

# PODCAST RIO MEMÓRIAS

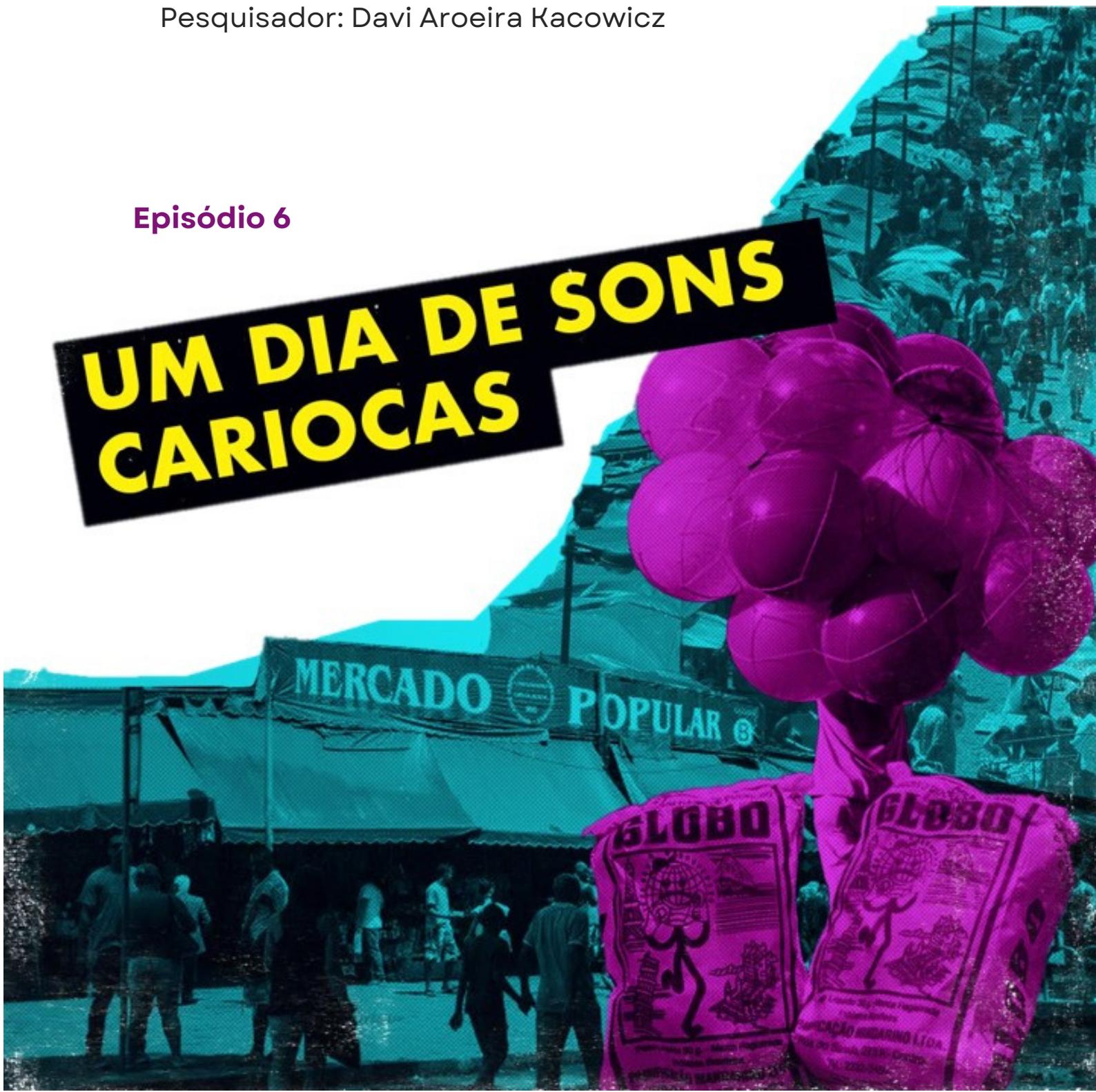
## TEMPORADA #4 - RIO DE SONS

MATERIAL DE PESQUISA | 2023

Pesquisador: Davi Aroeira Kacowicz

Episódio 6

# UM DIA DE SONS CARIOCAS



## Sumário

É comum pensarmos as cidades a partir de sua geografia: suas ruas, praças, esquinas, prédios, paisagens naturais, e tantos outros elementos. Porém, há um elemento que caracteriza e diferencia o Rio: os sons da cidade. Mas até as paisagens sonoras clássicas do Rio de Janeiro, possuem sua história: o costume de ir à praia, os vendedores de mate e biscoito globo, os mercados populares do centro da cidade, as inúmeras rodas de samba espalhadas pelos botecos de norte a sul, o espetáculo do carnaval na marquês de Sapucaí, as torcidas de futebol... além daqueles sons que ninguém quer ouvir, como o trânsito e as trágicas trocas de tiro entre armamentos de alto calibre. Do mar ao Maracanã, o Rio é feito de sons.

### O som do mar: as praias e os cariocas

Se fosse necessário escolher um dentre todos os hábitos dos cariocas, certamente ir à praia seria uma das respostas mais faladas — para não dizer que estaria em primeiro lugar. Porém, se a orla da cidade é hoje quase que habitat natural dos cariocas, nem sempre foi assim.

Até pouco mais de um século atrás, ir à praia significava algo bem diferente do nosso entendimento atual. Ao invés de se dourar com o sol, desafiar as ondas a nado, aproveitar da areia para prática esportiva, desfilas com roupas de banho pela orla e tantas outras razões para se deslocar às praias cariocas, ia ao mar quem precisasse de algum tipo de cura. Recomendava-se os banhos de mar àqueles acometidos por uma enfermidade, já que, até o início do século XX, creditava-se às águas salgadas uma qualidade medicinal que, à despeito dos muitos benefícios que um banho de mar pode conter, certamente não dariam conta de sarar todas as mazelas para as quais o oceano era prometido como remédio.

A história conta que no início do século XIX, quando o Rio de Janeiro sediava a corte do Reino Unido de Portugal, Brasil e Algarves, um personagem notório a frequentar as areias cariocas foi d. João VI. Em algum momento dos anos 1810, enquanto estava na Fazenda de Santa Cruz, o monarca foi mordido por um carrapato, em uma de suas pernas.

A picada do aracnídeo infeccionou a ponto de lhe causar uma ferida aberta. A recomendação de um sacerdote, médico da corte, foi justamente tomar os banhos medicinais, lavando o ferimento com água do mar.

Onde hoje é o bairro do Caju havia um balneário aprazível, com algumas chácaras e muito verde. Uma dessas casas era do comendador Tavares Guerra. O local foi cedido para que d. João se acomodasse enquanto realizava seu tratamento — por essa razão, a casa, tombada pelo patrimônio histórico, e que também abriga o museu da limpeza da Comlurb, se chama “Casa de Banho d. João VI”. Avesso às águas do mar, foi construída para d. João uma liteira, carregada por escravizados. Por entre furinhos feitos na geringonça, a água entrava nessa espécie de banheira, podendo o monarca se banhar — ou melhor, se tratar — sem receio de ser atacado por caranguejos, dos quais, conta-se, o chefe dos Bragança tinha pavor. A ferida sarou, e a notícia daquela prática correu o Rio.

Como tudo que a realeza fazia, o ato se tornou espetáculo a ser imitado pela população carioca. Os banhos de mar passaram a ser considerados tratamentos não apenas para feridas, mas também diversas outras enfermidades. Como tudo que a realeza fazia, o ato se tornou espetáculo a ser imitado pela população carioca. Os banhos de mar passaram a ser considerados tratamentos não apenas para feridas, mas também diversas outras enfermidades. Porém, os tratamentos acabavam por provocar nos pacientes a descoberta dos prazeres de um banho de mar, e pouco a pouco a experiência de frequentar a praia por puro divertimento foi se disseminando entre a população.

Neste contexto foram criadas as “casas de banho”, estabelecimentos que ofereciam serviços pagos para os mais abastados que desejavam desfrutar do mar. Elas disponibilizavam aluguel de roupas de banho e cabines para a troca e lavagem das peças. Havia nestes empreendimentos uma exclusão social inerente, que se dava pelo viés financeiro — um banho avulso podia custar mil réis. Era comum as pessoas se banharem presas a cordas ou usando boias. Aos poucos, as areias cariocas começaram a ser ocupadas pelo público geral e, com o passar do tempo, as casas de banho perderam sua relevância.



**Casa de banho em Santa Luzia, s/d.**

Até a virada do século XX, o banho de mar se restringia mais a praias da orla no Centro, como a Praia de Santa Luzia — desaparecida por sucessivos aterros por completo até meados do século XX. Com o início da popularização das praias oceânicas, de mar aberto — e, portanto, mais perigosas —, era preciso dar mais proteção aos banhistas. A praia do Flamengo era a mais frequentada da cidade até o início da década de 1920. No início do século XX, as reformas urbanas promovidas pelo prefeito Francisco Pereira Passos, em especial a construção da Avenida Beira Mar e do Túnel Coelho Cintra (conhecido como Túnel Novo), estimularam a prática de banhos de mar na região — além de promover a ocupação de Copacabana e seus arredores, dado o acesso facilitado às praias da Zona Sul.

A crescente ocupação das praias cariocas fez com que o prefeito do Rio, Amaro Cavalcanti assinasse, no dia 1º de maio de 1917, o decreto 1.143. Nele, estabeleceu-se normas para usos das praias do Rio: os banhos de mar estariam permitidos das 5h às 9h e das 16h às 18h, entre os dias 1º de abril a 30 de novembro. Entre 1º de dezembro e 31 de março, o horário de banho era das 5h às 8h e das 17h às 19h. Aos domingos e feriados, porém, os horários eram ligeiramente estendidos, por uma hora pela manhã.



**Praia de Copacabana, com destaque para o posto de observação, década de 1910 - Coleção Augusto Malta / Museu da Imagem e do Som do Rio de Janeiro**

Também vem do decreto o uso de bandeiras branca e vermelha, que informam se as condições do tempo e o estado do mar seriam indicados da maneira como o conhecemos hoje: de cor branca, o banho está liberado; vermelha, proibido. Também em 1917 foi fundado, oficialmente, o Corpo de Salvamento, dedicado à segurança dos banhistas — já haviam postos em diversas praias do Rio desde 1900, mas sem a padronização instituída em 1917. O decreto ainda determina o uso apropriado dos trajes de banho e tenta conter uma certa algazarra sonora:

*Art. 3º: As pessoas que fizerem uso do banho de mar devem apresentar-se com vestuário apropriado, guardando a necessária decência e compostura de acordo com as exigências da autoridade respectiva.*

*Art. 5º: São expressamente proibidos quaisquer ruídos e vozerias na praia ou no mar durante todo o período do banho.*

*Art. 6º: Será punido com a multa de 20.000 réis todo aquele que infringir as disposições estabelecidas neste regulamento e, na falta de pagamento, com cinco dias de prisão.*

Ao que consta, as sentenças não chegaram a ser aplicadas — também pudera, em especial quando o assunto é a proibição de “ruídos e vozerias”. As posturas de 1917 contribuíram para que o Rio começasse a ter a característica de balneário. Nessa época passaram a construir grandes hotéis, como o Glória e o Copacabana Palace. O hábito da praia foi ganhando força e o Rio se transformou de fato nessa cidade balneária. Com o avançar das décadas, em especial nos anos 1920 e 30, as praias da Zona Sul passarão a receber mais banhistas — muito influenciado às transformações urbanas do período até meados do século XX.

Será no fim dos anos 1940 e início dos 50 que, de fato, ir à praia irá ganhar contornos semelhantes aos que conhecemos hoje. Apesar de desde o início do século a praia já ser espaço para prática de esportes, essa atividade irá se estabelecer de vez nas décadas seguintes, com o ideal de bem-estar físico que será cultuado e associado à orla do Rio. O som do bater na bola (com os pés ou mãos) passará então a ser uma presença constante na sonoridade das praias cariocas.



Um flagrante de banhistas na Praia do Flamengo, 1934. Foto:  
Augusto Malta - Acerco IMS

É também por volta das décadas de 1950 que a presença de vendedores ambulantes irá se consolidar nas praias, acompanhando o fluxo crescente de banhistas. E é na virada da década de 1950 para os anos 1960 que um dos sons mais icônicos do Rio irão tomar as praias cariocas: os gritos de “olha o Mate! Olha o Globo!”

### Dois símbolos do Rio: “biscoito“ Globo com “matê“ gelado

Se há um som que diferencia a experiência de ir à praia no Rio de Janeiro das demais cidades litorâneas do Brasil, certamente este seria a dos ambulantes anunciando na areia o biscoito de polvilho mais famoso do Brasil, junto com a bebida mais consumida nas praias do Rio. O sotaque, por suposto, ajuda a deixar tudo ainda mais localizado.

Para o carioca, ir à praia é mais do que frequentar um espaço público: é se inserir numa rede de práticas cotidianas, que podem envolver esporte, banho de sol e mar e a contemplação do horizonte. E a experiência de comer um pacote de Biscoito Globo, acompanhado de um chá mate gelado, complementam esse circuito cultural. Isso, claro, prenunciado pelos gritos acentuados dos vendedores que circulam a orla sob o forte sol e sobre a areia fofa. Essa tradição fez do vendedor ambulante de mate,

limonada e biscoito de polvilho se tornou patrimônio imaterial carioca a partir do decreto nº 35.179 de 2 de março de 2012.

Porém, apesar de serem símbolos cariocas, tanto o biscoito Globo quanto o mate não nascem no Rio de Janeiro. O Biscoito Globo, por exemplo, surge na verdade de São Paulo, no bairro do Ipiranga, em 1953. A história da rosquinha mais famosa do Rio começa com três irmãos, Milton, Jaime e João Fernandes Ponce. Surgiu com o nome de “biscoitos Felipe” — em homenagem ao primo dos irmãos, Germano Felipe, dono da padaria onde os biscoitos eram confeccionados e o responsável por ensinar a receita original aos irmãos Ponce.

No ano de 1955 aconteceria no Rio de Janeiro o 36º Congresso Eucarístico Internacional, promovido pela Igreja Católica. Num movimento ousado, pensando ser aquela uma oportunidade de vender pacotes do biscoito aos montes, os irmãos Ponce partiram para o Rio de Janeiro com outros cinco ambulantes. O estoque de 2.500 saquinhos, planejado para durar os cinco dias do evento, se esgotou em menos de 48h. Os irmãos não tiveram dúvida: se estabeleceriam na cidade que provara e aprovava a receita.

Cada dia mais o biscoito se popularizava. O fato de ser um produto leve e saudável, uma vez que na receita vai apenas polvilho, gordura, leite e ovos, fez com que caísse no gosto dos cariocas. À época as rosquinhas de polvilho já eram chamadas de “biscoitos paulistas”. Não ia dar certo. Esboçaram chamar de “biscoitos Copacabana”, porém o nome já era utilizado por outras fabricante. O biscoito, produzido em uma padaria localizada no bairro de Botafogo, acabou sendo batizado com o nome da “fábrica” carioca: nascia de vez o biscoito globo.

O biscoito foi ganhando mais admiradores, e era possível encontrá-lo nos campos de futebol e praias — justamente os espaços onde também se comercializava os copos de Matte Leão, e cada dia mais o biscoito se popularizava, o fato de ser um produto leve e saudável, uma vez que na receita vai apenas polvilho, gordura, leite e ovos, fez com que caísse no gosto dos cariocas.

Os pacotes coloridos de acordo com o sabor, doce (amarelo e vermelho) e salgado (amarelo e verde) foram pensados desta maneira para facilitar a visualização durante a venda. A embalagem, aliás, é a mesma até hoje, com as torres Eiffel, Pisa e de Belém e, na falta de uma torre carioca, o Pão de Açúcar. Mesmo sem qualquer ação de marketing — ao menos de grande

porte — o biscoito segue sendo um dos produtos mais consumidos nas praias do Rio de Janeiro. Outro local fácil de se encontrar o biscoito Globo são os pontos de engarrafamento da cidade. Basta haver um gargalo de maior tamanho que lá estarão os ambulantes, sempre levando o estoque nas costas.

Uma reportagem publicada em 2017 pelo jornal The New York Times gerou o maior bafafá ao criticar o biscoito Globo, que foi chamado de “sem gosto” pelo jornalista David Segal. “Coloque um em sua boca e será como se seus dentes estivessem em uma festa para a qual sua língua não foi convidada”, escreveu o repórter do jornal americano. Foi o suficiente para provocar os cariocas como um todo. O consumo do produto aumentou, o assunto ganhou notoriedade, e nas redes sociais, sobrou até para a discussão entre Santos Dumont e os irmãos Wright. Afinal, não se trata do sabor — este, de fato, à gosto de cada um — mas de um forte elemento no imaginário cultural da cidade, marco identitário do carioca. Hoje, há mesmo um hype em torno da marca: o estilo “retrô” serve de estampa para bolsas, camisas e quadros.



Postagem publicada nas redes sociais do Biscoito Globo, 2017. Foto: Reprodução

O mesmo vale para o mate gelado. O hábito de tomar um chá feito de erva mate, tem origem indígena. O primeiro registro vem de 1564, mencionando o hábito dos povos Guarani. Mas certamente essa tradição vem de muito antes dos europeus assinalarem em seus registros. O consumo do mate era sagrado, num ritual cheio de significados, ocorre uma vez por ano, no verão. O próprio hábito de consumir a erva permanecer até hoje representa uma resistência, uma vez que passou pelas tentativas de apagamentos culturais promovidos pela colonização e catequização.

Em 1901, Augustinho de Leão Jr. fundou aquela que seria a líder de mercado desse produto, a Matte Leão, em Ponta Grossa, no Paraná. Nos anos 1920, ela já era a maior produtora de erva mate no Brasil. Mas foi apenas nos anos 1950 que o chá gelado veio para ficar. Afinal, a bebida fria combinava com o E ele se tornou ícone de um Rio solar, associado às praias e ao Maracanã.

Nos anos 1950 já havia carrinhos no calçadão vendendo a bebida em copos de papel. Pintado na lateral da carrocinha já estava a inconfundível chamada: “olha o matte!”. Em 2007, a empresa foi vendida para a Coca-Cola Brasil. Com a venda, a distribuição do uniforme cessou. Porém, a vestimenta já estava tão presente no imaginário carioca que os vendedores passaram a fabricá-los eles mesmos.

Mas há aqueles que fazem o próprio mate, em casa, seguindo receitas tradicionais. Em 2009, a venda do mate em galão nas praias foi proibida pela prefeitura por questões sanitárias. Os cariocas se indignaram contra o fato e criaram um abaixo-assinado exigindo a volta dos vendedores. O então prefeito, Eduardo Paes, recuou. Mais do que isso: anunciou na ocasião que iria indicar os vendedores de mate para serem transformados em patrimônio do Rio de Janeiro — o que de fato ocorreu em 2012.

A tradição de fabricar o próprio mate vem de longe e permanece. Personagem de uma reportagem feita pela BBC, em 2018, o ambulante Fabiano Souza — que há 14 anos trabalha vendendo mate e biscoito globo nas praias da Zona Sul — resumiu assim essa experiência: “O mate e o biscoito Globo são um símbolo, como o Cristo Redentor, no Rio de Janeiro. Se não beber mate e comer biscoito Globo, é como ir na Disney e não ver o Mickey”.

Fabiano representa bem os profissionais que literalmente carregam nos ombros essa tradição. Morador do bairro de Guadalupe (ao menos à época da reportagem), há 40 quilômetros de Ipanema — cerca de 1h e meia de viagem, entre ônibus e moto-táxi —, após o longo dia de trabalho, chega em casa à noite (nos dias de verão, por volta das 22h), ferve o mate, limpa os galões e o uniforme — laranja, típico dos que comercializam a bebida — e vai dormir por volta das 2h. Acorda às 6h para terminar de produzir a bebida e se preparar para mais um dia de trabalho, carregando cerca de 50 kg, divididos entre o par de galões. Ao longo do dia, Fabiano anda por cerca de 16km, muitas vezes num calor de 40°.

Mas se é necessário um físico que aguente o batente, também é necessário um gogó que dê conta de anunciar o produto por horas e horas. E, claro, simpatia, bom-humor e irreverência são truques que muitas vezes se mostram o diferencial para uma venda ou não. Mas isso vale para qualquer ambulante, nas praias ou fora delas.

### Uma sinfonia de vozerios: os mercados populares

Para os trabalhadores ambulantes, que atuam em mercados a céu aberto, feirantes, ou mesmo em boxes nos camelódromos, a voz é o instrumento de trabalho. A ambientação sonora dos mercados pode soar efusiva e caótica para uns, mas é música para outros. Fazer frases de efeito, entonações específicas, compor pequenos “jingles”... tudo que for necessário para atrair a clientela está valendo. E isso vem de longe.



Em uma ilustração do paisagista e litógrafo brasileiro, Frederico Guilherme Briggs, de meados do século XIX, o artista ilustra um menino, vendedor de doces. No desenho, o autor parece assinalar aquele que seria o chamariz do “moleque vendedor de balas” “Balla do Parto! Balla do Parto! dom, dom, dom, So, le, uhé, é. Senhora Moça”. Claro, não é possível saber se se trata de uma propaganda cantada, ou não. Mas sabemos que a voz do rapaz se espalhava, anunciando seus doces.

**[Moleque vendedor de balas],**  
Frederico Guilherme Briggs,  
s/d.Fundação Biblioteca Nacional

O menino imortalizado na litogravura de Briggs, por certo, não era o único a promover seu produto com a voz. O comércio ambulante há muito é frenético no Rio de Janeiro, principalmente a partir do século XIX. Os chamados “escravos de ganho”, que eram escravizados com uma certa autonomia para comercializar determinados produtos (quitutes, doces, água, balaios, animais e um tanto mais de itens), repassando a maior parte dos ganhos a quem lhe mantém cativo, mas restando uma certa quantia ao próprio escravizado.

Durante sua gestão, o prefeito Francisco Pereira Passos proibiu o comércio ambulante no Rio de Janeiro. Afinal, a transformação da capital do Brasil em uma “Paris tropical” envolvia mudar os hábitos dos cariocas, e as vitrines das lojas nas reformadas avenidas da cidade não poderiam sofrer concorrência. Fugir do rapa, portanto, é prática que vem de mais de século.

Quem vem de fora do Rio muitas vezes se confunde, mas muito carioca também não sabe que SAARA significa “Sociedade de Amigos das Adjacências da Rua da Alfândega”. A associação foi fundada em 1962, e foi fundamental para demarcar e defender uma área que se distribuía por 13 ruas, que corria risco de haver trechos demolidos, devido um projeto urbanístico, que previa a construção de uma grande avenida que passaria por trechos inteiros das ruas da Alfândega, Senhor dos Passos e Buenos Aires.

Hoje o maior shopping a céu aberto da América Latina, com mais de 600 lojas, o SAARA é uma área de comércio popular muito antiga, se constituindo desde o século XIX. Dada a sua proximidade do porto, o local abrigou imigrantes sírios, libaneses, judeus, gregos, espanhóis e portugueses que chegaram ao Brasil em sucessivas levas migratórias, no final do século XIX e início do século XX. Muitos desses imigrantes trabalharam como mascates: — mercadores ambulantes, que oferecem mercadorias em domicílios — nas ruas do Rio de Janeiro. Alguns destes mascates acabaram se estabelecendo em lojas no térreo dos sobrados, utilizando o andar superior como residência — como era praxe das habitações cariocas da época.

Há estabelecimentos tradicionalíssimos, de família, alguns já na 4ª geração, no SAARA. Um destes é a Padaria Bassil, fundada em 1913 pelo libanês Tufi Bassil e localizada no mesmo local, na rua Senhor dos Passos — fazendo parte de um seleto grupo de estabelecimentos centenários que se

mantêm de pé na cidade. Numa das inúmeras histórias que esse estabelecimento guarda, em 1962 as estrelas do futebol Garrincha e Jordan, clientes assíduos da Bassil, fizeram uma aposta: o perdedor bancaria uma reforma na Bassil, deixando as paredes da padoca com as cores do time vitorioso.. Garrincha, havia sido o melhor jogador da Copa do Mundo de 1962 e herói do bicampeonato do Brasil, era craque do Botafogo; Jordan, zagueiro do Flamengo — e 4º jogador que mais vestiu o manto rubro-negro —, seu melhor marcador. Os azulejos preto e branco, hoje sessentões, denunciam quem saiu vitorioso da peleja — só não contam que Garrincha marcou dois dos três gols da partida, que terminou com o placar 3x0.

De um ponto de vista geográfico, os limites físicos do SAARA são: ao Norte a avenida Presidente Vargas, ao Sul, a rua Buenos Aires, no extremo Oeste a Praça da República e o Campo de Santana. Os limites na Leste constituem a fronteira com o Camelódromo entre as ruas dos Andradas, Senhor dos Passos e a rua da Alfândega.

Ao longo dessa extensa área, a gritaria é geral. Quem quiser vender, tem de esgoelar. Mas claro, tem sempre uma ajudinha do microfone. Aliás, o som de voz metálico é marcante: não bastasse o coral de gritos, há ainda quase 50 caixas de som, que pairam dependuradas soando as ondas da rádio SAARA, “a voz do centro do Rio”. Além claro das músicas que tocam ali, tem aviso de criança perdida, correio elegante, nota de falecimento, felicitações de aniversário... tudo isso entra na programação da rádio, que se comunica diretamente com os cliente/transeuntes.

Quem desce do metrô na estação Colado ao SAARA está o camelódromo da Uruguaiana. Surgiu em 1994 como uma tentativa de organizar, em boxes, os milhares de comerciantes dispersos na rua — que, a despeito micro shopping construído, permanecem existindo. A palavra “camelô” vem do francês *camelot*, que seria algo como “vendedor ambulante”; mas também possui origem árabe, *hamlat*, que diz algo como “tecido rústico”, ou seja, uma mercadoria mais barata. A palavra casa com certo imaginário popular: dos camelôs enquanto sinônimo de produtos de baixa qualidade — ou de origem ilegal, fruto de contrabando e receptação.

Nesse sentido, também é importante denotar que aqui há uma distinção social com relação ao SAARA, por exemplo. Há uma construção midiática sobre esse mercado, explorando e tecendo um imaginário compartilhado, em que o estigma da ilegalidade, pelo crime de pirataria, paira sobre tudo e todos envolvidos no camelódromo. Como afirma Lídia Canellas:

*o espaço configurou-se, na concepção de autoridades públicas e da mídia carioca, como um espaço que se mantém a partir de atividades ilegais. Entretanto, o Mercado Popular da Uruguaiana abriga uma série de pequenos mercados, fator que não permitiria qualificá-lo como um local de características rígidas, assim, os valores e as regras que estão em jogo não abrangem o Camelódromo como um todo. Embora identificado como um território sem lei, o MPU é delineado por uma multiplicidade de negociações que extrapolam a idéia de (i)legalidade e adentram num universo de códigos, regras, rupturas e moralidades. O trabalho fora elaborado com o propósito de reconstruir parte da história do Mercado a partir da observação das formas que se sucedem a ocupação, a apropriação e a gestão do espaço público urbano. (CANELLAS, 2007)*

### **As charangas e o grito da torcida**

O Rio de Janeiro possui o maior palco do futebol. O Maracanã faz ecoar milhares de vozes semanalmente. O estádio vive da festa da torcida. E, no Maracanã sempre foi assim. Flamengo, Vasco, Fluminense e Botafogo (e também Madureira, Olaria, América) sempre contaram com suas torcidas, e mais, as torcidas organizadas, que cantam e tocam ensaiadas. A instrumentação musical das torcidas é mesmo um show à parte. Porém nem sempre foi assim. Torcer, de fato, se torce há mais um século; porém não com cânticos e uma banda de música para conduzir e animar os outros milhares e milhares de torcedores. E a primeira delas foi a charanga do Flamengo.

Imagine só, um clássico entre dois rivais em silêncio? Bem, na verdade não é tão difícil de imaginar, vide que há jogos sem torcida, sem a permissão de

instrumentos nas arquibancadas, e o resultado também sabemos: uma monotonia que em nada combina com o futebol.

No dia 11 de outubro de 1942 foi jogada a final do carioca, um Fla x Flu. Eis que Jaime de Carvalho, um jovem flamenguista fanático, resolveu inovar: em pleno estádio das Laranjeiras, levou a festa para dentro do estádio, com amigos músicos tocando sopros e percussão. Carregavam uma bandeira do Flamengo com o nome da torcida organizada: Avante Flamengo. Porém, a verdade é que na estreia, ao menos, a banda andou meio desafinada. Ao menos foi o que achou o locutor rubro-negro, o jornalista e compositor, Ary Barroso, que apelidou aquele fuzuê de “charanga” que, para além de se referir à bandas militares com sopros, possui também significado pejorativo, sinônimo de banda desafinada — e era este o sentido atribuído por Barroso.

O nome, porém, pegou sem ofensa. E a Charanga do Flamengo passou a fazer sucesso e escola no Rio e, mais tarde, no Brasil todo. A banda melhorou e cresceu. Jaime ainda comandava a fuzarca, mas agora de megafone. Manteve-se líder da torcida até o fim de sua vida, em 1976.

A invenção de Jaime foi fundamental para girar de vez a cultura futebolística do Rio, fazendo do público menos espectador e mais torcedor — o primeiro, mais passivo, e o segundo, naturalmente, buscando ativamente interferir no placar do jogo, incentivando seus jogadores e, mais tarde, vaiando seus adversários. O modo “comportado” de se assistir uma partida de futebol condizia com a nobilidade que muitos torcedores ainda procuravam manter associada ao esporte diante de sua crescente popularização.

É possível ver nesse movimento de participação ativa do torcedor nos estádios como um reflexo, ou elemento constituinte de uma maior participação do trabalhador urbano na vida social e cultural da cidade. Afinal, a questão trabalhista e a aquisição de direitos aos trabalhadores — como, justamente, o direito ao lazer — permeou os anos 1940, durante a Era Vargas. Ainda que não em campo, o trabalhador comum poderia ser partícipe deste evento cultural que lhe era negado até pouco tempo antes.

## Buzinas, megafones e jingles: o som das ruas

Uma característica da vida urbana são os sons que entram da rua para dentro das casas. Seja as buzinas dos carros, ônibus e milhões de outros veículos que fazem do Rio um dos piores trânsitos do mundo. De acordo com o Relatório Global sobre o Transporte Público, divulgado em 2022 pelo aplicativo Moovit, apontou o Rio de Janeiro como a quarta pior cidade do mundo em tempo médio gasto no trânsito. Segundo o estudo, os cariocas levam, em média, 67 minutos para se deslocar de um ponto a outro do município.

E o caos no trânsito não vem de hoje. Para além dos carros, ônibus e motos da cidade, a presença de veículos informais, como mototáxis e vans clandestinas, encontra eco em décadas anteriores. Nos anos 1950 e 60, eram as “lotações”: veículos de propriedade particular do “chofer” ou de pequenas empresas, alguns levando até sete passageiros; já outros eram quase do tamanho dos ônibus convencionais. Objeto de críticas, por serem uma forma de transporte que não seguia as regras mínimas de trânsito, tanto quanto à velocidade, quanto aos itinerários. Foram banidos no final da década de 1960, pelo novo plano de transportes do estado da Guanabara. Um grande lobby do governo da Guanabara em prol dos trólebus: ônibus elétricos que substituíram alguns trechos antes cobertos pelos bondes, a partir de 1962. Sua primeira linha ligava a esplanada do Castelo ao morro da Viúva. Não precisavam de trilhos, mas usavam a fiação aérea já existente para a circulação dos bondes e, por isso, também eram chamados de “chifrudos”. Foram extintos como transporte coletivo em 1969. Nas décadas de 1970 e 80, eram as Kombis que enchiam as vias principais do Rio de Janeiro.

Ainda nas ruas, uma kombi, ou pequeno caminhão passando pelas ruas, anunciando por meio de um megafone, que se compra sucatas de todos os tipos. Esses ferro-velhos itinerantes — cujos os próprios veículos muitas vezes estão em condições de estarem eles mesmos carregados para o ferro-velho. Estes possuem um paralelo com os antigos catadores de material, que remontam desde o século XIX. Há registros de catadores e trapeiros, com suas carroças, circulando pelas ruas do Rio, coletando principalmente materiais de ferro, vidro e barro.



**O cotidiano dos ônibus e lotações na década de 1960.** Acervo Arquivo Nacional/Fundo Correio da Manhã.

Com o avançar das décadas, a lógica de produção se alterou drasticamente, de modo que os excedentes hoje atingem escalas dramáticas para a vida no planeta. Nesse sentido, a coleta clandestina de eletrodomésticos defeituosos — algo impensável em meados do século XX — é sintomática do mundo em que vivemos.

### **Tristes sons: tiro, porrada e bomba**

A violência urbana não é exclusividade do Rio de Janeiro. A capital carioca também não é aquela com maior índice de letalidade — as capitais dos estados da região Norte e Nordeste estão todas à frente em termos proporcionais. Porém, há especificidades que o Rio traz nesse quesito — a começar pelo calibre das armas de fogo.

A expansão do tráfico de drogas a partir da década de 1980 será diretamente responsável pelo aumento no número de homicídios no Rio de Janeiro.

Em 1999, quando os diretores Kátia Lund e João Moreira Salles gravaram o filme “Notícias de uma guerra particular”, morriam 46 pessoas para cada 100 mil habitantes — em Nova York esse número era de 5 para cada 100 mil. Em 2020, a taxa de mortes violentas no Rio de Janeiro caiu 30 para cada 100 mil, o que continua a ser uma cifra absurda.

Em 1998, a Polícia Federal estimou em 100 mil o número de pessoas que trabalhariam no comércio de drogas no Rio de Janeiro — mesmo número de funcionários da prefeitura da cidade. Em 2020, a Polícia Civil do RJ estimou em quase 60 mil pessoas envolvidas com o tráfico, enquanto o efetivo da Polícia Militar não chegava a 45 mil. Além disso, há no Rio de Janeiro a grave questão das milícias, complexificando ainda mais o problema da violência urbana na cidade.

O som de disparos e vozes comandando tropas e soldados é um som de guerra. E de fato, há mesmo, a chamada “guerra às drogas”. Segundo o policial do BOPE, Rodrigo Pimentel, no filme citado acima, a única diferença desta guerra e de outras ao redor do mundo, é que ao fim do dia, ele (o soldado) pode retornar para casa, ao invés de se juntar num acampamento militar.

O “Rap das Armas”, lançado em 1995, é bastante sintomático sobre a questão. Nessa crônica da violência urbana carioca, a lista de armas que fazem parte do cotidiano das favelas do Rio expressam uma outra (trágica) singularidade do Rio: a indiscriminada presença de armas de grande calibre. Não é à toa que, em “Estilo do Gueto”, o rapper Gustavo Black Alien canta “você se assusta com o barulho da bala?/ Eu aprendi desde moleque a adivinhar qual era a arma”.

Vale ressaltar que o Rio de Janeiro possui a polícia que mais mata, mas também a que mais morre no mundo. E a virtual totalidade dessa tragédia possui em comum a cor da pele. Numa guerra, há apenas vítimas, nenhum vitorioso. Ou quase nenhum: é importante lembrar que os traficantes de armas são os maiores lucRADORES do conflito. Também vale lembrar que, a despeito do preconceito, a maior apreensão de fuzis não aconteceu em uma favela, e sim em um condomínio de luxo, na Barra, onde vivem milionários e figuras expressivas da política nacional.

## REFERÊNCIAS:

ABREU, Jonas Silva. **A transformação do espaço urbano do Rio de Janeiro e a Construção da identidade cultural de Copacabana (1900-1950)**. Revista Ambivalências, v. 10, n. 19, p. 283-330, 2022.

CANELLAS, Lídia. **Camelô no Camelódromo não fica na pista: uma etnografia acerca da construção e desconstrução de regras no Mercado Popular da Uruguaiana – RJ**. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia da Universidade Federal Fluminense, Niterói/RJ, 2007.

DE HOLLANDA, Bernardo Borges Buarque; DA SILVA, Melba Fernanda. **No tempo da Charanga**. Esporte e Sociedade, n. 04, 2021.

DONADIO, Paulo. **"Foot-ball" na areia e banhos de sol no Rio de Janeiro (1917-1940)**. Recorde: Revista de História do Esporte, v. 4, n. 1, 2011.