

DESTAQUE PARA A GAROTA CARIOCA

corpo, sociabilidade
e comunicação na cidade

Conselho Editorial

Alex Primo – UFRGS
Álvaro Nunes Lorangeira – UTP
André Parente – UFRJ
Carla Rodrigues – PUC-RJ
Ciro Marcondes Filho – USP
Cristiane Freitas Gutfreind – PUCRS
Edgard de Assis Carvalho – PUC-SP
Erick Felinto – UERJ
Francisco Rüdiger – PUCRS
Giovana Scareli – UFSJ
J. Roberto Whitaker Penteado – ESPM
João Freire Filho – UFRJ
Juremir Machado da Silva – PUCRS
Marcelo Rubin de Lima – UFRGS
Maria Immacolata Vassallo de Lopes – USP
Michel Maffesoli – Paris V
Muniz Sodré – UFRJ
Philippe Joron – Montpellier III
Pierre le Quéau – Grenoble
Renato Janine Ribeiro – USP
Rose de Melo Rocha – ESPM
Sandra Mara Corazza – UFRGS
Sara Viola Rodrigues – UFRGS
Tania Mara Galli Fonseca – UFRGS
Vicente Molina Neto – UFRGS

Apoio:



DESTAQUE PARA A GAROTA CARIOCA

corpo, sociabilidade
e comunicação na cidade

Euler David de Siqueira
Denise da Costa Oliveira Siqueira



Editora Sulina

© Autores, 2017

Capa:

Like Conteúdo

Editoração e projeto gráfico:

Vânia Möller

Revisão:

Vânia Möller

Revisão gráfica:

Miriam Gress

Editor:

Luis Antônio Paim Gomes

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação CIP
Bibliotecária Responsável: Denise Mari de Andrade Souza – CRB 10/960

S619d Siqueira, Euler David de

Destaque para a garota carioca: corpo, sociabilidade e comunicação na cidade / Euler David de Siqueira e Denise da Costa Oliveira Siqueira. -- Porto Alegre: Sulina, 2017.

237 p.

ISBN: 978-85-205-0778-0

1. Sociologia. 2 Comunicação Social – Meios. 3. Imaginário.
4. Antropologia. I. Título. II. Siqueira, Denise da Costa Oliveira.

CDU: 316

CDD: 302.23

Todos os direitos desta edição reservados à

Editora Meridional Ltda.

Av. Osvaldo Aranha, 440 cj. 101 – Bom Fim

Cep: 90035-190 Porto Alegre-RS

Tel: (0xx51) 3311-4082

www.editorasulina.com.br

e-mail: sulina@editorasulina.com.br

{Junho/2017}

IMPRESSO NO BRASIL/PRINTED IN BRAZIL

Sumário

9	Introdução Corpo, sociabilidade e comunicação na cidade
	I No aeroporto
16	Samba no Galeão: corpo, cultura e representações do Rio de Janeiro
40	O aeroporto como fronteira na construção da identidade nacional
	II Nos postais
60	O corpo como imaginário da cidade
77	Corpos autorizados: comunicação, poder e turismo
101	<i>La plus belle ville du monde</i> : etnocentrismo nos discursos sobre Paris
	III Na cidade
122	“Jesus Cristo, eu estou aqui!”: notas para uma antropologia das emoções
150	O sabor do autêntico: a feijoada na construção da identidade carioca
178	Copacabana Palace: a construção simbólica de um hotel de luxo
196	O imaginário da diferença: identidade e etnocentrismo na publicidade
213	Pós-fácio
219	Referências
229	Material jornalístico e informativo citado
235	Sobre os autores

*Pour nos amours,
Thales et Marcel.*

Livros surgem de ideias e de diálogos sobre essas ideias, principalmente quando as obras têm dois autores. Por isso, somos gratos a colegas pesquisadores e a alunos de pós-graduação no Brasil e no exterior pelas indicações de caminhos para a pesquisa, críticas e sugestões.

Somos gratos também às agências de fomento à pesquisa (Capes, CNPq, Faperj e Fapemig) e aos programas de pós-graduação nos quais atuamos como docentes pelos apoios para deslocamentos a congressos, para aquisição de equipamentos para realização da pesquisa, pelas bolsas de produtividade em pesquisa (CNPq/UERJ-Faperj) que permitiram produzir e organizar esse material. Finalmente, agradecemos à Faperj a verba, conquistada via edital, que possibilitou materializar nossas ideias.

Professor

O professor disserta
sobre ponto difícil do programa.
Um aluno dorme,
cansado das canseiras desta vida.
O professor vai sacudi-lo?
Vai repreendê-lo?
Não.
O professor baixa a voz
com medo de acordá-lo.

(Carlos Drummond de Andrade)

Poesia errante. 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 1989, p. 31.

Introdução

Corpo, sociabilidade e comunicação na cidade

A cidade é habitada por muitos tipos diferentes. Sua riqueza é feita dessa pluralidade. Nessa *ambiance*, anonimato e solidão não necessariamente são aspectos negativos, ao contrário, abrem possibilidades para novas relações. Assim, resultado de um fluxo de sujeitos, a cidade reúne aqueles que nela habitam, aqueles que encontram-se de passagem nela permanecendo apenas o tempo suficiente para retornar depois a seu mundo cotidiano, aqueles que vieram de fora mas decidiram ficar. Ei-nos entre o morador, o viajante ou o turista e o estrangeiro.

Este é um livro sobre os encontros desses diferentes tipos de atores na cidade. Em seus encontros, o corpo, a comunicação e a sociabilidade ocupam papéis significativos para a construção do imaginário. Escrevemos especialmente sobre o Rio de Janeiro, onde vivemos, mas também fazemos referência a Paris, onde moramos por dois anos e a cidades do Uruguai, por onde passamos. Portanto, nós também experimentamos ser moradores, estrangeiros e viajantes.

Destaque para a garota carioca é a emblemática frase-legenda que explica as imagens de certos cartões-postais do Rio de Janeiro produzidos até início dos anos 2000. Enquanto a maior parte dos postais sobre a cidade retratava mo-

numentos, paisagens, cenários urbanos, alguns davam destaque para a “garota carioca”. A ideia do corpo feminino como imagem, como representação de uma cidade nos intrigou e tornou-se nosso problema de pesquisa para a construção do fio condutor deste livro.

Um olhar atento aos discursos e às representações em torno do turismo no Rio de Janeiro apontou para uma presença forte do corpo em cena. Ao buscar entender essa presença, encontramos elementos de caráter histórico, político, econômico, cultural e mesmo uma forte participação do Estado nessa construção. Tais discursos encontraram suporte e voz poderosa nos meios de comunicação de massa. Revistas, programas de televisão, filmes e *sites* informativos reproduzem e dinamizam um imaginário sobre o Rio de Janeiro em que muito frequentemente o corpo tem destaque.

Estudar esse corpo que representa cultura e que ocupa espaço no imaginário é entender o turismo em uma perspectiva socioantropológica, para além do discurso exclusivamente econômico. O que é dito sobre o turismo, notadamente nos discursos daqueles que atuam ativamente em sua produção, gestão, promoção, divulgação e comercialização, por vezes, não deixa entrever a possibilidade de que no interior desse campo elaboram-se representações, relações sociais e construções sociais das emoções e dos gêneros interessantes para se entender a sociedade em que estamos inseridos.

Desse modo, no fenômeno social total que é o turismo podemos identificar ideologia, relações de poder, etnocentrismo, emoções socialmente construídas, produção de sentidos. O turismo seria um espaço ainda relativamente não explorado no sentido de não ser protegido; um ambiente ainda isento de “reflexividade” no sentido sociológico moderno e cuja crítica

– notadamente a sociológica e a antropológica – apesar dos esforços dos últimos anos, ainda não se encontra suficientemente amadurecida e cristalizada.

Devido muito provavelmente ao pouco interesse manifestado por parte das ciências humanas mais críticas, especialmente a sociologia, em tomar o turismo como objeto de suas análises, variadas manifestações duramente criticadas em outras esferas sociais, dentre as quais o etnocentrismo, encontram no turismo um terreno para se desenvolver. Some-se a isso a resistência ou o desconhecimento em admitir-se a ideia de que o turismo fornece um campo ideal ao exercício dessa relação social. Essas são algumas das razões que nos levaram a empreender o estudo que resultou neste livro.

No intuito de organizar nossas ideias e guiar o leitor, dividimos nosso livro em três partes temáticas. Não se trata de partes isoladas, mas antes de divisórias que dialogam e cujas fronteiras são esmaecidas. Dessa forma, alguns capítulos poderiam figurar em mais de uma parte. Não consideramos isso uma falta, mas uma qualidade de textos que se articulam, mostrando a linha de pensamento que os permeia.

Na primeira parte do livro, *No aeroporto*, levantamos uma discussão sobre o corpo como representação de “uma cultura e uma identidade brasileiras”, sendo oferecido como espetáculo, com aval do Estado, a estrangeiros que chegam ao Rio de Janeiro. A hospitalidade assume toda sua importância na recepção de estrangeiros, momento em que a emoção socialmente construída é capaz de inverter o jogo e apaziguar ânimos exaltados. Em seguida, discutimos a ideia do aeroporto internacional como fronteira simbólica na construção da identidade. Em ambos os capítulos o olhar é sobre a relação dos brasileiros para com estrangeiros que desembarcam no

país – uma relação mediada por discursos dos meios de comunicação de massa.

Na segunda parte, *Nos postais*, nos dedicamos a estudar a riqueza simbólica dos cartões postais sobre o Rio de Janeiro e sobre Paris. Mídia antiga, mas atualizada por aplicativos e tendo sua circulação facilitada por dispositivos eletrônicos móveis conectados a redes, os postais são um suporte fascinante para a apreensão de imagens e imaginários sobre as diferentes localidades. Um postal é uma síntese em forma de imagem visual, fotográfica, de um conjunto de representações impecáveis. Nos postais que analisamos, o corpo feminino é mostrado como paisagem do Rio. Fazemos uma reflexão sobre esse uso do corpo e sobre leis que no século XXI coíbem sua veiculação em nome da luta contra o turismo sexual. Em seguida, investigamos o etnocentrismo nos discursos de meios de comunicação de massa franceses sobre Paris, cidade que se autoproclama “o centro do mundo” em um cartão postal.

A terceira parte do livro, *Na cidade*, se dedica ao estudo do turismo no espaço urbano, com três capítulos sobre o Rio e um sobre um comercial uruguaio. Essa parte tem início com um artigo sobre a polêmica escolha da estátua do Cristo Redentor do Rio como uma das “sete maravilhas do mundo moderno” há alguns anos. Em sequência, apresentamos um texto sobre a discussão acerca da feijoada como prato “típico”, autêntico da cidade do Rio de Janeiro e outro sobre a produção de sentidos na construção simbólica de um hotel de luxo na “praia mais célebre do mundo”. Esses dois últimos foram escritos, em versão inicial, para apresentação em colóquios internacionais em Saint-Brieuc, na França, encontros acadêmicos organizados pela Université de Rennes 2. Encerra o livro um capítulo sobre o imaginário uruguaio acerca da identidade

dos brasileiros, veiculado em um comercial de TV uruguaio exibido no Brasil.

Este livro constitui o resultado de mais de uma década de pesquisas conjuntas abordando e aprofundando a discussão sobre corpo, mídia e produção de sentidos no turismo e na cidade. No processo de construção da pesquisa, apresentamos em congressos, seminários, aulas no Brasil e no exterior algumas das reflexões aqui publicadas. Tais apresentações foram fundamentais para troca de ideias e aprimoramento dos capítulos que agora compõem esta obra.