

# Burgueses e nobres: imaginários e modos de vida em Copacabana e Petrópolis

Bourgeois and nobles: imagery and ways of life in Copacabana and Petrópolis

William Corbo<sup>1</sup>

E-mail: wacorbo@gmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4897-1311>

Everardo Rocha<sup>2</sup>

E-mail: everardo@puc-rio.br

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-5821-1917>

Isabel Feix<sup>3</sup>

E-mail: isabelfeix@gmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4828-2225>

---

**Resumo:** Este trabalho analisa como, nas décadas de 1940, 1950 e 1960, a elite brasileira experimentava hábitos burgueses em Copacabana e, nas férias de verão, finais de semana e feriados, vivenciava aspectos de um estilo de vida de nobres em Petrópolis. No bairro da Zona Sul do Rio de Janeiro, as novidades de entretenimento e consumo proporcionavam ares cosmopolitas; nas serras do estado, a recuperação de espaços históricos e a retomada de símbolos aristocráticos remetiam ao passado imperial. Realizamos entrevistas com informantes que moraram ou frequentaram as duas localidades e analisamos reportagens e anúncios de duas importantes publicações da época: o jornal *O Globo* e a revista *O Cruzeiro*. Em suma, este estudo revela as formas pelas quais uma ideologia que projetava a imagem do Brasil como uma grande *communitas* (DaMatta, 1973) possibilitou uma resposta particular à ambiguidade típica do mundo moderno entre burgueses e nobres: viver ora uma coisa, ora outra; burgueses em Copacabana, nobres em Petrópolis.

**Palavras-chave:** Burgueses; Nobres; Copacabana; Petrópolis; Imaginário brasileiro.

**Abstract:** This work analyses how, in the 1940s, 1950s and 1960s, a Brazilian elite experienced bourgeois habits in Copacabana and, during summer vacation, weekends and holidays, they experienced aspects of a noble lifestyle in Petrópolis. In the neighborhood of the South Zone of Rio de Janeiro, the novelties of entertainment and consumption provided cosmopolitan airs; in the mountains of the state, the restoration of historic places and the recovery of aristocratic symbols referred to the imperial past. We conducted interviews with informants who lived or attended the two locations and analyzed reports and advertisements from two important publications of the time: the newspaper *O Globo* and the magazine *O Cruzeiro*. In short, this study reveals the ways in which an ideology that projected the image of Brazil as a great *communitas* (DaMatta, 1973) made possible a particular response to the ambiguity typical of the modern world between bourgeois

<sup>1</sup> Universidade Federal do Rio de Janeiro. Departamento de Antropologia Cultural. Largo do São Francisco de Paula 1, 20051-070, Rio de Janeiro/RJ, Brasil.

<sup>2</sup> Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Comunicação Social e Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Rua Marquês de São Vicente 124, 22451-040, Rio de Janeiro/RJ, Brasil. Bolsista de Produtividade em Pesquisa do CNPq. Bolsista do Programa Cientista do Nosso Estado da Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro.

<sup>3</sup> Universidade Católica Portuguesa. Católica Lisbon School of Business and Economics. Palma de Cima, 1649-023, Lisboa, Portugal.

and nobles: to live one time this, another time that, bourgeois in Copacabana, nobles in Petrópolis.

**Keywords:** Bourgeois; Nobles; Copacabana; Petrópolis; Brazilian Imagery

## Dois modos de sentir a vida

O objetivo deste artigo é examinar as formas pelas quais, nos anos 1940, 1950 e 1960, a elite brasileira vivenciava modos burgueses no bairro de Copacabana e, durante o verão, feriados e finais de semana, experimentava aspectos de uma vida de nobres na cidade de Petrópolis. De forma mais específica, em um lugar as inovações cosmopolitas de entretenimento e consumo, no outro a retomada de espaços e símbolos aristocráticos. Para tanto, utilizamos duas estratégias de pesquisa. Primeiramente, realizamos entrevistas semiestruturadas com 14 informantes, sendo nove mulheres e cinco homens, que moraram ou frequentaram as duas localidades no período estudado. À época das entrevistas, entre 2016 e 2019, esses informantes tinham entre 65 e 93 anos. Utilizamos a técnica *Snowball* (Blernacki e Waldorf, 1981; Heckathorn, 1997; Handcock e Gile, 2011, na qual os participantes indicam novos entrevistados. Em seguida, investigamos reportagens e anúncios em duas das publicações de maior circulação da época: o jornal *O Globo* e a revista *O Cruzeiro*. Os discursos dos informantes e os textos expressos nos meios de comunicação figuram, retomando Émile Durkheim (1970 [1906]), como representações coletivas elaboradas nas relações dos indivíduos com seu grupo e concretizadas como forma de sociabilidade e conhecimento nas narrativas midiáticas.

No período aqui estudado, a sociedade brasileira foi palco de importantes transformações sociais, políticas e econômicas. O início desse movimento se dá com a chegada de Getúlio Vargas ao poder em 1930, onde permaneceria até 1945, com o fim do Estado Novo. Entre outras medidas, uma política nacionalista foi colocada em prática, leis trabalhistas estabelecidas, empresas estatais criadas, obras públicas expandidas e, como mais nos interessa neste estudo, uma identidade nacional formatada e divulgada de maneira incisiva para unificar o país. Iniciativas desse tipo seguiram relevantes na segunda passagem de Getúlio Vargas pelo poder, entre 1951 e 1954, em um governo marcado pelo investimento público na infraestrutura, na industrialização e na criação de empresas estatais em setores estratégicos. Em 1956, o então presidente Juscelino Kubitschek instituiu o Plano de Metas, que estimulava a atuação do Estado e do setor privado, inclusive o estrangeiro, no desenvolvimento nacional e tinha como símbolo de modernização a construção de Brasília, capital federal

a partir de 1960. Os anos seguintes, dos governos de Jânio Quadros e João Goulart, seriam marcados por crises econômicas e instabilidades políticas. À altura do golpe militar de 1964, já estava estabelecida uma sociedade urbano-industrial no país, orientada por uma ideologia que pretendia articular elementos do capitalismo e características da vida social brasileira (Mello, 1990).

Como pano de fundo desse processo, observamos o surgimento de um pensamento social que mudava a compreensão do Brasil, visto até então como fadado ao fracasso por suas características constitutivas. Entra em cena uma interpretação positiva de nossas particularidades. Podemos citar a abordagem de Gilberto Freyre (1975 [1933], 2013 [1936]) e o destaque que confere aos paradoxos de economia e cultura, que revelariam dualidades fundamentais em nossa experiência social. Uma de suas contribuições está na interpretação da sociedade brasileira como equilíbrio entre contrários que proporcionaria um ambiente pujante. Em suas palavras: “Talvez em parte alguma se esteja verificando com igual liberdade o encontro, a intercomunicação e até a fusão harmoniosa de tradições diversas, ou antes, antagônicas, de cultura, como no Brasil” (Freyre, 1975 [1933], p. 52). Também Sérgio Buarque de Holanda (1995 [1936]), que analisa, na vida brasileira, o predomínio de uma sociabilidade avessa à esfera pública e à ordenação impessoal, ressalta a importância da cordialidade (que não se confunde com civilidade ou polidez) contrária aos formalismos e que constitui uma ética emotiva. Enfim, é momento em que ganha centralidade a ideia do Brasil como “laboratório da civilização” (Ramos, 2015 [1948]), que buscava, inclusive por meio de ações governamentais, consolidar uma identidade nacional capaz de articular o passado com o presente, projetar o futuro e incorporar nossa diversidade cultural.

Neste artigo, pretendemos analisar as formas pelas quais essa sociedade, atravessada por uma ideologia que entendia a si mesma como uma grande *communitas* (DaMatta, 1973; Turner 1974 [1969]), apresentou, nos anos 1940, 1950 e 1960, uma maneira particular de lidar com as contradições entre burguesia e nobreza enfrentadas na modernidade: dois lugares geográficos para ser uma coisa ou outra. Copacabana, que vivenciou grande crescimento populacional e mudanças em sua imagem urbana, com a proliferação de edifícios luxuosos e todo tipo de comércio sofisticado, era a morada das elites, centro de

vibração cultural e palco das mais diversas inovações de entretenimento e consumo, características típicas daquilo que Peter Gay (2002) descreve como sendo experiência burguesa, que se associa às efervescências dos grandes centros urbanos da modernidade e a uma cultura cosmopolita. Petrópolis, que também passou por mudanças na sua malha urbana, recuperou seus espaços históricos e de preservação da memória. Consolidou-se como polo de veraneio requintado e destino turístico das elites, ao recuperar dimensão aristocrática e de preservação da memória, oferecendo aspectos de um estilo de vida relacionado à antiga experiência de ser nobre.

Para compreender esse cenário, analisamos as entrevistas realizadas com os informantes e seus relatos sobre símbolos, marcas e histórias vivenciadas nas localidades. Assim, a abordagem se insere na tradição de estudos da história oral, já que se trata de um espaço de contato com quem viveu fatos narrados, o que oferece interpretações qualitativas desses processos histórico-sociais (Lozano, 2006). Além disso, recorreremos a reportagens e anúncios publicados no jornal *O Globo* e na revista *O Cruzeiro*. A escolha das fontes se deu pelo impacto de ambas no contexto estudado. Nos anos 1950, *O Globo* era o vespertino de maior circulação no Rio de Janeiro, com uma tiragem que girava em torno de 100 mil exemplares (Ribeiro, 2000). Na mesma década, *O Cruzeiro* se consolidou como uma das principais publicações do país, a “testemunha de uma época” (Barbosa, 2002). A tiragem da revista chegou a 850 mil exemplares (Meyrer, 2007). Suas fotorreportagens seguiam padrão de qualidade internacional e propagavam, inclusive com o empenho pessoal de seu proprietário, Assis Chateaubriand, uma certa modernização brasileira, que articulava valores do mundo desenvolvido e características nacionais (Meyrer, 2007; Louzada, 2013). Os depoimentos de nossos informantes e os materiais publicados na imprensa formam um “manuscrito estranho”, a partir do qual buscamos elaborar uma “descrição densa” (Geertz, 2008 [1973]) dos imaginários (Baczko, 1985) de Copacabana e Petrópolis.

## Burgueses em Copacabana

Copacabana está localizada na Zona Sul da cidade do Rio de Janeiro. Sua ocupação mais sistemática aconteceu a partir da abertura do chamado Túnel Velho, em 1892, e do Túnel Novo, em 1906. Inseridas em um processo de expansão da malha urbana para a região litorânea, essas obras estabeleceram maiores conexões entre o bairro e

outras áreas da cidade (Velho, 1975). A partir dos anos 1920, consolidou-se como lugar de prestígio e elegância, conquistando reconhecimento internacional. Para tanto, foram fundamentais a popularização dos banhos de mar entre as elites cariocas, uma lógica de culto ao corpo e a construção de empreendimentos luxuosos (O'Donnell, 2011). O pioneiro e mais emblemático foi o Copacabana Palace, inaugurado em 1923. Sua construção foi incentivada pelo então presidente Epitácio Pessoa, que desejava um hotel de alto padrão para abrigar os visitantes da Exposição Universal de 1922, na comemoração do Centenário da Independência. Octávio Guinle, seu proprietário, contratou o renomado arquiteto Joseph Gire para elaborar o projeto, que seguiu os padrões da sofisticada hotelaria da Riviera Francesa (O'Donnell, 2011). Com o requinte de seu restaurante, cassino, piscina, teatro e hospedagens, o Copacabana Palace se constituiu como ponto de encontro da elite carioca e do turismo nacional e internacional<sup>4</sup>.

Nos anos 1940, 1950 e 1960, o Copacabana Palace figurava como importante expoente do estilo de vida das famílias de políticos, industriais, artistas, médicos, empresários, juristas, intelectuais, funcionários públicos e militares de alta patente, que cada vez mais passaram a frequentar e estabelecer residência em Copacabana, bairro símbolo de um país que se modernizava. É o que podemos perceber na matéria “Solidariedade a um homem representativo”, publicada por Alceu Pereira, em 18 de agosto de 1951, na revista *O Cruzeiro*. O texto relata a demonstração pública de confiança em forma de homenagem a Ricardo Jaffet, presidente do Banco do Brasil. No evento, estiveram presentes e discursaram senadores, deputados, presidentes de associações comerciais, embaixadores, ministros, banqueiros e jornalistas; gente como Nereu Ramos, Juscelino Kubitschek, Oswaldo Aranha, Café Filho, Amaral Peixoto e Negrão de Lima. Informa a matéria:

*Líderes de todas as classes sociais, ministros e altas patentes militares reunidos em torno do Sr. Ricardo Jaffet consagravam um administrador ao mesmo tempo em que, pela palavra dos oradores que saudaram o homenageado, manifestaram as esperanças da nação no espírito empreendedor do presidente do Banco do Brasil, no sentido de vê-lo alargar cada vez mais a superfície econômico-financeira que já conquistou para as atividades produtoras nacionais, tornando onipresente, neste território de riqueza pública e bem-estar social, a ação salutar e estimuladora do nosso principal instituto de crédito, unindo-o cada vez mais aos desti-*

<sup>4</sup> Se outros hotéis de luxo do Rio de Janeiro, como o Hotel Glória, envelheceram e fecharam as portas, o Copacabana Palace segue em atividade e como destacado símbolo da elite carioca e brasileira. Em 1989, a família Guinle vendeu a propriedade para a Belmond, que opera hotéis refinados em diversos países. Recentemente, em 2018, a Belmond (incluindo o Copacabana Palace) foi comprada pelo LVMH, o maior conglomerado de luxo do mundo.

*nos dos que, no Brasil, constroem, nas indústrias e nos campos, a grandeza da nacionalidade (O Cruzeiro, 18 de agosto, 1951)*<sup>5</sup>.

Eventos como esse aconteciam com frequência nos salões do Copacabana Palace e reuniam famílias tradicionais do Rio de Janeiro, então capital federal, além de outras personalidades das elites nacionais e internacionais. Uma das ocasiões mais importantes e esperadas era seu famoso baile de carnaval, que mobilizava grandes investimentos e ocupava as colunas sociais dos principais veículos de imprensa com detalhes dos preparativos e acontecimentos da celebração. A reportagem “Sábado – Baile no Copacabana”, publicada por José Amádio, na revista *O Cruzeiro* em 11 de março de 1950, narra os detalhes da celebração daquele ano, quando o hotel abriu seus quatro salões para “um dos mais fabulosos bailes de sua história”, marcado por um ambiente belo e luxuoso, no qual os participantes confraternizavam trajados com fantasias autênticas e bem elaboradas.

Ao mesmo tempo que contribuía para a sustentação das redes de sociabilidade das elites locais, eventos realizados no hotel também proporcionavam o contato com experiências, comportamentos e práticas internacionais. “Paris desfila no Copacabana”, publicada em 25 de janeiro de 1958, também em *O Cruzeiro*, conta os detalhes de um evento que apresentou as novidades da moda francesa para convidados. A chamada dizia: “O costureiro Jacques Heim mandou ao Rio sua notável coleção de modelos – Noite elegante à beira de uma piscina”. Personalidades de prestígio na vida brasileira acompanharam de perto o desfile das modelos internacionais, que revelaram “uma coleção de vestidos que Paris receita para o mundo”:

*Numa passarela vermelha, de meio metro de largura e cem de extensão, cercada de mesas azuis e água verde – a água da piscina do Copacabana Palace – cinco manequins franceses apresentaram, na semana passada, a nova coleção do costureiro Jacques Heim. Foram exibidos trajes de praia, passeio, coquetel e noite, num total de 35 modelos. Cerca de 800 pessoas presenciaram o desfile cuja renda foi doada à Organização das Pioneiras Sociais pelos promotores, Panair do Brasil e Copacabana Palace. Das janelas dos edifícios vizinhos, muita gente assistiu de graça e sem traje de gala à bonita festa de elegância internacional. (O Cruzeiro, 25 de janeiro, 1958).*

4

A presença do Copacabana Palace como elemento central da sociabilidade no bairro, por possibilitar expe-

riências prestigiosas e cosmopolitas, também é destacada por nossos informantes. Segundo Marina<sup>6</sup>, que frequentava Copacabana quando jovem, pois era local de moradia de seus avós e amigos, “A cidade começou a explodir com o Copacabana Palace, que tinha um teatro maravilhoso e um restaurante, o Bife de Ouro, que era o máximo dos máximos”. Ana Lúcia, moradora do bairro durante toda a vida, relata: “O Copacabana Palace eu frequentei muito, porque a piscina antes era aberta ao público, e você conseguia ir lá tomar um banho de piscina. Era gostoso, mas depois começaram a fechar e não deixar qualquer um entrar”. Rosana, que também viveu toda sua vida no bairro, destaca a importância do hotel nas experiências cotidianas dos moradores: “O Copacabana Palace é uns três anos mais moço que eu. Eu ia no restaurante muito e na piscina. Meu pai adorava ficar lá! Quando ele demorava pra chegar, a gente ligava para lá e mandava ele voltar! Tinha um teatro no hotel também, era lindo, cheio de veludo”.

Para além do famoso hotel, Copacabana experimentou, nesse período, a emergência de uma ampla variedade de espaços de consumo e entretenimento, o que impulsionava sua imagem como centro de inovações urbanas de espírito burguês e cosmopolita. Esse processo aconteceu com maior ímpeto a partir de meados dos anos 1940, com a abertura de filiais de estabelecimentos comerciais tradicionais do centro da cidade, que tinham como foco um público de elite. Podemos citar a Confeitaria Colombo, as lojas O Príncipe, Gerbara, Casa Geli, Casa Bastos, A Imperial, Casa Barbosa Freitas, Casa Olga e Lojas Americanas. Também surgiram espaços como as galerias Duvivier, que contava com aproximadamente 100 lojas, e Menescal, sempre com grande movimento (Cardoso *et al.*, 1986); cinemas, como o Cine Flórida, a boate Vogue, o supermercado Disco, o shopping Centro Comercial de Copacabana, a pizzaria Tamaraty e a lanchonete Bob’s. Espaços como esses contribuíram para a consolidação de Copacabana como uma espécie de cidade dentro da cidade. Para se ter uma ideia, em 1950 o bairro contava com 793 estabelecimentos, entre lojas, restaurantes, bares e cafés, impulsionando a imagem de “lançador de todas as novidades comerciais” (Machado, 1992, p. 102). Essa ideia se expressa em um anúncio do Centro Comercial de Copacabana, publicado no jornal *O Globo* de 11 de julho de 1956:

*Uma verdadeira cidade dentro de um só edifício! O “Shopping Center” de Copacabana. Monumental empreendimento arquitetônico: o Centro Comercial de Copacabana, o primeiro com suas*

<sup>5</sup> Optamos por atualizar a grafia de todas as citações de anúncios, matérias jornalísticas e decretos presentes neste artigo.

<sup>6</sup> Optamos por apresentar os informantes deste trabalho com nomes fictícios.

*características, no Rio de Janeiro! 23 mil m<sup>2</sup> a área de construção! 465 unidades ao todo! 242 conjuntos para escritórios e consultórios! 151 lojas e sobrelojas! 6 escadas rolantes com capacidade de transporte de 30 mil pessoas por hora! 72 apartamentos domiciliares! Um Mercadinho e uma Boite-Restaurante! Um empreendimento à altura do progresso de Copacabana! (O Globo, 11 de junho, 1956).*

Isso também é reforçado nos discursos de nossos informantes. Antônio, nascido em Copacabana, onde viveu até o início da vida adulta, conta sobre a sociabilidade no cinema e a importância de uma inovação tecnológica, o ar-condicionado:

*Naquela época não existia quase ar-condicionado, era veneziana, então você imagina o calor que não era um cinema todo fechado com veneziana. O primeiro aparelho de ar-condicionado que teve aqui no Rio foi no [Cinema] Metro, em Copacabana. Então, quem não entrava no Metro ficava na porta, porque recebia o ar-condicionado. Quando chegava na parte da tarde, batia o calor e ficava todo mundo ali na frente pegando o ventinho.*

Marina, que circulava pelo bairro com seus amigos e ao visitar seus avós durante a juventude, fala sobre outros espaços de comércio e pontos de encontro que agitavam a vida cotidiana em Copacabana:

*Copacabana era o point! Eu, por exemplo, morava no Jardim Botânico, mas onde nós saíamos e nos encontrávamos era Copacabana. A primeira loja Americanas foi em Copacabana, o primeiro Bob's também foi em Copacabana... Essas eram as nossas diversões, os points! A primeira vez que eu fui a uma boate foi na Vogue, que era em Copacabana. Eu fui! Botei um vestido... Era o auge!*

Arlete, professora aposentada que morou toda sua vida em Copacabana, fala sobre as atrações e novidades desses e de outros famosos espaços de comércio e sociabilidade do bairro:

*Eu lembro que as Americanas faziam uma promoção que era cachorro-quente e Coca-Cola. Então, você comia um cachorro-quente e ganhava duas Coca-Colas. O cinema Metro ficava ali perto, e naquela época vinham artistas dos Estados Unidos para fazer shows no Metro. Eu fui lá às 10 horas da manhã, e o negócio era às 4 horas da*

*tarde! A gente saía do cinema e ia nas Americanas, a gente sentava tipo numa bancada para tomar sorvete. Ah, no Banana Flakes tinha Banana Split, que era tipo uma jangadinha que vinham três bolas de sorvete, uma banana embaixo e marshmallow com chocolate e amendoim. Era um barato, porque tinha uma loja, onde hoje é uma agência do Bradesco, ali na esquina da Santa Clara, chamada Barbosa Freitas, uma das primeiras lojas de departamento que aconteceram em Copacabana. Então essa loja foi uma sensação, vendia tudo: capa de chuva, roupa, blusa, bolsa, lençóis... Os modelos que a gente gostava! Era ótima! Eu tinha uma capa de chuva que eu amava da Barbosa Freitas, e foi um acontecimento!*

A consolidação da imagem de Copacabana como palco de inovações de entretenimento e consumo aconteceu em meio ao vertiginoso crescimento populacional do bairro. Entre 1940 e 1950, sua população saltou de 74.133 para 129.249 habitantes (Geiger, 1960). Trata-se de um processo no qual Copacabana se verticalizou e grandes edifícios foram construídos em suas diversas regiões, passando pela praça do Lido, Leme, Avenida Atlântica e postos 4, 5 e 6 (Velho, 1975; Abreu, 1987). A maior parte das construções projetadas para dar conta do grande crescimento populacional do bairro era direcionada para compradores que gozavam de excelente condição financeira. O jornal *O Globo*, de 18 dezembro de 1957, traz a propaganda de um desses empreendimentos luxuosos. Trata-se do Edifício Dior, apresentado como uma construção de “alto padrão de conforto, para famílias de fino tratamento, com apenas um apartamento por andar”. O texto ainda exalta sua arquitetura moderna, o requinte do acabamento e a existência de garagem para as unidades: “Hall de mármore, Pinturas a óleo, Cozinha e banheiro azulejados até o teto, Máquina de lavar roupa, Ferragens La-Fonte, Telefone interno ligado à porta”. Ou seja, uma perfeita morada para a alta burguesia que gostaria de vienciar ao máximo a experiência elitizada de Copacabana.

Outros dois anúncios de empreendimentos imobiliários de Copacabana também publicados em *O Globo* reforçam essa ideia. Em 17 de outubro de 1951, foi apresentado aos leitores o Edifício D'Artagnan, localizado no Posto 3 e que oferecia apartamentos compostos por duas salas, três quartos, dois banheiros sociais, copa e cozinha, dependência de empregada e garagem. A peça destacava: “Construção sobre pilotis. Acabamento de luxo. Aplicação de sancas nos quartos e salas. Pinturas a óleo. Ferragem LA FONT. Antena para televisão ‘Master System’<sup>7</sup>”. Outro anúncio no mesmo jornal,

<sup>7</sup> A televisão estreou no Brasil em setembro de 1950, quando Assis Chateaubriand colocou no ar a TV Tupi. Até o final da década, aparelhos televisores figuravam apenas nas casas das famílias mais abastadas do país (Aucar, 2016). Nesse sentido, podemos considerar a disponibilidade, já na construção, de antena para televisão em apartamentos anunciados em 1951 como importante indicador do alto luxo do empreendimento.

de 14 de novembro de 1956, detalha o lançamento do Edifício Coryantes, localizado na Avenida Atlântica e com uma residência por andar. Os apartamentos amplos e luxuosos contavam com hall, galeria, jardim de inverno, biblioteca, sala de jantar, quatro dormitórios, três banheiros, copa e cozinha, três quartos de empregadas, área de serviço e garagem. E o refinamento atravessado pelas inovações tecnológicas e comerciais seguia: “Ar condicionado. Instalação central de água quente. Hall, galeria, jardim de inverno e banheiros com pisos em mármore. Pintura a óleo. Telefones internos. Lajes à prova de ruídos. Elevadores ‘Otis’”.

Esses empreendimentos, localizados em um bairro que projetava um imaginário burguês, com diversas opções de entretenimento e consumo, rapidamente se consolidaram como morada das famílias da alta sociedade, que antes viviam espalhadas por outras regiões da cidade. Vejamos o que dizem sobre isso quatro de nossos informantes. Primeiro Angela, que viveu a infância no Grajaú, até se mudar com a família para Copacabana:

*A gente foi para Copacabana porque o meu pai quis. Ele tinha se separado da minha mãe, ficou três anos fora e voltou já como aviador. Então ele já estava com outra mentalidade, e achava que o Grajaú era provinciano. Ele queria Copacabana, pois os colegas dele moravam em Copacabana, então ele queria ir para lá. E aí nós fomos todos para lá e eles foram tentar o casamento de novo.*

Maria Luiza, que nasceu e vive até hoje em Copacabana, fala do deslocamento da alta sociedade para o bairro, esses indivíduos que tinham suas vidas retratadas nas colunas sociais:

*Aqui tinha muito glamour, alta sociedade... Aqui na Avenida Atlântica, quando construíram a piscina do Copacabana [Palace], construíram o shopping... A sociedade veio morar muito por aqui porque tinha mais badalação de festa. Esses colunáveis todos! Na coluna de Ibrahim Sued você ficava sabendo de tudo, todo mundo queria sair na coluna dele!*

O relato de Selma, que se mudou para Copacabana quando criança e vive no bairro até hoje, descreve o local por meio de suas atividades comerciais, dos transportes que aproximavam o centro da cidade, da sociabilidade nas igrejas e do contato frequente com personalidades do mundo político:

*Ali no centro comercial de Copacabana, ali eu ia... Chamava Lojas Cruzeiro, era uma casa antiga que você tinha*

*um cara que fazia camisa para as mulheres, um cara que fazia camisa para homem... Camisa mesmo, de colarinho, fazia terno... E embaixo era uma estação de bonde, então se eu queria ir para a cidade, eu ficava ali, olhava o bonde e via que horas o bonde ia sair e ia para a cidade. A igreja aqui não era essa igreja grande, era uma igreja bonita, e a missa de domingo ao meio-dia era a missa chique, então quem vinha era o Doutor Tancredo Neves com a Dona Risoleta, o Juscelino Kubitschek com a Dona Sara... Você via a Lucia Pedrosa com o José Pedrosa, tudo gente importante, políticos importantes... Morava todo mundo aqui pela Avenida Atlântica, então, a gente encontrava esse pessoal todo... E como meu pai era mineiro também e tinha sido vereador, esse negócio, você conhecia... O Juscelino Kubitschek vinha aqui em casa, era uma época boa! A mulher do Juscelino costurava com uma senhora que morava aqui no sétimo andar. Era a Dona Diná, que era um amor e também era de Belo Horizonte. Então, ele vinha aqui enquanto isso e ficava... conversava com a gente enquanto ela experimentava roupas. (Selma, mudou-se para Copacabana quando criança e vive no bairro até hoje).*

O último relato que destacamos aqui é o de Arlete, sobre duas das mais renomadas famílias da alta sociedade brasileira naquele contexto:

*A família Guinle morava em frente ao nosso prédio, então tinha festas monumentais, com jornalistas... O dono dos Diários Associados, o Chateaubriand, que morava na casa ao lado. Essa gente vivia dando festa, e a gente ficava esperando para ver o que que eles tinham... Eu me lembro que está brilhante em minha mente! Ele tinha um caso com a Dóris Monteiro, e ele era bem mais velho que ela, então eles ficavam passeando por lá.*

As novidades vivenciadas em Copacabana, sua efervescência cultural e os modernos edifícios construídos também encantavam e atraíam olhares internacionais. Em 17 de janeiro de 1953, *O Cruzeiro* publicou a tradução de uma reportagem dos jornalistas franceses Lucien Gauch e Paul Mignon sobre as transformações urbanas na então capital federal, tratando particularmente do sucesso dos empreendimentos imobiliários de alto padrão da construtora Predial Corcovado em Copacabana. Com o título “Vendidos por uma só firma em 1952. 600 milhões de cruzeiros em apartamentos”<sup>8</sup>, a matéria contava detalhes dos novos edifícios que alteravam a disposição do bairro e tinham suas unidades compradas pouco tempo após o

<sup>8</sup> Nos dias de hoje, isso corresponde a aproximadamente US\$ 138 milhões. Valor ajustado pelo índice IGP – DI (FGV), usando a calculadora do site do Banco Central do Brasil (disponível em: <https://www3.bcb.gov.br>), e pela taxa cambial PTAX oficial do Banco Central do Brasil, considerando a data 30/11/2020.

lançamento. Como apontam os repórteres, naquele tempo, as espaçosas casas que existiam em Copacabana eram substituídas por modernos edifícios de apartamentos, que rapidamente caíam nas graças das tradicionais famílias cariocas, assim como das elites de outras regiões do país e do mundo. A matéria termina exaltando aspectos positivos do bairro e provocando os leitores franceses:

*Assim, parisienses, vemos que o Rio cresce como a cidade, cogumelo do século em que vivemos. Está próximo o dia em que não restará um espaço vazio em Copacabana, na orla marítima – e então, os pósteros renderão sua homenagem silenciosa à inteligência daqueles que souberam colocar suas economias em algo sólido que lhe rende muito e muito se valoriza durante a sua vida, transformando-se numa herança inestimável para os seus filhos e netos, num apartamento em Copacabana é o dinheiro trabalhando para si, dizem os brasileiros. Nós, franceses, repetimos embasbacados:  
– Viver no Rio é um sonho. Morar em Copacabana é um privilégio.*

Em suma, nos anos 1940, 1950 e 1960, Copacabana experimentou grande crescimento populacional e mudanças significativas em sua imagem urbana, com a proliferação de altos e luxuosos edifícios, além de todo tipo de comércio – lojas, galerias, cinemas, restaurantes, lanchonetes, shopping centers e boates. O bairro se consolida como morada e ponto de encontro das elites no Rio de Janeiro, que ali experimentavam um imaginário e modo de vida burguês. Essa ideia se faz presente nos discursos dos nossos informantes e nas representações midiáticas. Destacamos a explicação de Carlos, que morou em Copacabana desde a infância, e o relato de Selma, que se mudou para o bairro quando criança e vive por lá até hoje:

*Copacabana virou uma grande atração internacional e nacional. [...] Havia um magnetismo. A minha mãe quis ir para Copacabana. Tínhamos a vida toda em função do bairro e era a atração que ele exercia que trazia as pessoas para cá. Os parentes vinham para visitar, mas também para conhecer Copacabana. Eles vinham de outros lugares que tinham praia, mas não era a praia, era o bairro. Comeram pizza, goma de mascar e chiclete de bola lá pela primeira vez. Eram as novidades urbanas. Ouvir línguas que não fossem o português... Tinha um lado cosmopolita, havia cachorro-quente, Coca-Cola, comidas internacionais. (Carlos).*

*A gente ia ao cinema sempre e na volta era a nossa graça era ir para o Bob's ou para o Caravelle. O*

*Caravelle era pizza, e o Bob's era cachorro-quente e milk-shake – ou sundae... que era uma delícia! Então, em geral, a gente ia para o Metro, que é onde está hoje a C&A, e depois a gente ia tomar sorvete e tinha que voltar para casa porque a gente tinha horário! (Selma).*

O texto do jornalista José Amádio, publicado em *O Cruzeiro*, em 31 de janeiro de 1953, também oferece um bom resumo:

*Copacabana, entre outras vantagens, representa o centro de maior concentração demográfica do mundo. É o paraíso dos brotinhos bronzeados e dos 'playboys' de topete em ponta. Por sua Avenida principal, a Atlântica, desfilam os mais modernos e custosos carros do mundo, num curso constante que impressiona aos próprios nova-iorquinos. Em Copacabana vale tudo e quase não existem comadres para falar da vida alheia. Uma garota da Tijuca, se fizesse a metade das travessuras que faz o brotinho do Posto 5, seria banida do lar. Mas o mar, o grande nivelador, garante a mão. As mulheres podem andar de 'slack' e fumar na rua sem que ninguém se volte para olhar. Os homens empurram carrinhos de criança com britânica naturalidade. E o amor é livre, no bom sentido. Jovens casais têm o direito de passear, agarradinhos, sem que ninguém ache feio. É ainda em Copacabana que moram os donos de algumas das grandes fortunas do Rio de Janeiro, gente que está trocando a austeridade dos solares de Botafogo e Laranjeiras pela amplitude agradável dos apartamentos de andar inteiro, com ar refrigerado, jardim de inverno, de verão, de outono e de primavera.*

Como veremos a partir de agora, moradores e frequentadores que experimentavam uma vida burguesa em Copacabana, atravessada por inovações urbanas de entretenimento e consumo, efervescência cultural, encontros sociais e espírito cosmopolita, vivenciavam, durante as férias de verão, feriados e finais de semana, uma experiência de nobreza na cidade de Petrópolis, que recuperava espaços e símbolos associados ao período imperial. Nesse sentido, a poucas horas do bairro da Zona Sul carioca, burgueses encontravam um refúgio bucólico e um sentimento aristocrático na cidade serrana.

## Nobres em Petrópolis

Petrópolis, cidade da Região Serrana do Estado do Rio de Janeiro, foi criada por Decreto Imperial em 1843, quando D. Pedro II retomou os planos de seu pai de construir um palácio fora da capital, em um ambiente que pudesse proteger as majestades das pestes, do clima

quente e dos inimigos. A planta que deu origem à cidade previa a construção de um palácio de verão para a Família Imperial, além de um núcleo de povoamento, uma igreja e um cemitério. Também seguia uma lógica social de distribuição de terrenos, reservando os mais próximos do palácio aos mais importantes marqueses, condes, viscondes e barões da corte (Schwarcz, 1998). Durante o Segundo Reinado, Petrópolis passou por acelerado desenvolvimento e se consolidou como refúgio da nobreza durante o verão, principalmente devido à temperatura amena e às condições sanitárias que possibilitavam o distanciamento das epidemias tropicais frequentes no Rio de Janeiro (Arantes, 2011). A constante presença de D. Pedro II impulsionava o deslocamento das elites da capital, que estabeleciam residência na cidade serrana em busca de maior proximidade com o monarca. A partir daí, estruturou-se uma rede de elegantes espaços de sociabilidade, como hotéis, restaurantes, teatros e confeitarias. Esse cenário é bem apresentado por Ambrozio (2008, p. 238):

*A partir das ruas que delinearam originalmente a circunvizinhança do palácio de Pedro II, representações diplomáticas, palacetes, hotéis, comércio de luxo, foram ocupando os prazos. Nomes como os de José Pedro Motta Sayão – Barão do Pilar –, do Visconde de Silva, de Honório Hermeto Carneiro Leão – Marquês de Paraná –, de José Joaquim Rodrigues Tôrres – Visconde de Itaboraí –, do Barão de Mauá, do Visconde de Ubá, da Baronesa de Quartim, do Visconde de Uruguai, de Joaquim Nabuco, construíram ou adquiriram residências para a vilegiatura. [...] Palácios, palacetes, cottages e chalets demonstravam a orientação aristocrática na construção da cidade, residências que afirmavam o Ancien Régime diante da ascensão da modernidade burguesa e exerciam a figuração de um território preeminente da elite imperial.*

A Proclamação da República, em 1889, teve grande impacto em Petrópolis, pois sua imagem era fortemente associada aos símbolos do Império, sendo popularmente conhecida como “Cidade de Pedro”. As consequências foram imediatas, e os nomes de diversos logradouros da cidade que remetiam ao passado monárquico foram substituídos pela Câmara Municipal, em uma tentativa de alinhamento às ideias republicanas e prevendo possíveis retaliações. Vejamos alguns exemplos: a Rua do Imperador passou a se chamar XV de Novembro; a da Imperatriz, Sete de Setembro; a de Dona Isabel, 13 de Maio; a de Dona Januária, Marechal Deodoro; a do Conde d’Eu, Bento Gonçalves. Nos anos seguintes, nesse mesmo diapasão, foram grandes os esforços da cidade para apagar o passado imperial e se aproximar dos valores do novo regime.

A mudança desse cenário não demoraria muito, algo possível de se imaginar em uma cultura paradoxal, que, como destaca Schwarcz (1998, p. 503), celebrou sua independência homenageando o Imperador: “[...] a recondução oficial da figura de D. Pedro como herói nacional se daria mesmo em 1922, quando se preparava uma grande festa de comemoração do centenário da Independência do Brasil. Na ocasião, junto com várias outras celebridades, D. Pedro foi muito festejado”. A reabilitação da imagem do Imperador ficaria ainda mais evidente com o “retorno triunfal”, no mesmo ano, no bojo das celebrações, de seus restos mortais e dos de sua esposa Teresa Cristina para o Brasil. Mais adiante, em dezembro de 1939, os corpos foram trasladados para o mausoléu da Catedral de Petrópolis (Schwarcz, 1998).

Foi a partir dos anos 1940 que Petrópolis passou a recuperar de forma mais efetiva o imaginário da cidade associado ao período imperial. Era o contexto do Estado Novo, quando Getúlio Vargas buscava unificar o país em torno de um projeto coletivo e de uma identidade nacional. Para tanto, a história do país como um todo, seu passado e presente, era fundamental. Nesse sentido, era preciso articular Império e República, dando continuidade às experiências anteriores, para despertar o sentimento de unidade. Petrópolis ocupava lugar central nessa estratégia política, e Getúlio Vargas foi um assíduo frequentador da cidade em suas passagens pelo poder, quando despachava do Palácio Rio Negro, residência oficial de verão dos presidentes da República. É no bojo desse processo que o governo publicou, em 29 de março de 1940, o Decreto-Lei Nº 2.096, que determina a criação do Museu Imperial de Petrópolis, com o principal objetivo de resgatar símbolos constitutivos desse período da história brasileira, como indica o Artigo 2º do decreto:

*Art. 2 – O Museu Imperial terá por finalidades: a) recolher, ordenar e expor objetos de valor histórico ou artístico referentes a fatos e vultos dos reinados de D. Pedro I e, notadamente, de D. Pedro II; b) colecionar e expor objetos que constituam documentos expressivos da formação histórica do Estado do Rio de Janeiro e especialmente da cidade de Petrópolis; c) realizar pesquisas, conferências e publicações sobre os assuntos da história nacional em geral e de modo especial sobre os acontecimentos e as figuras do período imperial, assim como da história do Estado do Rio de Janeiro e particularmente, da cidade de Petrópolis.*

O Museu foi inaugurado em 16 de março de 1943, em meio às comemorações do centenário de Petrópolis. Todavia, mesmo antes disso, o imaginário sobre o lugar já ocupava as páginas da imprensa. Em reportagem sobre a

“casa onde o Imperador viveu”, publicada na revista *O Cruzeiro*, em 05 de julho de 1941, Clarice Lispector apresenta algumas informações sobre o projeto que impulsionava o ambiente inaugurado na cidade serrana:

*Por isso é que em Petrópolis, na casa em que o Imperador viveu, no ambiente que ficou impregnado de sua presença, decretou o presidente Getúlio Vargas que se reunisse tudo o que o Império nos deixou e que andava espalhado e desmembrado.*

*O Museu Imperial de Petrópolis já começa a viver, impulsionado pelo seu diretor, sr. Alcindo Sodrê. Uma comissão nomeada pelo presidente se encarregará de fazer uma busca em todos os ministérios e repartições públicas, recolhendo material da época. E, ainda não inaugurado, já começa a cumprir seu destino. Não há quem o visite que não sinta fome de história. Não há quem não deseje saber dos homens e dos fatos que rodearam aquelas discretas e misteriosas testemunhas de uma época.*

Para construir um acervo de destaque, o governo empenhou esforços na reunião de diversos mobiliários, documentos, objetos e obras de arte relacionados à família imperial ou pertencentes a ela. Matérias da época retratavam esses esforços, como percebemos em “Volta ao Brasil o ‘Monte de Prata’: o valor de um objeto histórico – desprezado ontem, apreciado hoje”, publicada pela revista *O Cruzeiro*, em 5 de fevereiro de 1949. A reportagem trata da recuperação da famosa carruagem de D. Pedro II, descreve o requinte dos seus 30 quilos de adornos de prata e anuncia sua incorporação ao acervo do museu. Nos anos seguintes, a antiga morada do Imperador se constituiu como importante ponto turístico para o público nacional e internacional, recebendo comitivas de empresários, industriais, políticos, artistas e assim por diante. Já na entrada, os visitantes se encantavam com as carruagens expostas; caminhar pelos seus corredores era como voltar para um momento histórico preciso – o da nobreza na sociedade brasileira.

Nesse mesmo período, era possível observar nas ruas e fachadas de casas e prédios imagens que remetiam ao passado monárquico de Petrópolis. Durante a década de 1960, muitas dessas edificações foram tombadas pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. Entre os mais relevantes, podemos citar a Avenida Koeler<sup>9</sup>, que está localizada às margens do Rio Quitandinha e ostenta casarões históricos, como a Casa da Princesa Isa-

bel e o Palácio Rio Negro. Também o Palácio de Cristal, idealizado pelo Conde D’Eu, inaugurado em 1884 com uma estrutura pré-montada construída na França e que chegou a ser a origem remota do Museu Imperial (Maurício, 2015). Esses tombamentos revelam a recuperação de espaços e a exaltação dos significados associados à nobreza. O aumento do interesse em torno do passado da cidade também apareceu na formação, em 1937, da Comissão do Centenário de Petrópolis, que resultou na criação do Instituto Histórico de Petrópolis, no ano seguinte, na publicação de diversos estudos sobre a cidade e na organização das celebrações de seu centenário (Lacombe, 1958).

Nossos informantes falaram sobre os signos da monarquia presentes na época indicada. Claudia, que durante a infância ia para Petrópolis com a família em todos os verões, narra uma lembrança de sua infância: “D. Pedro<sup>10</sup> ia namorar minha tia lá em casa a cavalo. Se andava muito a cavalo pela cidade. E pra gente, crianças, era muito legal ver isso!”. Fernando, morador de Petrópolis durante os anos 1950 e 1960, descreve a relação próxima de Petrópolis com as ideias de nobreza e elite:

*Petrópolis viveu uma fase em que era a Capital de Verão. Havia lá o Palácio Rio Negro, em que tanto o governador quanto o presidente da república iam para lá no verão, e a cidade ficava naturalmente muito importante. É difícil descrever, pois nessa época era uma cidade muito, muito linda. [...] Petrópolis tinha uma imagem elegante, mas era uma visão de quem era da elite, não era todo mundo que pensava assim. Tinha que ter uma certa instrução, um nível econômico, mas as pessoas curtiam muito isso! D. Pedro<sup>11</sup> também era figura importante: muito bem tratado e educadíssimo. Ele tinha um sotaque francês porque tinha sido educado na França. Aí íamos falar com ele e tinha aquele sotaque francês... Mas isso era uma pequena elite.*

Outro marco importante nesse processo de retomada de um ambiente de refinamento e nobreza em Petrópolis foi a construção do Hotel Quitandinha, em 1944, propagandeado como o maior cassino-hotel da América do Sul (Ambrozio, 2008). Seu proprietário, Joaquim Rolla, contratou a reconhecida decoradora norte-americana Dorothy Draper para projetar os ambientes do hotel; também o artista brasileiro Enrico Bianco, para pintar os quadros das hospedagens mais luxuosas. O suntuoso edifício contava com espaços como salão de estar, sala de correspondência, biblioteca, salão das exposições, galeria

<sup>9</sup> O nome da avenida é uma homenagem ao major engenheiro Júlio Frederico Koeler (1804-1847), que era subordinado da mordomia da Casa Imperial (Schwarcz, 1998).

<sup>10</sup> Claudia se refere a Pedro de Alcântara Gastão de Orléans e Bragança, descendente da família imperial brasileira, que retornou da França para o Brasil em 1922, após a Lei do Banimento.

<sup>11</sup> Nesse caso, Antonio trata de Pedro Carlos de Orléans e Bragança, filho de Pedro de Alcântara Gastão de Orléans e Bragança, citado na nota anterior.

central, jardim de inverno, refeitório das crianças, piscina interna de água quente, quadras de tênis, clube hípico, bosques e restaurantes para receber sua clientela de elite e oferecer uma experiência requintada. O hotel remetia a um palácio europeu, como quem pretende ser uma espécie de Versalhes tropical.

O processo de construção do hotel e de seus principais aspectos é narrado por uma reportagem da revista *O Cruzeiro*, em 23 de dezembro de 1944. O texto aponta, entre outras coisas, a importância da decoradora norte-americana para o projeto do hotel, a grandiosidade de suas instalações, seus espaços majestosos e o objetivo de atrair um público formado por endinheirados, mas não somente por grandes milionários:

*Dorothy Draper ficou em Quitandinha várias semanas para travar relações com sua enamorada obra de arte. Percorria a construção de baixo para cima, estudava os ambientes, queria viver dentro da obra o dia inteiro, familiarmente, sentando-se aqui e acolá, donde pudesse descortinar a paisagem perfumada da serra, tudo com a preocupação de compreender a obra, de interpretar-lhe o sentido, de assenborear-se de suas particularidades. Fez questão de viajar, mais tarde, pelo Brasil, conhecer o gosto artístico de seu povo, suas tendências e temperamento.*

[...]

*Quitandinha não poderia tornar-se apenas o refúgio de milionários “blasés”, ou fechar-se a uma restrita clientela, como um elegante clube de nababos indiferentes ao preço elevado que lhes custaria tão caro exclusivismo. Ao contrário, Quitandinha preferiu servir como centro de reunião de toda uma sociedade, da qual por certo todos os membros são ricos, mas se alinham todos pelo mesmo padrão de educação e propriedade de maneiras.*

O imponente hotel se consolidou como ponto de encontro das elites brasileiras e internacionais. Era no Quitandinha que políticos, empresários, industriais, banqueiros, artistas e intelectuais passavam suas férias e frequentavam importantes eventos sociais<sup>12</sup>. Nesse período, o hotel recebia os concursos de Miss Brasil, que mobilizavam a imprensa e a vida social nacional de uma maneira mais ampla. Sobre o tema, o informante João Carlos, que viveu na cidade serrana até se mudar para o Rio de Janeiro para iniciar seus estudos universitários e era filho de um dos patrocinadores do evento, conta que “Petrópolis parava quando chegava o momento do concurso”.

Para além do concurso de beleza, a “temporada paulista”, realizada em 1945, revela a capacidade do Quitandinha de reunir os elementos da alta sociedade. Reportagens de *O Cruzeiro*, publicadas em 16 e 23 de junho daquele ano, narram o acontecimento e a programação especial da homenagem que a direção do hotel prestou ao Estado de São Paulo. Foram dias de atrações de todos os tipos realizadas nos espaços do Quitandinha:

*Entrelaçar ambos assim, trazendo ao convívio mais prolongado e íntimo de Quitandinha, com a sua permanência ali por todo este mês, industriais, comerciantes, intelectuais e outras figuras graúdas da sociedade paulista, inclusive as suas grandes damas, de tão marcada distinção e tão raros dotes de espírito, – eis o que ultrapassa do sentido de um simples acontecimento mundano, para ser um fato de assinalada importância, tanto para Quitandinha e para São Paulo quanto para os que podem compreender a sua extensão nas boas relações entre os meios realizadores de nossa terra (O Cruzeiro, 16 de junho de 1945).*

*Foi assim, em meio às galas de uma natureza em festa, que transcorreram as horas da última semana, com todo o seu cortejo de inesquecíveis atrações sociais, artísticas e esportivas, que tanto sucesso alcançaram. Ao ar livre, pelos bosques que circundam o Hotel, como pelos seus campos de esportes – as quadras de tênis, Vila Hípica, lago, pistas de ciclismo, quadras de “volley”, piscina de água quente, praia artificial, etc. – era tudo a grande celebração de momentos magnificamente vividos. Figuras femininas elegantíssimas, em “shorts” dos últimos tipos, enchem de maior vivacidade esses lugares já repletos de alegria. Na piscina de água quente também reinou um entusiasmo constante. E, desse modo, os esportes de Quitandinha estiveram “au grand complet”, em meio às provas que ali se realizaram, inclusive de ciclismo.*

*Na “boite”, dentro de um programa artístico acolhido entusiasticamente, grandes atrações nacionais e estrangeiras foram apresentadas, num “show” magnífico (O Cruzeiro, 23 de junho de 1945).*

Nesse período de meados do século XX, recuperados os símbolos aristocráticos nas antigas e novas construções, Petrópolis figurava como principal destino das elites, sobretudo durante o verão, por oferecer um estilo de vida muito particular e um imaginário que remetia à vida de

<sup>12</sup> O hotel foi palco de importantes encontros internacionais. Um dos mais relevantes foi a Conferência Interamericana de 1947, que contou com a presença de lideranças políticas como o então presidente dos Estados Unidos, Harry S. Truman, e do argentino Juan Domingo Perón e sua esposa Evita Perón. Quitandinha também hospedou celebridades reconhecidas mundialmente, entre as quais podemos destacar Lana Turner, Carmen Miranda, Bob Hope, Ilona Massey e Orson Wells, que, segundo a revista *O Cruzeiro*, de 20 de abril de 1946, teria definido o imponente hotel do Petrópolis como “the most luxurious hotel built by man”.

nobres. Vejamos a matéria “Quitandinha mais perto do Rio”, publicada em *O Cruzeiro* no dia 23 de fevereiro de 1946, que anuncia a inauguração da variante Rio-Petrópolis: “É Petrópolis, com as suas flores, com o seu clima delicioso, com os seus encantos cada vez mais perto do Rio, transformando-se pouco a pouco no seu bairro preferido”. O texto segue afirmando como essa inovação seria um presente para aqueles que gostavam de aproveitar o verão em suas propriedades na cidade serrana ou no Quitandinha: “De fato, ali se encontra todo o ‘grand monde’ do Rio, de São Paulo e Minas vivendo dias inesquecíveis, e este melhoramento – há tanto esperado – constitui mais uma certeza de que é para o nosso principal centro de turismo que convergem as elites”.

Para receber os visitantes e se consolidar como destino de veraneio, foram construídos novos edifícios e aconteceram alterações em seu plano urbano (Ambrozio, 2008). Hotéis, lojas e restaurantes renomados surgiram e contribuíram para resgatar as marcas do passado imperial e projetar um modo de vida aristocrático na “Cidade de Pedro”. Por ser identificada como refúgio do calor e da agitação do Rio de Janeiro, havia um fluxo intenso daqueles que buscavam refresco nos dias quentes e passavam a temporada em casas próprias ou alugadas em Petrópolis. De acordo com João Carlos, que morou em Petrópolis até mais ou menos os 20 anos de idade, quando iniciou a faculdade no Rio de Janeiro: “Quando ia chegando o verão, várias casas do meu bairro desabrochavam, abriam... A cidade ficava outra!”. A ideia de desabrochar é significativa, pois remete a um momento de beleza e nascimento, quando Petrópolis reunia diversas famílias das elites cariocas com a chegada do verão. Os entrevistados contaram que, durante a infância e adolescência, sempre “subiam a serra” nos meses de calor mais intenso. Segundo Claudia,

*Desde pequena minha mãe me levava para passar férias em Petrópolis. Meu pai alugava uma casa na Avenida Piabanha. Ai, quando eu tinha 5 anos, meu pai comprou um chalé na Praça Cristal, de onde eu saí com 60 anos. Eu adorava, passei minha infância toda lá. É uma cidade que me cativa e carrega toda minha história de criança. A gente ia passar férias em Petrópolis... Meu pai tinha uma casa grande, onde era o SESC ali, e a gente tinha muitos amigos na rua, as casas eram todas de famílias conhecidas. E hoje todas estas casas todas são bancos, consultórios, escolas... Ninguém mais mora nestas casas, e isso me dá muita pena. Mas a gente ia todas as férias, passava Natal, Ano Novo... até março. No Rio, eu morava em Botafogo. A lembrança é que era muito gostoso! Era um grupo enorme de gente do Rio que ia para lá. A minha casa parecia pequena por fora, mas ela era tipo*

*um clube, tinha sete quartos, quadra de tênis, depois todo mundo almoçava na piscina... Todo mundo ia para lá, é uma lembrança que nunca vai passar!*

Claudia conta que sua família contratava uma empresa de mudanças sempre em dezembro e ia morar os meses do verão em Petrópolis: “A *Transportes Pinto* levava toda a nossa mudança do Rio para Petrópolis. E todos os funcionários iam junto com a gente”. Os amigos eram os mesmos do Rio de Janeiro, os colegas de escola, que também iam com as suas famílias: “Eu não conhecia muito os moradores de Petrópolis, a gente ficava só naquelas pessoas que já conhecia”. Ainda segundo Claudia, sua mãe e irmãos passavam o verão inteiro em Petrópolis, enquanto o pai retornava ao Rio de Janeiro durante a semana para trabalhar:

*Meu pai tinha que descer aos domingos porque ele trabalhava no Rio. Ai, nas quartas ele subia, e a gente fazia passeios de bicicleta noturnos. A gente ia passando de casa em casa, apanhando os amigos, formávamos um grupo de 15 ou 20, e a gente ia tomar sorvete na Leitaria Brasil. [...] A rotina que eu tinha em Petrópolis era completamente diferente, pois tínhamos muita liberdade, a gente brincava na rua, na frente do Palácio Cristal... e no Rio a gente vivia preso.*

Esse depoimento revela detalhes da representação de Petrópolis como refúgio bucólico, polo de veraneio requintado que projetava uma vida diferente daquela experimentada na capital, sobretudo na efervescente Copacabana. Marcia, entrevistada que foi moradora de Petrópolis durante toda a vida, conta a reação dos moradores da cidade diante da chegada de numerosos visitantes durante o verão:

*Claro que [Petrópolis] não era que nem o Rio, mas era uma boa cidade. Petrópolis tinha um glamour, ela vivia... Quando chegava o verão, que começavam as férias, aí começavam a chegar os veranistas. O ar da cidade ficava diferente! [...] As ruas ficavam cheias de vida, primeiro porque era verão e segundo porque ficava cheio de gente de fora. Quando eu vejo as pessoas falando... Era aquilo mesmo. A gente é saudosista porque era muito bonito, era chique!*

No mesmo diapasão, de acordo com Julio, que morou na cidade até se aposentar, “A população de Petrópolis durante o verão praticamente triplicava... A cidade ficava superlotada!”. Todavia, é preciso lembrar que a ideia de a cidade receber um grande fluxo de pessoas nos meses de calor intenso não é uma particularidade desse

momento histórico. Petrópolis foi construída e organizada em torno do Palácio Imperial. Além da configuração urbana propriamente dita, em que as casas de marqueses, condes, viscondes e barões ficavam próximas ao palácio, havia uma vida social, econômica e política que orbitava essa organização. Trata-se, portanto, de uma retomada dessas sociabilidades. Nossos informantes revelam como a chegada dos turistas movimentava a vida na cidade e recuperava a tradição inventada no Império. É o caso de Roberto, morador de Petrópolis durante toda a sua vida:

*Petrópolis era uma cidade muito tranquila, com trânsito tranquilo... Ainda é uma cidade tranquila, ainda mais se comparada ao Rio. Uma imagem marcante para mim é que na avenida principal, que era Av. do Imperador e agora é Av. 15 de Novembro, tinham lojas muito bacanas e bonitas... Outra coisa que me lembro é o Ruço, a neblina. Uma nuvem intensa que cobre a cidade e você não enxerga mais nada. Quando vim para cá tinha muito, mas hoje em dia, não sei se por mudanças climáticas, não tem mais tanto. Descer ou subir a serra com o Ruço é muito difícil, é terrível!*

Fernando, que viveu toda a juventude em Petrópolis, exalta a vida social da cidade, a estadia dos presidentes e o museu:

*Petrópolis tinha uma vida social, clubes, festinhas... Era muito agradável. Os presidentes do Brasil iam passar as férias lá, era uma tradição ser a capital no verão. E uma das coisas mais importantes da cidade sempre foi o Museu Imperial, ele era central!*

João Carlos, que morou durante toda sua infância em Petrópolis e se mudou para o Rio de Janeiro para fazer faculdade, com cerca de 20 anos, destaca como “subir” para Petrópolis era uma espécie de imitação da burguesia dos hábitos aristocráticos:

*Nós não íamos muito para o Rio, mas os cariocas subiam muito, principalmente no verão. E ali tinha uma certa rixa. Assim como tinha amizade, tinha disputa. Mas nunca houve nada de grave. Nós éramos as minhocas da terra, e eles os superiores, que iam passar o verão em Petrópolis. [...] As pessoas vão para Petrópolis no verão desde o império, né? Desde D. Pedro. A Casa Imperial também subia, era por causa do calor... Então tinha muito veranista em Petrópolis. E a burguesia copia muito os costumes da aristocracia.*

De maneira resumida, mostramos aqui como, impulsionada pela política governamental de construção

de um projeto coletivo e uma identidade nacional, Petrópolis recupera tradições, espaços e símbolos associados ao período imperial. Consolida-se como destino das elites cariocas e brasileiras durante o verão, um refúgio bucólico, lugar distante da vida acelerada na capital. Assim, as mesmas famílias que, durante o ano, gozavam a experiência burguesa de Copacabana, marcada pelo cosmopolitismo das inovações de entretenimento e consumo, desfrutavam, nos meses de verão, os ares de um passado imperial e a vida de nobres na “Cidade de Pedro”.

## Paradoxos conformados

A análise dos discursos dos informantes e das imagens de Copacabana e Petrópolis nos meios de comunicação de massa desvenda um dos caminhos pelos quais a sociedade brasileira lidou com as contradições entre imaginários burgueses e aristocráticos, paradoxo comum à modernidade. Por um lado, o bairro de Copacabana, localizado na Zona Sul da cidade do Rio de Janeiro, vivenciou um processo de expansão populacional e reorganização urbana, marcado pelo surgimento de luxuosos edifícios de apartamentos e comércios dos mais variados. Era lugar de efervescência cultural e morada das elites, capaz de expressar modos burgueses por meio de novidades cosmopolitas de entretenimento e consumo. Por outro, Petrópolis, município da Região Serrana do estado do Rio de Janeiro, impulsionada por iniciativas governamentais, recuperou espaços históricos e de preservação da memória, assim como símbolos associados ao período imperial. Consolidou sua marca de polo de veraneio das elites, lugar no qual burgueses experimentavam aspectos da vida de nobres. Nessa dualidade, era possível transitar entre um imaginário e outro em poucas horas, sobretudo após a construção da variante Rio-Petrópolis, que facilitava o deslocamento em automóveis.

Isso aconteceu em meio a intensas transformações sociais, políticas e econômicas no Brasil. Era o momento de fortalecimento de uma perspectiva nacionalista, do surgimento de leis trabalhistas, da criação de empresas estatais que impulsionavam o desenvolvimento do país e, o mais importante para este estudo, da formatação de uma identidade nacional propagandeada de forma incisiva pelo Estado. Esse projeto, que pretendia dar conta da diversidade cultural e criar um sentimento de unidade, buscava articular o capitalismo e características da brasilidade, dialogando profundamente com o efervescente pensamento social da época. Em resumo, trata-se do Brasil visto como lugar do equilíbrio de antagonismos, de uma mistura positiva (Freyre, 1975 [1933]); da crença em uma sociabilidade cordial, emotiva e avessa às amarras institucionais (Holanda, 1995 [1936]); do “laboratório da civilização” (Ramos, 2015 [1948]). Essas ideias atrairiam os olhares do

mundo para o Brasil, ao pensarem o país como uma grande *communitas* (DaMatta, 1973). O impacto dessa ideologia pode ser observado, entre outros aspectos, nos desfiles de carnaval com temas nacionais (Augras, 1993), na projeção internacional de Carmen Miranda (O'Donnell, 2015), no sucesso da música nordestina de Luiz Gonzaga (Tavares, 2009), nas imagens da seleção brasileira e dos craques do nosso futebol (Rodrigues Filho, 2010 [1947]), na “malandragem” do Zé Carioca (Schwarcz, 1994) e na mistura do samba e do jazz da Bossa Nova (Moreno, 1982).

Neste artigo, buscamos demonstrar que essa imagem do Brasil possibilitou, nas décadas de 1940, 1950 e 1960, uma maneira particular de lidar com uma das mais relevantes contradições da modernidade: a dualidade entre burgueses e nobres. Se, na França do final do século XVIII, uma revolução foi o mecanismo de enfrentamento da questão, no imaginário brasileiro buscou-se a convivência desses modos de sentir a vida através da alternância por lugares geográficos e períodos do ano. Aqui, uma ideia de Roberto DaMatta contribui para a reflexão: “Tocqueville disse: ‘O universo aristocrático e o universo democrático são dois estilos de vida, são duas maneiras pelas quais os homens se exprimem, eles não são mutuamente exclusivos’. Eis um *insight* que contraria a visão rotineira de que uma coisa acaba com a outra” (DaMatta, 2020, p. 125). Nesse sentido, o ponto central deste trabalho foi destacar como, no discurso dos informantes – todos burgueses de uma Copacabana cosmopolita e moderna –, se expressam ideias associadas aos hábitos e símbolos aristocráticos em suas viagens para Petrópolis. Trata-se de um imaginário que busca conciliar o paradoxo vivendo ora uma coisa, ora outra: no bairro da Zona Sul carioca, burgueses durante todo o ano; na Cidade de Pedro, nas serras do Rio, nobres nos veraneios, feriados e finais de semana.

## Referências bibliográficas

- ABREU, M. A. 1987. *Evolução urbana no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro, Instituto Pereira Passos.
- AMBROZIO, J. C. G. 2008. *O presente e o passado no processo urbano da cidade de Petrópolis (Uma história territorial)*. São Paulo, SP. Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo.
- ARANTES, L. A. V. 2011. *Petrópolis Imperial: imigração, economia, política e religião*. Juiz de Fora, MG. Tese de Doutorado, Universidade Federal de Juiz de Fora, 195 p.
- AUCAR, B. 2016. *A publicidade no Brasil: agências, poderes e modos de trabalho (1914 - 2014)*. Rio de Janeiro, RJ. Tese de Doutorado, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 333 p.
- AUGRAS, M. 1993. A Ordem na Desordem: a regulamentação do desfile das Escolas de Samba e a exigência de “motivos nacionais”. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 8(21):90-103.
- BACZKO, B. 1985. Imaginação social. In: *Enciclopédia Einaudi 5: Antropos-homem*. Lisboa, Imprensa Nacional-Casa da Moeda. p. 296-332.
- BARBOSA, M. 2002. O Cruzeiro: uma revista síntese de uma época da história da imprensa brasileira. *Ciberlegenda*, v. 7, n. 1. Disponível em: <https://periodicos.ufr.br/ciberlegenda/articulo/view/36801/21376>
- BIERNACKI, P., WALDORF, D. 1981. Snowball Sampling — Problems and Techniques of Chain Referral Sampling. *Sociological Methods & Research*, 10 (2), p. 141-163.
- CARDOSO, E. D.; VAZ, L. F.; ALBERNAZ, M. P.; AIZE, M.; PECHMAN, R. M. 1986. *História dos Bairros – Copacabana*. Rio de Janeiro, Index.
- DAMATTA, R. 1973. O Carnaval como rito de passagem. In: *Ensaio de antropologia estrutural*. Petrópolis, Editora Vozes, p. 121-168.
- DAMATTA, R. 1979. *Carnavais, malandros e heróis*. Rio de Janeiro, Zahar.
- DAMATTA, R. 1985. *A casa e a rua*. São Paulo, Brasiliense.
- DAMATTA, R. 2020. Entrevista com Roberto DaMatta. In: M. L. V. C. CAVALCANTI, *Drama, ritual e performance: a antropologia de Victor Turner*. Rio de Janeiro, Mauad X, 101-128.
- DURKHEIM, É. 1970 [1906]. Representações individuais e representações coletivas. In: *Sociologia e Filosofia*. Rio de Janeiro, Forense, p. 13-42.
- FREYRE, G. 1975 [1933]. *Casa grande e senzala*. Rio de Janeiro, José Olympio.
- FREYRE, G. 2013 [1936]. *Sobrados e mocambos*. São Paulo, Global.
- GAY, P. 2002. *O século de Schnitzler: a formação da cultura da classe média: 1815-1914*. São Paulo, Companhia das Letras.
- GEERTZ, C. 2008 [1973]. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro, Zahar.
- GEIGER, Pedro P. 1960. Ensaio para a estrutura urbana do Rio de Janeiro. *Revista Brasileira de Geografia*, 22 (1), p. 03-46.
- HANDCOCK, M.S., GILE, K.J. 2011. Comment: on the concept of snowball sampling. *Sociological Methodology*, 41, p. 367-371.
- HECKATHORN, Douglas D. 1997. Respondent-Driven Sampling: A New Approach to the Study of Hidden Populations. *Social Problems*, 44, p.174-99.
- HOLANDA, S. B. 1995 [1936]. *Raízes do Brasil*. São Paulo, Companhia das Letras.
- LACOMBE, L. L. 1958. O Palácio de Cristal. In: BRASIL, Ministério da Educação e Saúde. *Anuário do Museu Imperial, Vol. XLX*. Petrópolis.
- LOUZADA, S. 2013. *Prata da casa: fotografos e fotografia no Rio de Janeiro (1950-1960)*. Niterói, Editora da UFF.
- LOZANO, J. E. 2006. Prática e estilos de pesquisa na história oral contemporânea. In: Marieta de Moraes FERREIRA; Janaina AMADO, *Usos e abusos da história oral*. Rio de Janeiro, Editora FGV, p. 15-25.
- MACHADO, J. G. et al. 1992. *Copacabana, 1892/1992: subsídios para a sua história*. Rio de Janeiro, Riotur.
- MAURICIO, M.M. 2015. *Solar império: convergência de memórias e apropriação pelo turismo*. Rio de Janeiro, RJ. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro.
- MELLO, J. M. C. 1990. *O capitalismo tardio: contribuição à revisão crítica da formação e do desenvolvimento da economia brasileira*. São Paulo, Brasiliense.
- MEYRER, M. 2007. *Representações do desenvolvimento nas fotorreportagens da revista O Cruzeiro (1955-1957)*. Porto Alegre, RS. Tese de Doutorado, Programa de Pós-Graduação em História, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 257 p.
- MORENO, A. 1982. Bossa Nova: Novo Brasil: The Significance of

- Bossa Nova as a Brazilian Popular Music. *Latin American Research Review*, **17**(2):129-141.
- O'DONNELL, J. G. 2011. *Um Rio Atlântico: culturas urbanas e estilos de vida na invenção de Copacabana*. Rio de Janeiro, RJ. Tese de Doutorado, Museu Nacional – Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- O'DONNELL, J. G. 2015. "They said I came back Americanized": cosmopolitanism and mediation in the trajectory of Carmen Miranda. *Ateliers d'anthropologie*, v. 41. Disponível em: <https://journals.openedition.org/ateliers/9759>
- PRADO JUNIOR, C. 1970. *História econômica do Brasil*. São Paulo, Brasiliense.
- RAMOS, A. 2015 [1948]. Os grandes problemas da Antropologia brasileira. *Mana*, **21**(1):195-212.
- RIBEIRO, A. P. 2000. *Imprensa e história no Rio de Janeiro dos anos 50*. Rio de Janeiro, RJ. Tese de Doutorado, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultural, Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 338p.
- RODRIGUES FILHO, M. 2010 [1947]. *O negro no futebol brasileiro*. Rio de Janeiro, Mauad.
- SCHWARCZ, L. M. 1998. *As barbas do imperador: D. Pedro II, um monarca nos trópicos*. São Paulo, Companhia das Letras.
- SCHWARCZ, L. M. 1994. Complexo de Zé Carioca: sobre uma certa ordem da mestiçagem e da malandragem. In: ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM CIÊNCIAS SOCIAIS, *Anais Caxambu*.
- TAVARES, B. 2009. O baião é carioca, ou o ritmo revolucionário de Luiz Gonzaga. In: L. FIGUEIREDO (org.), *Festas e batuques do Brasil*. Rio de Janeiro, Sabin, p. 81-87.
- TURNER, V. 1974 [1969]. *O processo ritual: estrutura e antiestrutura*. Petrópolis, Vozes.
- VELHO, G. 1975. *A utopia urbana*. 2ª ed. Rio de Janeiro, Zahar.

Submetido em: 08/01/2021

Aceito em: 20/04/2021