

Feira Hippy de Ipanema: reflexões sobre discursividade e materilidade em um espaço de sociabilidade, turismo e consumo ¹

Palloma Valle Menezes²

Maria de Nazareth Eichler³

Resumo

A Feira Hippy é uma feira de artesanato e arte-popular realizada aos domingos, na Praça General Osório em Ipanema. Para nós, pesquisadoras, a Feira se apresenta como um daqueles fenômenos sociais "totais" em que um enorme complexo de fatores - econômicos, jurídicos, políticos, estéticos - se manifestam. Este artigo compreende um esforço de análise no sentido de dar conta da profusão de sentidos e valores compartilhados e negociados entre os diversos grupos em socialização na Feira, considerando criticamente as linhas temporais e de espaço na abordagem do objeto de análise.

Palavras-Chave: Turismo; memória; cultura material.

¹ Trabalho apresentado no GT “Cultura popular, patrimônio imaterial e cidades” da 26ª. Reunião Brasileira de Antropologia, realizada entre os dias 01 e 04 de junho, Porto Seguro, Bahia, Brasil. Gostaríamos de agradecer a Bianca Freire-Medeiros e Celso Castro por terem nos incentivado a iniciar nosso trabalho de campo na Feira Hippy de Ipanema, no âmbito de um projeto de pesquisa maior sobre a “História do Turismo no Rio de Janeiro”, realizado no Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil (CPDOC) da Fundação Getúlio Vargas (FGV).

² Mestranda em Sociologia pelo IUPERJ. Sua dissertação aborda as tentativas de implementação do turismo no Morro da Providência onde um Museu foi inaugurado pela Prefeitura do Rio de Janeiro em 2005. Trabalha nas pesquisas “Touring Poverty in Buenos Aires, Johannesburg and Rio de Janeiro” (financiado pela Foundation for Urban and Regional Studies --FURS) e “A Construção da Favela Carioca como Destino Turístico” (financiado pelo CNPq) coordenados por Bianca Freire-Medeiros (CPDOC/FGV). E-mail: pallomamenezes@hotmail.com

³ Graduanda do curso de Ciências Sociais da Escola Superior de Ciências Sociais pela Fundação Getúlio Vargas do Rio de Janeiro. Participação no Projeto A História do Turismo no Rio de Janeiro do Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil. Bolsista da FAPERJ em convênio com a Fundação Casa de Rui Barbosa no projeto Crônica Teatral de Artur Azevedo com a pesquisadora Flora Sússekind e Rcahel Valença. Email: eichler@fgvmail.br

Introdução

A Feira Hippie de Ipanema é uma feira de artesanato e arte-popular realizada aos domingos, de 8 às 20 horas, na Praça General Osório em Ipanema. Fundada no final dos anos 60, em pleno regime militar, a Feira situa-se, desde seu início, em um dos bairros com o IPTU mais elevado da cidade do Rio de Janeiro.

Ponto de partida para a urbanização do bairro no início do século XIX, a Praça General Osório está intimamente ligada à história do bairro de Ipanema⁴, destacando-se como um dos símbolos do “estilo de vida irreverente e inovador do carioca”. Conhecida como Praça Marechal Floriano até 1917, foi construída em 1894 na então Villa Ipanema, um empreendimento imobiliário de Moreira Filho, o Barão de Ipanema, e do Coronel José da Silva, seu sócio.

A partir de 1900, com a extensão da linha de bondes, a praça tornou-se pólo irradiador do crescimento imobiliário e comercial estimulando a ocupação definitiva do bairro. A partir da década de 30, com a chegada de grandes cinemas associada ao surgimento dos bares Jangadeiros, Zeppelin e Berlim (depois Bar Lagoa), a Praça General Osório acabou se tornando uma das melhores opções da cidade para boemia e lazer.

Na década de 1960 Ipanema vivia um momento de efervescência cultural. Na Praça havia sido inaugurado a Petite Galerie que funcionou até 1988 – por ela passaram artistas que surgiram ou se consagraram neste período – e em 1965 saiu pela primeira vez a Banda de Ipanema, também na Praça. Alguns anos depois, artistas plásticos e artesãos passam a frequentar o lugar e a expor seus quadros e artesanatos.

Hoje em dia, aos domingos é possível encontrar na Praça diversos tipos de produtos à venda: desde móveis e quadros de vários estilos, passando por roupas e acessórios pessoais, até souvenirs do Rio e comidas brasileiras “típicas”. Trabalham na feira

⁴ É interessante notar que o bairro no qual a feira se localiza não é só um bairro de classe média alta, mas também um lugar que conquistou através do tempo o status de bairro nobre, rico, foco irradiador de tendências, costumes e modas. Isso ocorreu em função, principalmente, de um mito “Ipanema” construído nas décadas de cinquenta e setenta (Castro, 1999) como um irrequieto bairro que ficou mundialmente famoso por ter sido o berço de gerações inteiras de artistas, intelectuais e libertários como Tom Jobim, Vinícius de Moraes e Leila Diniz. Ipanema parece ter uma dupla qualificação identitária: por um lado um bairro de elite e por outro um bairro de vanguarda, considerado bastante atrativo culturalmente. Soma-se a isso ainda a suposta “vocação” paisagística do bairro – famoso por sua praia – que acaba constituindo-o como este lugar-signo dentro da cidade.

moradores da cidade do Rio, de algumas outras cidades do Estado do Rio e até mesmo pessoas de fora do país que adotaram o Brasil como pátria. Podemos dizer que, a Feira Hippy é atualmente uma das principais atrações turísticas do Rio de Janeiro que atrai não só cariocas assíduos, mas também turistas do Brasil e do mundo inteiro, que chegam em busca das “expressões populares da cultura” e levam consigo souvenirs da cidade.

Para nós, pesquisadoras, a Feira Hippy de Ipanema desperta interesse enquanto recorte, para análise, de um ambiente social organizado em que um enorme complexo de fatores – econômicos, jurídicos, políticos e estéticos – interagem e produzem um sentido social passível de reconhecimento e estudo sistemático. Este artigo compreende um esforço de análise no sentido de dar conta da profusão de sentidos e valores compartilhados e negociados entre os diversos grupos em socialização na feira, considerando criticamente as linhas temporais e de espaço na abordagem do objeto de análise.

A metodologia dessa pesquisa inclui trabalho de campo na Feira de Ipanema por cerca de seis meses. Durante nossas idas ao campo, observamos o cotidiano da feira e realizamos entrevistas com os seus agentes-chaves – tanto vendedores como artesãos – e com alguns turistas que por ali circulam. Além disso, produzimos uma fotoetnografia.

Na primeira parte deste artigo, trabalhamos a perspectiva histórica em consonância com os recursos de memória e identidade. Interessa-nos identificar nos depoimentos dos nossos informantes elementos capazes de nos auxiliar a tecer os fios de um mito de origem da Feira. Logo que começamos a empreender entrevistas em campo, diversas vozes discordantes apontam para diferentes histórias sobre o processo de formação da Feira.

Em seguida, na segunda parte do texto, abordaremos algumas das principais transformações que, na visão de nossos informantes, separam o que era a Feira em seu início e o que é hoje. Trataremos das mudanças na organização local e nos saberes dos artesãos e artistas.

Posteriormente, na terceira parte do artigo, apresentamos uma análise dos suportes materiais – artesanato, quadros e souvenirs – trabalhados pelos artistas plásticos e artesãos da Feira. Seleccionamos alguns objetos representativos do universo de produtos da feira e os organizamos em categorias.

Buscamos com isso explicar a ocorrência dos seus símbolos em relação com as realidades reproduzidas artisticamente. Tais objetos, pouco tratados como parte importante

da nossa cultura material, recorrem bastante aos atalhos metonímicos que são os ícones da cidade – Cristo, Pão de Açúcar - e assumem a delicada função de representar, em circuito internacional, o que “é” o Brasil e o Rio.

Histórias da Feira

Após longas horas de entrevistas, semanas após semanas, resta pouca dúvida sobre o lugar que a Feira ocupa nas vidas daqueles artesãos e artistas plásticos, protagonistas dos eventos cotidianos que, no final da década de 60, estimularam a criação de um espaço social posteriormente amadurecido na idéia da Feira. Para os seus pioneiros, durante quase quatro décadas, a feira foi o teatro de suas existências. Contamos com os depoimentos desses atores para resgatar, através dos seus discursos, notadamente conflitantes, a experiência de surgimento da Feira.

Segundo Halbwachs (2004), “nunca estamos sós”. Ainda que tenhamos lembranças que envolvem acontecimentos em que estivemos sós, ao lembrarmos deles acionamos um coletivo: os grupos dos quais fazemos. Dessa forma, consideramos, retomando o autor, a memória de um indivíduo como um ponto de uma trama por onde passam as memórias dos diferentes grupos dos quais o indivíduo fez parte.

Podemos supor que, para além da plasticidade de toda memória, se a memória de um grupo se encontra fragmentada em múltiplas abordagens que não se corroboram, o grupo que a sustenta provavelmente sofre um desgaste de suas associações íntimas. Nas entrevistas o conflito muitas vezes aparecia velado sob formas discursivas que denotavam uma busca por distanciamento: poucas vezes ouvimos o “nós”, a referencial mais comum era “eles”.

Estamos atentas para o papel ativo e transformador dos atores na gestão das suas representações e lembranças. Trabalhamos nesta análise com um postulado básico da fenomenologia: a capacidade de um grupo de definir situações, ou de outro modo, de negociar a realidade, atua sobre o trabalho de socialização do mesmo.⁵ Ainda em termos fenomenológicos, a memória, no que permite ao indivíduo criar para si uma continuidade

⁵ BERGER, Peter L; LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade : tratado de sociologia do conhecimento*. 23. ed. Petropolis: Vozes, 2003. 247p

dentro do tempo, e construir, nesta temporalidade, um sentido moral de pertencimento ao seu grupo contemporâneo, garante elementos fundamentais de coerência para a construção da identidade.⁶ A memória, assim como a identidade, são construídas em referência aos outros, nos espaços tensos e dinâmicos das interações cotidianas, e são, nesse sentido, essencialmente fenomenológicos.

Em campo pudemos constatar certa desconfiança dos membros deste grupo pioneiro uns em relação aos outros. A escolha dos nossos informantes foi feita a partir de abordagens informais e indicações boca-a-boca. Não raro havia reprovações por parte dos entrevistados do tipo: “Não vá falar com o Seu X. Ele não é dos mais antigos, não sabe de nada, não estava aqui desde o início como diz.”. No entanto, ao nos apresentarmos ao Seu X informando-o quem nos passou seu nome, este por sua vez diz algo do tipo: “O Seu Y não chega a ser um dos nossos, chegou bem depois”. No entanto, todos, ao serem entrevistados, independente de serem ou não considerados “bons” informantes, tinham alguma história de sua participação na construção da Feira para contar. A nós, pesquisadoras, não cabe julgar a veracidade desses relatos: estamos no terreno da representação. No entanto, não podemos deixar de perceber a ocorrência do fenômeno descrito por Pollack como acontecimento “vivido por tabela”⁷. Em razão de uma forte identificação com algum fenômeno passado, identificação essa construída pelo próprio trabalho de socialização, o indivíduo projeta e consome um acontecimento como se fosse seu, uma vez que, pelo menos a marca do acontecimento, o indivíduo a sente, mesmo enquanto vivência fabricada.

Esta divisão entre o grupo dos “mais velhos na feira” e “os que chegaram depois” nos faz lembrar, evidentemente, Elias e Scotson em “Os Estabelecidos e os Outsiders” (2000). Ressaltar esses autores nesta análise é importante nem tanto pela divisão em si dos grupos, mas principalmente pela importância das *observações sobre as fofocas*, em nosso caso.

Como afirma Elias, “um dos determinantes da fofoca costuma ser o grau de competição entre os boateiros que disputam o ouvido e a atenção de seus semelhantes, o qual, por sua vez, depende da pressão competitiva particularmente pressão das rivalidades de status, nesse tipo de grupo” (2000:125).

⁶ POLLAK, Michel. *Estudos Históricos*. Rio de Janeiro. Vol.5. n10. 1992. FGV. Pág 200-210

⁷ POLLACK, Michel. op.cit. página 4

Ao longo da pesquisa pudemos notar que no caso da Feira de Ipanema a observação das fofocas indica que parece haver no local uma disputa pela *fala legítima* sobre a história da Feira. Esta legitimidade da fala parece estar mais associada àqueles que seriam os *estabelecidos* do local, que estiveram na organização da feira desde o início.

É apenas uma figura de linguagem dizer que a fofoca tem tal ou qual função, pois ela nada mais é do que o nome genérico de algo feito por pessoas reunidas em grupos. E o termo função, nesse e noutros casos similares, tem aparência suspeita de um disfarce para o velho termo “causa”. Atribuir à fofoca uma função integradora pode facilmente sugerir que ela é a causa cujo efeito é a integração. Provavelmente, seria mais exato dizer que o grupo mais bem integrado tende a fofocar mais livremente do que o menos integrado, e que, no primeiro caso, as fofocas das pessoas reforçam a coesão já existente (Elias, 2000:129).

Para nós pesquisadoras, que éramos consideradas pelos feirantes como pessoas “de fora”, foi uma tarefa difícil tentar entender quem eram os feirantes considerados mais antigos no local. Este trabalho não foi tão simples quanto possa parecer, pois a definição de “mais antigo” não é baseada em documentos, por exemplo, que provem está antiguidade, mas sim disputada e negociada, quase o tempo inteiro, nas falas dos feirantes que têm como suposta base a memória deles. Desse modo, podemos notar que há claramente uma disputa simbólica e, tentar nos convencer que *fulano* é mais antigo que *beltrano* – porque determinadas lembranças “provam” isso – e que, logo, *fulano* tem “mais direito” de nos narrar a origem da feira, faz parte desta disputa.

Ao recuperarmos, nas análises do espaço urbano de Park (1952), a definição simmeliana de interação, percebemos a importância metodológica em considerarmos em uma suposta ruptura, o próprio trabalho de socialização. Se os artesãos disputam entre si a “paternidade” da Feira, certamente o fazem em defesa de um ideal de respeitabilidade preponderante naquele projeto em gestação, comuns aos pioneiros.

Deve ficar devidamente claro que nós, pesquisadores, estamos cientes dos limites de qualquer trabalho de gestão da *memória*. Todo projeto de enquadrar memórias é perpassado por redefinições de valores e atitudes e por desejos nostálgicos de idealização do passado. Como diz Pollack, é “o presente colorindo o passado”. É inevitável que ocorra um “jogo de luzes e sombras” em função das expectativas de se projetar uma imagem de credibilidade e coerência em consonância com as regras morais do presente.

É interessante lembrar que, apesar de todas as leituras prévias e discussões teóricas, fomos ao campo para – ingenuamente – tentar entender a história da Feira. Só que quando começamos a conversar com as pessoas ficou evidente que não há uma única história visto não haver um consenso sobre como se deu o início da feira.

Vimos em campo que não é possível reconstituir ou resgatar a história da feira, visto que há várias versões sobre como ocorreu esse início e essa percepção só tornou o campo ainda mais atraente e rico para nós. Isso porque, os diferentes discursos sobre a criação do local constroem diferentes *mitos de origem da Feira*. E, como mostramos anteriormente, a discussão em torno da legitimidade desses discursos está informada pelas múltiplas identidades que cada um dos nossos membros, ou grupos de membros, vem a conferir ao espaço.

Ligando o aparecimento da Feira a um movimento de vanguarda artística, alguns feirantes afirmam que a Feira teria surgido “despretensiosamente” entre um grupo de frequentadores do bar Jangadeiro no ano de 1969. Seu precursor teria sido então Hugo Leão de Castro, vulgarmente conhecido como “Hugo Bidet”, junto de um grupo de amigos, dentre os quais vários artistas plásticos.

Um dos nossos informantes nos conta em depoimento que, em uma manhã de sábado, estavam eles, - aqueles que respondem pela identidade de artistas da vanguarda –, sentados no bar Jangadeiro⁸ e já sem dinheiro para pagar os chopes. Foi aí que Hugo teve a idéia de colocar em meio às barracas da feira do Livro, que ainda estavam armadas no local após seu término, desenhos de sua autoria para tentar apurar algum dinheiro para que continuassem bebendo. Foi em casa, pois morava perto dali, colocou os desenhos na praça e estes acabaram sendo vendidos. A idéia vingou e no fim de semana seguinte e no outro, vários deles já expunham seus trabalhos na praça.

⁸ Em seu depoimento Hugo Leão Castro, “Hugo Bidet”, personalidade típica do bairro contou sobre a relação estabelecida entre os donos do bar Jangadeiro e seus frequentadores habituais: “Naquele tempo era muito melhor: veja só, atrás do balcão do chope havia uma prateleira onde a gente guardava nossas canecas. Você chegava, enquanto cumprimentava os amigos (garçons, dono e fregueses), o rapaz da copa já tinha deparado a sua caneca e estava tirando o chope.”. Este depoimento, recoberto de sentimento saudosista, retrata, já em 1968, um ambiente de relações pessoais, uma economia provinciana pouco capitalizada sendo substituída por uma nova ordem, além disto, denota a expressividade na época de uma certa “cultura de bar”, que alguns integrantes da feira ainda tentam manter.

Segundo alguns de nossos informantes e de acordo com o registro no livro Villa de Ipanema, a proposta inicial não incluía o trabalho de artesãos hippies, como é afirmado pela grande mídia e como reproduz o *senso comum*: “A intenção inicial dos fundadores da Feira era de que só participassem pintores e desenhistas e muitos artesãos foram enxotados da praça à porrada”. Após esta fase inicial, houve uma outra que correspondeu à “invasão” de hippies⁹.

Arnaldo Tavares, outro artesão que trabalha na feira desde o seu início, afirma que há controvérsias sobre o ano de fundação da Feira. Na opinião dele a Feira não foi fundada em 1968 como muitos dizem, mas em 69 no meio de outubro.

Em 1968 José Carlos da Gama mais umas três ou quatro pessoas já expunham quadros, mas nem havia hippies. Foi só em 69 que começou a feira mesmo e em 70 o governo assumiu a organização da feira.

Até pouco tempo atrás, segundo relatam os artesãos e artistas plásticos, não houve na Feira qualquer iniciativa dos grupos de evocar as memórias das experiências vividas em conjunto, afim de algum modo mantê-las.¹⁰ O artesão Ivan, nada conformado com o descaso a que a história da Feira foi entregue, resolve no ano corrente começar a reunir documentos, com a colaboração dos outros feirantes, com a finalidade de publicar um livro justamente sobre a história da Feira Hippie de Ipanema.

Foi interessante ouvir Ivan narrar que, inicialmente, as pessoas não levavam muito a sério seu projeto e que, por isso, nem se esforçavam muito para colaborar e procurar materiais que pudessem ser incluídos no livro. Mas, conforme ele foi conseguindo as primeiras fotos e documentos antigos, – como os primeiros registros dos artesãos autorizados pelo poder público a trabalhar na Praça –, as pessoas começaram a ver que o projeto estava se concretizando. Então “muitos passaram a não querer ficar de fora”, parece que “começaram a querer contribuir para também aparecerem como participantes da

⁹ Para elucidar quem eram os hippies da praça Frade (1994) cita uma reportagem do Jornal do Brasil de 1969: “Na Praça General Osório, um número pequeno ainda começa a expor seus trabalhos. Os artistas são, na maioria, de outros estados. Um grupo de 25 estrangeiros ... eles procuram juntar dinheiro para continuar suas viagens.”

¹⁰ Chegamos a cogitar uma intervenção em campo mais energética: reunir esses artesãos. Poderíamos esperar que, ao serem acionados os testemunhos, e as memórias confrontadas, as memórias do grupo tomariam mais claramente consciência das suas linhas de tensão. Mas acabamos preferimos entrevistar as pessoas separadamente, para ouvir as diferentes versões e idéias sobre a história da feira e seu contexto atual.

história da feira” e, por isso, se empenhavam em buscar em seus arquivos pessoais símbolos materiais de suas memórias relacionadas à feira.

Ivan tem uma barraca na qual vende móveis na Feira. Muitos feirantes vão até lá levar fotos para ele e sempre acabam contando alguma história relacionada à foto. Isso aconteceu quando estávamos na barraca de Ivan vendo as centenas de fotos que ele já conseguiu reunir. Andando um pouco pela feira com ele pudemos notar também que as pessoas ao verem Ivan se lembram de que precisam procurar essas lembranças em suas casas e muitas dizem “não esqueci não, estou procurando e vou trazer as fotos e documentos na semana que vem”.

O artesão gentilmente nos mostrou várias das fotografias coletadas. Evidentemente concentramos nossa atenção nas fotos referentes ao início da Feira. O que pudemos ver através dessas fotos são lonas esticadas no chão – as barracas de metal, tal como as conhecemos hoje, foram adotadas muito posteriormente – onde os artesãos expunham suas peças de couro, objetos de madeira e etc. Não deixa de ser curioso a presença de jovens e crianças caracterizadas de hippie em volta das lonas e entre os artesãos sentados no chão.

O movimento hippie estourara nos EUA durante a década de 60 e encontrara alguma repercussão no Brasil¹¹. De acordo com o depoimento dos nossos feirantes, a cultura hippie chegou à Praça principalmente com a vinda de artesãos argentinos. Nossos informantes se referem à época como sendo “os bons tempos em que a feira lançava moda”.

Não faltam, nos relatos dos pioneiros, referências à vizinhança da Praça composta, sobretudo, pela elite econômica da cidade. Os aspectos morais das relações entre esta elite e os artesãos são diversamente matizados pelos informantes. Um artista plástico que é apontado como um dos precursores da feira fez a seguinte afirmação:

A feira nasceu no final dos anos 60 e início dos anos 70 como uma aglomeração contínua. O público no início era formado só por cariocas. Havia muitos artesãos fazendo bijuterias de amarração de corda. No início tinha muito argentino e eles já possuíam sangue de artesãos. O surgimento da feira foi calcado no Movimento Hippie. Tinham as pessoas que no início vendiam seus artesanatos na praia e vinham à tardinha aqui para a Praça para se reunir, fumar um baseado e dormir por aqui mesmo. Porque aqui em Ipanema só moravam

¹¹ Na pesquisa desenvolvida por Frade (1994) encontraremos a origem da Feira na associação de dois movimentos, ambos de contestação cultural. Por um lado estaria o movimento artístico de vanguarda, vinculado aos artistas ligados ao MAM no Rio de Janeiro; por outro estaria o movimento hippie e o grande número deles que chegavam ao Rio vindos diversos estados brasileiros e demais países da América do Sul.

ricos. Os que trabalhavam aqui não eram ricos, por isso foram reprimidos. Como os moradores do bairro tinham dinheiro e influência, não precisavam matar, era só chamar a polícia.

Segundo narram informantes, a Feira era um ponto “cult” da cidade por onde passeavam artistas e cantores. Os jovens da alta elite (para o desespero dos seus pais) por ali paqueravam e faziam amizades. Sabemos das “batidas” que a polícia fazia na Praça, e uma das causas, apontada pelos informantes, como pode ser visto no depoimento acima, eram as solicitações feitas pelos próprios moradores do bairro.

Alguns dos artesãos por ali mesmo passavam a noite, de modo a poderem logo pela manhã percorrer a praia vendendo suas peças e bijuterias. Este hábito de alguns de pernoitar na Praça não era benquisto pelos moradores, sendo mais uma fonte de atrito entre os grupos. Logo quando a Feira se tornou um evento sancionado pela Prefeitura, sua duração deixou de ser de dois dias semanais pra se tornar de um único dia, o que, segundo os artesãos, foi feito justamente para evitar as pernoites.

Alguns dos nossos informantes contrariam o bem estabelecido imaginário que povoa aquela época com as chegadas de surpresa da polícia para “varrer o local”, causando correrias ao modo de uma verdadeira “psicose coletiva”¹². Para esses informantes não havia invasões, e sim alguns zombeteiros, inclusive malquistos pelos próprios artesãos do local, eram as “cartas marcadas” da polícia.

Ainda na época de regulação da Feira¹³, a Praça General Osório foi gradeada. Bem sabemos através dos estudos urbanos em Chicago, como funcionam essas divisões projetadas em logradouros públicos. No plano abstrato do direito garante-se ao cidadão direitos civis de ir e vir; e a cidade é projetada como espaço ideal da livre locomoção. Entretanto é possível dizer que a cidade propõe e engendra dinâmicas de movimento em alguma medida conflitantes. A urbanidade, como modo de vida, ao mesmo tempo em que consagra o espaço público da cidade enquanto dispositivo de circulação, estabelece em seu seio espaços diferenciados. Se atentarmos, como aqui se pretende, para a análise dos nossos

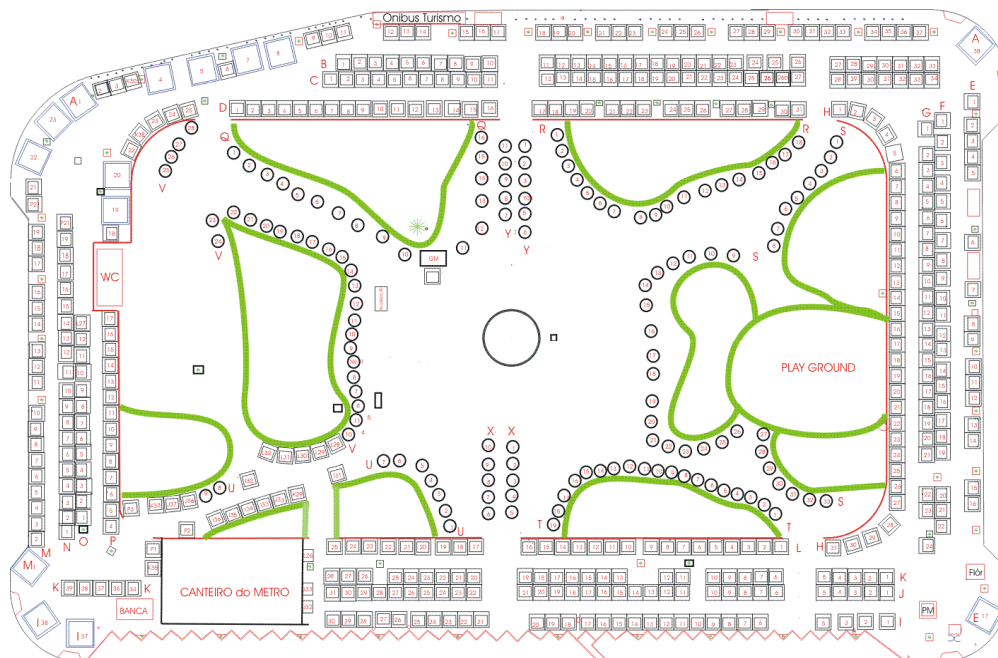
¹² “Quando a policia baixava no lugar e expulsava todo mundo a sua maneira” (Fernando Sabino In: Villa Ipanema). “Em fevereiro de 1970, o JB publicava na seção policial: ‘Polícia prende 24 hippies’ ... assistente do Secretário de Segurança, afirmou que a campanha iniciada contra os hippies continuará até que a cidade fique limpa” (Frade, 1994).

¹³ Constatamos através das fotos coletadas pelo senhor Ivan que nesta época havia uma distribuição irregular de artesãos e passantes na Praça.

espaços públicos e os usos dos nossos deslocamentos nesses espaços, perceberemos que não há uma óbvia restrição de quem e a que horas pode frequentar a praça gradeada.

A Feira ontem e hoje

Os artesãos e artistas plásticos com os quais conversamos relatam que a organização da feira mudou muito desde seu início. Segundo um dos feirantes “no início a feira era só no meio da calçada que dava para a Visconde de Pirajá e mesmo assim ainda não ocupava a calçada toda”.



Fonte: http://www.feirahippieipanema.riosoleil.com/mapa_go.htm

Atualmente, a feira ocupa quase toda a praça, como pode ser visto no mapa acima. Os artesãos localizam-se ao redor da praça enquanto os artistas plásticos ficam no centro da praça, em volta do Chafariz das Saracuras¹⁴. Se antes os artesãos expunham seus trabalhos no chão ou em estandes improvisados, hoje os produtos são vendidos em barracas padronizadas e numeradas. Até alguns anos atrás, eram os próprios artesãos que “madrugavam” na praça para montar suas barracas. Hoje, o serviço de montagem e

¹⁴ O Chafariz das Saracuras, obra de Mestre Valentim que enfeita o centro da praça, foi ali instalado após a demolição do Convento das Carmelitas, em 1911.

desmontagem é terceirizado. Um de nossos informantes afirmou que cada feirante paga entre 30 e 40 reais por semana por esse serviço. Além desse serviço, uma outra inovação que surgiu na Feira há alguns anos foi uma central na qual os clientes pagam suas compras feitas em qualquer barraca com cartão de crédito.

Os artistas plásticos expõem seus quadros não em barracas, mas presos em painéis que ficam espalhados pelo centro da feira. Enquanto as barracas dos artesãos são organizadas um do lado da outra, enfileiradas, formando um estreito corredor por onde passam os visitantes da feira, os quadros dos artistas plásticos são dispostos de forma mais espalhada havendo um maior espaço para circulação e convívio das artistas e visitantes. É interessante notar que nesse espaço muitos artistas costumam ficar sentados em cadeiras de praia batendo papo com colegas ou mesmo visitantes que vão à Feira com o intuito não só de consumir, mas também de participar da sociabilidade que acontece ali. Alguns vão à Praça praticamente todos os domingos para encontrar amigos e conversar.

Como já foi mostrado na parte anterior do texto, muitos dos feirantes afirmam que no início da década de 70, os “hippies” sofreram muito perseguição e que devido ao endurecimento do regime militar, a ocupação hippie na Praça foi reprimida. Após inúmeras invasões que resultaram em prisões e por fim na interdição da Feira, sua legalização junto às autoridades públicas foi alcançada em março de 1970.

Na primeira regulamentação – Ordem de Serviço nº29 de 11/03/70 – foi proibida a execução de música na Praça, a armação de barracas também não era mais permitida para evitar o aspecto de uma feira livre e o uso da esteira tornou-se obrigatório. Os participantes ficaram proibidos de comer na praça com marmita ou deitar nos jardins e os expositores passam a ter o dever de manter o local permanentemente limpo. Foi proibido o uso de papéis ou jornais para proteger os trabalhos expostos e todos os feirantes passam a ter que estar convenientemente trajados, usando camisa e calças.

Todas essas medidas de restrição da alimentação na Praça e normatização dos usos das roupas pareciam ser tentativas legais de restringir a participação dos hippies que, em grande parte eram viajantes, e faziam, do seu artesanato, sua forma de continuar nas estradas por qual passavam. Já a proibição de se montar barracas era visivelmente uma relutância em se assumir a feira como um evento permanente na ocupação daquele espaço público.

Com o passar dos anos, de várias outras legislações – como a de 1990 – e de uma contínua luta dos artesãos e artistas plásticos, foi assumido o caráter permanente da Feira pelo Poder Público. Mas lendo alguns dos artigos da legislação de 22 de junho de 2005 – decreto nº 25491 – podemos notar que continuam a recair sobre os feirantes alguns estigmas. No artigo 20 é dito que “o expositor deverá apresentar-se convenientemente trajado e manter seu local de trabalho sempre limpo”. E no artigo 21 afirma-se que “é expressamente proibido o uso de bebidas alcoólicas pelo expositor no seu local de trabalho”.

Esses dois artigos apontam que parece ainda haver por parte do Poder Público o “estigma” (Goffman, 1998) de que os feirantes seriam baderneiros em potencial, que supostamente podem andar mal vestidos, sujar a praça e se embriagarem no local de trabalho. Por isso, é posto na legislação da Feira essas proibições e fica assim registrado que “o não-cumprimento da legislação e deste regulamento poderá acarretar o cancelamento da autorização pela autoridade competente”.

Esta legislação de 2005 regulamenta não só a organização da Feira, mas também os saberes dos artesãos e artistas. No artigo 3, por exemplo, é dito que “os candidatos a expositores das Feirartes¹⁵ deverão ser avaliados, mediante prova prática, pela Comissão de Avaliação das Feirartes, em processo seletivo aberto a todo interessado e convocado por Edital publicado no Diário Oficial do Município”. Já no artigo 5, é dito que “poderão expor nas Feirartes os artesãos e/ou artistas plásticos que possuírem autorização emitida pela Divisão de Feirartes do Centro de Artes Calouste Gulbenkian, em até duas técnicas”.

Essas técnicas, segundo afirmaram nossos informantes, costumavam ser passadas de pai para filho no início da história da Feira. As barracas eram mantidas em família geração após geração¹⁶. Contudo, alguns feirantes apontam que, nas últimas décadas, estaria havendo uma invasão de “pessoas de fora”, que passaram a querer ter barracas ali devido ao

¹⁵ A experiência da Feira na Praça General Osório se desdobrou em outras feiras para absorverem os candidatos a ocupação de um espaço que já não era mais possível em Ipanema. Atualmente há seis Feirantes na cidade do Rio, todas são regulamentadas pela mesma legislação municipal.

¹⁶ Como afirma Bourdieu, “tendo por objetivo determinar como a disposição culta de competência cultural apreendidas através da natureza de bens consumidos e da maneira de consumi-los variam segundo as categorias de agentes e segundo os terrenos aos quais elas se aplicam, desde os domínios legítimos, como a pintura e a música, até os mais livres (...) e, no interior dos domínios legítimos, segundo os “mercados”, “escolar” ou “extra-escolar”, em que são oferecidas, estabelece-se dois fatos fundamentais: por um lado, a relação estreita que une as práticas culturais (ou as opiniões aferentes) ao capital escolar (avaliado pelos diplomas obtidos) e, secundariamente, à origem social (apreendida através da profissão do pai); e, por outro lado, o fato de que, no caso de capital escolar equivalente, aumenta o peso da origem social no sistema explicativo das práticas ou das preferências quando nos afastamos dos domínios legítimos” (Bourdieu, 2008).

grande movimento de cariocas e turistas levados pela fama internacional da Feira. Com o pretexto de “controlar” essa invasão que poderia gerar não apenas um aumento excessivo da feira, mas também a perda de suas características originais; a prefeitura iniciou um processo de regulamentação da feira que envolve estratégias de controle que visam avaliar os saberes dos artesãos e artistas plásticos para classificar, assim, quem tem e quem não tem o “direito” de expor na Feira.

Algumas das pessoas com quem conversamos na Feira reclamaram do processo de avaliação que é realizado atualmente pelo Centro de Artes Calouste Gulbenkian. Segundo um de nossos informantes, “o tipo de avaliação feita pelo Centro torna *objetiva* a avaliação de saberes *subjetivos*”. Várias pessoas reclamaram que, muitos vezes, é avaliado não apenas se o artesão sabe ou não determinada técnica mas também se o trabalho dele tem um ‘bom valor estético, se é bonito, de bom gosto’ e isso, obviamente, não é algo que possa ser mensurado objetivamente. Logo, os avaliados ficam a mercê do “gosto” e “do bom senso” do avaliador para que sejam ou não aprovados para trabalhar na Feira. Sobre este ponto Bordieu nos alerta para a circularidade do discurso estético.¹⁷ A objetividade deste discurso está na sua propriedade de afastar o sujeito da experiência direta com a arte. As apreciações artísticas acabam ficando por conta deste referencial estético. Este discurso, porém, como qualquer outro, constitui instrumento de poder na disputa por capital simbólico. Se os avaliadores impõem o seu valor estético, o que fazem, no jogo concreto das relações sociais, é garantir que as suas categorias sejam incorporadas por todos os outros.¹⁸

Os feirantes, com frequência, também reclamaram por terem que pagar uma taxa para a prefeitura. Segundo alguns afirmaram, a TUAP – Taxa de Utilização de Área Pública – nem é muito cara, custa cerca de 13 reais, mas o problema é que eles não vêem nenhum retorno desse dinheiro. Na visão dos feirantes que entrevistamos a Prefeitura não cumpre seu papel: a fiscalização que deveria ser realizada na feira é falha e não há investimentos para melhoramento da Praça. Além disso, um de nossos entrevistados afirmou que considera a TUAP “uma distorção, pois passamos a ser caracterizados pelo imposto, não pela arte”. Outro disse que “não importa mais tanto se a pessoa sabe ou não fazer... importa é se ela paga ou não a taxa de imposto do solo de sua barraca”.

¹⁷ BORDIEU, Pierre. *A Distinção: crítica social do julgamento*, Porto Alegre, Editora Zouk, 2007

¹⁸ BORDIEU, Pierre. *O Poder Simbólico*. 10ª edição. Bertrand Brasil. 2007

Além de acharem que a TUAP desvaloriza o trabalho artesanal, muitos feirantes se queixam que há atualmente uma ampla desvalorização do artesanato na feira como um todo. Muitos artistas falam de uma perda de identidade da feira que estaria ocorrendo nos últimos anos. O artesanato que no passado, no início da feira, se apresentava como um contraponto, uma negação do modo produtivo vigente (o “mercado”) e de todas as mazelas sociais que essa viesse a trazer em seu processo de desenvolvimento, estaria perdendo esse caráter.

Se inicialmente a feira podia ser considerada, como afirmam alguns feirantes, como “uma cultura popular” ou uma “arte popular revolucionária”, um movimento de militância dentro do campo artístico de contestação cultural, hoje já não há tanta certeza em relação a isso. Esse movimento de contestação cultural na vanguarda artística, como muitos outros, acabou sendo “incorporado” ou “apropriado”, de certa forma, pelas instituições aos poucos, e o discurso que era anteriormente contracultural acabou perdendo força.

Aqui é preciso lembrar que muito já foi discutido sobre o conceito de “cultura popular”. Como sentenciar Chartier (1995), os debates em torno da própria definição de cultura popular foram (e são) travados, muitas vezes, a propósito de um conceito que quer delimitar, caracterizar e nomear práticas que quase nunca são designadas pelos seus atores como pertencendo à “cultura popular”. Para o autor, compreender “cultura popular” significa situar num espaço de enfrentamentos as relações que unem dois conjuntos de dispositivos:

de um lado, os mecanismos da dominação simbólica, cujo objetivo é tornar aceitáveis, pelos próprios dominados, as representações e os modos de consumo que, precisamente, qualificam (ou antes desqualificam) sua cultura como inferior e ilegítima, e, de outro lado, as lógicas específicas em funcionamento nos usos e nos modos de apropriação do que é imposto.

Um bom recurso para se pensar esta tensão e evitar a oscilação entre as abordagens que insistem no caráter dependente da cultura popular e aquelas que exaltam sua autonomia é a distinção estabelecida por Certeau (1994) entre estratégias e táticas. Segundo o autor, as estratégias supõem a existência de lugares e instituições, produzem objetos, normas e modelos, acumulam e capitalizam. Já as táticas, desprovidas de lugar próprio e de domínio do tempo, são “modos de fazer” ou, melhor dito, de “fazer com”. Como resume Chartier:

As formas “populares” da cultura, desde as práticas do cotidiano até às formas de consumo cultural, podem ser pensadas como táticas produtoras de sentido, embora de um

sentido possivelmente estranho àquele visado pelos produtores: "A uma produção racionalizada, expansionista e centralizada, barulhenta e espetacular, corresponde uma outra produção, chamada 'consumo'. Ela é matreira e dispersa, mas se insinua em todos os lugares, silenciosa e quase invisível, pois não se manifesta através de produtos próprios e sim através de modos de usar os produtos impostos pela ordem econômica dominante" (Certeau, 1994) (Chartier, 1995).

A opção pela vida hippie representava uma forma de romper com os padrões de consumo quando de romper com os padrões produtivos. Para eles, a prática artesanal foi o legado da geração hippie deixado na Feira, tanto nos padrões estéticos como na função social, o artesanato pouco instrumentalizado executado por pessoas em trânsito foi assimilado no tempo como a forma alternativa de sobrevivência dentro do sistema. A escolha do artesanato pela comunidade hippie está ligada ao fato do fazer artesanal ser considerado como algo mais lúdico e expressivo diferente do trabalho na sociedade industrial que era visto como alienado e desumano. (Frade, 1994).

Um artesão nos disse que a negação do processo industrial regia os estatutos desta primeira Feira: “você não podia usar coisas industrializadas, não podia usar arrebite no cinto nem fivela de metal. Então você tinha que fazer tudo à mão”. Todavia, nos dias de hoje, a perda da identidade da feira, na visão de alguns feirantes, está associada à perda do rigor e da fidelidade aos ideais contraculturais. Muitos feirantes hoje incorporaram peças, componentes produzidos artificialmente a seus artesanatos, o que para alguns artistas que ainda se baseiam no ideal da “contracultura”, representa atentar à lógica da produção, da produtividade capitalista, agilizar e aumentar a produção e os lucros.

A crise de identidade da Feira é calcada nas transformações econômico-sociais que ela vem passando nesses seus trinta anos de existência. “A Feira vem acompanhando a seu modo, as transformações de seu entorno, incorporando novas realidades ao seu corpo e com isto se distanciando de sua proposta original” (Pinheiro, 1999).

Na pesquisa que realizou com artistas e artesãos da feira, Pinheiro (1999) chegou às seguintes conclusões: 40% dos seus entrevistados “definem positivamente a feira como um lugar voltado para a comercialização da arte popular e artesanato voltados para o turismo”, 29 % “expressam insatisfação com o estado atual da feira” e 31% “definem positivamente a identidade da feira mas expressam insatisfação com o estado atual da feira”.

Entre o grupo que possui um discurso afirmativo, dois traços parecem definir mais claramente o perfil da feira: primeiramente o fato de ela ser um espaço de arte popular e artesanato voltado para o turismo e o segundo traço seria o fato da feira cumprir a “função de espaço alternativo dentro de uma conotação social, possibilitando a relação direta entre artista/artesão e consumidores, uma relação sem atravessadores que barateia o preço final e que permite, além das relações comerciais, o estabelecimento de contatos pessoais que aumentam o capital de conhecimento dos artesãos e artistas”.

Algumas das pessoas que entrevistamos também destacaram esse traço da feira, afirmando que há clientes anuais. Todas as vezes que eles vêm ao Rio, voltam à feira. Com isso, esses artistas dizem que acabam estabelecendo um vínculo de amizade com alguns clientes. Contudo, outros entrevistados nos disseram que esse tipo de relação existia mais no início da feira e que agora estaria se perdendo, se tornando algo cada vez mais raro.

Eu busco não só o meu sustento na feira, mas também um contato humano com estrangeiros e pessoas de todas as classes que passam por aqui. Mas a ganância deturpa esse caráter mais humano da feira. Antes havia uma interação entre os colegas da feira, a gente conversava sobre novas técnicas, trocava idéias, mas agora as pessoas olham só os colegas como concorrentes e os visitantes como clientes, só pensam em vender mais e mais.

Forma de relação entre as pessoas na feira mudou muito. Antes era um espaço de troca de experiências, um ensinava uma técnica nova para o outro e tal... agora são concorrentes brigando por clientes.

Quanto ao grupo de entrevistados, da pesquisa de Pinheiro (1999), que teve depoimento marcado pela insatisfação com o momento atual da feira, é interessante notar que as respostas tanto fazem menção a um tempo de glória pelo qual esta teria passado, como se apresentam descrentes com uma melhora. A grande maioria apontou para uma falta de divulgação e má administração como principais problemas existentes. Outros citaram o problema da venda de objetos feitos em série e também o da revenda de produtos comumente encontrados em comércio ambulante. Tais questões, segundo os depoimentos, fazem parte do conjunto de fatores que afastam o público da Feira fazendo com que esta fique descaracterizada.

Essa descaracterização da feira foi um ponto no qual praticamente todos os entrevistados de nossa pesquisa tocaram. Muitos artesãos e artistas afirmaram que hoje

pode se notar uma queda da qualidade dos trabalhos vendidos na feira. Um artesão que entrevistamos, diz que trabalha na feira há muitos anos sempre produzindo trabalhos em madeira. Só que antes fazia esculturas, hoje faz plaquinhas de madeiras com nome das pessoas e pentes.

Há trintas anos fazia portas, painéis, mesas, esculturas. Hoje a cultura local não combina comigo. Agora sou obrigado a guerrear para conseguir vender e para isso tenho q diminuir a qualidade do meu trabalho. Aqui hoje não é uma feira de artesanato, mas um *camelódromo*. A partir só momento no meio de pessoas que compram produtos no Saara e na Uruguaiana para vender aqui, não posso mais falar que aqui é um local de arte e artesanato. Se estou fazendo produtos de pouca durabilidade não posso falar q estou fazendo um trabalho artístico... daqui há alguns meses, no máximo poucos anos meu trabalho vai se desfazer, ninguém vai ter mais tê-lo em casa para poder me reconhecer como um artista... O artista esta sendo sufocado, vai acabar sendo extinto da feira e obrigado a ser comerciante. É uma inversão de valores, uma falta de valores.

Outros feirantes afirmaram a mesma coisa e acrescentaram dizendo que “a Feira foi perdendo sentido, houve uma decadência na qualidade e um “gigantismo”, a feira ficou grande demais. Antes a feira lançava moda. Hoje é mais comércio. Estou aqui há 37 anos e vejo que houve uma decadência das vendas, devido há uma queda muito grande do turismo. Em 80 vinham para cá mais ou menos 80% a mais de turistas do que vem hoje e tinham bem menos expositores. Hoje há poucos turistas e muitos expositores. E entre esses expositores muitos só revendem produtos, não são realmente artistas nem artesãos. Isso denigre a imagem da feira. Há infiltração de produtos industrializados e aluguel de barracas”. Quanto a essa questão de aluguel e venda ilegal de barracas, um outro artesão nos disse que:

Eu não posso vender minha barraca, mas a diretoria da feira cria regras para tirar uns e colocar outros, ou seja, para vender barracas. O cara paga 10 mil, 20 mil por uma barraca e quer reaver o dinheiro dele e não fazer arte. Hoje aqui só tem comerciante. Todos vendem as mesmas coisas, os mesmos produtos.

Uma última queixa que ouvimos dos feirantes foi que além dos produtos terem menos qualidade, os turistas que visitam a feira hoje também teriam um poder aquisitivo menor que os turistas que visitavam a feira no passado. Logo, os visitantes acabariam preferindo comprar apenas lembrancinhas baratas, souvenir da cidade.

O ápice da feira foi na década de 80, foi a época que vendia mais. Os turistas eram bem mais abonados que hoje. O que a gente fazia, logo vendia, porque era novidade e os turistas tinham mais dinheiro para comprar. Hoje os turistas compram mais é souvenir mesmo porque é mais barato e é importante para mostrar que estiveram no Brasil.

Alguns feirantes destacam que até os artesanatos e souvenirs cariocas estariam descaracterizados, já que não teriam uma originalidade, não representariam realmente a cidade do Rio: “o artesanato hoje está descaracterizado, eu não sei mais qual é o artesanato do Rio (...) você sabe que o Nordeste tem palha, Jequitinhonha tem cerâmica (...) O que tem aqui é uma síntese do Brasil todo.” Trataremos dessa questão, das imagens e representações da cidade e do país que aparecem nos produtos vendidos na feira, no capítulo a seguir.

Análise de alguns produtos vendidos na feira

Iremos agora, neste capítulo, refletir sobre os usos das imagens do Rio justamente em artesanatos e objetos que cumprem uma função de souvenir que são vendidos na Feira de Ipanema. Esses objetos, considerados lembranças “tipicamente” cariocas, inserem os ícones da cidade - reconhecidos internacionalmente - na memória visual coletiva.

Não seria possível entender os souvenirs cariocas sem interpretá-los à luz do legado icástico sobre a cidade. As iconografias sobre o Rio começam a ser produzidas a partir do século XVII, principalmente por viajantes estrangeiros. Nessas obras o Rio começa a despontar como uma cidade exuberante de belezas naturais pungentes.¹⁹ É interessante notar a existência de um padrão exaustivo e ininterrupto dos motivos e ícones fundamentais da cidade tanto nas litografias oitocentistas como nos souvenirs de hoje.

Os souvenirs são artefatos culturais que, ao serem disseminados, ajudam a cristalizar um imaginário sobre um lugar. O souvenir nasce a partir da valorização do artesanato enquanto objeto portador de memória. Podemos dizer que o turismo, ao menos em termos culturais, estabelece interesses em torno do folclore, e o artesanato, sendo a expressão material legítima de uma cultura regional, torna-se assim um objeto turístico (Santana, 1997).

¹⁹ DENIS, Rafael Cardoso. O Rio de Janeiro que se vê e que se tem: encontro da imagem com a matéria. In: MARTINS, Carlos (org.). *A Paisagem Carioca*. Rio de Janeiro: Museu de Arte Moderna, 2000.

O souvenir se desenvolverá em paralelo ao artesanato, primeiro como cópia em série e minituarizada da peça original, mas depois ganha independência e tornar-se objeto turístico por excelência e amplia sua função na condensação da memória. Tanto no artesanato-souvenir como no souvenir turístico, mantêm-se as marcas do lugar e da identidade do local, ou, nas palavras de Santana, o conotar simbolicamente a área visitada. Ou seja, constitui-se como concentração de memória sobre o lugar. As paisagens do Rio se tornam extensamente aplicáveis no final do século XIX durante o processo de manufatura, e mais adiante também através da industrialização. *****

Cabe, antes de tudo, reconhecer que a junção entre material e visual opera em diferentes níveis. Trataremos de analisar os objetos produzidos no Brasil a partir de matérias-primas características do país, em que há a identificação da nossa terra e cultura com as matérias-primas aqui existentes. Os souvenirs fazem uso da matéria-prima nacional para traduzir o Brasil para o estrangeiro.

Os *signos* e as sinalizações da cidade que compõem esses souvenirs são estilisticamente esvaziados de especificidades, amplamente genéricos em sua atribuição de identificar lugares, apenas simbolizando-os.

Nesse sentido, cumprem uma função mais ou menos emblemática, de selo de identificação da origem dos materiais exóticos que constituem a matéria-prima do objeto. A presença de um vulto estilizado do Pão de Açúcar ou de um Corcovado parece afirmar, caso exista alguma dúvida, que essas lascas de madeiras e asas de borboletas são originárias do Brasil, cujo emblema maior, cuja assinatura, são as duas rochas citadas. (Denis, 2000)

É interessante notar que, na Feira Hippie, todos os souvenirs considerados cafonas e “pouco autênticos” continuam a ser vendidos e parecem conviver bem com outros produtos que alguns turistas consideram mais genuinamente brasileiros. Os artesãos reconhecem a potencialidade dos souvenirs – geralmente pequenos e levando em seu corpo o nome da cidade e da Feira - em divulgar o Rio e atrair novos turistas.

Alguns artesãos reportam, com orgulho, que os turistas valorizam bastante seu trabalho artístico: “eles dizem que não encontram em seus países artesanato de tamanha qualidade e criatividade”. Registramos referências de que em seus países a produção de artefatos culturais se faz frequentemente em escala industrial.

Não obstante a difusão dos souvenirs e a adesão dos viajantes – fáceis de transportar, baratos, etc – o artesanato não deixou de suscitar interesse entre aqueles dispostos a levar

do “paraíso” visitado uma relíquia “autêntica”. Podemos dizer, retomando os termos propostos por Benjamin (1936), que o artesanato de alguma forma contém a sua “áurea”, ou seja, preserva a unidade de sua presença – é única – e mantém vínculo com a história – não é passível de reprodução. A “áurea” de que fala Benjamin corresponde à controversa categoria de “autêntico”, muito presente nos estudos que lidam com a também controversa noção de “cultura popular”²⁰.

As técnicas de reprodução atuais podem inclusive manipular situações de modo a transportá-las para realidades onde originalmente jamais as encontraríamos. São comuns as manipulações de fotos que buscam condensar em um mesmo quadro ícones da cidade como a Lagoa Rodrigo de Freitas e o Corcovado. Tal condensação de símbolos pode criar no espectador uma impressão confusa de escalas geográficas para além de qualquer representação que busque manter um mínimo de adesão às distancias entre os marcos naturais. Exemplos desse tipo abundam no cinema, técnica de reprodução de imagens considerada por Benjamin como responsável por uma profunda mudança na realidade transmitida. Dois planos de imagem seguidos, para citar apenas um caso, criam artificialmente uma solução de continuidade entre a praia carioca e o Pelourinho.



Foto: Palloma Menezes

²⁰ Sapir, Edward (1924). "Culture, Genuine and Spurious". *The American Journal of Sociology* 29 (4): 401-429.

Ao visitar as muitas barracas da Feira, pudemos notar que os turistas que freqüentam o local consomem através das lembranças da terra não só o “Rio autêntico” dos artesanatos, citado pela turista irlandesa, ou o “Rio exótico” da fauna e flora abundantes, mas também o “Rio erótico” das bonecas de mulatas sensualmente curvilíneas e dos cartões-postais – recentemente censurados pela Assembléia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro.

A caracterização do Rio como um lugar sensual não pode ser apreendida como algo simplesmente *natural*, apesar de muitos afirmarem que, no Rio, a sexualidade é um tema que ganha destaque porque clima e natureza predisporiam a uma quase onipresente nudez: despojamento dos corpos que geraria um ambiente repleto de sedução. Sabemos que nem o espaço físico, nem o clima, definem a exposição dos corpos. Essa disposição articula-se com características do processo civilizatório brasileiro em que o "encobrimento ritualizado do corpo" (Le Breton, 1995) nas interações sociais que singulariza o padrão clássico – francês - não se realiza aqui de forma *plena*. E, em consequência disso, há no Rio usos sociais dos corpos bastante singulares. A famosa canção "Garota de Ipanema" celebra essa imagem sensual do Rio, esmiuçando as técnicas corporais de balanço no andar rumo ao mar, e favorecendo a construção do corpo feminino bronzeado, oferecido aos olhos de quem a vê passar.



Foto: Palloma Menezes

Um diferencial que a Feira Hippie oferece aos turistas, em relação às lojas de souvenir da Zona Sul, são os quadros com imagens múltiplas da cidade do Rio de Janeiro. Vários

pintores expõem diferentes aspectos da cidade. Uns apresentam um Rio *mais bucólico*, no qual o Cristo Redentor, por exemplo, é rodeado por casinhas simples e coloridas habitadas por uma pequena população que parece levar uma vida *quase rural*. Outros destacam mais o lado cultural e até folclórico da cidade, expondo, por exemplo, corpos negros que jogam capoeira na praia com o Cristo e o Pão de Açúcar ao fundo.

As favelas cariocas são elementos que ganham grande destaque nos quadros expostos na Feira. É interessante notar que em algumas telas o turista pode consumir uma imagem colorida, alegre e esteticamente aprazível das favelas. Contudo, em outros quadros também há espaço para crítica social. Um trabalho bem interessante é o do pintor Paulo Mello que, para denunciar o que ele chama de “lado mais cruel do capitalismo”, pinta imagens da favela com vários outdoors de empresas famosas, como “Coca Cola”, “Amil” e “Citibank”.



Foto: Palloma Menezes

Outro trabalho que se destaca é o de um senhor que se identifica como Ovni. Ficção e realidade convivem harmonicamente nos quadros desse pintor. Ao mesmo tempo em que ele faz questão de mostrar aspectos da realidade, do cotidiano da cidade, como por exemplo a “polícia dando uma dura nos moradores de favela”, também gosta de incluir em todas suas telas elementos como discos voadores e extra-terrestres.



Foto: Palloma Menezes

A análise desses souvenirs nos evidenciou que a fixação dos símbolos nos materiais não recorre à realidade, possui uma *lógica própria* de construção de significado. Nos pratos de porcelana, por exemplo, o Cristo pode aparecer de braços abertos no centro da imagem tendo ao fundo um cenário composto pelo Pão de Açúcar e o Corcovado com *um outro Cristo* em tamanho menor. Proporções e distâncias reais e localizações geográficas precisas são suprimidas, os símbolos da cidade são consubstanciados e pairam de modo vago e pouco confortável em um fundo comum.

Os souvenirs, de fato, são experimentados não só como suporte para as lembranças da terra, mas proporcionam uma experiência única da cidade visto que esses artefatos possuem uma lógica de representação do Rio de Janeiro que lhes é própria e que garante na profusão de símbolos e imagens, experiências que complementam àquela possível de ser vivida no alcance da realidade.

Considerações finais

O presente artigo pretendeu, sobretudo, mediante uma abordagem etnográfica, enquadrar as falas nativas para entender um pouco sobre a sociabilidade na feira e colocar essas falas em consonância com as representações que emergem da cultura material esculpida pelas visões de mundo dos artistas e artesãos da feira. Devemos lembrar que os

souvenirs, além de despontarem enquanto objetos portadores de lembranças, da mesma forma que outros artefatos, portam também *memórias*. A memória foi certamente um dos eixos de análise privilegiado para se pensar as representações dos atores. Partimos do discurso nativo para reencontrá-lo materializado nas obras desses artistas e artesãos da feira.

Pudemos perceber em campo que a memória coletiva bastante fragmentada entre os feirantes permite desdobramentos em uma produção material encarnada de valores conflitantes. Os que estão ainda comprometidos com um passado saudosista resistem ao uso de matérias primas de qualidade inferior e ao exercício de uma originalidade extenuante.

Um segundo eixo de análise foram, certamente, as “condições de mercado”. Conforme vimos, as consequências de uma economia de mercado afetam a base material na qual se sustentam as representações. A recolocação, em condições de modernidade, das possibilidades de uso de suportes físicos afeta a informação veiculada, de modo a provocar a circulação extensiva de um novo conjunto de valores massificados.

Por fim, um terceiro eixo de reflexão foi baseado na análise de alguns produtos vendidos na feira, especialmente os souvenirs, as lembranças que são produzidas visando o consumo dos turistas. Foi possível notar ao analisarmos alguns objetos que a Feira Hippie de Ipanema do Rio de Janeiro permanece nos dias de hoje como um foco legitimador de identidades sobre a cidade e sobre o Brasil. Trata-se de um espaço onde alteridades nacionais, estrangeiras e cariocas são cambiadas e negociadas.

O esforço em recuperar a história um tanto fragmentada desse espaço e refletir sobre a constituição e os usos dos seus artesanatos, quadros e souvenirs, reflete a preocupação em identificar as disposições e expectativas dos seus interlocutores. Os produtos vendidos na feira hoje refletem um dilema pelo qual a feira passa: vender “produtos de qualidade”, que são mais caros e duráveis ou comercializar produtos “de menor qualidade”, mais industrializados e mais baratos que seriam vendidos com mais facilidade e rapidez.

Durante nosso trabalho de campo foi possível notar que ao pensar e falar sobre produtos que são, atualmente, vendidos na feira os artesãos e artistas refletem não só sobre comércio e consumo, mas também sobre suas expectativas relacionadas ao futuro da Feira. Assim, eles questionam se ainda é possível recuperar o caráter inovador, de vanguarda da feira ou se ela já foi transformada em uma camelódromo e não é mais possível pensar em transformar e recriar a Feira como um espaço de valorização da arte e do artesanato carioca.

Os discursos coletados indicaram um processo de transformação identitária²¹ na Feira. O que era uma Feira de arte e artesanato criada como forma de expressão de um movimento artístico e cultural que, a partir da incorporação de novas subjetividades, e (re)apropriação do espaço físico e simbólico, tornou-se um espaço integrado à lógica do que se denomina hoje de “mercado”. A Feira de Ipanema parece estar passando de um espaço cultural para em espaço comercial.

A “visão de mundo” que era dominante na feira parece ter sido transformada pela incorporação de novos membros portadores de outras “visões” dentro do mesmo espaço físico e simbólico da Feira. O que, por sua vez, criou um movimento de ruptura com os “valores” antigos e, isso, com o tempo, parece haver uma tendência de que essa nova visão, da feira como simplesmente se tornar “dominante”, revelando, assim, um processo de transformação identitária na Feira Hippie de Ipanema.

Ao notarmos um nosso campo a existência de um processo de mudança das racionalizações que justificam e legitimam a forma pela qual os feirantes se relacionam com o espaço da Feira Hippie de Ipanema, evidencio-se também que a constituição deste *espaço de consumo* implica num *consumo do espaço*, onde alguns indivíduos passam a subverter o que seria a ordem pré-estabelecida, na medida em que (re)constroem suas identidades – de “artistas” para “comerciantes” que precisam vender *souvenirs* para ganhar a vida – para justificarem e legitimarem a nova maneira de relacionar com o espaço e entre si.

Bibliografia

ALBANO, C.; LEMOS, C.B.; WERNECK, N.D.; MENICUCCI, T.G. *A cidade na praça: poder, memória, liberdade. Reunião do GT Estudos Urbanos: Representações e Políticas Públicas*, Águas de São Pedro, S.P., 24-26 out. 1984.

BOURDIEU, Pierre. *A Distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo:Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2008.

²¹ É interessante ressaltar que o entendimento da identidade, enquanto dimensão simbólica-cultural, historicamente construída e contextual definida por um sistema de significações está intimamente relacionado ao espaço, sendo em parte revelado pelo estudo deste, pois no espaço ocorre a “manifestação concentrada de uma ordem simbólica [...] [que] não é um dado, é dinâmica, inserida na história, é espaço de síntese” (ALBANO et al., 1984). Portanto, ao se estudar o espaço, físico e simbólico, deve-se observar a forma e a função de cada um deles, suas interações com a questão temporal e o meio qual este utiliza para evidenciar as formas de racionalizações, de pensar e agir de determinados grupos e as contradições inerentes aos mesmos ao longo do tempo.

- CASTRO, Ruy. **Ela é Carioca**. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 1999.
- CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**, Petrópolis, Vozes, 1994.
- CHARTIER, Roger. "*Cultura Popular*": revisitando um conceito historiográfico. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, vol. 8, n. 16, 1995, p.179-192.
- DENIS, Rafael Cardoso. O Rio de Janeiro que se vê e que se tem: encontro da imagem com a matéria. In: MARTINS, Carlos (org.). **A Paisagem Carioca**. Rio de Janeiro: Museu de Arte Moderna, 2000.
- DUGGAN, Betty J. Tourism, Cultural Authenticity, and the Native Crafts Cooperative: The Eastern Cherokee Experience. In: CHAMBERS, Erve (org.). **Tourism and Culture**. New York: State University of New York Press, 1997.
- ELIAS, Norbert e SCOTSON, John. **Os Estabelecidos e os outsiders**: Sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade. Rio de Janeiro, Jorge Zahar: 2000.
- FRADE, Isabela Nascimento. **O barato da arte na praça: o artesanato na feira hippie de Ipanema**. São Paulo. Dissertação de Mestrado, Escola de Comunicação e Artes, USP, 1994.
- GASTAL, Susana. **O tempo na tecitura pós-moderna: entre o museu-acontecimento e o souvenir-memória**. Tese de Mestrado em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul apresentado no IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, 2000.
- GOFFMAN, Erving. **Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada**. Rio de Janeiro. Guanabara Koogan, 1988.
- HALBWACHS, Maurice. **A Memória Coletiva**. São Paulo: Ed. Centauro, 2004.
- KIM, Soyoung ; LITTRELL, Mary A. Souvenir Buying Intentions For Self Versus Others. **Annals of Tourism Research**, vol. 28, n. 3, 2001.
- LYRY, Célia. Objects Travel. In: ROJEK, Chris; URRY, John (org.). **Touring Cultures** London: Routledge, 1997.
- NITTA , Fumiteru . Shopping for Souvenirs in Hawaii. In: TOBIN, Joseph J. (org). **Re-made in Japan: Everyday life and consumer taste in a changing society**. New Haven & London: Yale U.P., 1992.
- PARK, Robert Ezra; BURGESS, Ernest Watson. **The city**. Chicago; London: Univ. of Chicago Press, 1970.
- PERALTA, Elsa. O mar por tradição: o patrimônio e a construção das imagens do turismo. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 9, n.20, 2003.

PINHEIRO, Luciano Tardin. **Espaço e discursos de identidade na feira Hippie de Ipanema**. Dissertação de Mestrado em Artes Visuais, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1999.

POLLAK, Michael. Memória, Esquecimento, Silêncio. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, vol.2, nº 3, 1989.

SIQUEIRA, Euler; SIQUEIRA, Denise. **Corpo, mito e imaginários nos postais das praias cariocas**. Trabalho apresentado no V Encontro de Pesquisa da Intercom, 2005