



Juventude e metrópole no Rio de Janeiro dos anos 1950 e 1960¹

Simone Luci Pereira²

Pesquisadora do MUSIMID (Núcleo de Estudos em Música e Mídia), vinculado à Universidade Católica de Santos

Resumo: Esta comunicação refere-se a um aspecto trabalhado em minha tese de doutorado em Antropologia que versou sobre a memória da escuta dos ouvintes da Bossa Nova, (Rio de Janeiro, décadas de 1950 e 1960). Juventude e da cultura urbana foram um dos aspectos analisados nas memórias dos ouvintes, como também nas outras fontes utilizadas, como a imprensa e as canções. Tratamos neste texto das conexões existentes na época analisada entre juventude, cultura urbana, metrópole, modernidade, ressaltando questões como a idéia de modernidade nos anos 1950/60, o consumo, a juvenalização da cultura, as manifestações e linguagens culturais e midiáticas criadas e direcionadas aos jovens urbanos, o Rio de Janeiro como metrópole e os novos sensórios urbanos, a ressonância na vida cotidiana dos jovens, compreendendo as relações entre mídia, cultura urbana e juventude.

Palavras-chave: juventude; consumo; metrópole; memória; modernidade

Ao refletir sobre as memórias atuais que homens e mulheres têm sobre sua juventude nas décadas de 1950/1960, percebemos que a narrativa sobre este tempo rememorado está permeada por inúmeras questões, bastante interligadas: as idéias de juventude, de modernidade e de metrópole. O tema desta comunicação surgiu a partir do trabalho de pesquisa elaborado para a minha tese de doutorado em Antropologia defendida na PUC/SP que versou sobre as memórias dos ouvintes das canções da Bossa Nova no Rio de Janeiro. Ali, trabalhei com as memórias da escuta musical juntamente com a análise da performance das canções, da imprensa da época e de uma sondagem acerca do campo musical do período. Podemos perceber, assim, como manifestações comunicacionais se encontram atreladas à juvenalização da cultura através das dinâmicas de produção e consumo cultural presentes nos centros metropolitanos.

A busca pela compreensão da juventude colocou-se, em primeiro lugar, a partir do trabalho de pesquisa. Em muitos depoimentos analisados, foi possível perceber nas tramas da memória, um falar da juventude, articulado, na maioria das vezes, a um tempo especial, feliz, de realizações, mas também de proibições e lutas que traduzem uma época da vida marcada pela conquista, aventura, vitalidade. Também nas memórias dos

¹ Trabalho apresentado ao NP 21 – Comunicação e Culturas Urbanas, do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutora em Ciências Sociais (Antropologia) e Mestre em História, ambos pela PUC/SP. Pesquisadora do MUSIMID (Núcleo de Estudos em Música e Mídia) na UNISANTOS. Dedicou-se ao estudo da música popular, com ênfase em seus aspectos históricos e sócio-culturais, atuando num campo de estudos interdisciplinar, compreendendo as relações entre mídia, cultura e cotidiano, enfatizando questões como: música midiática, escuta, memória, indústria fonográfica, campo musical, mercado, cultura urbana, consumo, usos e apropriações no cotidiano dos receptores. simonelp@uol.com.br



participantes da Bossa Nova, de seus músicos, letristas e cantores prevalecia a idéia de se valorizar esta fase e de afirmar o caráter jovem daquele movimento e gênero musical. Entretanto, o que está por trás destas colocações é um ideal de modernidade como algo articulado à juventude. Roberto Menescal, Chico Feitosa, dentre outros, recordam o quanto eram “informais” ao se recusarem a tocar de terno, preferindo roupas esportivas e sem “padrões”. A mudança no vestuário, com a substituição do convencional simbolizado pelo “terno azul” e gravata, pela “bermuda e tênis” num *show*³, demonstra uma busca por se firmarem como inovadores, partícipes de novos padrões juvenis que surgiam. Às músicas com temáticas jovens e uma musicalidade também inovadora que se queria moderna, correspondia também uma performance diferente, gestualidades corporais e vocais que tivessem ressonância na escuta dos jovens ouvintes.

Isto está presente tanto nos aspectos comportamentais quanto nos musicais. Além disso, a Bossa Nova, feita em sua maioria por jovens, também se proclamava como dirigida a jovens, questão que assume destaque aqui e que está muito presente no material de imprensa analisado sobre o movimento nos anos 1950/60, assim como nas memórias de seus produtores. O trabalho com a imprensa da época permitiu entrever também o quanto a questão da juventude estava presente na sociedade, circulando socialmente em matérias diversas, em artigos e conselhos comportamentais, além de estar também na publicidade, numa franca valorização dos preceitos juvenis, mesmo que isto também significasse tentativas de regrá-los. Essa valorização se dava concomitante a uma preocupação que o mundo dos adultos passava a ter em relação ao mundo dos jovens, passando a encará-lo como à parte, com valores próprios e pleno de potencialidades, que poderiam ser desenvolvidas de maneira a corroborar normas morais, comportamentais e sociais vigentes ou, de outro modo, contrapor-se a todas elas. Daí, talvez, as inúmeras referências na imprensa e nos meios de comunicação aos jovens. Ao mesmo tempo, as canções ressaltam a modernidade própria da Bossa Nova como uma tentativa de se diferenciar da música brasileira que a antecede e de se mostrar como algo jovem. Esta parcela da sociedade passa a ganhar cada vez maior importância na modernidade, em particular nos anos 1950 no Brasil.

Há que se atentar para o fato de que o que se verifica a partir da segunda metade do século XX é uma certa idéia da juventude como referência de sociedade, em que a modernidade engendra tradições que vão se construindo como projeto cultural. A

³ Conforme depoimento a mim concedido por Roberto Menescal, em janeiro de 1996.



juventude faz parte deste processo, transformando-se num elemento constitutivo de identidade que se buscava. Edgar Morin (1976) chama a atenção para este processo ainda nos anos 50, como parte do estabelecimento da cultura de massas nas sociedades modernas, ligado também ao tempo livre e ao lazer, definindo-o como promoção dos valores juvenis ou juvenilização da sociedade, em que os heróis imaginários difundidos pela cultura de massas tomam lugar dos ancestrais e da família na dinâmica de identificações. Articulado a isso está o ideal de auto-realização, supondo o desfrutar de um eterno presente em que há amor, aventura, beleza, vigor, felicidade e não se envelhece. Uma mudança vai se operando na sociedade, a infância é encurtada e a juventude prolongada, aumentando esta fase de “moratória social”, convertendo a juventude num território de experimentações e mobilizações. A juvenilização se liberta da idade, convertendo-se em um imaginário moderno de força, saúde, beleza e ventura em busca de amor e paixão, completando um imaginário de felicidade e plenitude que extrapola a faixa etária, transformando-se num modelo buscado pelos adultos. Se até aqui, falar sobre a juventude era sempre dizer o que ela não era, considerando-a imatura, instável, irresponsável, improdutiva, assinalando uma negatividade na condição juvenil, a partir desse momento ser jovem adquire um valor positivo, significando a matriz de um novo ator social e de um novo imaginário buscado.

No entanto, é sempre necessário historicizar esta idéia de juventude. Se por um lado, é importante atentar para o que há de universalidade na categoria juventude, que seria a contestação, rebeldia, etc., por outro lado, estes conteúdos universais não bastam para compreendê-la, senão por uma análise das particularidades históricas e específicas de um grupo de jovens. Faz-se necessária uma interpretação da juventude e de suas experiências, considerando ambos os lados, tecendo em conjunto o que é próprio e constitutivo do ser humano jovem – como a distância da idéia de morte, o vigor físico, a disponibilidade maior para mudanças – com o significado disso nesta sociedade e grupo analisado, compreendendo suas especificidades.

Importante destacar como todo este ideário de juventude que a Bossa Nova preconizava se aliava à idéia de modernidade. Estes novos comportamentos referiam-se aos jovens, um jovem moderno e liberal que parecia estar superando todas as limitações e discursos normativos, sanções que o mundo dos adultos e a sociedade lhe impingiam.

A idéia do moderno, no Rio de Janeiro da década de 1950, sugere uma sociedade onde indústria, moda, comportamentos, arquitetura e publicidade, no período pós Segunda Guerra Mundial, passavam por um profundo processo de transformação,



configurando uma certa idéia de “mundo novo”, onde elementos do cotidiano eram inseridos na idéia de modernização, valorizando o que é novidade em detrimento da tradição. No campo musical, esta concepção também se fazia presente. A Bossa Nova buscava se apresentar como algo inovador que rompia com a musicalidade anterior e se colocava como vanguarda.

Após o período Vargas e o fim da Segunda Guerra, com a abertura das importações e o investimento de capital estrangeiro, o país ingressou numa fase de desenvolvimento econômico mais acentuado, com processos de urbanização e de industrialização acelerados. Neste contexto, alteraram-se também os padrões de consumo. A instituição do salário mínimo possibilitou aos trabalhadores acesso aos produtos industrializados, impulsionando o consumo e permitindo a abertura do leque de ocupações no mercado, o que levou à expansão e à incorporação de novos estratos sociais, com o desenvolvimento dos setores secundários e terciários da economia, que passaram a abranger também as mulheres e os jovens. Enquanto as camadas populares estavam, ainda que de maneira devagar, conquistando o direito ao consumo, as camadas médias urbanas passavam a ganhar, cada vez mais, força e destaque na economia, na política e na cultura, adotando os padrões de referências e os valores norte-americanos (Benevides, 1975).

Um padrão médio de vida consubstanciado nos ideais propagados pela cultura de massas, que promete felicidade, aventura, beleza e juventude, foi se solidificando neste momento, colocando liberdade e consumo como lados da mesma moeda. Uma idéia de modernidade aliada ao ideal de progresso nestes anos de euforia pela democratização do país e da idéia de que aquela era uma época especial, tanto pela conquista do campeonato mundial quanto pelos “50 anos em 5” de JK, passando pela capital federal com ares modernos sendo projetada e construída no interior do país, por uma nova música, um novo teatro e um novo cinema. Uma sociedade “bossa nova”, expressão muito corrente à época, designando tudo o que fosse moderno, renovador, atual, fruto do progresso e sinônimo da modernidade que a década de 1950 trouxe à tona.

A idéia de metrópole moderna no Rio de Janeiro foi se completando neste momento, quando as condições materiais da industrialização capitalista já se achavam colocadas, assim como a estruturação da vida nas cidades com a prática do consumo, a ascensão das camadas médias pequeno-burguesas e a consolidação de uma cultura de massas, além de uma vida cultural e uma ambiência cosmopolita cheia de contradições,



em que as desigualdades sociais estavam expostas nas multidões próprias ao meio urbano.

Assim, o ideário de juventude e modernidade que analisamos se articulava e se perfazia na metrópole. Pois, não falamos aqui de qualquer meio urbano ou cidade grande, mas da idéia de metrópole moderna. Segundo Walter Benjamin (1991), a cidade moderna só pode ser encarada como fruto da industrialização e do processo de desenvolvimento das forças produtivas, aliada à idéia de um espírito e uma subjetividade também modernos. Uma cidade moderna possível apenas pelas materialidades desenvolvidas pelo capitalismo, mas que extrapola esta dimensão, incorporando também a noção de metrópole com uma atmosfera e um clima propriamente cosmopolitas. Benjamin, ao analisar a cidade de Paris no século XIX, o faz pela construção de personagens que atuavam no cenário urbano em diferentes campos como o artístico, tecnológico, político, no campo do planejamento urbano, mas também na boêmia e na marginalidade, como o trapeiro, a prostituta e o *flâneur*. Por meio desses personagens, as passagens/galerias, as avenidas largas, o mercado financeiro, as exposições universais, a multidão nas ruas, os panoramas, o cinema e a fotografia, a cidade moderna vai se mostrando.

Para se pensar a metrópole, é necessário levar em conta seus elementos materiais, mas também essa espécie de atmosfera que a cerca. Considera-se a existência da multidão uma turba que se adensava como hordas humanas se deslocando no espaço público, compondo um espetáculo espantoso, surpreendente e indigno por apontar para a questão social de uma população pobre e muitas vezes miserável. Essa multidão deixa ser encarada, como tantas vezes o pensamento médico, urbanista e social do início do século XX a ela se referiu, como uma totalidade ou massa amorfa sem objetivos ou projetos, ameaçadora ao controle e à ordem social (Bresciani, 1985), passando a ser caracterizada como condição do moderno. Não são poucas as matérias, reportagens, crônicas encontradas na imprensa da época, que davam conta de uma cidade aglomerada, tomada por inúmeros problemas de infra-estrutura, com o excesso de população, enfim, com as contradições próprias às metrópoles.

Pensando nesta atmosfera própria às cidades modernas, podemos dar atenção à questão da multidão, onde é possível a dispersão, entendida como uma experiência vital num ambiente que promete aventura, poder, alegria, transformação pessoal e transformação das coisas em redor, mas que também ameaça destruir tudo o que se é, o que se sabe e o que se tem. Um ambiente onde a tônica é o turbilhão, o torvelinho de



acontecimentos simultâneos e efêmeros sempre em permanente desintegração e mudança, onde “tudo o que é sólido desmancha no ar” (Berman, 1986). Não há como pensar a cidade moderna sem pensar na destruição, nas ruínas que vão se justapondo às mudanças. Antigo e novo vão seguindo conflituosos no espaço físico mas também nos costumes, hábitos e estilos de vida, proporcionando ao indivíduo viver também a aventura dos “choques” (Benjamin, 1989), fragmentos que formam uma subjetividade moderna caleidoscópica. A constante transformação exterior e interior obriga o homem urbano a um crescente processo de individuação como modo de manter um núcleo de autocompreensão. Tal procedimento, segundo Georg Simmel (1973), traria uma subjetividade altamente pessoal que levaria à dissociação, à indiferença para com os demais, e ao sentimento de solidão. Segundo ele, o homem das metrópoles vai adquirindo um caráter psicológico e subjetivo cada vez mais sofisticado – que ele chamou de ar “blasé” – assumindo uma atitude distanciada como uma espécie de defesa diante do excesso de estímulos sensoriais a que é submetido a todo instante no meio urbano. Compõe-se uma experiência da modernidade que é fragmentada na forma de caminhar pela cidade, no convívio com os outros, na predominância da imagem e do alegórico, enfim, uma nova sensibilidade moderna que o cidadão acaba por desenvolver (Benjamin, 1991).

Pode-se pensar nas experiências urbanas daqueles que viviam no Rio de Janeiro dos anos 1950/60, nos passeios a pé pelas ruas da cidade, nas idas à praia e aos bares, buscando, desse modo, recompor a zona sul, mais precisamente Copacabana e Ipanema, neste processo de metropolização da vida, como o já descrito. Um local e uma época que, embora sejam lembrados por sua tranqüilidade, apresentam-se com aspectos que fogem a esta caracterização unívoca. Antônio Maria, cronista dos anos 50 e início dos 60, ocupava-se em narrar o cotidiano de Copacabana e de seu submundo relatando crimes, tragédias, boêmia, prostituição, desamores. Em suas crônicas vai surgindo uma cidade e um bairro sofrendo melancolicamente por um tempo que passara e que, naquele momento, era apenas um local de solidão e angústia, com uma multidão acotovelando-se nas calçadas entre vitrines e bares. Antônio Maria narrava também os passeios das moças, belas mulheres sem nome ou identidade perdidas no turbilhão da cidade. A crônica vai permitindo que se interprete indícios do cotidiano desta cidade que se deseja alcançar. Através dos olhos dos cronistas e dos poetas, ela vai se mostrando estruturada sobre o inesperado, sobre os encontros e desencontros, um espaço de conflito carregado de erotismo, sedutor e surpreendente. O belo e conhecido



poema de Charles Baudelaire, “À uma passante”, é a metáfora perfeita para esse momento. O poeta mostra-se surpreendido e profundamente afetado por uma mulher com quem cruza em meio ao frenético alarido das ruas de Paris do século XIX. Essa mulher o fascinava em meio à multidão, despertava seu interesse em meio à massa que a trazia, mas que também a levava para longe; um amor, assim, à primeira e à última vista. A aglomeração, a multidão provoca o espanto, o inesperado, o fortuito, despertando repentinos sentimentos, efêmeros.

Na Bossa Nova, de alguma maneira, isto também está presente. Na canção “Garota de Ipanema”, composta por Tom Jobim e Vinícius de Moraes em 1962, podemos vislumbrar essa situação de encontro/desencontro no espaço da cidade. A primeira parte da canção qualifica a moça, caracteriza seu modo de ser e sua maneira de agir, a descreve como bonita, bronzeada, graciosa, e dona de um balanço que se mostra enquanto caminha até o mar. Nesse trajeto, ela vem, passa e produz fascínio. Esta descrição – em frases simples e coloquiais, sem elaborações lingüísticas rebuscadas ou líricas, numa fala cotidiana como um comentário despretenso – é embalada numa melodia de notas próximas e reiterativas que tematizam o que se quer narrar, dando destaque muito mais às matrizes rítmicas bem marcadas, aos ataques de consoantes que se quer afirmar, permitindo expressar o balanço que envolve a mulher e sua sensualidade.

Na segunda parte, a descrição coloquial e amena dá lugar à expressividade lírica de sentimentos íntimos, quando o narrador se pergunta por que está só, por que tudo é tão triste e por que existe uma beleza que, no entanto, não lhe pertence, e “passa sozinha”. Os sentimentos de vazio e de falta descritos são acompanhados por uma mudança de tonalidade, um ritmo mais lento, uma melodia com contornos que vão ficando gradualmente mais agudos e líricos conforme a sensação de tristeza do narrador. Ao final, mesmo voltando a um esquema melódico e rítmico semelhante ao do início, há ainda notas de tessitura mais estendida, culminando na frase “por causa do amor” praticamente numa mesma nota (Tatit, 1996).

A Bossa Nova, tantas vezes vista como uma música alegre sem formalizações ou estruturas musicais passionais e pessimistas, parece estar aqui deixando entrever outras formas de se sentir a cidade e sua vida cotidiana. Um meio urbano propício ao inesperado como a visão de uma garota que vem, passa e fascina, possibilitando um encontro que não acontece. Ela não pertence a ninguém, está de passagem, faz parte do fluxo da vida moderna e de suas liberdades. Embora a memória oficial sobre a autoria



desta canção afirme que os autores conheciam a tal moça e que travaram com ela contato posterior ao período da composição, a poesia e a música não se deixam prender assim tão esquematicamente pelas explicações da autoria. Esta canção aponta para o modo como as narrativas urbanas, por meio de crônicas, poesias e canções, ajudam a construir uma imagem da cidade composta através das percepções do viver urbano de uma época, sugerindo aspectos das experiências cotidianas naquele tempo/espaço.

A escuta da canção não se deixa levar completamente pelo fato de Helô Pinheiro – vizinha do bar onde supostamente foi composta a música, na esquina das ruas Prudente de Moraes e Montenegro (hoje Vinícius de Moraes) – ser ou ter ficado conhecida pelos autores. As memórias dos ouvintes, hoje, revelam muito mais a forma como o amor e os encontros que são ali narrados, tanto nas letras como na estruturação musical, podem ser percebidos como reveladores de uma liberalidade que era própria da zona sul e de um tempo que se iniciava, compondo uma vida na metrópole onde o turbilhão de pessoas, acontecimentos, interesses e paixões seriam preponderantes, independente de sua continuidade ou até mesmo de sua realização concreta.

A cidade da aglomeração, com seus habitantes que tomam as ruas, aponta em “Garota de Ipanema” para uma situação de solidão e anonimato, mas também acena com a possibilidade de encontros que mesmo sendo efêmeros, permanecem. O amor aqui é uma das portas de entrada na cidade, é ele que obriga a procura e o encontro, nutrindo-se das surpresas, do inesperado e do desconhecido oferecido pelo meio urbano cosmopolita. Ao falar de sentimentos íntimos e particulares, a música fala também da experiência que é viver nas ruas, lançando-se à mundanidade, à procura de vida.

Mas, voltando-se à questão da juventude, foi possível perceber, na análise da imprensa dos anos 50, que esboçava-se um padrão normativo para o jovem, para além destas liberalidades vistas acima. Dentre vários aspectos, ressaltamos uma idéia de “utilidade”, um padrão de comportamento “útil” do jovem, que aparecia em várias matérias, reportagens, artigos, seções de conselhos comportamentais. Este ideal de “utilidade” também pode ser articulado a uma noção de produtividade, lembrando que os anos 1950 foram o momento em que uma sociedade de consumo – pós-guerra – se estabelecia.

Esta promoção da juventude se ancorava numa sociedade que entrava cada vez mais no mundo do consumo. Um novo ciclo de desenvolvimento industrial, com a diversificação da produção, acabou por produzir um período de incremento crescente do consumo, que teve possibilidade e alcance ampliado pela criação de novos bens e pelo



crescimento da importância dos meios de comunicação (Abramo, 1994). Aliado a isso estava também uma maior valorização social do tempo livre (Morin, 1976). Por outro lado, passa a haver um aumento da oferta de empregos para os jovens recém-saídos da escola, o que, provocando um aumento da renda familiar, permitia aos jovens um emprego de seu dinheiro no consumo de bens para uso próprio, como a motocicleta ou automóvel, o violão, os discos, as roupas, etc. Isso, paulatinamente, foi gerando uma certa autonomia dos jovens em relação à família e provocando a distância entre as gerações, elementos que culminariam nos anos 1960.

A valorização da juventude que desponta neste momento não pode ser desvinculada de outros fatores, como o fato de a juventude mostrar-se um importante segmento de mercado a ser explorado na cultura de massas. Na publicidade, isso pode ser notado, quando produtos destinados a esta faixa etária são amplamente destacados. Como exemplo, pode-se citar a moda, com peças de vestuário exclusivas para jovens. Uma cultura jovem passa a ser enaltecida, com a valorização do corpo, com o “esticamento” da fase entre a infância e a vida adulta – motivada também pela extensão da escolaridade até o fim do que se chama hoje ensino fundamental – bens específicos e produtos de consumo destinados aos jovens como roupas, música, cinema, aumentando a expansão dos novos hábitos, gerando conflito geracional, sinalizada por esta cultura juvenil ampla e internacional, ligada ao tempo livre e ao lazer que abarcava novas atividades e espaços de diversão além de outros padrões de comportamento.

No Brasil, neste momento, já se podia perceber nas grandes cidades, expressivas camadas médias formadas por funcionários públicos, profissionais liberais e comerciantes somados também a levas de executivos que surgiam com o desenvolvimento industrial dos anos JK (1956-1960). A partir da imprensa da época, percebe-se a inserção e desenvolvimento cada vez maior da publicidade, impulsionando e dinamizando o consumo, estimulando a competição, a constante renovação dos hábitos e bens de consumo assim como uma maior visualidade e valorização da tecnologia e da vida urbana. Embora não se restrinja a um fator puramente econômico, não se pode compreender a idéia de “modernidade” nos anos 50, sem uma reflexão sobre esta questão da instauração de uma sociedade de consumo que se pautava, numa “cultura de consumo” (Figueiredo, 1996), que articulava novas relações entre público e privado, baseadas na aquisição de bens que continham valor simbólico e redefiniam categorias sociopolíticas, como liberdade, lazer, democracia, modernização.



Desta forma, a promoção da juventude ou de valores juvenis nos anos 50 fazem parte de um processo de formação não só das camadas médias, mas de um padrão médio de consumo e de estilo de vida, em que a aquisição de bens não demarca apenas um fator econômico mas também, como sugere Pierre Bourdieu (1983), a estruturação de uma diferenciação social, distinção ou estilo de vida, demarcando um gosto próprio ao capital cultural formado pelo *habitus* dos sujeitos, mapeando a posição de cada indivíduo na sociedade. Isso teve como contrapartida uma setorização também da produção de bens de consumo, especificando roupas, eletrodomésticos, cosméticos e também músicas para estes novos setores sociais que entravam para o mercado de trabalho no pós-guerra, e que também poderiam consumir, como as mulheres e os jovens. Um consumo, assim, real e simbólico.

O jovem das camadas médias, assim, surgia como ator social emergente neste processo, configurando-se na representação dominante que se faria a partir daí de uma “cultura juvenil”, no jogo de forças e de disputas que se caracteriza o campo social. Se até aí, os estudos sobre juventude pautavam-se principalmente na delinqüência, no desvio de grupos marginais de jovens das camadas baixas ou então nas subculturas do mundo escolar, agora as luzes seriam lançadas sobre os jovens das camadas médias como modelo privilegiado e sua propalada “cultura juvenil” que parecia ser extra-classes e generalizada, afirmando o papel das camadas médias neste momento histórico.

Um discurso normativo para os jovens desse tipo sublinha aspectos de uma sociedade que estava em franca transformação, em que aspectos novos do mundo moderno do consumo, da modernização, industrialização e do crescimento da vida urbana deveriam ser assimilados, ainda que devessem estar em conformidade e justapostos aos aspectos mais tradicionais da sociedade e dos costumes, para assim, adequar-se às novidades mais condizentes com a modernidade e com o desenvolvimentismo que o país e a época pediam.

Compreende-se uma vida juvenil que se encontrava em modificação, com avanços e recuos, modificações e permanências, num cotidiano que era tramado por estes jovens na vida diária de improvisações e criatividade dispersas (Certeau, 1994).

Nas canções da Bossa Nova, a tematização das práticas, das personagens, do ambiente juvenil também se faz presente.

“Você viu só que amor
Nunca vi coisa assim
E passou, nem parou
Mas olhou só pra mim



Se voltar vou atrás
Vou pedir vou falar
Vou dizer que o amor
Foi feitinho pra dar
Olha, é como o verão
Quente o coração
Salta de repente
Só pra ver a menina que vem
Ela vem, sempre tem
Esse mar no olhar
E vai ter, tem que ser
Nunca tem quem amar
Hoje sim, diz que sim
Já cansei de esperar
Não parei, nem dormi
Só pensando em me dar
Peço, mas você não vem
Deixo então, falo só
Digo ao céu
Mas você vem”
 (“Samba de verão”)

A autoria desta canção é da dupla de irmãos Marcos e Paulo Sérgio Valle, uma geração mais jovem que começou a compor e tocar já influenciados pela Bossa Nova. Embora gravada em 1966, nos EUA, em versão instrumental, pelo organista e arranjador Walter Wanderley, tendo sido chamada de *Summer samba* e tendo vendido um milhão de cópias, por aqui o disco não alcançou popularidade, muito em função de que o intérprete era conhecido por seu repertório de boleros – algo que os jovens dos anos 60 não podiam aceitar. Assim, mesmo tendo sido gravada (com letra e música) em português só dois anos depois, esta canção tornou-se um marco nas memórias de muitos ouvintes, que se referem a ela como um dos símbolos de uma época passada de leveza e felicidade. Provavelmente, muitos deles a escutaram nas reuniões (chamadas por muitos entrevistados de “festinhas”), com a presença de jovens músicos e onde eram lançadas novas canções. Vem daí o fato de alguns ouvintes, mesmo não pertencendo ao campo e nem mesmo ao ambiente musical, terem assistido a estas performances intimistas.

Por outro lado, esta foi uma canção regravada algumas vezes, daquela época até hoje, tendo a última sido feita por Caetano Veloso, versão utilizada como tema de personagens sorridentes e leves moradores do Leblon de uma telenovela global de grande popularidade em 2000, hoje em reapresentação. Foi regravada também por Bebel Gilberto, com versão em inglês que, adequadamente recebeu o título *So nice*, além de um arranjo com elementos da música eletrônica. Toda esta permanência da canção, com sua tradição movente e nômade (Zumthor, 1997) renovada, modificada e rearranjada em cada contexto de gravação e época histórica e cultural, colabora para que



a memória, uma construção sempre do presente, guarde, retenha e ilumine mais alguns aspectos do que outros.

Vemos na canção uma tematização do ambiente diurno, da praia, e das moças que por ali circulavam de corpos à mostra. Uma letra em tom de comentário sobre uma moça bonita que passa, olha, flerta, e se vai. Uma paixão ou atração imediata que foi provocada pelo clima, o verão, o calor, o mar que está espelhado em seu olhar. Realmente uma leveza nas formas de encarar o amor, os flertes, as paixões que se acham em consonância com o desenho melódico reiterado em quase toda a canção e no ritmo com acentuações sincopadas que sugerem o balanço dos caminhantes à beira da praia e das próprias ondas do mar. Um tom de lirismo ainda se completa com exclamações “Olha! É como o verão!”, em que o prolongamento das vogais e a maior distância entre as notas da melodia sugerem esta expressão dos sentimentos de contemplação e de alegria.

Muitos ouvintes, associavam a lembrança desta canção com a idéia de que os anos 50/60 no Rio de Janeiro expressavam uma libertação dos costumes. Débora, por exemplo, conta que a Bossa Nova representava para ela a “leveza, delicadeza e sutileza” de uma época arejada, sem o peso das restrições morais e comportamentais de antes, sendo que até as roupas, o jeito de se vestir, de se maquiar, expressavam este jeito mais *clean* de ser e viver. Ao lembrar-se da leveza das músicas ou do ideário trazido com a Bossa Nova, associa a um tempo em que o espírito predominante passava a ser o da leveza também nas formas de encarar a vida e o mundo por meio de modos delicados e sutis de pensar o amor e a existência. Ela associa este despojamento às maneiras de se vestir, sem tantas elaborações e requintes, com cabelos curtos, vestidos também curtos.

Ela vai falando de uma juventude que buscava a diferenciação do mundo dos adultos, inclusive nas maneiras de se vestir, atitude que não era apenas uma tentativa de transgressão, mas um jeito de valorizar este corpo jovem deixando-o à mostra sem as características de *femme fatale* que nos anos 50 ainda era o padrão de beleza feminina moderna. Não se pode esquecer, é claro, que Débora está se referindo à época da faculdade, em meados dos anos 60, quando muitos dos preceitos dos anos 50 já encontravam-se modificados, em que as revistas femininas já valorizavam o biquíni duas peças, as saias acima dos joelhos, publicando moldes e modelos, valorizando, dentre outras coisas, um jeito *clean* de se vestir e de ver o mundo. Um jeito jovem de ser e de viver.

Nas memórias de Débora as lembranças sobre as roupas que usavam são construídas nas memórias de hoje como algo mais próximo de um visual despojado, adolescente e ingênuo ao que associa com um tempo que também pedia leveza. No depoimento dos jovens autores da Bossa Nova, também é possível identificar esta tentativa de construção da memória em que se vêem como jovens que se vestiam de maneira diferente, usando bermuda e tênis nos *shows*, numa atitude mais despojada. Assim, a escuta de uma música que falava de amores leves, passageiros ou correspondidos, com uma linguagem poética que parecia narrar o cotidiano das moças nas praia, as garotas a caminho do mar vestidas de saias curtas e andando num ritmo cadenciado parecia lhes fazer muito sentido. Timbres de intérpretes mais jovens, que cantavam sem empostação vocal, novas sonoridades, melodias e harmonias, pronunciando frases e não articulando palavras, como sugere Barthes (1990), em que as vozes cantantes chamavam a atenção para o corpo, para as gestualidades por trás de cada entonação, em tematizações mais sugeridas que marcadas, o corpo e suas formas de significação, como o vestuário, corte do cabelo, adereços, maquiagem, pareciam também engajar-se naquilo que a escuta evocava. Uma escuta que fala apoderando-se do que lhe é dito para transformar e lançar incessantemente no jogo das transferências dos significados sociais.

A questão do corpo torna-se muito específica nesta época, passando a ser considerado como território de inscrição das diferenças, depositário de signos, em que cultura e natureza não se separam, mas onde o biológico e o social integram-se, de acordo com as contingências históricas. Corpos jovens que neste momento começam a ficar mais à mostra, nas praias, com a valorização da pele bronzeada como sinônimo de beleza. Associado a isso, está um padrão de beleza ligado à saúde, em que estar bronzeado é ser saudável, o que já lançava pistas sobre o culto ao corpo que se verificaria em décadas posteriores. Mas, para além disto, na década de 60, o que entra em evidência é um corpo jovem como portador de liberdade, saúde, potência, agilidade e coragem. A idéia de juvenalização da sociedade, já apontada, remete também a um padrão de corpo jovem que passava a partir daí a ser perseguido por diferentes faixas etárias, um imaginário das sociedades modernas que têm nos padrões juvenis um de seus alicerces, em que a moratória social se estica, tentando também perpetuar os signos, valores e atitudes.

Assim, o que se buscou na análise das questões ligadas à juventude, reiteradas nas memórias dos ouvintes da Bossa Nova, articuladas à idéia de modernidade e



metrópole, foi uma compreensão do cotidiano destes jovens naquela cidade, integrando as linguagens midiáticas produzidas e destinadas aos jovens, com a cultura urbana e seus elementos e ainda a idéia de modernidade desta metrópole moderna. Uma procura pela interpretação deste cotidiano, desta experiência nos fluxos dos ouvintes pela cidade, na percepção nômade que já ia se delineando e que compunha sua leitura e escuta do mundo, andando pelas ruas, praias, estudando, trabalhando, convivendo com a expansão da cultura de massas e com as novas tecnologias que a modernização trazia, assistindo nos cinemas aos ideais da vida norte-americano e também europeu, sendo cerceados pelos discursos normativos das várias instituições que buscavam regrar suas práticas.

Enfim, interpretar o que era ser jovem naquele momento e experimentar esta condição, compreender o jogo da memória sobre esta questão, por meio do modo como a memória do adulto constrói sentidos, idéias, silêncios, narrativas sobre aquela experiência juvenil, parece permitir-nos compreender importantes aspectos das culturas urbanas na contemporaneidade, pautadas na idéia de juvenilização.

Bibliografia

- ABRAMO, Helena (1994). *Cenas juvenis: punks e darks no espetáculo urbano*. São Paulo: Scritta/ANPOCS.
- BARTHES, Roland (1990). *O óbvio e o obtuso: ensaios críticos III*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- BENEVIDES, Maria V. de Mesquita (1975). *O governo Kubitschek: desenvolvimento econômico e estabilidade política*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- BENJAMIN, Walter (1989). *Obras escolhidas Vol. 3*. São Paulo: Brasiliense.
- BENJAMIN, Walter (1991). *Walter Benjamin*. (Org. Flavio Khote). São Paulo: Ática.
- BERMAN, Marshall (1986). *Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade*. São Paulo: Cia das Letras.
- BOSI, Ecléa (1994). *Memória e sociedade: lembranças de velhos*. São Paulo: Cia das Letras.
- BOURDIEU, Pierre (1983). *Pierre Bourdieu* (Org. Renato Ortiz). São Paulo: Ática.
- BRESCIANI, Maria Stella (1985). Metrôpoles: as faces do monstro urbano. *Revista Brasileira de História*. São Paulo: Anpuh, n. 8/9.
- BRITO, Sulamita (Org.) (1968). *Sociologia da Juventude*. Rio de Janeiro: Zahar.
- CANEVACCI, Massimo (1993). *A cidade polifônica: ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana*. São Paulo: Studio Nobel.



- CERTEAU, Michel de (1994). *A invenção do cotidiano: 1. Artes de fazer*. Petrópolis: Vozes.
- CUBIDES, Humberto et alli. (Orgs.) (1998). *Viviendo a toda: jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*. Bogotá: Siglo del Hombre/DIUC.
- FIGUEIREDO, Anna Cristina (1996). *Liberdade é uma calça velha, azul e desbotada: publicidade, cultura de consumo e comportamento político no Brasil (1954-1964)*. Dissertação (Mestrado em História). FFLCH - USP.
- LEVI, Giovanni e SCHMITT, Jean-Claude (Orgs.) (1996). *História dos jovens*. (2 vols.) São Paulo: Cia das Letras.
- MORIN, Edgar (1976). *Cultura de massas no século XX : o espírito do tempo I- Neurose*. 3.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- NOMADAS – La singularidad de lo juvenil (2000). Bogotá: Departamento de Investigaciones Fundación Universidad Central / Siglo del Hombre Editores, n.13, Octubre/2000. 275 p.
- PECHMAN, Robert M. (Org.) (1994). *Olhares sobre a cidade*. Rio de Janeiro: UFRJ.
- _____ (1992). Um olhar sobre a cidade: estudo da imagem e do imaginário do Rio na formação da modernidade. In: FERNANDES, Ana e GOMES, Marco Aurélio (Org.). *Cidade e História: modernização das cidades brasileiras nos séculos XIX e XX*. Salvador: Fac. de Arquitetura/UFBA.
- RONCAYOLO, Marcel (1986). Cidade. In: *Enciclopédia Einaudi*. Lisboa: Casa da Moeda. v.8.
- SANT'ANNA, Denise Bernuzzi. Cuidados de si e embelezamento feminino: fragmentos para uma história do corpo no Brasil. In: ____ (Org.). *Políticas do corpo: elementos para uma história das práticas corporais*. São Paulo: Estação Liberdade, s.d.
- SIMMEL, Georg (1973). A metrópole e a vida mental. In: VELHO, Otávio Guilherme (Org.). *O fenômeno urbano*. 2.ed. Rio de Janeiro: Zahar.
- TATIT, Luiz (1996). *O Cancionista: composição de canções no Brasil*. São Paulo: Edusp.
- WILLIAMS, Raymond (1992). *Cultura*. São Paulo: Paz e Terra.
- ZUMTHOR, Paul (1997). *Introdução à poesia oral*. São Paulo: Hucitec.