas (os que possuem fortuna e capital cultural sem a mesma tradição familiar) e

os intelectuais e artistas que viviam nos meios aristocráticos (os que possuem capital cultural e projeção social).

Seria impossível manter a vitalidade do DPS sem novos integrantes que se mostrem socialmente relevantes. Este ‘socialmente relevante’ tem certo peso econômico; mas Gondim faz questão de afirmar, com razão, que este aspecto não é o mais importante. O critério de ‘afinidade cultural’ fica de fato evidenciado, na medida em que os mais antigos, por mais “empobrecidos” que eventualmente possam estar, não são retirados da lista; enquanto alguns novos milionários, que parecem ter feito de tudo para serem aceitos neste grupo, nada conseguiram.

7.3 O conteúdo das entrevistas

Passo agora a apresentar os resultados das entrevistas em profundidade. O objetivo desta pesquisa é identificar os sentimentos e percepções do DPS sobre a Zona Sul, Barra da Tijuca e os emergentes, assim como seus principais códigos de distinção.

Conforme exposto no quinto capítulo, foram entrevistados, na primeira fase, seis indivíduos que classifiquei como profissionais envolvidos com o universo social do DPS. Na segunda etapa, foram entrevistados membros do DPS. Foram também seis no total.

Organizei a exposição do conteúdo das entrevistas por cada um dos temas pertinentes à questão central da pesquisa. Os trechos mais relevantes são apresentados a seguir.

7.3.1 Um depoimento emblemático sobre a vida dos mais tradicionais

Transcrevo abaixo trechos de um depoimento, que considerei especialmente interessante, sobre práticas das famílias tradicionais, principalmente no período em que o Rio de Janeiro era capital federal.

Nossa influência cultural é totalmente européia. Meu avô tinha um representante em Paris. Uma vez por ano ele ia a Paris para pagar a conta! (risos). Tapetes, lustres de Bacará tudo vindo de Paris. Minha mãe tinha dois prédios na Praia do Flamengo. Morávamos num apartamento muito bom em um desses prédios. Ele tinha 600 metros quadrados, 4 quartos de

empregada. Nossa garagem no prédio era exclusiva, tal como a entrada social. Nas recepções na nossa casa, nós abríamos a garagem para os convidados. Cabiam 28 carros. São setecentos metros quadrados de garagem e dois quartos para os motoristas. Nelson Freire e Alexander Brailowsky, entre outros, tocavam muito em saraus na casa da minha mãe.

Meu tio morava em Laranjeiras, esquina com Pereira da Silva. Quando minha prima dava uma recepção, o trânsito parava até o cinema São Luiz no Largo do Machado. Naquela época, cada senhora recebia num determinado dia da semana. A Baronesa de Bonfim morava na Senador Vergueiro, a recepção na casa dela era às 5as feiras. Uma vez por semana uma recebia.

Eu tinha negócios com um amigo dono de uma construtora no Rio de Janeiro. Um dia desses, ele me escreveu dizendo que se lembrou muito de mim, porque, conversando com seus netos, que hoje trabalham em sua construtora, lembrou-se que, no nosso tempo, os negócios eram fechados de boca. Hoje em dia, disse ele, não se respeita nem o que está escrito.

Antigamente, nós estávamos numa recepção, entrava um deputado ou um senador da república, nós sabíamos que se tratava de alguém de respeito. Hoje em dia segura a carteira! (risos). Antigamente, entrava uma senhora no elevador, tirava-se o chapéu. Quando estávamos num salão e entrava uma senhora, imediatamente todos se levantavam. Temos muitos amigos, muitos são de famílias tradicionais, mas nem todos têm dinheiro. Muitas vezes porque perderam ou porque nunca tiveram mesmo. Mas têm berço. Temos uma educação equivalente. O que distingue os novos ricos dos tradicionais é a educação.

Mesmo as grandes instituições já não são freqüentadas apenas pela sociedade tradicional. Por exemplo, nós conhecemos uma freqüentadora do Country Club que nos diz abertamente: “quero ver e ser vista”! (risos).

Dois parentes meus ocuparam cargos muito importantes do Distrito Federal (Rio de Janeiro). A nossa família foi uma das fundadoras do Jockey Club. Tenho até um caso engraçado para te contar: Eduardo VIII esteve no Jockey Club e foi recepcionado pelo meu pai. Numa noite de bebedeira, ele assinou com o diamante do anel que tinha no dedo o espelho do elevador do Jockey. Depois de alguns dias, o espelho sumiu! (risos).

O americano é bitolado. Ele banalizou muito a cultura. Eu sou do tempo em que meus lenços vinham das Maisons em Paris. Comecei a falar português com 8 anos no colégio. Meus pais só falavam francês com a gente. Nossa governanta era francesa. Nós chamávamos de institutrice.

7.3.2 Seus sentimentos sobre a Barra da Tijuca e a Zona Sul

Neste item, procuro expor impressões e sentimentos expressos pelos diversos entrevistados em relação à Zona Sul e Barra da Tijuca. No primeiro tópico estão expostos os depoimentos sobre a Zona Sul e no segundo, sobre a Barra.

7.3.2.1 Sobre a Zona Sul

- Os locais onde você mora, os locais que você frequenta são muito importantes para essas pessoas (referindo-se aos DPS). Hoje voltou aquela coisa da vida de vila. Morar em Ipanema, Leblon ou Jardim Botânico, tomar um café da manhã numa esquina perto de casa. Isso tudo anda muito valorizado hoje em dia. A coisa do bairro, da vila, voltou.

- Aqui no Leblon se faz tudo a pé. É o melhor bairro do Rio. João Ubaldo diz que no Leblon você sabe quem mora e quem está de passagem.

- Não moraria em nenhum outro lugar. A Zona Sul é a cara do Rio. A coisa de sair na rua, fazer tudo a pé, não tem preço. Fora que todos os meus amigos moram por aqui. Me sinto em casa.

- A sociedade tradicional não sai daqui. Tenho muitos clientes tradicionais, eles não saem da Zona Sul por nada. Quando compram um imóvel para um filho que vai casar, querem que seja por aqui, não é só para ficar perto da prole, os filhos, principalmente dos que podem (têm dinheiro), querem a Zona Sul. Claro que existem alguns, até por limitação financeira dos pais, que não se importam de ir para a Barra da Tijuca, por exemplo.

- A minha vida é toda aqui. Não pego carro ou táxi nem para ir ao médico. Isso é um privilégio que não tem preço.

- Não sei porque, mas acho essa parte do Rio de Janeiro inigualável. Não tenho preconceito contra Zona Norte ou Barra da Tijuca, mas são lugares que não combinam comigo.

- A Zona Sul é o território das famílias tradicionais. Sempre foi!

- Aqui é muito gostoso de se viver (referindo-se a Ipanema). Eu praticamente não preciso sair do bairro. Faço tudo a pé. O trânsito é meio chato, mas como não tenho que pegar carro, isso não me afeta.

7.3.2.2 Sobre a Barra da Tijuca

- A Barra simboliza o dinheiro novo. A Barra é um símbolo como muitos outros. Têm muitos que foram para Barra e agora buscam a Zona Sul por status!

- A vida na Barra da Tijuca é essencialmente celular. As pessoas não andam na rua. Quer um exemplo que aqui na Barra não significaria nada? Um show de Jazz na marquise de um shopping em pleno Leblon.

- A Barra da Tijuca é a pequena Miami.

- Porque não foram para Barra da Tijuca (referindo-se ao DPS), porque eles são tradicionais. A Barra da Tijuca é nova. Os tradicionais ficam nos lugares tradicionais. Manter a tradição é manter sua história. O Klabin tem uma casa em Laranjeiras que pertenceu a alguém muito importante no passado, tem toda uma história. A Zona Sul tem todo um glamour europeu.

- A aversão à Barra da Tijuca é total (referindo-se ao DPS). Eles não vão à Barra da Tijuca. A Barra não existe para eles. Mas essa impressão não é exclusiva da alta sociedade. As pessoas que moram na Zona Sul, em geral, se incomodam muito com a Barra.

- A Barra da Tijuca pra mim é outro mundo. Poucas vezes eu passei por lá.

- Aquilo é um plágio de Miami, um horror. Isso é uma impressão comum entre os meus amigos. A Barra é uma outra forma de vida. O panorama é outro. O paisagismo é outro. Parece que você está em outra dimensão.

- As distâncias são maiores. Tem muito shopping. Tem muito pouco de brasileiro ali. Tudo é muito americano, American style! Jamais me ocorreria ir a um teatro na Barra. Aqui, eu vou até São Conrado. Meus filhos nasceram todos no estrangeiro, vieram pra cá adolescentes. Ficaram chocadíssimos quando chegaram. Hoje, dois moram no Brasil e dois moram fora. Minha filha, por exemplo, jamais moraria no Rio de Janeiro. Muita coisa mudou aqui, os valores mudaram.

- Existe uma massa de novos ricos na Barra da Tijuca. Geralmente pessoas meio burrinhas. Eu tenho um caso para te contar: eu tenho uma conhecida que mora na Barra da Tijuca e tem uma casa em Miami. Parece que todos que têm casa na Barra têm também em Miami. Todo o ano ela vai fazer o mesmo cruzeiro pelas Bahamas. Ela mora naquele condomínio que tem campo de golfe. Ela participou de uma viagem para Nova York com meu grupo de amigas. Ela tinha casa em Miami e já tinha ido 'trezentas' vezes a Nova York. Ela ficou deslumbrada com a nossa viagem, porque nunca tinha entrado num museu. Nunca tinha

assistido um musical na Broadway. Só ia a Nova York para fazer compras. Certos momentos em que a “cara” do museu não agradava, ela dizia que tinha um compromisso e ia às compras. Dormia nas peças de Teatro. Ela era muito perua. Às vezes, se encontrava comigo e afirmava: hoje eu estou totalmente Chanel. Era Chanel dos pés à cabeça. Ela tinha uma bolsa Chanel e pendurou duas peles de esquilos. O sapato era dourado. Um horror. Na época do Frank Amaury, elas todas, em pleno verão, viviam com calça de couro. Não se interessam por nada relacionado à cultura.

7.3.3 Seus sentimentos sobre os emergentes

Neste item, relato as impressões e sentimentos expressos pelos diversos entrevistados em relação aos emergentes.

- Os emergentes estão em ascensão. Os tradicionais detestam ser confundidos com eles. Consideram um verdadeiro terrorismo! Mantêm uma distância física e social grande. Alguém apresenta um emergente a eles, certamente eles terão uma postura educada, mas fria. Não há como penetrar, não há acesso, é água e óleo.

- São pessoas que preferem ir ao Barra Shopping ou ao Shopping Leblon. Não vêem graça num Fashion Mall. O novo rico é exagerado. O tradicional é simplérrimo. Low Profile.

- Há uma semana atrás, eu estive com umas amigas que jogam cartas no Country. Comentaram comigo que há pouco tempo haviam entrado duas mulheres espalhafatasas no Country, ficaram numa mesa e riam de gargalhar. Todas as pessoas ficaram olhando admiradas, de como aquilo podia estar acontecendo ali! Eram convidadas de um sócio e estavam sozinhas na mesa. O que é proibido. O garçom só pode servir com o sócio na mesa. Quem são essas pessoas que têm esse comportamento? Ficaram todos chocados.

- O novo rico vai para os Estados Unidos. Ele vai também à Europa, mas fica perdido. Não sabe para onde ir. Só vai com excursão.

- Ter dinheiro não é fazer parte dessa sociedade.

- O dinheiro mudou muito de mãos. Muitos emergentes certamente gostariam de participar do livro da Gondim. Soube até que algumas pessoas chegaram a oferecer dinheiro para aparecer no livro, mas sei que ela jamais aceitaria.

- *Eu pude observar, no ambiente em que eu ensino artes plásticas, uma notável separação. Em determinado dia da semana, se aglomerou uma turma de família tradicional, com mais ou menos dinheiro. Num outro dia, formou-se uma turma das deslumbradas da Barra da Tijuca. Só falavam de dinheiro. Davam muitas festas. As roupas eram todas de grife. Era como água e vinho. Não se misturavam de jeito nenhum.*

- *Eu freqüentei um curso com muitos amigos de famílias tradicionais. Um belo dia, entrou uma moça, casada com um novo rico, impossível de suportar. Só falava em dinheiro. Eu um dia virei para a professora e disse: pelo amor de Deus, me tira desta turma, porque não dá para agüentar. Uma pessoa que passa um final de semana jogando no cassino de Las Vegas e manda produzir em Nova York os balões de aniversário com a cara dos filhos estampada, é demais!!*

- *Já ouvi falar nessa gente, mas não conheço ninguém com este perfil (dando a entender que não convive com eles)*

- *Essas pessoas que ganharam dinheiro há pouco tempo, são extremamente consumistas e gostam de ostentar. As festas são megas. O champanhe francês rola direto. Eu tenho ido a casamentos que você não pode acreditar que existam.*

- *Eles nunca fazem nada da própria cabeça. Eles vão dar uma festa ou fazer um evento qualquer, contratam alguém que possa produzir algo de bom gosto. Uma conhecida minha, de uma família tradicional, é dona de um bufê. Ela me disse que precisava, muitas vezes, além de fornecer o bufê, ir à casa dessas pessoas para indicar qual a toalha que combinava com os sofás, a louça e as flores que enfeitam o ambiente. E mais, tinha que ajudar a escolher a roupa que a mulher deveria usar naquele evento.*

- *Eu tenho um conhecido que casou-se pela segunda vez com uma moça que veio do subúrbio. O pai dela era dono de uma rede de farmácias. Ela ficou completamente deslumbrada com sua nova condição econômica. Compraram uma casa enorme no Jardim Botânico. Mandou decoradores fazerem as modificações na casa. Resultado: a mulher tinha medo da casa, porque não tinha absolutamente nada a ver com o que ela estava acostumada. Ela não tinha “vivências” para tamanha sofisticação.*

- *Eles, muitas vezes, não sabem exatamente o que estão consumindo.*

- *Os próprios jovens adultos segregam. Meu filho, por exemplo, foi a uma festa de criança. No dia seguinte, a mãe do aniversariante passou um e-mail perguntando qual era o nome das crianças que haviam deixado presente, mas que não tinham deixado o nome. Meu*

filho então comentou: “sabia que um dia iria rolar uma baixaria deste tipo”. Ele disse que ela (a mãe do aniversariante) não tinha o mesmo nível social que a gente.

- Tinha uma (emergente) que queria casar a filha com o filho do Klabin. Fez de tudo para isso. Eles estavam saindo juntos. A mãe deixava de comprar coisas para ela só pra vestir a filha. Depois não deu certo e ela ficou mal.

- A referência social de uma menina humilde é o jogador de futebol. A de uma Carla Perez da vida é provavelmente um artista da Globo. A de uma mulher de classe média bem instruída é possível que sejam executivos bem sucedidos. A referência desses executivos provavelmente será a alta sociedade. A da alta sociedade são eles mesmos. Depende muito em que realidade você se encontra.

7.3.4 Os modos de consumo na Zona Sul versus modos de consumo na Barra

Neste item, procuro expor impressões e sentimentos expressos pelos diversos entrevistados em relação aos modos de consumo na Zona Sul e Barra da Tijuca. No primeiro tópico, trago o depoimento de um dos entrevistados sobre uma pesquisa feita pela empresa que administra os dois shoppings que ele dirige. Ambos detêm grande prestígio. Essa pesquisa procurou identificar as diferenças entre os consumidores da Barra da Tijuca e da Zona Sul.

7.3.4.1 Pesquisa de uma administradora de shoppings

- O pessoal da Barra é muito mais antenado com as marcas do que na Zona Sul. Há na Barra, mesmo que de forma sutil, a percepção de que a Zona Sul é que dita a moda. Principalmente Ipanema...

Na Barra da Tijuca os consumidores são bem mais adeptos dos ícones de aceitação social do que na Zona Sul. O consumidor jovem da Barra com dinheiro consome a calça da Diesel ou da Forum, a bolsa da GUCCI ou da Prada, Dolce Gabbana, Louis Vuitton, com estampados grandes. A performance de venda de uma marca de lingerie muito famosa (preservei o nome propositalmente) é muito melhor na Zona Sul do que na Barra. Porque não aparece. Ela não é “entendida” na Barra. Mas esse mesmo consumidor é capaz de pagar

3.000 reais nuns óculos da Dolce Gabbana, desde que tenha o DG bem grande. Lojas de roupa de cama sofisticada também vendem melhor na Zona Sul do que na Barra, pelo mesmo motivo: não aparece.

Você não tem aqui restaurantes como Carlota ou Antiquarius, não é que não tenha público qualificado para pagar. Você tem um público muito menor para “entender” esse tipo de proposta. A relação de valor entre o público da Barra e da Zona Sul é diferente. O que fazer com o dinheiro, é diferente.

Nos shoppings, por exemplo, os consumidores da Zona Sul são mais preocupados com a qualidade da frequência social dentro desses empreendimentos, ou seja, são preocupados com a exclusividade. Na Barra, a maior preocupação dos consumidores é com o conforto das instalações e com preço. Na Zona Sul, o fator preço nem aparece na pesquisa. Na Zona Sul tem-se um hábito muito grande de consumir cultura e gastronomia. O poder aquisitivo é muito alto. Toda vez que fazemos uma ação mais cultural no shopping da Zona Sul, temos resultados mais favoráveis do que na Barra.

A mulher da Barra se produz mais, se veste mais do que na Zona Sul. É muito comum no Leblon, por exemplo, você identificar meninas de excelentes famílias entrando no shopping de bata, com um biquíni por baixo, sandália Havaiana e ir comer nos restaurantes. Aqui na Barra, isso não acontece de jeito nenhum. A menina sai da praia, vai em casa e depois vai ao shopping, toda produzida. O morador da Barra tem uma dificuldade muito grande de andar de forma mais descontraída no bairro.

7.3.4.2 Outros depoimentos

- Eu fui um dia a uma festa Ploc 80's na Barra, que deu vontade de chorar. Não atraiu um público mais cool como as que são feitas no Circo Voador na Lapa. A Barra não atrai esse público.

- Uma pessoa de berço mais forte não vai usar uma camiseta escrito Armani na frente. Certamente não vai. No entanto, os emergentes fazem isso. Os tradicionais dão mais valor aos detalhes e não a esse tipo de exposição. As marcas são os símbolos mais acessíveis aos que só têm dinheiro.

- *Sempre houve a busca dos burgueses em se parecer com os nobres. Esse é um modelo antigo que se pode identificar na atualidade entre as altas camadas e os emergentes. Essa é a razão da existência da moda e do por que se transformou num símbolo de status.*

- *O morador do Leblon é bem mais tradicional (comparando com o da Barra da Tijuca) ele não tem aquele multiculturalismo de Ipanema, mas tem em comum o hábito de comprar a pé. Os moradores do Leblon demonstraram uma grande preocupação em não transformar o bairro numa nova Copacabana, reagiram negativamente ao Shopping Leblon.*

- *Na Zona Sul, o cara valoriza mais a decoração da casa dele do que o carro que ele usa. Na Barra, o cara dá muito mais valor à marca do que na Zona Sul.*

- *A qualidade de vida na Barra é maravilhosa, eu moro aqui hoje (um profissional envolvido com o universo social do DPS). O que define o status para o pessoal da Barra é o consumo: o carro e roupa de marca. Os condomínios aqui na Barra estão abarrotados de moradores da Zona Norte e Oeste. No meu condomínio tem um sujeito que mora em Caxias e vem todo o fim de semana para a Barra. Ao invés de ir para a serra no final de semana, vem para a Barra.*

- *As meninas na Zona sul adoram usar short com sandálias baixas. Na Barra elas só andam de salto alto, é impressionante!*

- *Quando eu tenho que ir ao Barra Shopping por algum motivo, me sinto mal. O Barra Shopping é uma agressão aos cinco sentidos. É um povo feio, mal vestido, mal educado.*

7.3.5 Seus códigos de distinção social

Neste item, procuro expor os principais códigos de distinção e diferenciação social empregados pelo DPS.

- *A elegância com equilíbrio e harmonia combinam mais com estilo low-profile. A “sociedade” não está muito a fim de aparecer. Procuram produtos menos chamativos. Não que não comprem mais carros importados, mas não querem o mais caro, o mais luxuoso e chamativo. Antigamente, uma bolsa do Louis Vuitton era discreta. Hoje é chamativa. Os tradicionais não gostam. Eles utilizam algumas grifes, mas com um detalhe, não como ao estilo “piloto de fórmula 1”, com logomarca por todos os lados.*

- O que distingue mesmo já não é mais a aparência, mas sim o conteúdo das pessoas. Hoje, você fica alguns minutos na frente de uma pessoa e consegue identificar a que grupo ela pertence. Existem formas de perceber quem é o outro pela maneira como se comporta, pelo jeito de colocar uma roupa, pela combinação e harmonia do que veste. A forma de se expressar denuncia muito.

- Os emergentes têm um comportamento diferente. Adoram aparecer. Ao contrário dos tradicionais.

- A sobriedade no uso das coisas é essencial. Uma camiseta da Hering, uma calça Jeans qualquer, com um super relógio e um sapato bacana, você está muito bem vestido e consegue transmitir para um público mais elevado o verdadeiro ar de sofisticação. O menos é mais.

- Sem dúvida, há muita diferença e para quem possui uma condição de avaliar a sociedade de uma forma mais criteriosa valoriza sem dúvida aqueles que passam mais cultura e educação. Estas características estão presentes na sociedade tradicional. Os novos ricos se aproximam dos tradicionais por meio de seus símbolos, não pela educação e cultura.

A revista Caras não interessa aos tradicionais. Você não vê um Olavo Monteiro de Carvalho na Revista Caras. A mídia vulgarizou demais. Além disso, hoje em dia o medo de seqüestro é muito grande. É impressionante como certas figuras (emergentes) fazem qualquer coisa para aparecer nessas revistas.

- A diferença muitas vezes é sutil. Dá pra ver se determinada pessoa está agindo de forma natural ou está pouco à vontade num lugar, ou quando está usando uma roupa. Não é algo consciente. Mas há formas de sacar isso rapidinho. O que eu chamo de ranço. É o jeito de segurar a bolsa. A forma de ressaltar uma peça de roupa.

- Dá para sacar que certas pessoas (emergentes) não se sentem bem em determinados ambientes. Não consegue se sentir familiarizado.

- Nós estamos aqui, por exemplo, e entra uma mulher da sociedade. Ela não vai estar com uma bolsa da Louis Vuitton, popularizou demais. Ela provavelmente vai estar com uma Chanel, com um blazer simples, um sapatinho, sem maquiagem e com uma postura delicada. Chega uma emergente, cheia de maquiagem, com uma bolsa Louis Vuitton, tá no olhar, está no jeito de sentar.

- Você vê uma menina de família tradicional, com chinelo de dedo, e camiseta Hering. Outra menina, da família do novo rico, de calça Jeans chinelo de dedo e camiseta da Hering, eu garanto que, de longe, aponto quem é quem. É toda uma cultura diferente. A própria

expressão corporal de uma menina da sociedade, educada no Ballet clássico, alongamento, postura, etc, produz uma presença e um movimento completamente diferente da outra que desenhou seu corpo em malhação de academia. São pequenas coisas, que demonstram grandes diferenças.

- Eu tenho um conhecido que é usineiro. Tem muito dinheiro, mas sem muito polimento. Nós íamos fazer uma viagem juntos e ele perguntou com que carro ele deveria ir, com o BMW, LEXUS ou MERCEDES. Isso é coisa que se pergunte? Um dia desses saímos para jantar no Antiquarius, eu, ele e uma amiga minha. Quando ele foi me pegar, apareceu com uma camisa da Ralph Lauren e um terno tipo “Valentino” da vida, todo emperquitado. Chegamos no restaurante e pedimos um vinho. Preço: mil e tantos reais. É deselegante pedir um vinho tão caro, na frente de pessoas que você não sabe que nível econômico têm. Quando eu saía para jantar com meu ex-marido (família muito tradicional), ele ia de bermuda, sapato com solado de borracha e camisa pólo. Pedíamos um bom vinho, mas que dificilmente o preço da garrafa passava de dois dígitos, ou seja, é completamente diferente. Essa distância cultural forma uma parede invisível, porque parece mais uma energia do que algo propriamente concreto, é isso que distingue as pessoas.

- O Country Club, por exemplo, não adianta, você pode querer entrar, mas dificilmente vai conseguir. Nós estamos falando de gente que estudou na mesma escola, cresceram juntas, conhecem o primo de um, o irmão de outro, que é também primo de sicrano de uma outra família tradicional e assim por diante....

- Muito do sumiço dos tradicionais da mídia se deve ao medo que se instalou de seqüestros, etc. Mas existe também um desinteresse grande por esse tipo de exposição. Agora, não é todo mundo. Tem muita gente na “sociedade” que ainda gosta de aparecer.

- Essa “sociedade” é a mesma, no mundo inteiro. Todos se conhecem. Em Nova York, Paris, Mônaco, Londres ou Madri. A “sociedade brasileira” é uma filial.

- Hoje as pessoas já não têm mais interesse em aparecer. Tem algumas que ainda possuem certa aflição, mas em geral, os mais tradicionais, não têm esse interesse.

- A “sociedade” tinha hábitos muito diferentes. As festas eram muito diferentes. O que se vê por aí hoje (comentando sobre os emergentes) freou e produziu certa discrição na tradicional sociedade. Antigamente, todo mundo se conhecia. O nível social e intelectual era muito equivalente. Hoje se vê cada coisa...

- Você vai pela afinidade. Cada um vai com sua turma. Logo que eu cheguei ao Brasil, meu marido era embaixador e nós morávamos fora, eu decidi fazer uma recepção

aqui em casa. Um dia antes, recebi um telefonema de uma jornalista de uma coluna social dizendo que ela não sabia que eu ia dar um almoço. Eu respondi que não era para ninguém saber mesmo. Agradei e pedi que não fosse mencionado. Dias depois, ligou uma pessoa da “sociedade” perguntando por que eu não a havia convidado. É uma exposição absolutamente indesejável...

- O cara que compra um barco grande para se exhibir, nunca velejou na vida, se veste a caráter, com boné de marinheiro e tudo. Os que já são tradicionais se vestem de forma normal. As diferenças são evidentes.

7.3.6 Comentários sobre os depoimentos

Há certo exagero em alguns depoimentos. É possível perceber clichês que se repetem. Mas não importa, pois é justamente a partir das representações sociais que pessoas, coisas e espaços, são classificados. O fato de haver exageros não significa que não haja elementos reais que alimentam, e continuam alimentando, este conjunto de imagens que produzem a realidade social.

Foi possível identificar o apego que o DPS tem pela Zona Sul. Trata-se de uma verdadeira defesa territorial. Impressiona o orgulho e a forma de falar sobre essa área da cidade. Da mesma forma, chama atenção o sentimento de frieza declarado por todos os entrevistados, em relação à Barra da Tijuca. Inclusive, fica claro também, que esse apego pela Zona Sul está fortemente relacionado com o desprezo pela Barra.

Outro aspecto relevante são as diferenças apontadas em relação às formas de consumo dos indivíduos que habitam os dois espaços urbanos comparados. O culto pela discrição do DPS na Zona Sul também parece claro. A marcação das diferenças demonstra a necessidade desse grupo fixar a maior distância social possível em relação aos emergentes, usando o espaço físico e os modos de consumo para atingir esses objetivos. Apesar de não ser declarado, fica evidente que o seu empenho em se diferenciar revela a preocupação em perder posição de prestígio no espaço social.

A moda pode ser copiada com certa facilidade, o que é uma permanente ameaça aos que buscam diferenciação social. Constatei, não só durante as entrevistas, como também por meio de contatos informais, a tendência do DPS em negar certas formas de consumo até então típicas de seu universo social. Essas declarações estão sempre atreladas a comparações com

os novos ricos, o que demonstra sua preocupação com a distinção. A negação de determinadas marcas e a supervalorização dos modos de consumo, já haviam sido manifestadas em algumas entrevistas na minha dissertação de mestrado, mas a diferença desta em relação à pesquisa atual é a forte associação entre esses modos e o espaço urbano. Fica claro que todo esse sistema classificatório opera como mecanismo de distinção do DPS em relação ao 'outro'.

8 CONCLUSÃO

Identifiquei, na história do Rio de Janeiro, cinco fases de deslocamentos do espaço que concentra maior prestígio social. No período da Monarquia, a aristocracia se estabeleceu nos arredores de São Cristóvão. Já no início da República, fidalgos e burguesia emergente deslocaram-se para as áreas de Botafogo e Tijuca. A seguir, já na virada do século XIX, Botafogo e seus arredores passam a concentrar grande parte da elite da cidade, enquanto a região da Tijuca perde lentamente seu valor em relação à Zona Sul. No início do século XX, a Zona Sul Imediata já detinha o mais alto prestígio da cidade. Ali moravam indivíduos que ocupavam altos cargos no governo, fidalgos, ricos comerciantes e grandes latifundiários. Até este período, a influência inglesa e francesa no estilo de vida desta elite era absoluta. Nada escapava aos ditames europeus: na arquitetura, nas vestimentas, nas artes, nos modos, nos hábitos e costumes.

Com o crescimento da cidade na direção da Zona Sul Oceânica I, Copacabana torna-se um dos focos de embelezamento do Rio de Janeiro, que pretendia se projetar internacionalmente como um centro urbano representativo do Brasil moderno. No início da ocupação deste espaço, a influência européia mantinha-se forte. Só a partir da década de 1940 essa condição começa a se alterar. Com o pós-guerra, cresce significativamente a influência norte-americana no mundo inteiro. No Brasil não foi diferente. Em 1950, Copacabana atravessa um período de grande crescimento, sob forte influência da potência emergente. Nesta altura, o bairro torna-se o lugar de mais alto prestígio social da Cidade do Rio de Janeiro. As construções no estilo moderno passam a dividir espaço com as edificações no estilo neoclássico que dominavam, principalmente, a Av. Atlântica. Com a especulação imobiliária, surgem prédios com pequenas unidades residenciais destinados a atrair a classe média. Além da grande saturação, o bairro passa a ser palco de uma intensa mescla de estilos arquitetônicos e estilos de vida. Este cenário tornou Copacabana pouco atraente às camadas mais altas da sociedade carioca, que sempre estiveram em busca de lugares distintivos.

Era um momento de grandes transformações no Brasil. O país crescia, sustentando a afirmação de uma cultura brasileira. Surge então o movimento musical chamado Bossa Nova. Foi justamente em Ipanema que a Bossa Nova emergiu com grande força. Este estilo musical recebeu influência da música clássica européia, do jazz norte-americano e do samba, nascido nas favelas do Rio de Janeiro. A Bossa Nova surgiu no âmbito da elite carioca e logo conquistou os segmentos mais altos da sociedade. Esse fato teve grande relevância para o

destino de Ipanema. O bairro possuía uma praia cobiçada, crescia sob uma legislação restritiva em relação à construção imobiliária e detinha os principais bares onde se reuniam os artistas da Bossa Nova. Ipanema tornou-se símbolo do estilo de vida carioca. Surgem no bairro as primeiras grifes da moda brasileira, tornando este bairro uma referência para o resto do país. Dentro deste cenário, Ipanema se torna, já no final da década de 1970, o bairro mais cobiçado do Rio de Janeiro. O Leblon e a Lagoa cresceram a seu reboque.

Toda essa região, a partir da década de 1980, passa a ser o endereço preferido das altas camadas sociais do Rio de Janeiro. Com tamanha concentração de prestígio, rapidamente atinge níveis de ocupação que lembram Copacabana. Para aqueles que apenas observavam dados objetivos, como os relativos à densidade demográfica, parecia que essa região repetiria a mesma trajetória de sua “irmã mais velha”. Mas, conhecendo a forma de ocupação desses dois espaços, é possível identificar as condições que explicam suas diferentes trajetórias.

Neste período, tem início o crescimento da Barra da Tijuca, com a promessa de substituir a posição alcançada pela Zona Sul Oceânica II. O grau de saturação de Ipanema e Leblon estimulou a indústria imobiliária a investir fortemente na região. Acreditava-se que o destino de Ipanema e Leblon seria similar ao de Copacabana a partir da década de 1970, quando testemunhou a perda de seu prestígio para a Zona Sul Oceânica II.

O poder público e o setor imobiliário estavam convencidos de que fatores como menor densidade urbana, praias limpas, um espaço moderno ultra-planejado e uma grande variedade de serviços ofertados de forma mais eficaz seriam as condições necessárias para que a Barra da Tijuca se tornasse o espaço urbano de mais alto prestígio da cidade e, conseqüentemente, o de maior valor imobiliário. Essa visão pragmática, orientadora da escolha dos consumidores de imóveis e serviços, possuía grande coerência com os princípios que levaram à construção do bairro. Não havia por parte do poder público e dos empresários a preocupação (ainda há muito pouca) em utilizar estudos sobre a dinâmica social como norteadora das decisões de investimento. O resultado foi a frustração da expectativa de transformar a Barra da Tijuca na “Nova Ipanema” e no “Novo Leblon”. Pouco mais de trinta anos após o início do vigoroso crescimento da Barra da Tijuca, a Zona Sul Oceânica II encontra-se mais valorizada do que nunca.

Nesta Tese, procurei estudar os motivos que impediram uma nova etapa no deslocamento do espaço de mais alto prestígio da cidade do Rio de Janeiro. Foi possível demonstrar a relação entre a presença do segmento que ocupa a posição mais elevada na estrutura social e o grau de prestígio dos bairros cariocas. Evidencia-se o poder simbólico

deste segmento na medida em que é verificada a alta correlação entre a frequência de sua presença nos bairros e os preços dos imóveis residenciais, particularmente os de alto padrão. Este poder demonstrou ser capaz de interferir no valor de coisas, pessoas e lugares. Coerentemente, o segmento que detém a posição mais elevada na estrutura social do Rio de Janeiro foi designado, nesta Tese, como grupo detentor do poder simbólico (DPS).

A partir deste resultado, passei a investigar os motivos que levaram o DPS a permanecer maciçamente na Zona Sul, particularmente na Zona Sul Oceânica II, onde se concentram cerca de 50% dos endereços residenciais deste segmento.

Nesta etapa da investigação, identifiquei duas grandes motivações para a permanência do DPS na Zona Sul: a forma de urbanização da Barra da Tijuca e o surgimento, neste espaço, de um novo segmento dotado de considerável capacidade de concentrar capital econômico, mas sem os atributos culturais valorizados pelo DPS. Este estrato, denominado emergente, aproxima-se, mais pela forma do que pelo conteúdo, do espaço social ocupado pelo DPS. Este estrato emergente adotou hábitos e comportamentos expressivos de um modelo de consumo caracterizado pela abstração dos sentidos mais amplos articulados ao uso de bens, estimulando assim o culto pela aparência, traços de uma leitura pós-moderna do consumo.

A rejeição dos emergentes pelo DPS tem grande semelhança com a que foi relatada por Elias (2000) na sua obra *Os estabelecidos e os outsiders*, já apresentada. A estigmatização dos *outsiders* pelo grupo dos estabelecidos era uma arma poderosa na preservação da identidade deste último e na afirmação da sua “superioridade” distintiva, permitindo manter os ‘outros’ em “seu lugar”. Elias analisa a sociodinâmica da estigmatização, que envolve atitudes que viabilizam a alocação do estigma nos ‘outros’. Esta análise demonstra que o rótulo da inferioridade só prevalece enquanto essa representação social for compartilhada por ambos segmentos sociais. É este compartilhamento que explica o poder simbólico detido pelo DPS.

Na medida em que determinado bem ou marca já não mais garante a distinção social, o DPS tende a procurar novos meios que garantam a preservação de sua diferença frente ao estrato emergente. Este empenho por diferenciação gerou estratégias, muitas vezes inconscientes, fortemente concentradas no resgate dos significados mais substantivos das práticas sociais de consumo. O DPS passa a concentrar sua atenção nos modos de consumo, transmitidos de geração em geração, pelo *habitus*. Esses modos de consumo foram tratados nesta Tese de forma ampla. Envolvem decisões do quê, como, quando, onde, quanto e com

quem se consome. Os códigos estabelecidos e praticados como mecanismos de diferenciação e distinção social surgem de suas múltiplas variações.

Este segmento passa a enfatizar um conjunto de antídotos simbólicos, com os quais busca se proteger daqueles que considera uma ameaça ao seu universo social. Na Europa aristocrática, esta estratégia era conhecida como ‘marca invisível’. A sua eficácia dependia de quanto esses códigos eram efetivamente invisíveis para o ‘outro’ e, logo, resistentes a imitações socialmente convincentes. Como se deve apreciar um vinho, usar um lenço, fumar um charuto são alguns dos signos que constroem e sustentam o sistema classificatório controlado (e permanentemente reforçado) pelo DPS.

Como já mencionei, esses modos de consumo envolvem os lugares, de diferentes formas. O espaço social reificado é o lugar onde as práticas de consumo são exercidas, impondo certas características de serviços, estilo arquitetônico, densidades, fluxos apropriados ao *habitus* dos que nele habitam; como lugar a ser consumido (usado) e que dispõe de modos específicos de transitar, o que inclui vestuário, comportamentos e horários adequados a cada um dos seus diversos ambientes; e como lugar onde a ação ganha significado e legitimidade, tornando-se mais uma referência, e um mecanismo de sustentação, de um sistema classificatório que procura preservar barreiras sociais.

As diferenças entre os espaços refletem as diferenças sociais entre seus habitantes. Os bairros do Leblon e Ipanema, dotados de um comércio de rua desenvolvido, seguem a tendência de grandes capitais como Londres, Paris e Nova York caracterizadas por um núcleo urbano forte e de alta densidade, aos moldes das estruturas urbanas européias; opondo-se ao modelo poli-nucleado, ultra-planejado e de baixa densidade urbana que caracteriza a Barra da Tijuca e cidades como Miami, onde o comércio está concentrado em shoppings e *power centers*³⁸.

Na prática, as estratégias de diferenciação social acionadas pelo DPS revelam-se no culto pelo comportamento *low-profile*; na negação de algumas marcas consideradas até então de alto prestígio; na valorização do uso dos bens, em detrimento da simples posse; no destaque atribuído aos bens de pátina no lugar dos bens industrializados; no espaço urbano repleto de história, em detrimento dos espaços modernos; nas práticas cotidianas proporcionadas pelo deslocamento a pé, típicas dos centros mais densos, no lugar da vida celular encontrada nos centros modernos.

³⁸ Power Center é um aglomerado planejado constituído por duas ou três grandes operações. Um exemplo de Power Center no Rio de Janeiro é o do Wal-Mart, que divide este espaço com o Sam’s Club e a Leroy Merlin, próximo à Linha Amarela.

É interessante observar que este sentimento de diferença e a utilização de mecanismos de distinção projetam-se em várias escalas do espaço social. Ele está presente, por exemplo, entre europeus e norte-americanos. Esses últimos são considerados, com frequência, como os emergentes em relação à tradicional sociedade européia. Como Wright Mills sugere, a falta de um passado aristocrático na sociedade norte-americana explica o culto compensatório da aparência do luxo e das celebridades. É exatamente este culto compensatório que separa o DPS dos emergentes. Na falta de um passado, cultural e socialmente valorizado, apela-se para o luxo que o dinheiro pode comprar e para a afirmação dos símbolos mais aparentes de prestígio e poder.

Parece claro também que as estratégias de diferenciação do DPS não são estruturadas e tampouco transmitidas de forma consciente e planejada. Sua estruturação acontece por meio de práticas defensivas elaboradas a partir de experiências individuais. Os novos códigos e sentimentos decorrentes destas práticas passam então a ser transmitidos de forma involuntária por meio das interações sociais. As vias de transmissão destes códigos e sentimentos são as mesmas que conformam o *habitus*. Esses mecanismos de transmissão inconsciente possibilitam a preservação desses códigos, na medida em que os indivíduos não podem dar “pistas fáceis” de algo que não conseguem associar a uma ação planejada.

As estratégias de diferenciação, que utilizam os modos de consumo, podem ser alteradas de acordo com as ameaças de invasão do espaço social do DPS. Desta forma, quanto menor for o esforço e os recursos necessários à adoção de um determinado hábito, mais rapidamente este será descontinuado pelo segmento que procura preservar a sua capacidade de concentrar poder simbólico. Uma boate destinada inicialmente ao DPS, nos primeiros meses se mantém “povoada” por seus componentes. Após algum tempo, o seu público é transformado em função da adesão de novos usuários e, com isso, o local tende a ser abandonado por seus primeiros frequentadores, que se deslocam para novos lugares onde possam preservar e reforçar a sua identidade coletiva. A antiga boate *Hipopotamus*, na Zona Sul do Rio de Janeiro, teve uma duração excepcional justamente porque só podia ser frequentada por “associados”. Tal artifício manteve, durante muitos anos, este estabelecimento como símbolo de sofisticação das casas noturnas cariocas. Este é um exemplo micro-escalar do fenômeno que produziu os deslocamentos do espaço de mais alto prestígio da cidade do Rio de Janeiro.

É importante ressaltar que a necessidade de diferenciação social do DPS limita-se aos segmentos estranhos que se aproximam demasiadamente do seu espaço social. Por exemplo,

este grupo não tem problemas em se relacionar com seus empregados domésticos porque, apesar da proximidade física imposta pela convivência diária, a distância entre posições sociais é tão grande que não há qualquer sentido no uso de mecanismos simbólicos de diferenciação.

A matriz filosófica dominante no mundo contemporâneo produziu, no Rio de Janeiro, condições férteis para exacerbar os mecanismos de diferenciação social acionados pelo DPS. Construiu um espaço urbano que desconsiderou a importância de sua concepção a partir das formas de reprodução social, moldando-o às necessidades universais e tornando-o um espaço sem representatividade cultural e, assim, sem possibilidade de oferecer mecanismos competitivos de afirmação social. Produziu também as condições para o surgimento de segmentos sociais que valorizam os efeitos imediatos da aparência, abstraindo do uso de bens e serviços qualquer necessidade de conteúdo. O culto pelo efeito viabilizou o estilo de vida marcado pela ostentação e superficialidade. Essa forma de consumo, estendida a todos que detêm poder econômico, estimula, como já disse, mecanismos de diferenciação no DPS que se mostrem capazes de preservar a coesão do grupo e de sua posição social. O que ficou demonstrado nesta pesquisa é que o DPS rejeita o espaço urbano da Barra da Tijuca em função do que ele representa para este grupo: o tipo emergente, a falta de história e de “representatividade cultural”.

Neste sentido, a Barra da Tijuca e o tipo de sociedade de consumo percebida como dominante neste espaço revelam a presença de um modelo de modernidade e pós-modernidade que ganha peso a partir da influência norte-americana, que se intensifica no Brasil nos anos 1950.

Entretanto, ao contrário da sociedade norte-americana, a brasileira possui um passado aristocrático que tem tido a sua relevância preservada entre os membros do DPS. A matriz cultural européia que ainda norteia o *habitus* deste segmento social opõe-se à matriz dominante da cultura de massa representada pelos emergentes e pelos aqui considerados espaços modernos.

Este sentimento de diferença social parece assumir uma forma escalar. Os estratos sociais situados abaixo identificam-se com os que estão acima, de acordo com a leitura que deles constrói a partir da posição que ocupam na estrutura social. Dessa forma, é possível entender porque indivíduos situados nas camadas mais baixas e médias possuem como referência de prestígio personalidades da mídia reconhecidas como celebridades. A partir de suas posições na estrutura social, essa é a referência máxima que conseguem reconhecer e, até

certo ponto, decodificar. Pode-se entender este processo imaginando o espaço social como uma estrutura física cheia de degraus: quanto maior o número de degraus e a altura que os separa, maior será a dificuldade envolvida na compreensão (e decodificação) da posição dos níveis superiores. Esta condição permite ao DPS manter a sua posição na estrutura social, sem ter que se expor à opinião pública. A manutenção de sua posição depende basicamente das camadas médias e altas que reconhecem a sua superioridade. Enquanto existir esta espécie de devoção e a criteriosa manutenção das barreiras e filtros que limitam a aceitação de novos membros no grupo, sua posição dificilmente será ameaçada. O que melhor sustenta essa afirmação é o fato deste segmento, há muitos anos, já não mais frequentar a mídia de massa e, mesmo assim, ter sido capaz de preservar o seu poder simbólico.

Os resultados alcançados nesta pesquisa partem dos sentimentos e impressões do DPS em relação ao ambiente social. Estes não são afetados pelo grau de conexão (ou coerência) entre estes sentimentos e a realidade concreta, pois o fenômeno estudado nesta Tese ocorreu e ocorre, justamente em função da subjetividade. Neste sentido, ele é um exemplo claro de que a subjetividade constrói a realidade social, de uma forma que se distingue do real concreto que constitui o fundamento da corrente positivista que integra a matriz filosófica dominante nos estudos do consumo. Dito isso, recupero abaixo alguns fatos que tornam o objeto desta pesquisa especialmente complexo.

Apesar de ser inegável a influência da forma de concepção e ocupação da Barra da Tijuca na atração que exerce sobre segmentos sociais considerados como detentores de pequeno volume de capital cultural, habitam o bairro muitos indivíduos que conjugam capital econômico e cultural ou que detêm, apenas, capital cultural.

Da mesma forma, apesar de sua história e tradição, a Zona Sul está longe de ser dotada, mesmo nas camadas mais altas, apenas de indivíduos com grandes acúmulos de capital cultural. Habitam a região, principalmente nos dias de hoje, muitos indivíduos do segmento emergente, que buscam projeção social utilizando o espaço da Zona Sul da mesma forma como acontece com qualquer outro bem posicional.

Uma observação mais criteriosa permite reconhecer que o DPS não é um grupo homogêneo: existe o segmento tradicional, com capital cultural, mas sem fortuna; o tradicional, com capital cultural e com fortuna; aquele sem tradição familiar, mas com capital cultural e fortuna; o que possui apenas capital cultural; e há também aqueles que conseguiram, por meio de certo tipo de capital social, fazer parte do DPS. Como em todo grupo, os mais “fracos” acabam sendo beneficiados pela presença dos mais “fortes”. Alguns dos valores mais

tradicionais do DPS são apenas seguidos superficialmente pelos “menos dotados” (acredito que sejam muitos), o que aproxima o comportamento desses indivíduos daquele que caracteriza o tipo social emergente. Há, portanto, certa hierarquia interna que afeta a distribuição de prestígio entre seus membros.

Por sua vez, os emergentes são, em certo sentido, vítimas de uma condição perversa. O DPS faz parte de uma classe que detém grande poder e envolvimento com os meios de produção que se desenvolveram graças ao consumo de massa, que caracteriza a sociedade moderna. Este segmento, conforme já comentei, é também responsável por diversos investimentos imobiliários na Barra da Tijuca. Porém, é justamente ele que valoriza e reivindica a preservação da distinção com base em modos de consumo legitimados por um conjunto de códigos dominados apenas por quem detém certo tipo de capital cultural. Esse talvez seja o exemplo mais evidente do que Pierre Bourdieu considera como violência simbólica. Financiar um mundo que o próprio financiador não “compra” constitui-se numa abstração possível somente àqueles que se sentem de fato muito distantes do restante da sociedade.

Conforme já mencionado, em decorrência dos próprios determinantes da estruturação da vida social, os indivíduos não seguem parâmetros relacionados à natureza humana como critérios para o reconhecimento da igualdade social. As pessoas não se sentem iguais umas às outras, de forma honesta, porque necessitam, como todos, respirar, comer, falar, caminhar e dormir. Os sentimentos de igualdade e diferença emanam das suas posições na estrutura social. A idéia de igualdade humana é ideológica e, ao mesmo tempo, perversa, porque cria a ilusão de que é possível a existência de uma sociedade orientada por princípios que igualariam os indivíduos por critérios de natureza biológica, enquanto os recursos e o prestígio são distribuídos de forma totalmente assimétrica. Não é possível enfrentar os graves problemas oriundos das desigualdades sociais com esse tipo de discurso. É necessário, ao contrário, lutar por reduzir as diferenças onde elas são realmente percebidas e legitimadas.

Esta pesquisa mostra-se relevante sobre os seguintes aspectos: os limites apresentados pelas mudanças do espaço físico da cidade na geração de transformações na estrutura de classes; a relevância dos modos de consumo na reprodução de diferenças entre segmentos sociais; a importância do capital simbólico na construção e apropriação do espaço urbano; a consolidação histórica (e espacial) das diferenças de classe na cidade do Rio de Janeiro; o valor da produção de conhecimento por meio da articulação entre espaço urbano e a dinâmica das relações sociais; a importância da subjetividade na construção da realidade social; a

reflexão sobre as limitações dos métodos baseados no individualismo utilitário para dar conta da complexidade do mundo contemporâneo; e a demonstração de que os estudos sobre a dinâmica das relações sociais são fontes relevantes de conhecimento para as decisões de investimentos públicos e privados.

9 REFERÊNCIAS

A HISTÓRIA de Brasília. Um pouco sobre Lúcio Costa. Disponível em: <<http://www.infobrasilia.com.br/lucio.htm>>. Acesso em: 05 set. 2007.

ABBAGNANO, Nicola. **Dicionário de filosofia**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

ABREU, Maurício de A. **Evolução urbana do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: IPLANRIO, 1997.

ADEMI/RJ. **Uma APA com resorts**. Disponível em: <http://www.ademi.webtexto.com.br/article.php3?id_article=10492>. Acesso em: 12 dez. 2007.

AGUIAR, Neuma. **Hierarquia em classes**. Rio de Janeiro: Zahar, 1974.

ALASUUTARI, Pertti. **Researching culture: qualitative method and cultural studies**. London: SAGE, 1995.

ARMAZEM DOS DADOS - IPP. **População do Rio de Janeiro por bairro**. Planilha 489. Disponível em: <<http://www.armazemdedados.rio.rj.gov.br/>>. Acesso em: 12 ago. 2007.

A ARTE de gastar dinheiro. **ISTO É**, São Paulo, 23 jul. 2003. Disponível em: <http://www.terra.com.br/istoedinheiro/308/estilo/308_arte_gastar.htm>. Acesso em: 15 set. 2007.

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA – UNICAMP. **Em busca da verdadeira classe A**. Disponível em: <www.unicamp.br/unicamp/canal_aberto/clipping>. Acesso em: 28 set. 2007.

AZEVEDO, Antonio Carlos do Amaral. **Dicionário de nomes, termos e conceitos históricos**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

BARATA, Carlos Eduardo de Almeida; BUENO, Antônio Henrique da Cunha. **Dicionário das famílias brasileiras**. São Paulo: Ibero America, 1999.

BARATA, Carlos Eduardo; GASPAS, Claudia. **Memórias de Ipanema: 100 anos do bairro**. Rio de Janeiro: Prefeitura Municipal, 1994.

BARBOSA, Livia. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro. Jorge Zahar, 2004.

BERDOULAY, Vincent. Modernismo e espaço público: o Plano Agache do Rio de Janeiro. **Revista Território**, Rio de Janeiro, ano 7, n. 11-13, set./out., 2003. Disponível em: <http://www.laget.igeo.ufrj.br/territorio/sumario_11_12_13.htm> Acesso em: 28 set. 2007.

BERGER, Paulo; BERGER, Eneida. **História dos subúrbios: Copacabana**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1959.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 2002.

BONI, Valdete; QUARESMA, Silvia Jurema. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. **Revista Eletrônica em Sociologia Política da UFSC**, Florianópolis, v. 2, n. 1, p. 68-80, jan./jul. 2005.

BOURDIEU, P. Esboço de uma teoria da Prática. In: ORTIZ, Renato. **Pierre Bourdieu**. São Paulo: Ática. 1983.

_____. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2001^a.

_____. **Razões práticas**. 3. ed. Campinas: Papirus, 2001b.

_____. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

_____. **A miséria do mundo**. Petrópolis: Vozes, 2003.

_____. **A Distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp, 2007.

BOURDIN, Alain. **A questão local**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

BRASIL, Sandra. **Regras para o bom não-conhecedor**. Disponível em: <Veja.abril.com.br/idade/exclusivo/081204/p_070.html>. Acesso em: 19 jul. 2007.

BURKE, Peter. **Uma história social do conhecimento: de Gutenberg a Diderot**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CARDOSO, Elizabeth Dezouart. Grupo de Pesquisa em Habitação do Solo Urbano. **História dos bairros: memória urbana Botafogo**. Rio de Janeiro: João Fortes Engenharia, 1983.

CARDOSO, Elizabeth Dezouart. Grupo de Pesquisa em Habitação do Solo Urbano. **História dos bairros: memória urbana Tijuca**. Rio de Janeiro: João Fortes Engenharia, 1984.

CARDOSO, Elizabeth Dezouart. Grupo de Pesquisa em Habitação do Solo Urbano. **História dos bairros: memória urbana Copacabana**. Rio de Janeiro: João Fortes Engenharia, 1986.

CARVALHO, Delgado. **História da Cidade do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, 1990.

CARVALHO HOSKEN. **Notícias**. Disponível em: <<http://www.carvalhohosken.com.br>>. Acesso em: 12 set. 2007.

CASTELLS, Manuel. **A questão urbana**. São Paulo. Paz e Terra, 2000.

_____. **Sociedade em rede**. São Paulo. Paz e Terra, 2003.

CASTRO, Ruy. **Ela é carioca: uma enciclopédia de Ipanema**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

CESAR, Paulo Bastos; CASTRO, Ana Rosa Viveiros. **A Praça Mauá: na memória do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: João Fortes Engenharia, 1989.

CHAUI, Marilena. **Convite à filosofia**. São Paulo: Ática, 2005.

COLOMBO, Sylvia. **D. Joãozinho, 200 anos depois**. Disponível em: <<http://www.somosportugueses.com/modules/articles/article.php?id=220>>. Acesso em: 10 set. 2007.

CONSUMO de luxo. VEJA. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/vejap/especial_luxo>. Acesso em: 15 maio 2006.

CORRÊA, Roberto Lobato. **O espaço urbano**. São Paulo: Ática, 2002.

COSTA, Lúcio. **Plano piloto para urbanização da Baixada compreendido entre a Barra da Tijuca, o Portal de Sernambetiba e Jacarepaguá**. Rio de Janeiro: Prefeitura Municipal do Rio de Janeiro, 1976.

CRAIG, C. Samuel; GHOSH, Avijit; McLAFFERTY, Sara. Models of the retail location process. **USA: a review. Jornal of Retailing**, v. 60, n.1, p. 46-53, spring 1984.

DANIELS, Patricia S.; HYSLOP, Stephen G. **Atlas da história do mundo da Nacional Geographic**. São Paulo: Abril, 2003.

DAVIS, Kingsley; MOORE, Wilbert E. Alguns princípios de estratificação. In: VELHO, Otávio; PALMEIRA, Moacir G.S.; BERTELLI, Antônio R. (org.). **Estrutura de classes e estratificação social**. Rio de Janeiro: Zahar, 1973.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2004.

ELIAS, Norbert. **Os estabelecidos e os outsiders**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

EXPRESSÃO. **Anuário das marcas**, Florianópolis, ano 15, n. 137, p. 14-24, maio 2005.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernidade**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio, **Os significados urbanos**. São Paulo: FAPESP, 2000.

FRAIHA, Silvia; LOBO, Tiza; RIBAS, Martha. **Bairros do Rio: Leme e Copacabana**. Rio de Janeiro: Fraiha, 2000.

_____. **Bairros do Rio: Tijuca & Floresta**. Rio de Janeiro: Fraiha, 2000.

_____. **Bairros do Rio: Flamengo**. Rio de Janeiro: Fraiha, 2000.

_____. **Bairros do Rio: Jardim Botânico e Lagoa**. Rio de Janeiro: Fraiha, 2000.

_____. **Bairros do Rio: Ipanema & Leblon**. Rio de Janeiro: Fraiha, 2000.

- _____. **Bairros do Rio: Barra da Tijuca & Recreio**. Rio de Janeiro: Fraiha, 2000.
- FREYRE, Gilberto. **Ingleses no Brasil**. 2. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1977.
- FROMM, Eric. **Meu encontro com Freud e Marx**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.
- GASPAR, Claudia Braga. **Orla Carioca: história e cultura**. São Paulo: Metavídeo, 2004.
- GEZIMBRA, Márcia; ORSINI, Elizabeth. **Os emergentes da Barra**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1996.
- GLOBO NEWS. **Small World**. Vídeo documentário. Disponível em: <<http://video.globo.com/Videos/Player/Noticias>>. Acesso em: 15 out. 2007.
- GOBLOT, Edmond. **A barreira e o nível: retrato da burguesia francesa na passagem do século**. Campinas: Papyrus, 1989.
- GOMES, Paulo César da Costa. **A condição urbana: ensaios de geopolítica da cidade**. Rio de Janeiro: Bertrand, 2002.
- GONDIM, Helena. **Sociedade brasileira**. Rio de Janeiro, 2006.
- GOTTDIENER, Mark. **A produção social do espaço urbano**. 2. ed. São Paulo: Ed. Universidade de São Paulo, 1997.
- GREGORY, Derek; MARTIN, Ron; SMITH, Graham. **Geografia humana – Sociedade, espaço e ciências sociais**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996.
- GURVITCH, Georges. Definição do conceito de classes sociais. In: VELHO, Otávio; PALMEIRA, Moacir G.S.; BERTELLI, Antônio R. (Org.). **Estrutura de classes e estratificação social**. Rio de Janeiro: Zahar, 1973.
- HARVEY, David. **A condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 2003.
- HILL, R. Carter; GRIFFITHS, William; JUDGE, George. **Econometria**. São Paulo: Saraiva, 2006.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, **Censos Demográficos 1970-1980**. Arquivos de Microdados. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica>>. Acesso em: 15 set. 2007.
- INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA - IPEA. **Caracterização e tendência da rede urbana do Brasil: estudos básicos para caracterização da rede urbana**. Brasília: IPEA, IBGE, UNICAMP, 2002.
- JONES, Ernest. **A vida e a obra de Sigmund Freud**. Rio de Janeiro: Imago, 1989.
- JUNG, Carl G. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo**. Petrópolis: Vozes, 2002.

FERNANDES JUNIOR, Rubens; LAGO, Pedro Corrêa. **O século XIX na fotografia brasileira**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 2000.

KARSAKLIAN, Eliane. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2000.

KERSTENETZKY, Célia L. Qual o valor do auto-interesse? **Revista de Economia Política**, v. 25, n. 3, p. 254-276, jul./set. 2005.

LAGO, Luciana Corrêa. **Desigualdades e segregação na metrópole: o Rio de Janeiro em tempo de crise**. Rio de Janeiro: Revan, 2000.

LATOUCHE, Serge. **A ocidentalização do mundo: ensaio sobre a significação, alcance e os limites da uniformização planetária**. Petrópolis: Vozes, 1996.

LEAL, Carlos Eduardo de Castro. **O banquete de Trimalcião: ethos da corte num setor da elite brasileira**. 1995. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) - UFRJ, Rio de Janeiro, 1995.

LEFEBVRE, Henri. **The production of space**. London: Backwell, 1991.

LEMOS, Luiz Henrique C.. **A Zona Sul como padrão locacional do grupo detentor do poder simbólico e a sua influência sobre a localização de lojas de alto prestígio na cidade do Rio de Janeiro**. 2003. Dissertação (Mestrado em Gestão Empresarial) - Fundação Getúlio Vargas / EBAP, Rio de Janeiro, 2003.

LEVY, Michael; WEITZ, Barton A. **Retailing management**. Boston: Irwin McGraw-Hill, 1998.

LIMA, Diana Nogueira de Oliveira. **Nova sociedade emergente: Trabalho e consumo na constituição de sujeitos e objetos modernos**. 2005. Tese (Doutorado em Antropologia Social)- UFRJ, Rio de Janeiro, 2005.

LIPOVESTKY, Gilles. **O Império do efêmero**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

MAIA, Rosemere Santos. A Produção do Espaço em Áreas de Auto-Segregação: o caso da Barra da Tijuca. **Anuário do Instituto de Geociências – UFRJ**, Rio de Janeiro, v. 21, 1998.

McCRACKEN. Grant. **Cultura & consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MENEGHINE, Éder. Os emergentes fazem a festa. **IstoÉ**, São Paulo, 10 dez. de 1997. Disponível em: <<http://terra.com.br/istoe/comport/147114.chtm>>. Acesso em: 15 set. 2007.

MERTON, Robert K. **Sociologia: teoria e estrutura**. São Paulo: Mestre Jou, 1970.

MILLER, D. et al. **Shopping, place and identity**. London: Routledge, 1998.

MILLS, C. Wright. **A elite no poder**. Rio de Janeiro: Zahar, 1968.

_____. **A imaginação sociológica**. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

MORSE, Janice M. *Designing funded qualitative research*. In: DENZIN, Norman K., LINCOLN, Yvonna S. (eds.) **Handbook of qualitative research**. London: Sage, 1994.

MUNDO DOS FILOSOFOS. **O empirismo - John Locke**. Disponível em: <<http://www.mundodosfilosofos.com.br/locke.htm>>. Acesso em: 25 maio 2006b.

_____. **O empirismo - Thomas Hobbes**. Disponível em: <<http://www.mundodosfilosofos.com.br/hobbes.htm>>. Acesso em: 25 maio 2006a.

_____. **O positivismo – Augusto Comte**. Disponível em: <<http://www.mundodosfilosofos.com.br/comte.htm>>. Acesso em: 25 maio 2006c.

MUSEU DA PESSOA. **Um balcão na capital**: memórias do comércio na Cidade do Rio de Janeiro. Disponível em: <www.museudapessoa.com.br/sescricao/historiadorio.shtml> Acesso em: 12 ago. 2007.

MUSEU DA REPÚBLICA ONLINE. **Palácio do Catete**. Disponível em: <www.republicaonline.org.br/html/cd/Palacio/framePalacio.html>. Acesso em: 25 ago. 2007.

NEEDEL, Jeffrey D. *Béle Époque tropical*. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 1993.

OUTHWAIRE, William; BOTTOMORE, Tom. **Dicionário do pensamento social do século XX**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996.

PEREIRA, Simone Maria Andrade. **Os anos dourados**: Copacabana e o imaginário urbano dos anos 1950. 1991. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - UFRJ, Rio de Janeiro, 1991.

PINHEIRO, Ivan de Freitas; PINHEIRO, Eliane Canedo de Freitas. **Barra da Tijuca**: a construção do lugar. Rio de Janeiro: Sextante Artes, 2001.

PLANO ESTRATÉGICO DO MUNICÍPIO. **História dos bairros**. Disponível em: <www.rio.rj.gov.br/planoestrategico>. Acesso em: 02 set. 2007.

PSICANÁLISE FREUDIANA. **Mecanismos de defesa**. Disponível em: <<http://fundamentosfreud.vilabol.uol.com.br/mecanismosdedefesa.html>>. Acesso em: 28 maio 2006.

PYTHIA RESEARCH. **A era da mulherização**. Disponível em: <<http://www.pythia.com.br/novidades.php>>. Acesso em: 07 maio 2005.

RALLET, Alan. Economia da proximidade: em direção a um balanço. **Cadernos do IPPUR**, Rio de Janeiro, ano 15, n. 2, p. 59-80, 2002.

RIBEIRO, Ana Clara Torres. Metrôpole e reprodução social: apontamentos teóricos. In: RIBEIRO, Ivete. **Sociedade brasileira contemporânea**: famílias e valores. São Paulo: Loyola, 1987.

_____. A atualização da cidade: imagem, violência e classes sociais. Cidade-galeria: arte e os espaços urbanos. In: ENCONTRO DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ARTES VISUAIS, 8., Rio de Janeiro. **Anais....** Rio de Janeiro: UFRJ, 2001. p.47-58.

_____. Lugares dos saberes: diálogos abertos. In: BRANDÃO, Maria A. (Org.). **Milton Santos e Brasil: território, lugares e saber**. São Paulo, 2004.

RIBEIRO, Gilson Leo. Os guardiães do bom gosto. **Revista Savoir Faire**: revista do Banco CCF Brasil, [Brasília], n. 10, p. 16-18, jun. 1999.

RIBEIRO, Luiz César de Queiroz. **Dos cortiços aos condomínios fechados**: formas de produção e moradia na Cidade do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1997.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. São Paulo: Atlas, 1999.

RIO nos jornais. **Primeiro Bunde Elétrico**. Jornal do Brasil. 09 de outubro de 1892. Disponível em: <www2.uol.com.br/rionosjornais/rj05.htm>. Acesso em: 03 set. 2007.

ROMANO, Jorge O. As mediações na produção das práticas. O conceito de *habitus* na obra de Bourdieu. In: RIBEIRO, Ivete. **Sociedade brasileira contemporânea**: famílias e valores. São Paulo: Loyola, 1987.

SANTOS, Ana Cristina Gomes. **A outra urbanidade**: pós-modernidade e Barra de Tijuca. 1999. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo)-UFRJ, Rio de Janeiro, 1999.

SANTOS, Milton. **Território e sociedade**: uma entrevista com Milton Santos. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

_____. **Por uma outra globalização**: do pensamento único à consciência universal. Rio de Janeiro: Record, 2002.

_____. **A natureza do espaço**. São Paulo: Edusp, 2004.

SCHULTZ, Duane P.; SCHULTZ, Sydney E. **História da psicologia moderna**. Tradução da 8ª edição norte-americana. São Paulo: Pioneira Thomson, 2005.

SELBERT, Roger. **Retailing's five most important trends**. Retailing Issues Letter 3, nº 2, mar. 1991 *and* Women in charge. American Demographics, p. 27-29, sept. 1989 *apud* LEVY, 1998.

SERRAN, Leopoldo. **Arara carioca**. São Paulo: A Girafa, 2006.

SILVA, Luciana Araujo Gomes. Barra da Tijuca: o concebido e o realizado. **Revista geopaisagem (online)**, ano 3, n. 6, jul./dez. de 2004. Disponível em: <<http://www.feth.ggf.br/Barra.htm>>. Acesso em: 03 set. 2007

SOUZA, Marcelo Lopes. **ABC do desenvolvimento urbano**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

SILVA, Thomas Tadeu. **Identidade e diferença**. Petrópolis: Vozes, 2000.

SIMMEL, Georg. A metrópole e a vida mental. In: VELHO, Guilherme. **O fenômeno urbano**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

SKIDMORE, Thomas E. **Uma história do Brasil**. São Paulo. Paz e Terra, 1998.

SLATER, Don. **Cultura do consumo & modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.

SMOLKA, M. **Mobilidade intra-urbana no Rio de Janeiro**: da estratificação social à segregação residencial no espaço. In: Anais do VII ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS POPULACIONAIS, v3, p. 331-350, 1992.

SOUSA, Otávio Tarquínio. **Gilberto Freyre e sua interpretação de influências inglesa e francesa na formação da cultura brasileira**.

Disponível em: <http://bvfgf.fgf.org.br/portugues/critica/livros/gf_cfa_sousa.htm>. Acesso em: 15 ago. 2007.

SOUZA, Tárík. **Bossa Nova**: o samba diferente que ganhou o mundo. Disponível em: <http://cliquemusic.uol.com.br/br/Generos/Generos.asp?Nu_Materia=4>. Acesso em: 01 set. 2007.

SINDEGTUR. **Resumo histórico de Ipanema**. Disponível em: <<http://www.sindegtur.org.br/2006/arquivos/ipa100.pdf>>. Acesso em: 01 set. 2007.

STAVENHAGEN, Rodolfo. Estratificação social e estrutura de classes. In: VELHO, Otávio; PALMEIRA, Moacir G.S.; BERTELLI, Antônio R. (Org.). **Estrutura de classes e estratificação social**. Rio de Janeiro: Zahar, 1973.

STEVENSON, William J. **Estatística aplicada à administração**. São Paulo: Harper & Row do Brasil, 1981.

TAYLOR, Charles. **As fontes do self**: a construção da identidade moderna. São Paulo: Loyola, 1997.

TOMANARI, Sílvia A. A.. **Segmentação de mercado com enfoque em valores e estilo de vida (segmentação psicográfica) – um estudo exploratório**. 2003. Dissertação (Mestrado)-DRPPT – Escola de Artes e Comunicação, USP, São Paulo, 2003.

TOTA, Antonio Pedro. **O imperialismo sedutor**: americanização do Brasil na época da segunda guerra. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

TRIVIÑOS, Augusto N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**. São Paulo: Atlas, 1987.

VEBLÉN, Thorstein. **A teoria da classe ociosa**. São Paulo: Nova Cultura, 1988, p. p.13-192. (**Os economistas**).

VELHO, Gilberto. Observando o familiar. In: **INDIVIDUALISMO e cultura**: notas para uma antropologia da sociedade contemporânea. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1981.

_____. **A utopia urbana**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1989.

VIANA, Nildo. Super-herói e axiologia. **Espaço acadêmico**. n. 22, março de 2003. Disponível em: <www.espacoacademico.com.br>. Acesso em: 07 maio. 2007.

VILAÇA, Flávio. **Espaço intra-urbano no Brasil**. São Paulo: Nobel, 1998.

WARDE, Alan. Consumption and theories of practice. **Journal of Consumer Culture**, v. 5, n. 2, p.131-153, 2005.

WEBER, Max. **Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva**. Brasília: Ed. UnB, 1999. v.2.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Thomas Tadeu. **Identidade e diferença**. Petrópolis: Vozes, 2000.

10 APÊNDICES

Apêndice A - Tabela: lançamentos de imóveis (2000 a 2007) - Associação de Dirigentes de empresas do Mercado Imobiliário - ADEMI

Novos imóveis 2001-2007 Ademi	2001		2002		2003		2004		2005		2006		2007		Totais	
	Apt	Casa	Apt	Casa												
Santa Tereza															0	0
Flamengo															0	0
Laranjeiras															0	0
Cosme Velho															0	0
Botafogo															0	0
Urca															0	0
Humaita											5				5	0
Jardim Botânico					9										9	0
Gávea															0	0
Copacabana															0	0
Leme															0	0
Lagoa									6		12				18	0
Ipanema							10								10	0
Leblon					10		60	11	32		5		6		113	11
São Conrado / Joá									57						57	0
Alto da Boavista															0	0
Barra da Tijuca / Itanhangá	18		384		109		244		627		844			80	1982	324
Recreio		72			6	75		53				279			6	479

Apêndice B - Tabela consolidada da pesquisa de imóveis feita no site zap.com.br – Apartamentos

Flamengo		Laranjeiras		Botafogo		Jardim Botânico		Gávea		Copacabana		Leme		Lagoa		Ipanema		Leblon		São Conrado		Barra da Tijuca		Cosme Velho		Urca		Humaita	
662	3500	400	2100	188	1250	477	3000	320	1750	600	4500	500	3300	360	4200	609	24960	650	16500	520	3640	528	5500	180	550	432	2100	568	1800
580	2400	360	1350	188	1080	520	2200	384	1530	670	4300	420	3100	270	4000	1000	14700	346	15600	720	3400	560	4500	180	550	264	1400	262	975
540	2200	400	1350	188	995	268	1900	533	1400	600	4200	420	3000	350	4000	795	14560	950	13200	400	3300	277	2500	180	540	280	1350	180	870
430	2000	300	1300	220	990	270	1900	205	1300	380	3700	450	2200	250	3900	350	6300	480	12000	500	3200	350	2400	180	547	325	1617	337	1215
452	2000	670	1200	188	820	330	1900	296	1300	344	3700	280	2000	360	3370	340	6300	800	11000	600	2600	223	2200	R\$ 3.037,04		R\$ 4.969,26		R\$ 3.608,91	
600	2000	175	800	182	820	373	2180	348	1456	600	3500	414	2720	440	3200	600	6000	1000	6498	410	2350	700	2100						
360	2000	190	900	340	1000	R\$ 5.844,50		R\$ 4.188,72		600	3500	R\$ 6.570,05		400	3200	580	6000	339	6100	380	2200	480	2100						
430	1950	320	750	220	950					406	3500			308	3200	350	5500	480	6000	361	3200	270	2000						
490	1800	240	730	263	800					380	3500			391	3100	472	5500	310	5500	491	3000	386	1900						
480	1800	152	610	194	790					530	3328			350	3000	420	5500	540	5400	420	2704	346	1900						
522	1800	150	580	250	790					400	3200			300	3000	608	5250	310	4700	358	2400	380	1850						
270	1700	150	580	220	760					358	3000			386	2900	600	5250	285	4500	345	2400	400	1800						
585	1650	292	1021	250	740					350	3000			527	2850	500	5250	400	4500	400	2200	317	1750						
540	1650	R\$ 3.493,01		222	907					530	2750			340	2800	678	5000	235	4400	349	1800	350	1600						
350	1600			R\$ 4.076,44						440	2500			487	2800	360	5000	320	4200	580	1500	273	1600						
385	1600									300	2400			300	2700	520	5000	270	4100	280	1300	261	1550						
250	1500									400	2200			357	2640	600	5000	415	4080	445	2575	550	1500						
360	1500									435	2200			301	2630	320	5000	200	4000	R\$ 5.790,55		516	1500						
295	1500									390	2200			380	2590	684	5000	350	3900			530	1400						
370	1500									260	2200			511	2500	440	5000	251	3800			300	1400						
500	1400									376	2150			350	2500	440	5000	250	3800			600	1400						
400	1400									352	2100			510	2500	435	4900	300	3800			350	1380						
450	1400									357	2100			374	3072	489	4800	260	3800			350	1350						
430	1300									340	2100			R\$ 8.213,42		250	4700	300	3800			182	1350						
300	1300									360	2100					400	4700	251	3800			364	1350						
330	1300									331	2100					319	4650	300	3700			600	1350						
400	1200									350	2100					319	4650	300	3700			190	1344						
200	1100									450	2100					426	4576	250	3700			513	1300						
427	1716									400	2100					600	4500	302	3600			550	1300						
R\$ 4.017,22										350	2000					352	4500	316	3600			588	1300						
										750	2000					590	4500	350	3600			380	1300						
										317	2000					350	4500	362	3600			300	1300						
										398	2000					300	4500	340	3600			380	1300						
										340	2000					280	4400	550	3600			360	1300						
										350	2000					400	4300	300	3600			160	1300						
										360	2000					350	4200	350	3500			172	1300						
										400	2000					280	4200	389	5522			360	1300						
										320	1950					271	4160	R\$ 14.186,27				216	1300						
										282	1950					419	4000					600	1300						
										360	1900					410	4000					589	1300						
										345	1900					330	4000					304	1300						
										320	1900					550	3900					450	1300						
										300	1900					462	5803					320	1300						
										265	1900					R\$ 12.571,24						428	1300						

(Continuação)

Flamengo	Laranjeiras	Botafogo	Jardim Botânico	Gávea	Copacabana	Leme	Lagoa	Ipanema	Leblon	São Conrado	Barra da Tijuca	Cosme Velho	Urca	Humaita
					470	1900					262	1300		
					369	1890					251	1290		
					360	1850					360	1290		
					255	1850					350	1280		
					350	1800					150	1280		
					340	1800					160	1280		
					410	1800					221	1260		
					380	1800					370	1260		
					398	1800					356	1260		
					404	1800					400	1260		
					315	1750					297	1250		
					341	1700					200	1200		
					240	1680					450	1200		
					295	1600					444	1200		
					440	1600					280	1200		
					690	1600					500	1200		
					175	1600					310	1200		
					600	1600					240	1200		
					216	1600					190	1200		
					256	1600					280	1200		
					300	1600					280	1200		
					260	1600					289	1200		
					570	1550					220	1200		
					561	1500					400	1200		
					270	1500					339	1160		
					190	1500					300	1150		
					250	1500					480	1150		
					280	1500					304	1150		
					375	1500					180	1150		
					385	2193					160	1150		
					R\$ 5.696,22						183	1100		
											160	1100		
											250	1100		
											469	1100		
											297	1100		
											203	1100		
											200	1100		
											200	1100		
											350	1100		
											240	1100		
											500	1100		
											220	1100		
											500	1100		
											198	1100		
											150	1100		
											267	1090		
											240	1080		
											180	1050		
											338	1423		
											R\$ 4.204,99			

11 ANEXOS

Anexo A - Tabela de imóveis residenciais por tipologia – IPP – Armazém dos dados

Tabela 7.1.7 Imóveis - Imóveis residenciais, por tipologia e faixas de área construída, segundo as Áreas de Planejamento, Regiões Administrativas e Bairros - 2000

Áreas de Planejamento, Regiões Administrativas e Bairros	Total	casa/sobrado					Total	apartamento				Total	proletário				Total	outros (1)		
		Total	0 a 50m²	51 a 100m²	101 a 150m²	acima de 150m²		0 a 50m²	51 a 100m²	101 a 150m²	acima de 150m²		0 a 50m²	51a 100m²	101 a 150m²	acima de 150m²		0 a 50m²	51 a 100m²	101 a 150m²
Total	1 283 427	408 945	151 951	166 085	40 732	50 177	685 556	163 911	386 995	88 164	46 486	176 949	119 796	55 002	1 690	461	11 977	3 619	7 118	934
Área de Planejamento 1	68 054	19 492	5 870	7 895	2 843	2 884	46 085	21 277	21 910	2 234	664	1 745	861	860	18	6	732	614	74	12
I RA Portuária	6 641	4 303	1 168	1 753	751	631	1 853	694	1 035	57	67	463	461	2	-	-	22	8	4	4
Saúde	727	483	86	203	98	96	241	121	99	7	14	-	-	-	-	-	3	2	-	-
Gamboa	2 009	1251	294	515	251	191	752	282	408	30	32	3	1	2	-	-	3	-	-	-
Santo Cristo	3 014	2144	495	925	389	335	398	114	251	16	17	457	457	-	-	-	15	5	4	4
Caju	891	425	293	110	13	9	462	177	277	4	4	3	3	-	-	-	1	1	-	-
II RA Centro	19 386	926	205	359	168	194	17 808	12729	4568	381	130	15	11	3	-	1	637	571	61	4
Centro	19 386	926	205	359	168	194	17 808	12729	4568	381	130	15	11	3	-	1	637	571	61	4
III RA Rio Comprido	16 923	4 809	1 491	2 109	651	558	11 627	1 925	8 700	821	181	448	151	288	9	-	39	30	2	1
Catumbi	2 577	870	276	426	86	82	1 384	214	1111	48	11	323	132	191	-	-	-	-	-	-
Rio Comprido	8 790	1904	417	836	332	319	6 754	744	5195	679	136	122	19	95	8	-	10	2	1	1
Cidade Nova	2 445	1137	545	472	90	30	1 307	344	922	30	11	1	-	1	-	-	-	-	-	-
Estácio	3 111	898	253	375	143	127	2 182	623	1472	64	23	2	-	1	1	-	29	28	1	-
VII RA São Cristóvão	12 106	5 305	2 148	2 182	512	463	6 080	1 666	3 973	343	98	698	141	546	6	5	23	-	7	3
São Cristóvão	6 667	2642	930	1136	291	285	3 927	1073	2586	209	59	80	39	31	5	5	18	-	4	2
Mangueira	402	259	136	94	14	15	143	81	57	2	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Benfica	3 278	1543	810	535	113	85	1 247	325	824	77	21	488	3	485	-	-	-	-	-	-
Vasco da Gama	1 759	861	272	417	94	78	763	187	506	55	15	130	99	30	1	-	5	-	3	1
XXI RA Paquetá	1 867	1139	307	472	204	156	721	447	233	33	8	7	1	3	3	-	-	-	-	-
Paquetá	1 867	1139	307	472	204	156	721	447	233	33	8	7	1	3	3	-	-	-	-	-
XXIII RA Santa Teresa	11 131	3010	551	1020	557	882	7 996	3816	3401	599	180	114	96	18	-	-	11	5	-	-
Santa Teresa	11 131	3010	551	1020	557	882	7 996	3816	3401	599	180	114	96	18	-	-	11	5	-	-
Área de Planejamento 2	372 557	27 136	5 516	9 049	4 235	8 336	335 682	67 444	175 556	62 249	30 433	5 002	2 426	2 521	35	20	4 737	2 406	2 168	89
IV RA Botafogo	100 046	5 635	869	1 551	946	2 269	93 025	24 401	48 222	14 274	6 128	532	443	82	5	2	854	531	291	16
Flamengo	24 679	160	36	46	32	46	24 359	7436	9851	4243	2829	3	-	2	-	1	157	94	61	1
Glória	4 748	208	23	67	28	90	4 531	2155	1913	317	146	4	3	1	-	-	5	3	-	1
Laranjeiras	18 932	969	145	254	126	444	17 691	2418	10264	3824	1185	187	104	78	4	1	85	0	80	2
Catete	8 154	529	148	193	76	112	7 552	3922	3052	527	51	1	-	1	-	-	72	72	-	-
Cosme Velho	1 123	313	39	37	34	203	808	37	391	259	121	2	1	-	1	-	-	-	-	-
Botafogo	33 784	2 477	446	820	532	679	30 782	7419	18345	3701	1317	252	252	-	-	-	273	260	4	3
Humaitá	6 599	573	28	111	91	343	5 683	672	3671	1124	216	83	83	-	-	-	260	102	146	9
Urca	2 027	406	4	23	27	352	1 619	342	735	279	263	-	-	-	-	-	2	-	-	-
V RA Copacabana	80 420	943	187	346	187	223	77 362	25 445	30 712	13 226	7 979	26	14	9	2	1	2 089	1 252	815	13
Leme	5 691	65	6	35	12	12	5 606	1112	2703	1144	647	1	-	1	-	-	19	19	-	-
Copacabana	74 729	878	181	311	175	211	71 756	24333	28009	12082	7332	25	14	8	2	1	2 070	1233	815	13

Tabela 7.1.7 Imóveis - Imóveis residenciais, por tipologia e faixas de área construída, segundo as Áreas de Planejamento, Regiões Administrativas e Bairros - 2000

Áreas de Planejamento, Regiões Administrativas e Bairros	Total	casa/sobrado					Total	apartamento				Total	proletário				Total	outros (1)		
		Total	0 a 50m ²	51 a 100m ²	101 a 150m ²	acima de 150m ²		0 a 50m ²	51 a 100m ²	101 a 150m ²	acima de 150m ²		0 a 50m ²	51a 100m ²	101 a 150m ²	acima de 150m ²		0 a 50m ²	51 a 100m ²	101 a 150m ²
VI RA Lagoa	67 466	3 294	335	525	444	1 990	61 062	5 717	25 777	17 056	12 512	1 528	1 437	79	5	7	1 582	460	1 044	50
Ipanema	21 237	349	52	78	90	129	20 096	2676	7669	5550	4201	3	2	1	-	-	789	96	643	31
Leblon	21 106	358	8	29	40	281	19 131	1893	8567	5036	3635	955	906	49	-	-	662	335	315	7
Lagoa	8 205	215	6	45	28	136	7 901	42	2988	2717	2154	1	-	1	-	-	88	-	80	8
Jardim Botânico	6 761	1 104	81	201	177	645	5 408	438	3173	1299	498	245	242	1	-	2	4	-	-	2
Gávea	6 134	590	52	80	65	393	5 236	416	2649	1652	519	304	286	16	1	1	4	1	1	-
Vidigal	611	248	119	72	18	39	321	35	245	37	4	8	-	2	3	3	34	28	5	1
São Conrado	3 412	430	17	20	26	367	2 969	217	486	765	1501	12	1	9	1	1	1	-	-	1
VIII RA Tijuca	61 092	6 328	1 215	2 343	962	1 808	53 720	5 944	34 022	11 033	2 721	867	210	653	3	1	177	152	7	5
Praça da Bandeira	3 487	665	185	325	99	56	2 772	782	1880	92	18	-	-	-	-	-	50	46	2	2
Tijuca	56 140	4 855	864	1818	764	1409	50 308	5008	31868	10795	2637	850	194	652	3	1	127	106	5	3
Alto da Boa Vista	1 465	808	166	200	99	343	640	154	274	146	66	17	16	1	-	-	-	-	-	-
IX RA Vila Isabel	63 035	10 825	2 844	4 250	1 692	2 039	50 267	5 782	36 735	6 659	1 091	1 908	244	1 640	17	7	35	11	11	5
Maracanã	10 350	1 298	125	616	256	301	8 980	753	6550	1502	175	61	24	37	-	-	11	5	2	1
Vila Isabel	26 293	4 431	1194	1907	655	675	21 208	2500	16439	1946	323	635	211	412	6	6	19	6	6	3
Andaraí	13 059	2 832	1145	1034	362	291	9 276	1421	6485	1194	176	948	9	928	10	1	3	-	2	1
Grajaú	13 333	2 264	380	693	419	772	10 803	1108	7261	2017	417	264	-	263	1	-	2	-	1	-
XXVII Rocinha	498	111	66	34	4	7	246	155	88	1	2	141	78	58	3	2	-	-	-	-
Rocinha	498	111	66	34	4	7	246	155	88	1	2	141	78	58	3	2	-	-	-	-
Área de Planejamento 3	485 719	200 051	88 991	78 321	18 656	14 083	198 080	54 691	128 209	10 951	4 229	87 420	55 369	30 796	974	281	168	100	21	14
X RA Ramos	31 881	12 158	5 168	4 998	1 260	732	14 203	3 326	9 835	761	281	5 518	3 861	1 597	40	20	2	1	-	1
Manguinhos	431	235	106	94	22	13	193	63	114	9	7	3	-	3	-	-	-	-	-	-
Bonsucesso	5 570	1 960	774	854	202	130	3 413	565	2561	219	68	197	178	14	4	1	-	-	-	-
Ramos	10 138	4 300	1884	1759	435	222	4 303	1165	2827	224	87	1 535	879	629	23	4	-	-	-	-
Olaria	15 742	5 663	2404	2291	601	367	6 294	1533	4333	309	119	3 783	2804	951	13	15	2	1	-	1
XI RA Penha	61 857	25 296	11 253	10 076	2 491	1 476	22 622	6 849	14 145	1 193	435	13 928	9 485	4 209	186	48	11	1	4	2
Penha	13 380	4 906	1815	2010	682	399	6 202	1530	4202	344	126	2 271	43	2193	25	10	1	-	1	-
Penha Circular	12 448	5 219	2491	1857	551	320	5 982	1566	4060	281	75	1 243	927	275	35	6	4	-	1	1
Brás de Pina	13 093	5 057	1730	2238	663	426	4 869	1525	2921	305	118	3 162	2564	530	46	22	5	1	1	1
Cordovil	9 745	3 357	1888	1210	178	81	1 540	631	823	48	38	4 847	4484	353	10	-	1	-	1	-
Parada de Lucas	2 700	1 314	760	442	72	40	578	246	292	25	15	808	647	160	1	-	-	-	-	-

(C)

Tabela 7.1.7 Imóveis - Imóveis residenciais, por tipologia e faixas de área construída, segundo as Áreas de Planejamento, Regiões Administrativas e Bairros - 2000

Áreas de Planejamento, Regiões Administrativas e Bairros	Total	casa/sobrado					Total	apartamento				Total	proletário				Total	outros (1)		
		Total	0 a 50m²	51 a 100m²	101 a 150m²	acima de 150m²		0 a 50m²	51 a 100m²	101 a 150m²	acima de 150m²		0 a 50m²	51a 100m²	101 a 150m²	acima de 150m²		0 a 50m²	51 a 100m²	101 a 150m²
Vigário Geral	4 747	3 156	1931	1012	142	71	1 157	714	372	49	22	434	246	179	6	3	-	-	-	-
Jardim América	5 744	2 287	638	1307	203	139	2 294	637	1475	141	41	1 163	574	519	63	7	-	-	-	-
XII RA Inhaúma	32 639	10 412	3 916	4 774	1 077	645	12 906	4 709	7 447	505	245	9 321	5 618	3 673	28	2	-	-	-	-
Higienópolis	5 042	1 197	236	540	253	168	3 743	1162	2339	153	89	102	36	61	5	-	-	-	-	-
Jacaré	1 462	789	231	377	111	70	671	161	465	32	13	2	2	-	-	-	-	-	-	-
Maria da Graça	2 641	911	254	407	142	108	1 720	386	1184	100	50	10	1	8	1	-	-	-	-	-
Del Castilho	2 501	599	223	250	66	60	1 009	334	626	35	14	893	257	634	2	-	-	-	-	-
Inhaúma	8 863	3 904	1479	1956	312	157	2 569	791	1621	105	52	2 390	1761	621	6	2	-	-	-	-
Engenho da Rainha	6 819	1 406	676	584	106	40	1 458	779	631	38	10	3 955	2018	1935	2	-	-	-	-	-
Tomás Coelho	5 311	1 606	817	660	87	42	1 736	1096	581	42	17	1 969	1543	414	12	-	-	-	-	-
XIII RA Méier	114 712	37 521	12 562	15 881	5 010	4 068	66 167	13 911	47 886	3 347	1 023	10 920	5 879	4 972	53	16	104	61	12	10
São Francisco Xavier	2 230	580	90	324	77	89	1 540	164	1282	83	11	109	29	79	1	-	1	-	-	-
Rocha	3 204	1 080	289	427	201	163	2 013	217	1705	69	22	106	39	63	4	-	5	-	3	1
Riachuelo	4 614	1 536	450	595	242	249	3 072	657	2225	155	35	-	-	-	-	-	6	1	1	1
Sampaio	1 980	841	249	346	136	110	1 020	189	792	29	10	116	49	67	-	-	3	-	-	1
Engenho Novo	12 235	3 663	1084	1582	555	442	7 005	1476	5107	303	119	1 548	610	927	7	4	19	14	1	1
Lins de Vasconcelos	9 008	2 158	577	951	328	302	5 732	1216	4157	284	75	1 115	760	346	9	-	3	-	1	1
Méier	18 813	3 810	718	1665	667	760	14 155	1943	10950	1027	235	812	344	466	1	1	36	32	3	1
Todos os Santos	8 242	2 138	573	961	338	266	5 445	966	4133	263	83	656	364	288	4	-	3	-	2	1
Cachambi	13 607	3 258	1006	1306	540	406	7 842	1569	5826	337	110	2 504	995	1506	2	1	3	-	-	1
Engenho de Dentro	13 503	4 914	1755	2073	617	469	6 923	1426	5071	330	96	1 657	1540	109	7	1	9	1	-	1
Água Santa	1 592	749	285	344	74	46	813	416	361	25	11	30	11	13	4	2	-	-	-	-
Encantado	4 483	2 294	1051	904	222	117	2 073	701	1265	68	39	115	14	95	3	3	1	1	-	-
Piedade	11 149	5 917	2484	2558	532	343	4 698	1745	2616	231	106	531	393	130	7	1	3	3	-	-
Abolição	3 545	1 567	563	667	186	151	1 779	438	1246	69	26	188	83	101	3	1	11	9	1	-
Pilares	6 507	3 016	1388	1178	295	155	2 057	788	1150	74	45	1 433	648	782	1	2	1	-	-	1
XIV RA Irajá	48 803	16 226	6 474	7 402	1 443	907	21 869	6 778	13 945	846	300	10 705	5 553	4 943	172	37	3	1	-	-
Vila Cosmos	4 287	1 365	277	837	147	104	907	194	639	55	19	2 015	1316	688	8	3	-	-	-	-
Vicente de Carvalho	4 040	2 396	1246	947	127	76	1 515	551	871	63	30	129	62	59	7	1	-	-	-	-
Vila da Penha	8 271	2 072	468	956	382	266	5 968	1224	4342	305	97	228	28	151	40	9	3	1	-	-
Vista Alegre	2 804	1 008	193	641	98	76	1 443	340	1015	66	22	353	47	263	35	8	-	-	-	-
Irajá	25 524	7 656	3448	3297	581	330	10 259	3277	6549	323	110	7 609	3928	3600	67	14	-	-	-	-
Colégio	3 877	1 729	842	724	108	55	1 777	1192	529	34	22	371	172	182	15	2	-	-	-	-
XV RA Madureira	81 149	45 454	20 976	18 504	3 817	2 157	27 556	9 909	15 893	1 206	548	8 095	4 555	3 351	151	38	44	34	4	1
Campinho	2 281	1 205	350	637	131	87	885	245	561	60	19	191	26	159	5	1	-	-	-	-
Quintino Bocaiúva	8 404	4 637	2000	1894	473	270	3 181	958	2018	142	63	585	413	153	11	8	1	-	1	-
Cavalcanti	3 414	2 119	1116	774	154	75	1 071	514	510	35	12	223	16	205	2	-	1	1	-	-
Engenheiro Leal	1 093	850	457	318	44	31	237	97	118	15	7	6	3	3	-	-	-	-	-	-

Tabela 7.1.7 Imóveis - Imóveis residenciais, por tipologia e faixas de área construída, segundo as Áreas de Planejamento, Regiões Administrativas e Bairros - 2000

Áreas de Planejamento, Regiões Administrativas e Bairros	Total	casa/sobrado					Total	apartamento				Total	proletário				Total	outros (1)		
		Total	0 a 50m²	51 a 100m²	101 a 150m²	acima de 150m²		0 a 50m²	51 a 100m²	101 a 150m²	acima de 150m²		0 a 50m²	51a 100m²	101 a 150m²	acima de 150m²		0 a 50m²	51 a 100m²	101 a 150m²
Cascadura	7 895	3 478	1307	1540	402	229	3 030	799	2085	105	41	1 356	733	601	17	5	31	29	-	-
Madureira	13 145	6 189	2913	2463	503	310	6 188	1969	3916	208	95	757	438	311	6	2	11	4	3	1
Vaz Lobo	3 015	1 748	821	753	110	64	1 231	392	779	37	23	36	9	24	3	-	-	-	-	
Turiaçu	3 283	1 646	830	660	117	39	1 465	1012	393	42	18	172	133	32	6	1	-	-	-	
Rocha Miranda	7 906	5 030	2692	1822	320	196	2 368	1059	1137	107	65	508	182	304	18	4	-	-	-	
Honório Gurgel	3 754	2 388	1323	887	111	67	866	465	345	32	24	500	108	363	27	2	-	-	-	
Oswaldo Cruz	8 610	4 592	2322	1728	351	191	2 297	774	1375	106	42	1 721	1515	193	9	4	-	-	-	
Bento Ribeiro	9 617	6 483	2797	2817	528	341	2 662	932	1461	184	85	472	230	218	18	6	-	-	-	
Marechal Hermes	8 732	5 089	2048	2211	573	257	2 075	693	1195	133	54	1 568	749	785	29	5	-	-	-	
XX RA Ilha do Governador	40 694	12 873	3 686	4 364	1 895	2 928	21 158	3 137	14 184	2 605	1 232	6 660	3 188	3 336	73	63	3	2	1	-
Ribeira	1 050	270	36	118	59	57	772	103	590	37	42	8	3	2	3	-	-	-	-	
Zumbi	618	201	59	80	38	24	411	61	315	28	7	6	-	2	2	2	-	-	-	
Cacua	1 784	808	272	356	94	86	704	163	447	73	21	272	189	81	2	-	-	-	-	
Pitangueiras	1 181	423	63	140	74	146	721	203	431	45	42	36	24	11	1	-	1	1	-	
Praia da Bandeira	1 937	207	39	73	37	58	414	47	311	36	20	1 316	1089	227	-	-	-	-	-	
Cocotá	1 507	547	93	246	109	99	949	148	659	100	42	9	2	4	1	2	2	-	-	
Bancários	1 667	754	166	302	140	146	707	141	478	50	38	206	2	192	7	5	-	-	-	
Freguesia	3 268	1 065	234	429	179	223	2 177	310	1537	258	72	26	5	13	3	5	-	-	-	
Jardim Guanabara	9 550	1 972	72	393	377	1130	7 516	705	4807	1359	645	62	4	45	7	6	-	-	-	
Jardim Carioca	3 500	1 863	557	829	238	239	1 557	301	983	192	81	80	15	62	3	-	-	-	-	
Tauá	3 887	1 490	276	637	280	297	2 337	394	1710	157	76	60	16	30	7	7	-	-	-	
Moneró	1 690	398	15	105	82	196	1 086	162	705	164	55	206	69	126	7	4	-	-	-	
Portuguesa	6 982	869	282	267	121	199	1 740	339	1206	106	89	4 373	1770	2541	30	32	-	-	-	
Galeão	2 072	2 005	1522	388	67	28	67	60	5	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	
Cidade Universitária	1	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
XXII RA Anchieta	22 911	13 563	5 887	6 291	829	556	4 552	2 192	1 990	278	92	4 796	3 454	1 260	73	9	-	-	-	-
Guadalupe	9 311	2 913	1077	1462	233	141	2 125	1288	719	91	27	4 273	3350	866	52	5	-	-	-	
Anchieta	6 388	5 244	2627	2253	246	118	947	401	491	41	14	197	44	147	5	1	-	-	-	
Parque Anchieta	3 239	2 184	582	1195	196	211	919	260	531	99	29	136	15	115	6	-	-	-	-	
Ricardo de Albuquerque	3 973	3 222	1601	1381	154	86	561	243	249	47	22	190	45	132	10	3	-	-	-	
XXV RA Pavuna	24 468	12 020	5 982	4 812	689	537	5 207	2 263	2 716	171	57	7 241	5 616	1 588	28	9	-	-	-	-
Coelho Neto	5 665	1 873	895	801	111	66	660	270	348	28	14	3 132	3035	87	7	3	-	-	-	
Acarí	409	283	144	106	22	11	106	55	41	7	3	20	8	9	3	-	-	-	-	
Barros Filho	3 085	2 209	1767	410	17	15	217	150	64	1	2	659	492	166	1	-	-	-	-	
Costa Barros	1 461	624	272	307	26	19	97	43	48	4	2	740	581	159	-	-	-	-	-	
Pavuna	13 848	7 031	2904	3188	513	426	4 127	1745	2215	131	36	2 690	1500	1167	17	6	-	-	-	
XXVIII Jacarezinho	1 046	264	119	93	27	25	94	45	33	11	5	687	687	-	-	1	-	-	-	-
Jacarezinho	1 046	264	119	93	27	25	94	45	33	11	5	687	687	-	-	1	-	-	-	

Tabela 7.1.7 Imóveis - Imóveis residenciais, por tipologia e faixas de área construída, segundo as Áreas de Planejamento, Regiões Administrativas e Bairros - 2000

Áreas de Planejamento, Regiões Administrativas e Bairros	Total	casa/sobrado					Total	apartamento				Total	proletário				Total	outros (1)		
		Total	0 a 50m²	51 a 100m²	101 a 150m²	acima de 150m²		0 a 50m²	51 a 100m²	101 a 150m²	acima de 150m²		0 a 50m²	51a 100m²	101 a 150m²	acima de 150m²		0 a 50m²	51 a 100m²	101 a 150m²
XXIX Complexo do Alemão	2 284	1 068	663	327	50	28	471	349	89	22	11	745	687	51	5	2	-	-	-	-
Complexo do Alemão	2 284	1 068	663	327	50	28	471	349	89	22	11	745	687	51	5	2	-	-	-	-
XXX RA Maré	23 275	13 196	12305	799	68	24	1 275	1223	46	6	-	8 804	6786	1816	165	37	-	-	-	-
Maré	23 275	13 196	12305	799	68	24	1 275	1223	46	6	-	8 804	6786	1816	165	37	-	-	-	-
Área de Planejamento 4	156 332	54 488	9 460	17 270	7 882	19 876	76 074	11 004	43 099	11 446	10 525	19 431	15 190	4 110	92	39	6 339	498	4 855	819
XVI RA Jacarepaguá	102 455	43 710	7 782	15 789	7 087	13 052	39 169	9 180	25 747	3 093	1 149	19 401	15 184	4 091	88	38	175	69	68	13
Jacarepaguá	7 640	2 693	508	900	238	1047	2 320	1576	672	45	27	2 611	1725	882	2	2	16	4	7	3
Anil	5 361	3 909	348	946	627	1988	1 259	74	1037	104	44	174	6	165	3	-	19	8	9	1
Gardênia Azul	2 885	1 995	650	746	290	309	883	622	250	1	10	6	2	4	-	-	1	-	1	-
Cidade de Deus	6 379	383	155	151	45	32	533	323	195	14	1	5 463	5077	383	3	-	-	-	-	-
Curicica	2 879	2 373	570	1222	292	289	444	112	240	62	30	62	4	54	4	-	-	-	-	-
Freguesia	15 902	6 210	633	1577	1064	2936	9 295	2673	5481	823	318	329	315	10	3	1	68	30	25	3
Pechincha	9 818	3 534	546	974	644	1370	5 725	1225	4103	289	108	523	374	147	2	-	36	15	15	3
Taquara	21 315	8 900	1874	3614	1420	1992	6 283	1266	3952	772	293	6 126	5772	280	44	30	6	-	-	1
Tanque	7 161	3 816	921	1506	576	813	1 900	389	1400	73	38	1 442	219	1218	5	-	3	1	-	1
Praça Seca	14 453	6 287	861	2548	1337	1541	5 851	401	5065	304	81	2 290	1445	841	3	1	25	11	10	1
Vila Valqueire	8 662	3 610	716	1605	554	735	4 676	519	3352	606	199	375	245	107	19	4	1	-	1	-
XXIV RA Barra da Tijuca	53 877	10 778	1 678	1 481	795	6 824	36 905	1 824	17 352	8 353	9 376	30	6	19	4	1	6 164	429	4 787	806
Joá	325	217	28	17	10	162	108	10	67	1	30	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Itanhangá	1 697	935	96	116	45	678	757	11	598	3	145	2	2	-	-	3	1	-	-	2
Barra da Tijuca	40 476	4 882	170	514	386	3812	29 516	1693	14116	6605	7102	10	1	6	2	1	6 068	426	4710	795
Camorim	40	38	16	16	3	3	1	1	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-
Vargem Pequena	1 253	1 182	908	180	33	61	66	47	7	6	6	5	-	5	-	-	-	-	-	-
Vargem Grande	567	511	106	238	51	116	46	5	20	4	17	10	2	8	-	-	-	-	-	-
Recreio dos Bandeirantes	9 506	3 000	345	397	266	1992	6 411	57	2544	1734	2076	2	1	-	1	-	93	2	77	9
Grumari	13	13	9	3	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Área de Planejamento 5	200 765	107 778	42 114	53 550	7 116	4 998	29 635	9 495	18 221	1 284	635	63 351	45 950	16 715	571	115	1	1	-	-
XVII RA Bangu	93 678	39 303	15 418	19 634	2 442	1 809	14 455	4 502	9 023	675	255	39 919	28 893	10 521	417	88	1	1	-	-
Deodoro	1 508	135	71	53	6	5	24	4	12	7	1	1 349	2	1347	-	-	-	-	-	-
Vila Militar	407	343	189	116	25	13	43	23	18	2	-	21	3	18	-	-	-	-	-	-
Campo dos Afonsos	605	134	46	73	8	7	174	29	142	3	-	297	295	2	-	-	-	-	-	-
Jardim Sulacap	2 559	1 270	153	825	158	134	1 179	322	763	75	19	110	10	80	17	3	-	-	-	-
Magalhães Bastos	4 402	2 458	983	1240	128	107	668	173	432	46	17	1 276	812	430	24	10	-	-	-	-
Realengo	25 888	13 221	5258	6343	926	694	4 465	1685	2525	174	81	8 202	5236	2788	153	25	-	-	-	-
Padre Miguel	9 720	4 791	1963	2438	216	174	1 956	520	1324	79	33	2 973	1427	1507	33	6	-	-	-	-

Tabela 7.1.7 Imóveis - Imóveis residenciais, por tipologia e faixas de área construída, segundo as Áreas de Planejamento, Regiões Administrativas e Bairros - 2000

Áreas de Planejamento, Regiões Administrativas e Bairros	Total	casa/sobrado					Total	apartamento				Total	proletário				Total	outros (1)		
		Total	0 a 50m ²	51 a 100m ²	101 a 150m ²	acima de 150m ²		0 a 50m ²	51 a 100m ²	101 a 150m ²	acima de 150m ²		0 a 50m ²	51a 100m ²	101 a 150m ²	acima de 150m ²		0 a 50m ²	51 a 100m ²	101 a 150m ²
Bangu	38 416	12 009	4767	5978	736	528	3 633	970	2362	208	93	22 773	19106	3487	149	31	1	1	-	-
Senador Camará	10 173	4 942	1988	2568	239	147	2 313	776	1445	81	11	2 918	2002	862	41	13	-	-	-	-
XVIII RA Campo Grande	62 049	39 909	13 988	20 604	3 096	2 221	10 873	3 161	6 978	449	285	11 267	6 728	4 391	126	22	-	-	-	-
Santíssimo	2 526	2 089	854	988	146	101	282	89	174	10	9	155	20	129	5	1	-	-	-	-
Campo Grande	45 965	28 672	9412	15140	2359	1761	9 503	2569	6295	390	249	7 790	4340	3327	104	19	-	-	-	-
Senador Vasconcelos	4 433	3 788	1619	1744	243	182	474	202	238	23	11	171	39	124	8	-	-	-	-	-
Inhoaíba	3 835	2 530	974	1268	184	104	406	235	156	7	8	899	509	388	2	-	-	-	-	-
Cosmos	5 290	2 830	1129	1464	164	73	208	66	115	19	8	2 252	1820	423	7	2	-	-	-	-
XIX RA Santa Cruz	37 317	21 691	10 016	9 897	1 186	592	3 629	1 548	1 891	128	62	11 997	10 231	1 739	22	5	-	-	-	-
Paciência	10 364	3 541	1368	1717	295	161	470	81	362	20	7	6 353	5192	1152	8	1	-	-	-	-
Santa Cruz	18 733	11 005	5041	5153	517	294	2 234	897	1227	72	38	5 494	4969	516	8	1	-	-	-	-
Sepetiba	8 220	7 145	3607	3027	374	137	925	570	302	36	17	150	70	71	6	3	-	-	-	-
XXVI RA Guaratiba	7 721	6 875	2 692	3 415	392	376	678	284	329	32	33	168	98	64	6	-	-	-	-	-
Guaratiba	4 625	4 177	1527	2164	230	256	326	122	172	16	16	122	78	40	4	-	-	-	-	-
Barra de Guaratiba	766	639	240	320	49	30	121	61	55	-	5	6	4	2	-	-	-	-	-	-
Pedra de Guaratiba	2 330	2 059	925	931	113	90	231	101	102	16	12	40	16	22	2	-	-	-	-	-

Fonte: Secretaria Municipal de Fazenda - SMF, Coordenação do IPTU - Cadastro Imobiliário. Bases Estatísticas e de Apoio à Gestão da Cidade do Rio de Janeiro.

Tabulação, Metodologia para Agregação e Cálculos: Instituto Municipal de Urbanismo Pereira Passos - IPP, Diretoria de Informações Geográficas - Base - DIG-ALFA.

Notas: 1 - Esta tabela, assim como as de número 7.1.7 a 7.1.10, foi formulada considerando-se a estrutura tributária do Cadastro do IPTU, que é dividida em Residencial; Não-Residencial e Territorial.

2 - Para fins de apresentação dos dados, o conjunto não residencial foi desagregado em subconjuntos, a partir da utilização dos imóveis. Tais subconjuntos estão descritos a seguir: Comércio e Serviços; Industrial e Outros. Somente o subconjunto Outros não foi apresentado segundo as tipologias dos imóveis, tendo em vista sua diversidade.

3 - Os dados foram retirados do Cadastro Imobiliário da SMF e referem-se ao número de guias emitidas até setembro de 2000.

4 - Não inclui imóveis informais, não cadastrados pela SMF.

5 - A tipologia Proletário designa uma unidade autônoma popular.

(1) A tipologia Outros inclui sala, loja, sobreloja, galpão, indústria, telheiro, especial, apart hotel e construção secundária.

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)