



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO - UNIRIO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS - CCH
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MEMÓRIA SOCIAL – PPGMS

SUZENNE KOVACS DA COSTA

MEMÓRIAS DA CONFEITARIA GERBÔ:
a experiência do afeto na construção de identidades e práticas sociais no Rio de
Janeiro

RIO DE JANEIRO
2021

SUZENNE KOVACS DA COSTA

MEMÓRIAS DA CONFEITARIA GERBÔ:

a experiência do afeto na construção de identidades e práticas sociais no Rio de Janeiro

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Memória Social da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Memória Social

Orientadora: Prof^a. Dra. Diana de Souza Pinto

RIO DE JANEIRO

2021

K76 Kovacs, Suzenne
MEMÓRIAS DA CONFEITARIA GERBÔ: a experiência do
afeto na construção de identidades e práticas
sociais no Rio de Janeiro. / Suzenne Kovacs. -- Rio
de Janeiro, 2021.
110

Orientador: Diana de Souza Pinto.
Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do
Estado do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação
em Memória Social, 2021.

1. Memória Social. 2. Confeitaria Gerbô. 3.
Análise do discurso. 4. Sociolinguística
interacional. 5. Narrativas. I. Pinto, Diana de
Souza , orient. II. Título.

MEMÓRIAS DA CONFEITARIA GERBÔ:

a experiência do afeto na construção de identidades e práticas sociais no Rio de Janeiro

Dissertação apresentada como pré-requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Memória Social pelo Programa de Pós-graduação em Memória Social da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Estudos Interdisciplinares em Memória Social.

Rio de Janeiro, 24 de fevereiro de 2021

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dra. Diana de Souza Pinto (orientadora) - UNIRIO

Prof.^a Dra. Liana de Andrade Biar – PUC RIO

Prof. Dr. Francisco Ramos de Farias - UNIRIO

DEDICATÓRIA

À minha mãe, Maria Helena Kovacs da Costa, e à minha tia, Tereza Kovacs (*in memoriam*).

AGRADECIMENTOS

Esta pesquisa foi desenhada por muitas mãos. Algumas invisíveis e outras tão próximas que posso senti-las agora tocando cada palavra. Foram pessoas que me inspiraram, me apoiaram e me seguraram com firmeza para que eu não desviasse do meu caminho. Por isso, quero agradecer a cada uma delas com todo meu afeto e admiração.

Agradeço à espiritualidade por me estender o fio de Ariadne que me guiou habilmente por caminhos desconhecidos, os quais transitei de olhos vendados com a certeza de que chegaria ao fim do labirinto. Aqui estou.

Agradeço imensamente a minha estimada professora e orientadora, Diana, que desde o nosso primeiro encontro acreditou na realização deste projeto e não me deixou desistir. Obrigada por toda compreensão e por ser a orientadora mais atenciosa que eu poderia ter. Sou grata por nossos caminhos terem se cruzado.

Agradeço também à banca que contribuiu imensuravelmente com a realização desta pesquisa. Por toda dedicação e atenção, muito obrigada professores Liana e Francisco. Além de terem aceitado o desafio de ler e colaborar com a minha escrita, também trouxeram um olhar generoso e sensível a este trabalho.

Sem dúvidas também preciso agradecer, novamente, a atuação do professor Francisco que me puxou pela mão e me trouxe clareza de que era aqui, neste programa, o lugar certo para ancorar a minha pesquisa. Suas palavras me motivaram a enfrentar esse grande desafio e espero que este trabalho esteja à altura da confiança que foi depositada em mim.

Agradeço aos participantes desta pesquisa que por meio de suas histórias me inspiraram e me ajudaram a construir um trabalho tão cheio de significados. Obrigada a minha família, Kovacs, pela compreensão. Que as nossas memórias sejam agora memórias outras, compartilhadas e reconstruídas à luz de tantas histórias. Agradeço, especialmente, a minha prima, que conheci por meio desta pesquisa, Mariana, por ter me fornecido informações valiosas sobre nossa família para este projeto.

Aos meus amados pais, pelo amor incondicional. Nas muitas noites de estudos, eu sabia que tudo só era possível porque eu tive o privilégio de tê-los como meus maiores incentivadores. Obrigada meu pai por me ensinar o valor dos estudos, da disciplina e da amizade. Esse é o seu maior legado e foi isso que me trouxe até aqui.

À minha querida Rachel pela doçura e cuidado. Por compartilhar e comemorar todas as minhas conquistas e por ter sido muitas vezes a minha âncora durante esta escrita – além de tradutora, conselheira, mentora... Obrigada por tudo e muito mais.

Às minhas gestoras da Mongeral Aegon, Cláudia, Luciana e Patrícia, que me permitiram estar presencialmente em todas as aulas, apresentações e grupos de pesquisa – mesmo durante o meu horário de trabalho. Pela confiança, flexibilidade e, principalmente, pela compreensão, obrigada.

Às minhas parceiras de trabalho na MAG Seguros, Rafa, Adriana, Júlia e Emilly, e também à toda equipe, por terem me dado suporte durante a minha ausência do escritório. Além de terem vibrado e se emocionado comigo.

À Cássia, companheira de grupo de pesquisa e orientadora, pela gentileza de ter se prontificado a gravar e me enviar todas as aulas de Linguagem quando eu não podia estar presencialmente.

Aos meus queridos amigos Ramon e Maíra, que foram os primeiros a ouvir em voz alta sobre esta pesquisa – quando ela ainda não tinha nenhuma pretensão de se tornar um projeto de dissertação. Por serem vocês a terem me apresentado o PPGMS, pelas opiniões, indicações de leitura e longas conversas madrugadas adentro, sempre recheadas de boas ideias, palavras de incentivo e afeto.

As minhas amigas Milena, Morgana, Raphaela e Priscila que estiveram presentes para me ouvir, conversar, rir e também lamentar. Por terem sido minha válvula de escape em muitos momentos difíceis durante esta escrita.

A todos que durante a pesquisa contribuíram com informações, narrativas, lembranças - muitas delas estão presentes nesse projeto. Vocês me ajudaram a dar forma a esta teia de significados.

E, por fim, à Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro e a todos os colaboradores do Programa de Pós-graduação em Memória Social pela oportunidade e pela contribuição inenarrável ao meu desenvolvimento pessoal e profissional. Viva a Universidade pública!

“O minúsculo, porta estreita por excelência, abre um mundo. O pormenor de uma coisa pode ser o signo de um mundo novo, de um mundo que, como todos os mundos, contém os atributos da grandeza” (BACHELARD, 1993, p. 164).

RESUMO

A Confeitaria Gerbô, objeto de estudo desta pesquisa, foi fundada no Rio de Janeiro em 1944 e teve suas portas fechadas em 1999. O presente trabalho investiga, a partir da metodologia interpretativa para análise de dados, de caráter qualitativo e de corpus misto, quais valores simbólicos os clientes contemporâneos da Confeitaria Gerbô atribuem-lhe por meio de suas memórias e de que forma essas memórias cancelam tanto uma ideia de pertencimento social e cultural à elite carioca quanto constroem afetos e circunscrevem redes de sociabilidade de vida para esse grupo na cidade do Rio de Janeiro. Por meio de pesquisa documental e de análise de narrativas de experiências pessoais de antigos clientes, investigamos experiências e memórias sobre a Gerbô em sua contemporaneidade. Para isso, observamos a relação entre as configurações identitárias dos participantes e as memórias afetivas (GONDAR, 2016) que as ancoram. A análise baseia-se na perspectiva interacional para a análise do discurso (GOFFMAN, 1979; GUMPERZ, 1982) e na análise das narrativas (RIESSMAN, 2008; BIAR & BASTOS, 2015) que evidenciaram a construção discursiva da Confeitaria como um lugar de centralidade afetivo e familiar. Observou-se, também, na construção da memória coletiva (HALBWACHS, 2004), diferentes alinhamentos (GOFFMAN, 1979) constitutivos de uma simbologia que relacionam a Gerbô a um lugar de distinção, de sociabilidade e de privilégios.

Palavras-chave: Memória Social, Confeitaria Gerbô, Análise do discurso, Sociolinguística interacional, Narrativas.

ABSTRACT

Confeitaria Gerbô was a patisserie that operated in Rio de Janeiro, Brazil, from 1944 to 1999. This study adopts an interpretative methodology, using qualitative analyses of data from a mixed corpus, to investigate what symbolic values contemporary customers of Confeitaria Gerbô attribute to it through their memories and how these memories underscore an idea of belonging socially and culturally to the Rio elite, while also constructing affects and circumscribing networks of sociability for this group in Rio de Janeiro. Through documental research and the analysis of personal narratives of former customers, we investigated experiences and memories of Gerbô in its contemporaneity. To this end, we observed the relationship between the participants' identity configurations and the affective memories (GONDAR, 2016) in which they were rooted. Taking an interactional perspective, discourse analysis (GOFFMAN, 1979; GUMPERZ, 1982) and narrative analysis (RIESSMAN, 2008; BIAR & BASTOS, 2015) were employed to cast light on how the patisserie was constructed discursively as a hub of family and affective interactions. Furthermore, in the construction of collective memory (HALBWACHS, 2004), different alignments (GOFFMAN, 1979) were observed that constituted a symbology in which Gerbô was portrayed as a place of distinction, social interaction, and privilege.

Keywords: Social Memory, Confeitaria Gerbô, Discourse Analysis, Interactional Sociolinguistics, Narratives.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Jornal do Brasil de 17 de julho de 1967.....	14
Figura 2 - Fotografia do Pacote Groix, que trouxe a família Kovacs ao Brasil.....	15
Figura 3 - Bolo do IV Centenário da Cidade do Rio de Janeiro.....	17
Figura 4 - Família Kovacs.....	18
Figura 5 - Maria Helena Kovacs, minha mãe.....	20
Figura 6 - Capa do Álbum de fotografias da família Kovacs.....	22
Figura 7 - Jornal do Brasil de 17 de fevereiro de 1965.....	32
Figura 8 - Jornal do Brasil de 25 de novembro de 1969.....	33
Figura 9 - Google Maps.....	34
Figura 10 - Fotografia de contracapa.....	35
Figura 11 - Matéria interna.....	35
Figura 12 - Jornal do Brasil de 12 de fevereiro de 1974.....	57
Figura 13 - Jornal do Brasil de 17 de julho de 1967.....	68
Figura 14 - Confeitaria Colombo na rua Gonçalves Dias, Rio de Janeiro.....	77
Figura 15 - Interior do Café do Rio, no começo do século XX.....	79
Figura 16 - Interior da Confeitaria Colombo, no começo do século XX.....	80
Figura 17 - Meu tio, Antônio Kovacs, na fábrica Gerbô, onde trabalhava produzindo os doces e salgados artesanais da Confeitaria.....	82
Figura 18 - Jornal do Brasil de 16 de fevereiro de 1965.....	84
Figura 19 - Jornal do Brasil de 12 de fevereiro de 1965.....	86
Figura 20 - Logotipo do IV Centenário do Rio de Janeiro.....	87
Figura 21 - Jornal do Brasil de 1965.....	88
Figura 22 - Jornal do Brasil 17 de fevereiro de 1965.....	88
Figura 23 - Bolo do IV Centenário da Cidade do Rio de Janeiro.....	89

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

- AC Análise da Conversa
SI Sociolinguística Interacional

SUMÁRIO

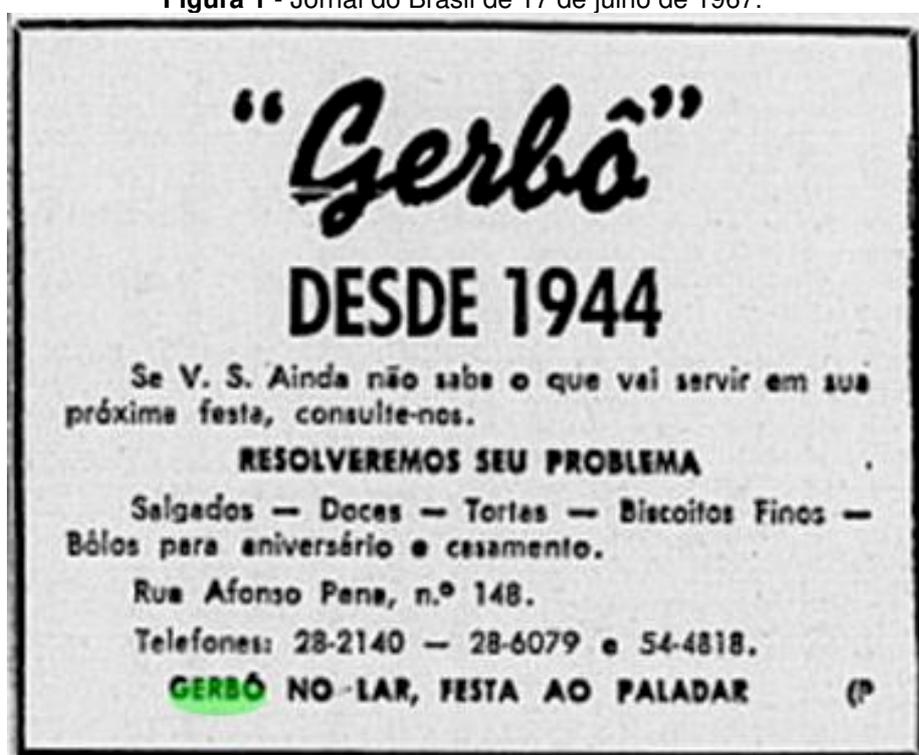
1 INTRODUÇÃO: A FÁBRICA DE MEMÓRIAS GERBÔ.....	12
2 O PERCURSO METODOLÓGICO E TEÓRICO.....	24
2.1 Descrição do corpus.....	26
2.2 Orientação teórica.....	34
2.2.1 A Sociolinguística Interacional.....	35
2.2.2 Identidade e Narrativa	39
3 A Confeitaria Gerbô e a memória afetiva.....	44
3.1 “Eles criaram uma novidade que deu um movimento danado. Era o doce gelado”: a centralidade afetiva.....	53
3.2 “Olha... Você me fez sentir agora o sabor da infância, viu?”: memória familiar e de infância.....	59
4 A Confeitaria Gerbô como um espaço social de privilégio.....	71
4.1 A Belle Époque Carioca: as confeitarias e o afrancesamento dos costumes.....	73
4.2 O Bolo do IV Centenário: a centralidade histórica e cultural da Gerbô no espaço social do Rio de Janeiro.....	81
4.3 “Quando recebi o primeiro salário (...) matei a minha vontade de anos: comprei uma tortinha de caramelo e um <i>palmier</i> ”: a construção discursiva da Gerbô como um espaço social de privilégios.....	88
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	94
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	100
ANEXO A – Convenções de transcrição.....	106
APÊNDICE A - Transcrições das entrevistas.....	107
APÊNDICE B - Narrativas escritas.....	109

1. INTRODUÇÃO: A FÁBRICA DE MEMÓRIAS GERBÔ

A ideia para a construção deste projeto despontou de uma curiosidade pessoal, motivada pela busca por minhas raízes genealógicas. À procura de informações sobre o meu sobrenome de descendência húngara, Kovacs, acessei a ferramenta digital da Biblioteca Nacional, encontrando ocorrências a partir de 1944 que estavam sempre relacionadas a uma confeitaria do Rio de Janeiro, da qual muito ouvi falar em minha infância: a Gerbô.

A Confeitaria Gerbô produzia doces e salgados de fabricação própria que eram comercializados tanto em suas lojas quanto por revendedores em toda cidade do Rio de Janeiro. Seus clientes podiam comprar os produtos diretamente no balcão das suas unidades ou encomendar os pedidos, que poderiam ser entregues em suas residências. A característica de comercialização mais marcante da Gerbô era sua especialização no serviço de *buffet* para festas e comemorações, como aniversários, casamentos e formaturas, o que pode ser observado em seu próprio *slogan*: “Gerbô no lar, festa no paladar”.

Figura 1 - Jornal do Brasil de 17 de julho de 1967.

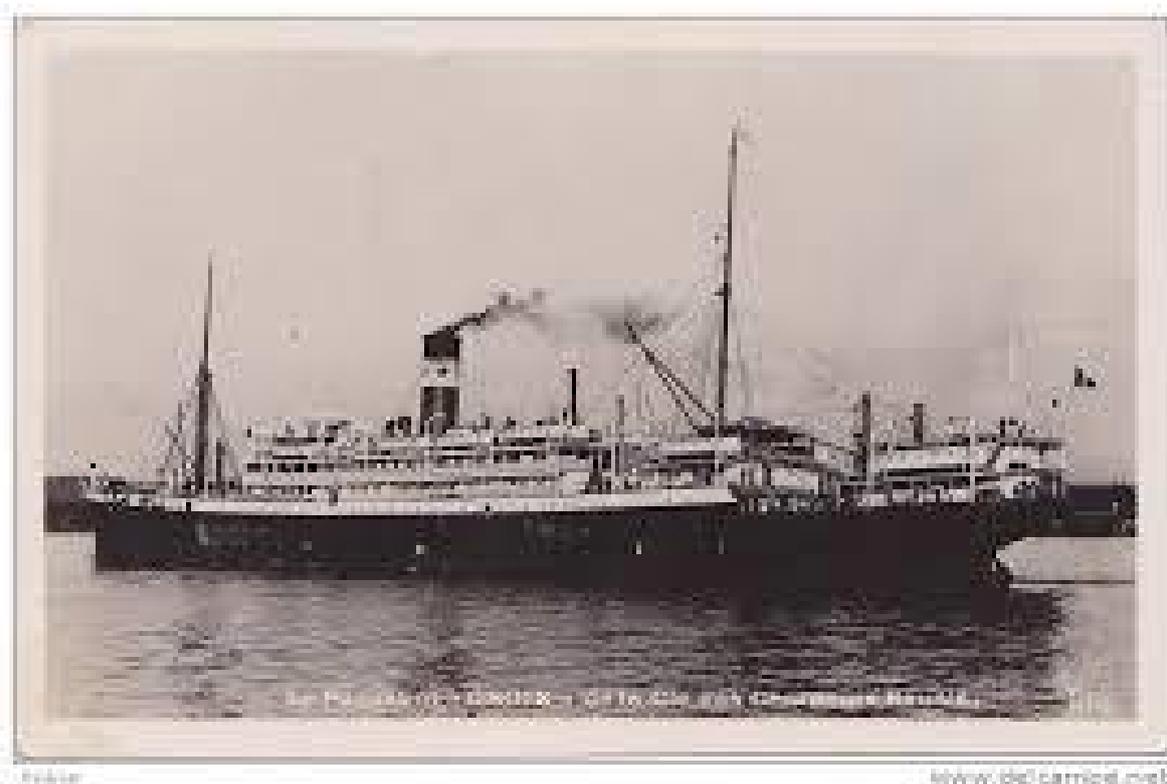


Fonte: Biblioteca Nacional Digital. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/hdb/periodico.aspx>>. Acesso em: 13 de jul. 2018.

A imagem acima foi extraída do acervo digital da Biblioteca Nacional e nela é possível encontrar algumas informações importantes, como o ano de fundação da Confeitaria e também o tipo de serviço que ela prestava: a produção de salgados, doces, tortas, biscoitos finos e bolos, os quais atendiam a eventos específicos que o anúncio explicita: as festas de aniversários e casamentos.

A Confeitaria Gerbô foi fundada por meu tio-avô Antônio João Kovacs em 1944 e o término data o ano de 1999. Apesar de seu nome, Gerbô, sugerir uma suposta origem francesa, ela foi fundada por uma família de imigrantes húngaros que em 1926 saem de Budapeste, fugindo do pós guerra, embarcados no paquete “Groix”, para encontrar no Rio de Janeiro seu novo lar.

Figura 2 - Fotografia do Paquete Groix, que trouxe a família Kovacs ao Brasil.



Fonte: Biblioteca Nacional Digital. 18 de fevereiro de 1926. Disponível em: <http://memoria.bn.br/pdf/183741/per183741_1926_00007.pdf>. Acesso em: 28 de jan. 2021.

Minha mãe, minha tia e meus tios trabalharam na confecção dos doces e salgados artesanais da Gerbô, e há registros de unidades da Confeitaria em oito bairros da cidade do Rio de Janeiro, localizados nas Zonas Norte, Sul, Oeste, e Centro: Tijuca, Vila Isabel, Madureira, Méier, Copacabana, Barra da Tijuca, Lapa e

Santa Teresa¹. O principal endereço era o da rua Afonso Pena número 146, localizado na Tijuca, um bairro da Zona Norte da cidade. Lá funcionava a Matriz da Confeitaria que se dividia em dois espaços: no primeiro andar, funcionava a loja com um balcão de atendimento para clientes, além de mesas para consumo no próprio lugar. Já no segundo andar, localizava-se a Fábrica Gerbô, onde eram fabricadas as mercadorias que seriam distribuídas e comercializadas. Era nesse espaço onde trabalhavam minha mãe, minha tia e meus tios.

Durante as pesquisas, encontrei duas narrativas que me ajudaram a compreender o que a Gerbô representava para seus consumidores contemporâneos. Rogéria Cavalvante (pseudônimo), 60 anos, moradora da Tijuca, nos diz: “não havia festa de aniversário sem bolo da Gerbô”. E Eduardo Goldenberg, em seu blog “Buteco do Edu”, narra: “Festa na Tijuca sem bolo da Gerbô era vaiada na hora do parabéns²”. Esses dois relatos me auxiliaram a compreender como a Confeitaria era percebida por seus clientes, os quais consideravam o bolo da Gerbô um item indispensável para o sucesso e prestígio da comemoração de aniversários na Tijuca.

A Confeitaria Gerbô também foi responsável pelo trabalho de confeitaria do bolo do IV Centenário da cidade do Rio de Janeiro. De acordo com as notícias encontradas, na época, o bolo destacou-se como o maior já confeccionado: desesseis metros de base, cinco de altura e quase três toneladas de peso. Para a construção do bolo, a Gerbô mobilizou mais de trinta profissionais e levou três meses para finalizá-lo. Exposto no Maracanãzinho, ele foi cortado pelo então governador Carlos Lacerda e distribuído para cinquenta e seis mil pessoas - expectativa de público do evento. Na imagem a seguir (Figura 3), é possível observar uma fotografia do bolo, extraída do álbum de fotos pessoal da família Kovacs.

¹ Todos os endereços a seguir são mencionados em anúncios diversos no Jornal do Brasil. Eles foram encontrados utilizando a busca pela palavra-chave “Gerbô” na ferramenta digital da Biblioteca Nacional. São eles: Av. das Américas, 2000 (Shopping Freeway, Barra da Tijuca); Avenida Mem de Sá (Centro); Nossa Senhora de Copacabana, 209 (Copacabana); Praça Armando Cruz, 120 (Madureira); Rua Dias da Cruz, 210 ou 255 (Méier); Rua Almirante Alexandrino, 88 (Santa Teresa); Rua Afonso Pena, 148 (Tijuca); Boulevard 28 de Setembro, 293 (Vila Isabel).

² “A Tijuca em estado bruto IV. Disponível em: <<https://butecodoedu.wordpress.com/2008/09/22/a-tijuca-em-estado-bruto-iv/>>. Acesso em: 02 de jun. de 2020.

Figura 3 - Bolo do IV Centenário da Cidade do Rio de Janeiro.



Fonte: Álbum de fotografias da família Kovacs. s/d.

Inicialmente, eu me deparei com a dificuldade de encontrar dados que informassem sobre: a fundação da Gerbô, as motivações de seus criadores e, até mesmo, os registros de quem eram os consumidores da Confeitaria, assim como fotografias das lojas. Atribuo essa dificuldade à fragmentação da família, decorrente do processo de falência da Gerbô que culminou no seu fechamento definitivo em 1999.

O fim da Confeitaria foi um capítulo doloroso para a família Kovacs. Além da perda financeira, houve também a perda do vínculo institucional e do prestígio que essa instituição agregava aos seus fundadores e trabalhadores³. Meus tios, por exemplo, afirmam que se pisarem na rua Afonso Pena, todos ainda os reconhecem, devido à tamanha popularidade e influência da Gerbô no comércio local e na vida de seus clientes. Com o fim da Confeitaria, a família viu-se dividida em dois núcleos. O núcleo dos trabalhadores da fábrica, composto pela minha mãe, minha tia e meus tios,

³ É importante destacar que apesar de eu chamar minha mãe, minha tia e meus tios de trabalhadores, o núcleo fundador da família, representados pelos meus tios-avôs, também trabalhava na cozinha e na fábrica da Gerbô. Meu tio-avô, por exemplo, Fernando Kovacs, era o confeitoiro-chefe e tinha a sua rotina de trabalho na própria cozinha da fábrica.

ficaram desamparados e desempregados, e o núcleo dos fundadores, formado por meus tios-avôs, precisaram lidar com o fim do empreendimento.

Figura 4 - Família Kovacs. Fotografia do núcleo familiar fundador da Gerbô.

À direita, em pé de camisa listrada, Antal Kovacs, meu bisavô, patriarca da família.

Em pé, na direita da foto, meu avô, Paulo Kovacs. De óculos, Antônio João Kovacs, fundador.



Fonte: Álbum de fotografias da família Kovacs. s/d.

Durante muito tempo, houve um apagamento dessa história em minha família; afinal, a falência da Confeitaria Gerbô é uma história de descontentamento, dor, desagregação e perda, principalmente para o núcleo familiar do qual faço parte, de trabalhadores da fábrica. Com o fechamento, o núcleo fundador da família se afastou, provavelmente também abalados com a perda do empreendimento e pela impossibilidade de arcar com as devidas responsabilidades econômicas para com

seus funcionários. Assim, a lembrança da Gerbô para ele/as é um capítulo de suas histórias que explicitamente não desejam reviver.

Quando iniciei esta pesquisa, abordei minha família, explicando as minhas motivações e o desejo de enveredar pelos caminhos dessas memórias. Ao serem abordados sobre o assunto, tanto minha mãe quanto meus tios evidenciaram desconforto ao relatar suas experiências de trabalho na fábrica da confeitaria e até de mencionar o nome “Gerbô”. Para eles, a Gerbô não foi uma Confeitaria, mas sim uma Fábrica - a Fábrica Gerbô - e durante toda a minha infância esse era o único nome pelo qual eu a conhecia.

É interessante refletir sobre a diferente relação semântica entre os dois vocábulos: confeitaria x fábrica. O significante confeitaria remete à sofisticação e à distinção, e o significante “Fábrica”, por outro lado, indexicaliza índices de trabalho árduo, ambientes inóspitos, longas horas de produção, pouco reconhecimento intelectual e até condições de trabalho atreladas à baixa qualidade de vida.

Figura 5 - Maria Helena Kovacs, minha mãe. Fotografia que representa o núcleo familiar trabalhador da fábrica. Em pé, minha mãe produzia as famosas bombas de chocolate da Gerbô.



Fonte: Álbum de fotografias da família Kovacs. s/d.

A resignificação da Gerbô como confeitaria e não apenas fábrica só aconteceu a partir do momento em que ampliei meu campo de pesquisa para além da minha estrutura familiar, abarcando também os clientes. Por muito tempo, o nome “Gerbô” só era mencionado em contextos de muita revolta e mágoa, e o único contato que eu tinha com essa memória era por meio das histórias do meu núcleo familiar. Ao iniciar a pesquisa e analisar o corpus inicial que reuni, notei que, além das vozes desses trabalhadores, havia também as vozes de seus consumidores.

Portanto, nesta pesquisa, as memórias da confeitaria serão construídas por meio das narrativas de clientes da Gerbô, a fim de evitar possíveis sofrimentos por

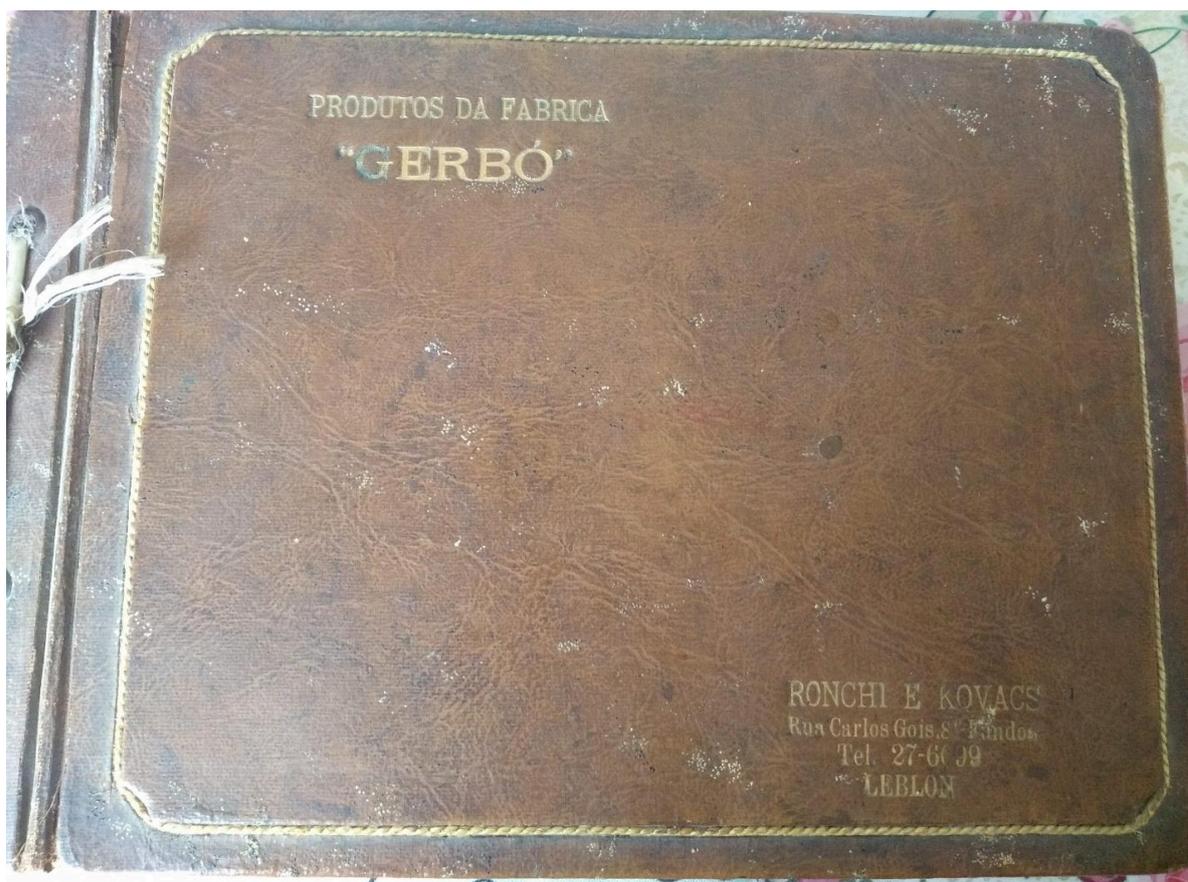
parte da família que nela trabalhou até o seu fechamento. A escolha de entrevistar apenas os consumidores da Gerbô e não a família Kovacs advém de um posicionamento ético, entendendo que

o pesquisador deve sempre pensar, entre outros aspectos, nas consequências para o entrevistado de ser levado a reviver, ainda que através da narrativa, determinadas experiências. Não se deve descartar a possibilidade de que, por exemplo, a retomada de eventos passados possa reabrir antigas feridas e levar as pessoas a uma crise emocional. (SANTOS, 2013, p. 33).

A memória da Gerbô se confunde com a história da minha própria família o que pode ser observado na capa do álbum de fotografias (Figura 6) que utilizei como corpus para esta pesquisa, cujas imagens ilustram esta dissertação. Esse álbum pertence ao meu núcleo familiar e nele é possível encontrar fotografias tanto dos meus tios-avôs quanto de seus descendentes. No canto superior esquerdo da capa, lemos a seguinte informação: “Produtos da Fábrica Gerbô”. Possivelmente, esse caderno tinha uma outra função antes de abrigar as memórias fotográficas da minha família. Imagino que talvez fosse um catálogo, um cardápio, contendo a descrição do que era produzido e comercializado pela Gerbô. Atualmente, trata-se de um objeto que transborda afetividade, pois se tornou um guardião de memórias. Hoje os produtos abrigados por esse antigo *menu* são outros, que transcendem a função descritiva de doces e salgados produzidos por essa fábrica de memórias.

Assim, se essas memórias estão tão intimamente relacionadas, não seria prudente nem ético expor as feridas do passado a fim de atender um objetivo científico; portanto, optei por respeitar esse posicionamento familiar.

Figura 6 - Capa do Álbum de fotografias da família Kovacs.



Fonte: Álbum de Família. 24 de novembro de 2020. Rio de Janeiro.

Durante esta pesquisa, a todo instante, as convicções sobre o que qualifica a memória da Gerbô serão reavaliadas e ressignificadas. De um lado, há as “doces” lembranças da Gerbô, narradas por seus antigos clientes, e por outro, as amargas, experienciadas por seus antigos funcionários. De acordo com Gondar (2016), a memória é um jogo entre o lembrar e o esquecer, e o que será lembrado ou esquecido será circunscrito por condições socioculturais e históricas de produção dessas memórias. Portanto, esse complexo quadro de tensões e disputas não é descartado neste trabalho; no entanto, pelas questões já mencionadas, observei que, para reunir o corpus da pesquisa e compreender a Gerbô para além dos trabalhos da fábrica, seria necessário ouvir seus antigos clientes e por meio deles construir essas memórias. Assim, inicialmente, este trabalho surgiu do interesse de ir em busca dessas memórias, a fim de compreender como os participantes da pesquisa

constroem as suas próprias identidades no presente a partir das memórias de uma instituição, a Confeitaria Gerbô.

O objetivo desta pesquisa, desenvolvida no âmbito da linha de pesquisa Memória e Linguagem do Programa de Pós-graduação em Memória Social/UNIRIO, é investigar quais valores simbólicos os clientes contemporâneos da Gerbô atribuem a ela por meio de suas memórias e de que forma essas memórias chancelam tanto uma ideia de pertencimento social e cultural à elite carioca⁴ quanto constroem afetos e circunscrevem redes de sociabilidade de vida para esse grupo na cidade do Rio de Janeiro. Por meio de pesquisa documental e de análise de narrativas de experiências pessoais de antigos clientes, investigo experiências e memórias sobre a Gerbô em sua contemporaneidade. Isso será feito observando a relação entre as configurações identitárias dos participantes e as memórias afetivas (GONDAR, 2016) que as ancoram⁵.

Utilizo a metodologia interpretativa para análise de dados, cujo corpus será constituído por narrativas de antigos clientes enviadas via WhatsApp, pesquisas documentais (imagens e textos extraídos de diferentes fontes e plataformas digitais) e por narrativas escritas, as quais foram recebidas via e-mail após uma abordagem divulgada no Jornal O Globo (caderno de bairros Tijuca), aspecto que será detalhado no próximo capítulo.

Como arcabouço teórico, utilizo os estudos de linguagem da sociolinguística interacional (SI) para a análise do discurso, que entende a linguagem enquanto ação no mundo, por meio da qual sentidos são negociados e transformados localmente, durante a dinamicidade do evento interativo. A SI pressupõe, portanto, o entendimento da linguagem em uso, em seu contexto situado, em que os sentidos são negociados entre os atores, sem deixar de considerar, entretanto, o contexto maior, sócio-

⁴ O termo 'elite' começou a ser empregado no século XVII, especificamente na França, para designar produtos de qualidade excepcional, equivalentes a melhor mercadoria oferecida à venda. O termo difundiu-se a partir de 1930 por meio das teorias sociológicas das elites, empregadas especialmente pelos italianos Vilfredo Pareto (1848-1923) e Gaetano Mosca (1858-1941). Os dois autores trabalham com a ideia de que haveria, em todas as sociedades, um grupo de indivíduos que, por razões específicas, se destacariam da massa, formando um grupo responsável por influenciar e tomar grandes decisões sociais. Segundo Mosca (1968), em toda sociedade existe uma minoria que é detentora do poder em detrimento de uma maioria que dele está privado (p. 315). Neste trabalho, utilizo o termo "elite carioca" para caracterizar grupos privilegiados no espaço da cidade que concentram o poder econômico e cultural, responsáveis por formar e difundir opiniões que servem como referência para os demais membros da sociedade.

⁵ Este trabalho foi submetido à apreciação do Comitê de Ética em Pesquisa da UNIRIO, que o considerou aprovado em 10 de dezembro de 2019 com o registro CAAE 3.774.908.

histórico, que informa essas práticas; trata, portanto, a linguagem como parte integrante de processos sociais e culturais (RAMPTON, 2017).

A inserção da pesquisa no campo da Memória Social se dá por meio da observação de que as práticas sociais são constitutivas da memória e são conjuntamente construídas no discurso. A concepção de memória como uma construção é extremamente relevante para este estudo, pois de acordo com Gondar (2016, p. 17), “o conceito de memória, produzido no presente, é uma maneira de pensar o passado em função do futuro que se almeja”. Dessa forma, além de recordar o passado, a concepção social da memória está relacionada ao futuro à medida que, ao escolher o que se quer interrogar e conservar, há uma aposta quanto ao porvir. Portanto, ao narrar as experiências sobre a Confeitaria Gerbô, os antigos clientes se envolvem em um processo constante de reconstrução do seu próprio discurso, das suas experiências e das suas identidades.

A análise das narrativas (BASTOS, 2005; BIAR & BASTOS, 2015; DE FINNA, 2019; LOPES, 2001; MISLHER, 2002; RIESSMAN, 2008) fornece dispositivos analíticos importantes que podem apontar práticas de um determinado grupo, bem como ações individuais permeadas pela memória social. Nossas lembranças não são autônomas; elas dependem da nossa interação social por meio dos diversos grupos nos quais estamos inseridos. A partir de diferentes experiências, construímos as nossas memórias. Assim, sob a perspectiva de Halbwachs (2004), consideramos que nossas memórias emergem das nossas relações sociais. Nesse sentido, não apenas a memória é uma construção social, mas também as narrativas são construídas durante a interação.

Esta dissertação é organizada em cinco capítulos. Após esta introdução, no próximo capítulo, trato do percurso metodológico e teórico descrevendo a construção do corpus composto por diferentes fontes de pesquisa. Além disso, apresento os estudos, objetivos e categorias da sociolinguística interacional (SI) que serão usadas aqui bem como investigações sobre narrativas na abordagem da SI pertinentes à discussão empreendida. O capítulo 3 apresenta as análises do corpus deste trabalho com foco na investigação da memória afetiva e de infância construída pelos participantes da pesquisa. No capítulo 4, reflito sobre a influência francesa no Rio de Janeiro e de que forma a Confeitaria Gerbô articula-se nesse contexto. Analiso, também, como os sujeitos atribuem uma valoração distintiva à Confeitaria por meio de suas memórias. As reflexões teóricas sobre a memória social, a memória afetiva e

o conceito de identidade permeiam todo o trabalho, mas encontram-se principalmente nesses dois últimos capítulos mencionados. No capítulo 5, trago as considerações finais e, por fim, apresento as referências bibliográficas que apoiaram a construção desta pesquisa, as Convenções de transcrição (Anexo A), Transcrições das entrevistas (Apêndice A) e as Narrativas escritas (Apêndice B).

2. O PERCURSO METODOLÓGICO E TEÓRICO

Esta é uma pesquisa de caráter qualitativo e de corpus misto, constituído por interações via WhatsApp, narrativas escritas (recebidas por e-mail), ambas descritas na seção 2.1, além da pesquisa digital realizada em diferentes plataformas (como a Biblioteca Nacional Digital, blogs, jornais) e imagens (fotografias da família Kovacs, anúncios e propagandas). Como se trata de corpora complexas e diversificadas (conforme explicito no item 2.1), procurei estabelecer um diálogo intertextual com o corpus pesquisado. Por intertextualidade, entende-se o princípio de que todo texto se refere sempre a outro ou a outros textos, como uma resposta ao que foi dito ou ao que será dito (KOCK & ELIAS, 2011). A análise aqui empreendida busca, portanto, estabelecer uma relação entre os textos analisados (fotografias, recortes de jornais, entrevistas e narrativas), construindo significados a partir desse diálogo, que se estudados separadamente, poderiam perder seus sentidos no macro contexto desta dissertação.

Assim, cada um desses textos se relaciona com algum outro fragmento e, nesta análise, procurei costurar essa colcha de retalhos a fim de enveredar nesses labirintos de memórias. Os textos, sejam linguísticos ou imagéticos, são impregnados de valores simbólicos e são colocados em movimento pelos sujeitos no mundo contemporâneo, de comunicação quase instantânea, velozmente. Rastrear os textos em busca de narrativas sobre a Gerbô implica transitar por diferentes espaços, em meio físico e digital. Significa também transitar por diferentes tempos, pois a pesquisa pela memória da Confeitaria Gerbô é um processo de investigação não linear, que entrelaça o tempo conhecido em busca de narrativas desconhecidas. Um recorte e colagem no espaço-tempo.

Essa busca que tensiona as minhas próprias memórias e me reconstrói à medida que avança provocou uma apreensão inicial, pois articular todas essas informações e afetos em uma análise consistente provou-se um grande desafio epistemológico. No entanto, a partir de uma análise do corpus inicial, que será detalhada a seguir, já foi possível identificar construções discursivas que atribuem à Confeitaria o valor de um lugar afetivo e familiar de grande centralidade na vida de muitos de seus contemporâneos; lugar este que promovia uma espécie de distinção social a quem o frequentava. Isso me direcionou a organizar a análise do corpus em dois capítulos: o capítulo três volta-se para a experiência do afeto e de que forma os

clientes participantes da pesquisa, por meio de suas memórias de infância, constroem a Confeitaria Gerbô como um lugar afetivo e familiar; já no capítulo quatro, procuro compreender como a Gerbô é posicionada discursivamente em uma rede de sociabilidade que aponta para a construção de identidades e de práticas sociais na cidade do Rio de Janeiro.

Também é importante ressaltar que este trabalho é parcialmente informado por algumas referências advindas do método de pesquisa historiográfico da micro-história. De acordo com Giovanni (2011), na micro-história

“o historiador não está preocupado com a interpretação dos significados, mas antes em definir as ambiguidades do mundo simbólico, a pluralidade das possíveis interpretações desse mundo e a luta que ocorre em torno dos recursos simbólicos e também dos recursos materiais” (p.138)

A micro-história pretende reduzir a escala de observação a fim de perceber aspectos que, de outro modo, poderiam passar despercebidos pelo pesquisador. Barros (2007), em seu artigo “Sobre a feitura da micro-história”, nos explica que quando o micro-historiador estuda uma pequena comunidade, ele não estuda propriamente a pequena comunidade, mas estuda **por meio** da pequena comunidade (grifo nosso). Assim, nessa abordagem, a comunidade examinada pode aparecer como um meio para se alcançar a compreensão de aspectos específicos de uma sociedade mais ampla.

A investigação social empreendida nesta pesquisa utiliza como recorte a Confeitaria Gerbô; no entanto, meu interesse não é apenas o de realizar um levantamento historiográfico e documental do que era a Confeitaria. Pretendo observar os costumes de vida e a trajetória de determinados indivíduos e grupos para interpretar quais práticas sociais e configurações identitárias resultam dessa análise. A empreitada epistemológica aqui iniciada considera o microcosmo da vida privada e doméstica como um ambiente fértil para a discussão de aspectos amplos, como memória, instituição, narrativas e análise do discurso. Os pequenos acontecimentos cotidianos também constroem a vida social do todo e a macro-história resultante desse processo. O papel social da Confeitaria Gerbô extrapola a fabricação de doces e salgados, pois para seus consumidores havia um entendimento e uma espécie de contrato social implícito que atribuía sentido às práticas performadas por clientes da Confeitaria; portanto, os valores simbólicos que subjazem essa relação de mercado

atravessam afetos e identidades, os quais serão abordados nos capítulos subsequentes.

A análise do corpus dessa pesquisa será construída a partir do entendimento da relação dos participantes com esse lugar, e, também, quais memórias são acionadas por meio das narrativas contadas. Assim, pretendo identificar como eles se posicionam e se constroem identitariamente a partir da centralidade da Confeitaria Gerbô em algumas de suas importantes experiências de vida.

2.1 Descrição do corpus

Para este estudo, selecionei participantes cuja faixa etária estivesse entre os 45 e 90 anos, pois a Confeitaria Gerbô teve seu auge entre os anos de 1944 e 1980, portanto, os narradores devem ter sido clientes contemporâneos da Gerbô. Considera-se ainda sujeitos cujo espaço social dominante seja o Rio de Janeiro, preferencialmente residentes dos bairros onde se encontravam as filiais da Gerbô: Barra da Tijuca, Copacabana, Lapa, Madureira, Méier, Santa Teresa, Tijuca e Vila Isabel.

Apresento abaixo a descrição do corpus, detalhando sua construção e relevância para a pesquisa:

- 1) Interações via WhatsApp: para construir o corpus inicial deste trabalho, abordei, no ano de 2018 - antes mesmo de ingressar no PPGMS – antigos clientes da Gerbô por meio da ferramenta de mensagens instantâneas WhatsApp. Uma amiga, e antiga cliente da Gerbô, ao me ouvir falar sobre a pesquisa, ficou muito entusiasmada e me pediu para enviar um áudio a um grupo de amigos no aplicativo, do qual ela fazia parte. Ela acreditava que essas pessoas, assim como ela, se lembravam da Gerbô por serem antigos clientes. Abordei, então, esses participantes com as seguintes perguntas: “você se lembra da Gerbô?” e “quais lembranças têm sobre ela?”. As perguntas foram enviadas ao grupo por meio de uma mensagem de voz. Todos os participantes moravam no Rio de Janeiro, na região da Tijuca – local onde se encontrava a matriz da Confeitaria.

Nesse período, eu sequer cogitava cursar uma pós-graduação e estava apenas tentando levantar informações sobre a Confeitaria com pessoas que a conheciam, a fim de validar a pertinência da pesquisa e minhas impressões iniciais.

Apesar de não receberem orientação de como responder as perguntas, os participantes enviaram todas as respostas também por áudio, cuja duração é de até um minuto. No grupo, havia 7 (sete) pessoas, incluindo a minha amiga, e 5 (cinco) participaram dessas interações: quatro mulheres e um homem, todos acima de 55 anos de idade, ocidentais e brancos. Os nomes foram trocados por pseudônimos a fim de preservar a identidade dos participantes. Também é importante mencionar que como a pergunta foi enviada de forma assíncrona, os participantes da interação tinham a possibilidade de ouvir a narrativa de outro participante, caso houvesse uma resposta anterior a sua. Das cinco narrativas recebidas, selecionei três para compor o corpus desta pesquisa, as quais serão analisadas nos próximos capítulos. A escolha dessas três histórias deveu-se à riqueza do conteúdo narrativo pois por meio delas é possível observar de que forma os participantes se posicionam discursivamente na interação, à medida que constroem suas memórias e significados sobre a Gerbô. As duas narrativas não contempladas são relatos breves como o de Carolina, 61 anos, que em resposta a minha pergunta, responde: "Lembro sim. Tinha uma Gerbô aqui na Mariz e Barros esquina com a Afonso Pena. Maravilha! Tudo da Gerbô era bom". As transcrições das narrativas encontram-se no Apêndice A.

2) Pesquisa digital realizada em diferentes plataformas, a saber:

- Blogs: para encontrar essas informações, pesquisei no Google as palavras-chave "Confeitaria Gerbô" e investiguei em quais endereços digitais ela era mencionada. Os endereços direcionavam para blogs que continham depoimentos pessoais de antigos clientes da Confeitaria. Os blogs pesquisados foram:

- <http://olharnomade.blogspot.com/2009/06/nelidas-chantilly.html>
- <http://butecodoedu.blogspot.com/2008/05/um-passeio-pela-tijuca-ii.html>
- <https://butecodoedu.wordpress.com/2008/09/22/a-tijuca-em-estado-bruto-iv/>

- Jornal O Globo Digital: matéria "Acervo vivo da cidade na memória de octogenários", publicada em 2012. Nessa matéria, octogenários da cidade do Rio de Janeiro relatam suas memórias sobre a cidade, a partir de marcos biográficos em suas histórias. A Gerbô aparece nessa reportagem sendo citada por Haldea Foncesa, de

89 anos, a qual relata como conheceu o seu marido e também sobre a sua experiência com um dos doces fabricados pela Confeitaria: o bolo gelado.⁶

- Memória Globo: matéria “Capitão Furacão”⁷. A matéria relata a história do programa televisivo “Capitão Furacão”, cuja estreia coincide com a criação da emissora televisiva Globo, em 1965. O programa era voltado para o público infanto-juvenil e a matéria menciona a Gerbô como uma das empresas patrocinadoras do conteúdo.

- Biblioteca Nacional Digital: on-line. Por meio do endereço <http://memoria.bn.br/hdb/periodico.aspx>, pesquisei a palavra-chave “Gerbô” e selecionei o periódico “Jornal do Brasil”, encontrando 335 ocorrências sobre a confeitaria, entre os anos de 1944 a 1999. Os achados vão desde propagandas e anúncio de vagas de emprego, a procura de profissionais para trabalhar na cozinha e na recepção da confeitaria, até palestras e eventos que envolvem a Gerbô. Todas as menções a Gerbô foram salvas como imagens e organizadas na ferramenta “OneNote” onde criei um fichário que cataloga as informações encontradas por assunto, facilitando a busca posterior.

Por meio desse trabalho investigativo, encontrei, dentre outras informações, oito endereços de onde se localizavam as lojas da Confeitaria, no Rio de Janeiro. A seguir, apresento esses endereços completos e a contextualização de como foram obtidos. Infelizmente, não localizei fotos das fachadas da Matriz e das filiais da Confeitaria.

São eles:

1. Av. das Américas, 2000 (Shopping Freeway, Barra da Tijuca);
2. Avenida Mem de Sá (Lapa);
3. Nossa Senhora de Copacabana, 209 (Copacabana);
4. Praça Armando Cruz, 120 (Madureira);
5. Rua dias da cruz, 210 ou 255 (Méier);
6. Rua Almirante Alexandrino, 88 (Santa Teresa);
7. Rua Afonso Pena, 148 (Tijuca);

⁶ O trecho da entrevista será analisado no capítulo 3, seção 3.1 (“Eles criaram uma novidade que deu um movimento danado. Era o doce gelado”: a centralidade afetiva). A matéria completa está disponível no endereço eletrônico: <https://oglobo.globo.com/rio/o-acervo-vivo-da-cidade-na-memoria-de-octogenarios-6238201>. Acesso em: 22 de dez. de 2020 às 18.24.

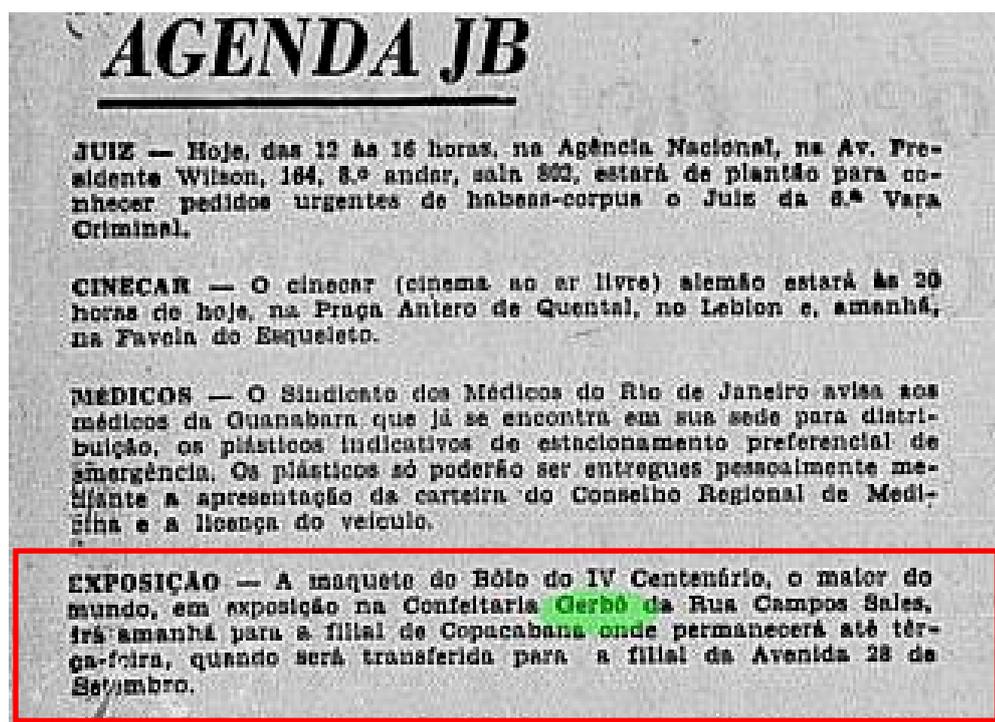
⁷ A matéria completa foi publicada no seguinte endereço eletrônico: <https://memoriaglobo.globo.com/entretenimento/infantojuvenil/capitao-furacao/>. Acesso em 22 de dez. de 2020 às 18.26.

8. Boulevard 28 de Setembro, 293 (Vila Isabel).

Todos os endereços, conforme mencionado, advêm da pesquisa realizada na ferramenta digital da Biblioteca Nacional, no periódico *Jornal do Brasil*. O *Jornal do Brasil* foi fundado em abril de 1891 e durante muitos anos manteve-se como um dos principais jornais impressos do país. Em 2010 tem seu fim como periódico impresso e mantém atualmente apenas a sua versão digital. A escolha desse veículo de comunicação deveu-se pela sua ampla circulação nas décadas pesquisadas (1940 até 2000), pois ao fim da década de 1950, o *Jornal do Brasil* deu início à reforma gráfico-editorial que o transformaria num dos mais prestigiados diários do país. Essa reforma fez com que o jornal passasse a ocupar uma posição de credibilidade diante da imprensa carioca e também dos leitores, ganhando uma nova estatura na formação da opinião política brasileira. Além disso, de acordo com Cezar Motta (2018), “o *Jornal do Brasil* era veículo obrigatório para todos os anúncios em 1960 e 1970” (p. 15), o que me levou a pesquisar pelo nome “Gerbô” em suas páginas, a fim de encontrar de informações que me ajudassem a construir a identidade da própria Confeitaria.

Os resultados exibidos, de onde esses endereços foram extraídos, eram dos mais variados: anúncios para contratação de trabalhadores (lancheiros, recepcionistas), propaganda de novas lojas e até a notícia sobre a exposição da maquete do Bolo do IV Centenário pelas filiais da Confeitaria Gerbô:

Figura 7 - Jornal do Brasil de 17 de fevereiro de 1965.



Fonte: Biblioteca Digital. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/hdb/periodico.aspx>>. Acesso em: 13 de jul. 2018.

Nessa notícia, encontrei a primeira aparição do endereço da filial de Vila Isabel, localizada na Avenida 28 de setembro, além da informação sobre a existência de uma maquete do Bolo – até então, “o maior do mundo”. A segunda ocorrência desse endereço, nas minhas pesquisas, veio por meio da notícia de um incêndio, quatro anos após a transferência da maquete para a filial da rua 28 de Setembro. Como não encontrei mais nenhum registro sobre a mobilidade da maquete, imagino que ela tenha se perdido no incidente.

Figura 8 - Jornal do Brasil de 25 de novembro de 1969.



Fonte: Biblioteca Digital. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/hdb/periodico.aspx>>. Acesso em: 13 de jul. 2018.

O outro endereço citado no fragmento (Figura 7), Rua Campos Sales, fica localizado muito próximo ao da Rua Afonso Pena número 148. O mesmo aconteceu com outro endereço encontrado: o da rua Mariz e Barros, número 591, localizado no mesmo quarteirão (Figura 9). Assumi, portanto, que os três endereços se referiam ao mesmo local. No entanto, ao contrário do segundo (Afonso Pena), citado de forma recorrente em diversos fragmentos encontrados, o primeiro e o último endereços só são mencionados uma única vez como sendo lojas da Confeitaria Gerbô. Por isso, defini como endereço principal da Matriz da Confeitaria e Fábrica Gerbô o da Rua Afonso Pena número 148.

Figura 9 – Mapa da Confeitaria Gerbô



Fonte: Google Maps. Acesso em: 30 de nov. de 2020.

3) Imagens:

- Fotografias da família: extraídas do álbum de fotos pessoais da família Kovacs, cuja imagem da capa pode ser conferida na introdução (Figura 6). As fotografias antigas foram digitalizadas e integram a análise deste projeto.
- Anúncios e propagandas: coletados por meio de um levantamento realizado no acervo on-line do Jornal do Brasil, conforme explicitado no item 2.

4) Narrativas escritas: outra forma de construção do corpus desta pesquisa se deu por meio de narrativas escritas pelos antigos clientes da confeitaria que foram enviadas por e-mail. Esses depoimentos foram captados por meio da divulgação desta pesquisa pelo Jornal O Globo.

Em setembro de 2019, fui entrevistada pelo jornalista Maurício Peixoto do Jornal O Globo a respeito da minha pesquisa sobre a Confeitaria Gerbô. A matéria foi publicada no caderno Bairros Tijuca no dia 28 de setembro e, a meu pedido, foi incluído um endereço de e-mail por meio do qual antigos clientes da confeitaria poderiam relatar suas memórias sobre ela. Ao fim da matéria, havia a pergunta “você

tem alguma memória sobre a Gerbô? Escreva para memoriagerbo@gmail.com". Desde então, recebi oito e-mails com relatos sobre a Confeitaria e para este trabalho, selecionei os dois mais relevantes. A matéria completa pode ser vista a seguir:

Figura 10 - Fotografia de contracapa. Reportagem do Jornal O Globo sobre esta pesquisa.



Fonte: Jornal O Globo, pesquisa realizada em 28 de setembro de 2019. Rio de Janeiro.

Figura 11 - Matéria interna. Reportagem do Jornal O Globo sobre esta pesquisa.

As doces memórias de uma tijuicana chamada Gerbô
Neta de fundadores transforma a famosa confeitaria em tema de tese

MAURÍCIO PEIXOTO
mauricio.peixoto@oglobo.com.br

A cidade do Rio tem muitas memórias e a extinta Confeitaria Gerbô, cuja matriz funcionava na Rua Afonso Pena, na Tijuca, faz parte delas. Suzenne Kovacs, neta de um dos húngaros fundadores, conquistou o segundo lugar no ingresso do mestrado em Memória Social da Unirio,

em fevereiro, com seu projeto de resgatar as doces lembranças da confeitaria, fundada em 1944. A Gerbô fechou em 1998.

— A ideia do projeto "Memórias da Confeitaria Gerbô: entre causas e acasos" surgiu por acaso. Compartilhei em março de 2018 no Facebook uma postagem dos meus tios sobre o assunto, e muita gente comentou, dando uma

ideia de o quanto a loja marcou época. Decidi apostar nisso — explica ela. Suzenne vai defender a tese no final de 2020. Entre suas fontes de pesquisa estão fotos e depoimentos da família e de antigos clientes e acervo da Biblioteca Nacional.

Você tem alguma memória sobre a Gerbô? Escreva para <memoriagerbo@gmail.com>.

História. Suzenne com a foto do bolo da Gerbô nos 400 anos do Rio

Fonte: Jornal O Globo, pesquisa realizada em 28 de setembro de 2019. Rio de Janeiro.

2.2 Orientação teórica

Este trabalho se ancora em dois campos de estudo: a memória social e a perspectiva sociointeracionista para a análise de narrativas. Para o campo da memória, utilizo, neste trabalho, os autores Maurice Halbwachs (1990; 2004), Henri Bergson (1979[1959]; 1988) e Jean-Pierre Vernant (1990). A categoria de memória afetiva será trabalhada com base em Joëlle Rouchou (2008), Jô Gondar (2016) e Ribeiro, Dodebei e Orrico (2015).

Os estudos sobre a memória coletiva, desenvolvidos pelo sociólogo francês Maurice Halbwachs, consideram que as nossas lembranças estão sempre relacionadas às experiências e a um conjunto de vivências que compartilhamos com o outro, entrelaçando a memória da pessoa à memória do grupo. “Nossas lembranças permanecem coletivas, e elas nos são lembradas pelos outros, mesmo que se trate de acontecimentos nos quais só nós estivemos envolvidos [...] porque, em realidade, nunca estamos sós.” (1990, p. 26). No entanto, mesmo antes de Maurice Halbwachs (1990) problematizar a memória no campo da sociologia no início do século XX, o que é considerado como o estabelecimento oficial do conceito de memória coletiva, a memória já era a objeto de reflexões por parte de pensadores como Nietzsche (1985), Bergson (1988) e Freud (1986). Além destes, outros autores contribuíram posteriormente para a discussão no campo da memória social como Pierre Nora (1993), Jacques Le Goff (2003) e Michael Pollak (1989). As discussões sobre a memória social serão abordadas no decorrer da análise, nos capítulos 3 e 4.

Como já informado, utilizo ferramentas teóricas dos estudos da sociolinguística interacional para análise do discurso para embasar a investigação e a construção das análises sobre as narrativas e memórias da Confeitaria Gerbô. A SI surge na década de 1970 por meio do antropólogo americano John Joseph Gumperz, pesquisador da área da antropologia linguística. Gumperz defende que a comunicação não se encerra na simples formação de enunciados, no domínio do código linguístico, pois a comunicação é uma atividade social que exige os esforços coordenados de dois ou mais indivíduos. Além de Gumperz (1979), para este campo, consideram-se as pesquisas de outros autores que serão abordados tanto na próxima seção (2.2.1) quanto no decorrer da análise deste projeto.

A análise do corpus deste trabalho também é fundamentada no conceito de narrativas de experiências pessoais, compreendendo-as à luz da sociolinguística

interacional, portanto, vamos entendê-las como construções sociais e discursivas que acontecem na interação entre as pessoas. Bastos (2005) observa que contamos histórias em diferentes contextos sociais e situações e que, estudar essas histórias é uma forma de compreender a vida em sociedade, transmitindo, assim, o sentido de quem somos ao mesmo tempo em que construímos relações com os outros e com o mundo que nos cerca. As narrativas presentes na vida cotidiana não podem, portanto, ser analisadas como um código fechado, mas como um processo de construção, negociação e ressignificação.

A seguir, trago os estudos a respeito da sociolinguística interacional e também de identidades e narrativas a fim de construir o arcabouço teórico do campo de estudos da linguagem que norteia a investigação das narrativas e memórias de antigos clientes da confeitaria.

2.2.1 A Sociolinguística Interacional

O objetivo desta seção é apresentar alguns fundamentos da Sociolinguística Interacional, uma abordagem para a análise do discurso que se alimenta de contribuições de diversas áreas do conhecimento humano, como a Antropologia, a Sociologia, a Psicologia Social e Cognitiva e a Linguística, sobretudo nos subcampos da Semântica e da Pragmática. Ela considera cada um dos “pequenos momentos da interação face a face como cenários de construção do significado social e da experiência, passíveis de análise e de interesse sociológico linguístico” (RIBEIRO; GARCEZ, 2002, p.7). O discurso, é, portanto, uma produção coconstruída entre os participantes de uma interação, sendo o resultado desse esforço conjunto entre eles.

Joseh Gumperz (1979) observa a necessidade de considerar a função da língua, ou seja, *a língua em uso*, destacando, assim, a importância do conhecimento prévio, das crenças, dos valores, dos costumes, das experiências e do arcabouço cultural do participante para a interpretação da interação. As preocupações se voltam para o que falar e como falar, a partir da observação da força que as funções linguísticas exercem nas sociedades. Gumperz (1982) privilegia o discurso situado, especificamente o processo de inferência conversacional.

Rampton (2017) aponta a relevância dos conceitos de inferência e contextualização, propostos por Gumperz. O conceito de inferência refere-se ao

trabalho interpretativo que os participantes de uma interação realizam na tentativa de reconciliar o material que encontram nas situações comunicativas com o seu arcabouço cultural e conhecimento prévio. Segundo Rampton:

A inferência refere-se à criação de sentido normalmente sem esforço que ocorre quando as pessoas calculam o significado de uma palavra, um discurso, uma ação ou um objeto, comparando-a com a sua experiência passada, com as suas expectativas do que está por vir, com as suas percepções da configuração material e assim por diante. (RAMPTON, 2017, p. 04)⁸

A inferência acontece, por exemplo, quando há uma articulação, operada discursivamente pelo cliente contemporâneo da Gerbô, entre determinadas formas linguísticas e um conjunto de atributos associados a práticas sociais que indiciam um *modus vivendi* trazido da Europa, ao qual se vincula um conjunto de valores convencionalmente avaliados com sofisticados. Isso se opera a partir do conhecimento prévio e das referências pessoais que esse cliente possui sobre o que significa frequentar uma confeitaria no início do século XX – no auge da Belle Époque, a qual será abordada no capítulo 4.

Portanto, a comunicação deve ser observada como uma prática social localmente situada e discursivamente orientada, por meio da qual as relações e interações entre os participantes constroem os sentidos dinamicamente. Incluem-se aí aspectos contextuais, tais como o ambiente físico, a moldura social onde o encontro ocorre, o comportamento não verbal dos participantes, entre outros fatores da interação.

Outro autor fundamental para os estudos da sociolinguística interacional foi o sociólogo Erving Goffman (1974, 1981), cujo interesse central é direcionado para as interações face a face: “o que está acontecendo aqui e agora?”. “Aqui” se refere ao contexto situacional e o “agora” para o momento da interação em curso (RIBEIRO & PEREIRA, 2002, p. 51). De acordo com o pesquisador, o sujeito atua nas interações sociais construindo enunciados que considera mais adequados às exigências da situação sociocomunicativa. Para o autor, durante uma interação, aspectos como com quem estamos falando, como, onde ou em que situação são cruciais para responder à pergunta sobre o que está acontecendo no aqui e no agora quando interajo com

⁸ Tradução da autora.

meu interlocutor. Assim, ao invés de estudar a correlação entre variáveis linguísticas e as variáveis sociais, preocupação da Sociolinguística Variacional (SCHIFFRIN, 1994), ou aprofundar os estudos sobre o código linguístico, o autor propõe-se a investigar a relação da língua com a sociedade, a partir de contextos sociais específicos, o qual nomeia de situação social. A situação social pode ser definida como

[...] um ambiente que proporciona possibilidades mútuas de monitoramento, qualquer lugar em que um indivíduo se encontra acessível aos sentidos nus de todos os outros que estão 'presentes', e para quem os outros indivíduos são acessíveis de forma semelhante. (2013, p. 17)

Apesar de Goffman tratar especificamente sobre as interações face a face, somos levados a refletir que a situação social poderia emergir em qualquer momento, inclusive em uma interação por meio do WhatsApp; afinal, um grupo organizado por meio dessa ferramenta social de comunicação também possibilita o monitoramento mútuo e o participante pode, de forma arbitrária ou não, construir enunciados que melhor se adequam ao evento interativo em curso. As elocuições e comportamentos daqueles presentes na situação são moldados tanto pelo contexto local (o que existiu antes do discurso e quais informações ancoram essa elocução) quanto pelo contexto global (regras institucionais e práticas compartilhadas pelos participantes).

De acordo com Gee (1999), nós construímos e reconstruímos nossos mundos, continuada e ativamente, por meio da linguagem como ação, interação, valores, crenças, sentimentos e sistemas de símbolos não linguísticos. O autor diferencia os “discursos”: com “d” minúsculo, como a língua em uso para performar atividades e identidades, e, com o “D” maiúsculo, características para além da linguagem que orientam as relações sociais. Os “Discursos” são as formas de agir, interagir, sentir, usar objetos, símbolos, ferramentas e tecnologias para atribuir sentidos a si mesmo e aos outros. Ao mesmo tempo em que somos parte desses Discursos, ajudamos a reiterá-los e transformá-los (GEE, 1999. p.17-18). Esse aspecto do “Discurso” pode ser observado durante as interações realizadas por meio do aplicativo WhatsApp. Em um dos áudios recebidos, (**Entrevista 2**), a participante narra: “pensei que você fosse me avisar que a Gerbô ia voltar... Já tava dando pulos de alegria”. Aqui, a entrevistada parece ter criado uma expectativa em torno da possível intencionalidade que tive, como entrevistadora, ao questioná-la sobre a Gerbô. Ela possivelmente inferiu que a Gerbô seria aberta novamente. No entanto, isso só aconteceu porque antes de enviar

o áudio, eu já havia sido apresentada ao grupo (por minha amiga, que intermediou a interação) como descendente dos fundadores da Confeitaria Gerbô; portanto, eu não era apenas uma entrevistadora, “isenta” de qualquer afeto ao interrogar sobre aquele objeto. O papel social que me fora atribuído era o de neta dos fundadores da confeitaria. As informações contextuais, os “Discursos”, que orientam a interação e a nossa interpretação sobre ele, são de extrema relevância para a construção do sentido que está sendo negociado no aqui e agora da interação.

Pinto (1995) observa que a compreensão do discurso (“d” e “D”) é “um processo de recuperação de informações guardadas em nossa memória que são ativadas e relacionadas ao discurso do qual estamos participando” (p. 15). Nesse sentido, podemos considerar que essa ativação pode se dar por meio do compartilhamento de experiências, processo de rememoração que é construído coletivamente. O discurso, portanto, é um processo em que encaixamos o que nos é dito naquilo que já conhecemos - já que em nossa comunicação estamos frequentemente evocando situações discursivas anteriores -, ao mesmo tempo em que nos remetemos ao conhecimento de mundo que possuímos. Assim, podemos considerar que essa remissão constrói a visão sócio-histórica e cultural que ancora o discurso.

Assim, nesta pesquisa, consideramos a linguagem como ação. Conforme exposto por Gee (1999), a função primária da linguagem humana é alicerçar a performance de atividades sociais e a afiliação cultural, de grupos sociais e de instituições. Para o autor, ao mesmo tempo em que encaixamos a nossa linguagem numa situação e/ou contexto, ela ajuda a criá-lo(a)s:

Culturas, grupos sociais, e instituições moldam atividades sociais: não existem atividades como "sessões de fofoca no bebedouro" ou "políticas de corredor" sem uma instituição cujo bebedouro, relações sociais, corredores, e políticas se localizam e são razão para essas atividades. Ao mesmo tempo contudo, culturas, grupos sociais e instituições são produzidos, reproduzidos e transformados por meio de atividades humanas. (GEE, 1999, p.01)⁹

Por meio dessa perspectiva, procura-se entender como a Confeitaria Gerbô é construída a partir de discursos produzidos localmente por seus antigos clientes, ao mesmo tempo em que é permeada por outros Discursos. A perspectiva de Gee (1999) será importante para considerar a memória como uma construção e uma disputa que passa pela atribuição de sentido nos discursos a serem analisados.

⁹ Tradução da autora

As convenções de contextualização compõem outra categoria de análise para este trabalho. Para Gumperz (1982), elas são “pistas de natureza sociolinguística que utilizamos para sinalizar os nossos propósitos comunicativos ou inferir os propósitos conversacionais do interlocutor” (p. 149). Quando alguém formula um enunciado, há mais do que a proposição semântica sendo construída. Os participantes também produzem toda uma série de pequenos sinais vocais, paralinguísticos e não verbais que indiciam, por exemplo, um certo nível de formalidade (mudando para um sotaque mais prestigioso, selecionando a palavra "pedir" em vez de "perguntar"), ou que apontam para a presença de espectadores (falando baixinho, por exemplo). Esse processo ininterrupto de contextualização pode tranquilizar o outro de forma a que todos entendam que estão operando com uma compreensão amplamente compartilhada da situação, ou pode empurrar as inferências do destinatário em outra direção (RAMPTON, 2017, p. 04).

Dessa forma, há um processo contínuo em que os significados são construídos, negociados e ratificados na medida em que os participantes se envolvem e envolvem o outro no discurso em determinadas circunstâncias culturais, históricas e institucionais. Uma mesma interação pode ser compreendida de maneiras diversas a depender do entendimento das inferências conversacionais e das pistas de contextualização que os participantes utilizam para apontar suas intenções comunicativas, para inferi-las de outros interlocutores e para construir expectativas sobre o que poderá acontecer a seguir na interação.

2.2.2 Identidade e Narrativa

Temos sempre algo para contar, pois passamos grande parte de nosso tempo narrando o que nos acontece e também as experiências de outros. De acordo com Riessman (1993), os narradores utilizam a narrativa não apenas para reconstruir eventos passados, mas também para que esses eventos sejam (re)interpretados de acordo com o que desejam: as “análises em estudos da narrativa se abrem para formas de contar sobre a experiência, não simplesmente para o conteúdo ao qual as línguas se referem” (p. 2)¹⁰. Narrativas são contadas de forma que as histórias estejam

¹⁰ Tradução da autora.

adequadas a determinados objetivos assim, por meio delas, é possível entender como as pessoas processam e atualizam suas construções identitárias no presente.

Os estudos da narrativa na perspectiva sociolinguística variacional foram introduzidos nos anos de 1967 por Labov e Waletzky, os quais a definiram como um método de recapitulação de experiências passadas por meio da combinação de sequências verbais de orações com uma sequência de eventos que ocorreram de fato. De acordo com Biar & Bastos (2015), ao longo das décadas, esse modelo de narrativa laboviana foi criticado por vários autores, que observam, entre outros aspectos, o fato de Labov não considerar as especificidades do contexto situacional da interação. Por ter sido um modelo criado a partir das narrativas colhidas somente em situações de entrevistas de pesquisa, ele não se aplicaria às histórias contadas em interações da vida cotidiana.

A partir da década de 1990, os estudos da narrativa de base interacional, bastante influenciados pelos estudos de Goffman (1974, 1981 e 1985) e de Gumperz (1982), mudaram o foco de interesse dos elementos estruturais para outras dimensões do discurso, principalmente a relação entre narrativas e construção de identidades. Esse momento é considerado como “virada narrativa”. A chamada virada narrativa, conforme abordada pela pesquisadora e professora do departamento de sociologia da Boston College Catherine Riessman (2008), teria se dado, portanto, a partir das críticas ao modelo positivista da ciência; ao “boom da memória” na literatura e na cultura popular; aos novos movimentos identitários; e a uma espécie de “cultura terapêutica florescente” (RIESSMAN, 2008, p. 14). A autora, em *Narrative methods for the human sciences* (2008), discute a metodologia científica de investigação narrativa, cada vez mais adotada nas ciências humanas, sob a perspectiva da pesquisa qualitativa.

Segundo Bastos (2005), a partir da virada narrativa:

A narrativa passa a ser vista como uma construção social e não como uma representação do que aconteceu. [...] e operam nessa construção o filtro afetivo que guia a lembrança, as especificidades da situação de comunicação em que a narrativa é contada, a ordem sociocultural mais ampla. (BASTOS, 2005, p. 121).

Na perspectiva interacional, entendendo a linguagem enquanto ação no mundo, as narrativas seriam o meio pelo qual indivíduos e grupos construiriam suas identidades, tornando-as, então, “estratégicas, funcionais e intencionais... utilizadas

para alcançar certos fins”. (RIESSMAN, 2008, p. 8) A análise de narrativas serviria, portanto, para auxiliar na compreensão de como os indivíduos em interação “coconstroem tanto suas identidades quanto a ordem social que os cerca”. (BASTOS, 2005, p. 75). Assim, abraçamos, nesta pesquisa, a ideia de sua articulação com a construção e a transformação da identidade, entendida como o processo dinâmico e situado de performar e interpretar quem somos, já que, ao contar histórias, “situamos os outros e a nós mesmos numa rede de relações sociais, crenças e valores; ou seja, estamos construindo identidade.” (BASTOS, 2005, p. 81).

De acordo com Fabrício e Moita Lopes (2002), as narrativas pessoais são consideradas verdadeiras performances de identidades. Elas se concretizam na relação dialógica entre o “eu” e o “outro”. Sendo assim, “nossa fabricação identitária é um processo intersubjetivo, dialógico e relacional, pois os efeitos de sentido criados estão sempre submetidos ao olhar do outro, sendo afetados pelo contexto emergente” (p. 17). Os autores ainda refletem sobre a inexistência de um princípio de identidade desvinculado de uma prática coletiva e de um determinado contexto social que lhe dê sentido (MARCONDES, 1997 apud FABRÍCIO; MOITA LOPES, 2002). Para Fabrício e Moita Lopes, construímos o outro ao mesmo tempo em que o outro nos constrói, influenciados tanto sob o prisma da construção local como em relação a uma ordem social mais ampla e estável no discurso.

Assim, seguimos o entendimento de que contar uma história é uma performance por meio da qual construímos quem somos e as nossas relações com os outros, indiciando também nosso envolvimento e pertencimento a diferentes grupos sociais, assim como nossos afetos em relação a esse pertencimento (BASTOS, 2005, p. 83). É importante examinar, na construção das narrativas, o que se passa no “aqui” e no “agora”, por meio dos questionamentos sobre quando, onde, como, para quem e com que objetivo o participante está contando uma história, ou seja, as condições de produção que circunscrevem o ato de narrar. Para Goffman ([1959] 1975 apud FABRÍCIO; LOPES, 2002), quando estamos na presença dos outros, engajamo-nos em um processo de construção discursiva da autoimagem e de autoapresentação por meio de sinais verbais, não verbais e paralinguísticos. Esse processo é monitorado e interpretado pelos participantes da interação, adquirindo contornos dramáticos, como uma performance feita para uma plateia (GOFFMAN, 1974).

A narrativa pode ser vista, então, como uma forma de ação para legitimar sentidos: “as histórias que são contadas por aqueles que ocupam posições

hegemônicas que legitimam certos significados, e não outros, sobre quem somos na vida social”. (MOITA LOPES, 2001, p. 63-66). A reflexão a respeito desta característica seletiva, que prioriza certas histórias, discursos e significados em detrimento de outros, a fim de privilegiar a construção de determinadas identidades sociais, é um apontamento interessante quando pensamos em ações de memória que pretendem ser operadas a partir de um lugar definido, como é o caso da Confeitaria Gerbô.

Ainda sobre essa seletividade, Riessman (2008) afirma que eventos percebidos pelo narrador como importantes são selecionados, organizados, conectados e avaliados como significativos para uma determinada audiência. Além disso, a autora destaca que as narrativas têm “uma vida robusta para além do indivíduo”, pois conforme a pessoa constrói histórias a partir de sua experiência, outros, e instituições, por exemplo, constroem narrativas preferenciais sobre si mesmos. Além disso, como ressalta Riessman, “revemos e editamos o que lembramos para enquadrar nas nossas identidades presentes” (RIESSMAN, 2008, p. 8).

No texto em que trata sobre os tempos diferenciais da narrativa, o psicólogo social Elliot Mishler traz uma contribuição importante a essa questão das reinterpretações e das novas leituras possíveis por meio da narrativa. Segundo o autor, precisaríamos de um modelo alternativo ao laboviano, centrado na ordem temporal linear, que desse espaço aos indivíduos para:

[...] agirem no presente e em direção a um estado futuro desejável ou para longe de um estado indesejável de coisas futuras. Essa alternativa também deve dar espaço para seus modos de reinterpretar o significado de eventos passados em termos de consequências posteriores, por meio das quais eles redefinem quem são e revisam os enredos de suas histórias de vida. (MISHLER, 2002, p. 104)

As narrativas funcionam para construir identidades, pois por meio delas os sujeitos constroem a si mesmos, quem são e o que fizeram no passado, à luz do presente, a fim de moldar o seu futuro.

Qualquer análise de identidades seja individual seja coletiva é também um estudo sobre a memória. No livro *Working the past: narrative and institutional memory* (2009), Charlotte Linde apresenta um estudo de caso sobre uma grande seguradora americana e procura compreender como as instituições utilizam o passado para

construir uma narrativa coerente sobre suas identidades no presente e o que elas pretendem se tornar e projetar para o futuro. Linde argumenta que,

o passado, ou, mais precisamente, várias representações de vários eventos passados, são trazidas ao presente para moldar o futuro pelo trabalho contínuo, trabalho em larga escala, e trabalho íntimo, por coletividades e indivíduos. (2009, p. 222)¹¹

Ao narrar sobre a instituição Gerbô, os clientes não estão apenas contando uma história sobre ela, sobre o passado da Confeitaria, mas também sobre eles mesmos, entrelaçando as suas narrativas individuais com a da própria instituição. Eles também adequam o seu discurso com o propósito de encaixá-lo e harmonizá-lo com os valores que acreditavam que a própria instituição representava.

As narrativas apresentam tanto o que aconteceu, ou seja, o evento no passado, quanto o que ele representou, a sua avaliação ou o seu significado social no presente. Juntas, essa reconstrução do passado e a reavaliação do evento no presente fazem com que as histórias sejam um dos principais meios para propor e negociar identidades, tanto individual quanto coletivamente (Linde, 2009).

Para finalizar este aporte teórico sobre identidades e narrativas, retomo os estudos de Labov e Waletzky¹². Os autores afirmam que a narrativa deve “ser estruturada numa sequência temporal, ter um ponto e ser contável” (1967). O ponto é o fio condutor da narrativa, é o motivo para se contar uma história, de forma a torná-la reportável. Essa reportabilidade refere-se à relação entre o que será narrado e a situação em que se encontra o narrador ao contar a história. Para ser reportável, “ser contável”, a narrativa precisa, então, fazer referência a um acontecimento extraordinário; dessa forma, ela deve entregar algo além do esperado, ultrapassando o senso comum.

Essa característica “narrável” da memória da Gerbô está atrelada a dois aspectos observados no corpus, os quais serão analisados nos próximos dois capítulos: o primeiro aspecto se relaciona ao afeto que circunda as experiências de seus clientes com a confeitaria, pois ela estava presente em momentos singulares

¹¹ Tradução da autora.

¹² De acordo com Bastos (2005) mesmo considerando as críticas, limitações e imprecisões do modelo laboviano, ele permanece extremamente útil, se utilizado em conjunto com teorias sociais de natureza mais ampla. Alguns autores, por exemplo, Riessman (1993) e Mishler (1986), recomendam que se tome como ponto de partida para a análise da narrativa o modelo introduzido por Labov, a fim de depreender sua estrutura, seu “esqueleto”.

(comemorações, festas de aniversário e de casamento), que ultrapassavam a mesmidade da rotina diária, tornando-se uma memória singular e “reportável”. Essa análise será realizada no capítulo 3, “A Confeitaria Gerbô e a memória afetiva”. O segundo aspecto trata da questão do status social que permeia o que era ser um cliente da Gerbô, o qual será abordado no capítulo 4, “A Confeitaria Gerbô como um espaço social de privilégio”.

A partir desses dois grandes eixos encontrados no corpus pesquisado, apresento, a seguir, a análise desta pesquisa, ancorada no aporte teórico visto até o momento e também no campo de estudos da memória social.

3. A CONFEITARIA GERBÔ E A MEMÓRIA AFETIVA

Este capítulo é dividido em duas seções: na primeira (3.1), analiso o lugar de centralidade afetiva que a confeitaria húngara tinha na vida de seus consumidores; já na segunda (3.2), apresento de que forma a Gerbô integra as memórias familiares e de infância de seus clientes contemporâneos. Mas, antes, discuto o conceito de memória afetiva, pois um dos principais pressupostos desse trabalho é considerar a importância do afeto na construção de memórias tanto individuais quanto coletivas. Para isso, início este capítulo com o entendimento do que é a memória coletiva.

De acordo com Ferreira (2016), a dimensão social da memória foi inicialmente destacada por Maurice Halbwachs, da escola sociológica francesa, na primeira metade do século XX, em meio ao processo de consolidação das ciências humanas e sociais. Há duas obras que concentram seu principal legado: *Les cadres sociaux de la mémoire* (1925), que surge quando a Europa, ainda sob o impacto da Primeira Guerra Mundial, vivia a transformação de sociedades rurais e tradicionais, em sociedades urbanas e industriais; e a segunda, *La mémoire collective* (1950), publicada cinco anos após sua morte em um campo de concentração. Deslocando-se da concepção de memória como ato individual de natureza psicológica, predominante na época, Halbwachs formulou o conceito de memória coletiva.

De acordo com o autor, nossas lembranças estão sempre relacionadas às experiências e a um conjunto de vivências que compartilhamos com o outro, entrelaçando a memória do sujeito à memória do grupo.

Nossas lembranças permanecem coletivas, e elas nos são lembradas pelos outros, mesmo que se trate de acontecimentos nos quais só nós estivemos envolvidos [...] porque, em realidade, nunca estamos sós. (1990, p. 26).

Assim, de acordo com o autor, todas as lembranças, mesmo aquelas que acreditamos mais individuais, relacionam-se com todo um conjunto de noções que muitos outros partilham conosco, e as memórias mais vívidas são aquelas acionadas com frequência em decorrência de alguma interação social com um grupo que viveu experiências similares. A partir da análise do corpus, observamos que as memórias da Gerbô são, com frequência, associadas às memórias de infância e observamos, nas narrativas, a presença de outros personagens além do narrador – como as figuras

paterna e materna. Em uma das histórias, recebidas por meio da caixa de e-mail memoriagerbo@gmail.com, Clarice narra: “amava essa confeitaria. Lembro de um doce chamado *Palmier*. E uma torta que a cobertura era uma casquinha de caramelo. Minha mãe sempre comprava pra mim” (via e-mail em 28 de setembro de 2019). Além de citar dois dos doces dos quais se recorda (o *palmier* e a torta com cobertura de caramelo), portanto, uma memória gustativa aparentemente marcante para a participante, ela também atualiza as memórias sobre sua mãe, responsável por comprar as mercadorias. Essas experiências compartilhadas com o grupo familiar dos narradores pesquisados são comuns, e, como tal, encontram-se permeadas de simbologia afetiva, principalmente porque se trata de episódios marcantes da biografia desses indivíduos.

Nos corpora, é possível acompanhar de que forma a Gerbô é processualmente inserida na rotina das famílias que lhe eram contemporâneas: “A minha infância foi toda com os doces e os salgados da Gerbô.” (Renata Cardoso, 60 anos, moradora da Tijuca). Nilza, 57 anos, também moradora da Tijuca, relata “Eu ia muito lá com meu pai e minha mãe - eu morava ali perto, na Professor Gabizo - pra comprar o mil-folhas, bombocado... Olha, você me fez sentir agora o sabor da infância, tá?”. Essas duas narrativas serão analisadas posteriormente (seção 3.2), mas os dois fragmentos destacados já indiciam de que forma a memória coletiva e o afeto operam na construção das memórias dos narradores participantes da pesquisa.

Também é importante destacar que nos apoiamos no conceito de memória como uma construção, o qual está presente no trabalho de diversos pesquisadores. Além de Halbwachs, Le Goff (2003), Mishler (2002) e Gondar (2016), mesmo compartilhando de diferentes visões sobre a memória, apresentam como ponto em comum a ideia de que a memória seria atualizada no presente, não sendo possível representar uma recapitulação exata de eventos passados, pois não se trata de uma representação do que aconteceu. Ela é construída durante a dinamicidade de uma situação social, e, nesse evento, entram em jogo as lembranças do passado, que são narradas pelo participante inserido na interação do aqui e agora, portanto, motivadas pelos interesses do que está em curso no presente.

Jô Gondar (2016) nos diz que “a memória não se reduz à representação”. A autora declara que “se pensarmos que a esfera social é viva, pulsante e em constante mudança, as representações são apenas o referente estático do que se encontra em constante movimento” (p. 23). Quando reduzimos a memória à representação,

estamos desprezando as condições processuais de sua produção. E continua: “se tivéssemos que, em uma palavra, resumir o que na memória não se reduz à representação, diríamos: afeto, ou melhor, forças que nos afetam, e também forças pelas quais nos afetamos.” (p. 25). Portanto, para Gondar, o afeto é o principal motivador para a construção de memórias:

não existem, contudo, memórias fora de um contexto afetivo. Se, como artifício explicativo, desdobrarmos o processo de produção da memória em algumas etapas, devemos considerar o afeto como a primeira. De todas as experiências que nós vivemos no aqui e no agora, selecionamos, como impressões ou lembranças, aquelas que nos afetam em campo de relações. Todavia o que nos afeta é o que rompe com a mesmicidade em que vivemos; a mesmicidade não nos impressiona ou nos marca. O que nos afeta é antes uma palavra nova, uma experiência singular. (p. 25)

Sérgio Duarte, 63 anos, morador do Grajaú, por meio da entrevista realizada no WhatsApp, nos conta: (Entrevista 1) "Antigamente quando a gente ia servir uma torta em um aniversário todo mundo dizia: ah, é da Gerbô!"¹³. Esse enunciado sugere a característica afetiva da memória da confeitaria; no entanto, longe de ser parte de uma rotina, de uma “mesmicidade”, esses acontecimentos são narrados como momentos únicos, que fugiam do costume. Os clientes iam até a Gerbô ou encomendavam um de seus bolos e doces, porque havia uma motivação singular, como a festa de aniversário relatada por Sérgio.

Essa característica da memória fez com que o próprio público-alvo da pesquisa mudasse. A proposta inicial era construir um corpus com as memórias de idosos, contemporâneos à Confeitaria e que a frequentavam quando adultos, portanto, a faixa etária dos indivíduos pesquisados seria entre 70 e 80 anos. No entanto, ao entrevistar esse grupo, observei que eram o(a)s filho(a)s desses idosos o(a)s que mais se lembravam. Recordavam-se porque os doces da Gerbô eram, por vezes, uma espécie de prêmio pelo bom comportamento ou porque os bolos estavam presentes em suas festas de aniversário e outras festividades.

A narradora Helena, de 62 anos, enviou por e-mail¹⁴ a seguinte história:

Quando saiu a matéria sobre a Gerbô no jornal, eu e três amigas havíamos conversado sobre os doces pouco dias antes. As boas lembranças são

¹³ A transcrição completa está no Apêndice A. Para fins de organização do texto, esta narrativa é nomeada como Entrevista 1, por ser a primeira ocorrência no texto desta pesquisa.

¹⁴ Trata-se da caixa de e-mail já mencionada, memoriagerbo@gmail.com, a qual foi divulgada na reportagem do jornal O Globo (Bairros Tijuca) sobre esta pesquisa.

muitas. O dia da criança na minha casa era comemorado com os doces da Gerbô que meu pai comprava em uma lanchonete da Rua Euclides Faria em Ramos, que revendia os doces. As tortas com crocante de amendoim e cobertura de calda de caramelo eram as minhas preferidas. Todos no bairro adoravam! (Helena, via e-mail em 20 de outubro de 2019)

Helena inicia relatando sobre a coincidência de ter comentado com as suas amigas sobre a Gerbô poucos dias antes de visualizar a matéria – o que indicia uma memória coletiva. Em seguida, apresenta o que a reportagem do jornal acionou em suas memórias: “boas lembranças”, que são especificadas em seguida pela narradora. O que primeiro se configura como uma boa lembrança é a memória da celebração do dia das crianças, o que corrobora com a ideia de que a Gerbô era convocada em datas especiais, quando funcionava como um serviço de *buffet* que ia até a casa de seus clientes (“o dia da criança na minha casa era comemorado com os doces da Gerbô”). Na sequência, Helena traz a segunda informação do que constitui essa boa lembrança: a memória de seu pai, que “comprava [os doces] em uma lanchonete da Rua Euclides Faria em Ramos, que revendia os doces”. Esse trecho aponta para como as memórias familiares são constantemente associadas à Confeitaria, aqui por meio da figura paterna, e acrescenta à pesquisa a informação de que a Gerbô também funcionava como um centro de distribuição de mercadorias, portanto, outros estabelecimentos da cidade do Rio de Janeiro revendiam seus produtos. Já a terceira informação do que seriam essas “boas lembranças” apresenta-se na descrição de doces dos quais a narradora se recorda: “as tortas com crocante de amendoim e cobertura de calda de caramelo eram as minhas preferidas”. Esta última, também mencionada pela narradora anterior, Clarice, parece ser um ponto convergente de preferência da clientela. Por fim, Helena faz a avaliação (Labov, 1972)¹⁵ de sua narrativa, convocando outros que poderiam ratificar e concordar com a sua argumentação sobre as “boas lembranças” da Confeitaria Gerbô: “todos no bairro adoravam!”.

Assim, a memória da Gerbô a afetou:

¹⁵ A estrutura narrativa de Labov (1972) é composta em seis partes: o **resumo**, que funciona como uma introdução do que vai ser contado, anunciando o assunto principal; a **orientação**, que contextualiza a história informando quais são os personagens, os lugares, o tempo e as circunstâncias do fato narrado; a **ação complicadora**, que consiste numa sequência temporal por meio das quais o narrador conta o que aconteceu, apresentando geralmente as ações no passado; a **avaliação**, parte fundamental da narrativa, na qual o narrador indica o “ponto” da história, ou seja, o motivo porque a história está sendo contada; a **resolução**, que funciona como uma etapa de finalização da ação complicadora, seu desfecho e, por fim, a **coda** que marca o encerramento da narrativa, trazendo o ouvinte de volta ao presente.

Se a memória é um processo, o que o deflagra são relações e afetos – em outros termos são jogos de força. A representação poderia, ainda que não necessariamente, integrar esse processo, mas nesse caso viria depois, como uma tentativa de dar sentido e direção ao que nos surpreendeu.” (GONDAR, p. 25)

“O filtro afetivo que guia a lembrança” (2004, p.121), mencionado por Bastos, é um dos fatores que operam na construção de uma narrativa. E esse filtro, nas narrativas sobre a Gerbô, é materializado pelos efeitos que os doces confeccionados pela confeitaria causaram na vida de seus narradores. São afetos majoritariamente associados a emoções positivas, valorizadas, apontando para a consolidação e a afirmação de laços familiares e sociais de centralidade na vida dos narradores¹⁶. Assim, a Gerbô esteve presente na vida dos participantes em momentos de confraternização com seus familiares, na passagem da vida jovem para a vida adulta, de ascensão social e de celebrações profissionais, como veremos pormenorizadamente nas análises que integram as próximas seções. Portanto, a seleção dessas memórias segue o rastro do afeto, que direcionam o jogo de tensão entre o lembrar e o esquecer.

Parece-nos que as memórias da Gerbô entre seus contemporâneos têm sua construção motivada pelo seu contexto sócio cultural altamente afetivo. Para Bergson, em *Matéria e Memória* (1990), o afeto intermedeia a percepção e a ação. Ele defende a tese da relação entre corpo e espírito e utiliza a teoria da memória como argumento fundamental de sua discussão. Para o filósofo, a memória corresponde à virtualidade das imagens¹⁷ totais que o corpo, considerado uma imagem particular, atualiza no presente.

A teoria compreende duas formas de memória: uma que imagina e outra que repete. Esta, a memória-hábito, está relacionada a um reconhecimento automático; já aquela, memória-ação, é uma experiência vivida que atualiza a lembrança em vários momentos diferentes e sempre altera a experiência inicial. Essa memória é

¹⁶ “Muito me marcou a Gerbô, onde ia com meu irmão, sentar no balcão para o café da manhã.” (Madalena, via e-mail em 03 de out. de 2019)

¹⁷ Gilles Deleuze (1981) esclarece o que seria imagem para Bergson. De acordo com o autor, no argumento de Bergson “não há dualidade entre a imagem e o movimento, como se a imagem estivesse na consciência e o movimento nas coisas. O que há? Somente imagens-movimento. É em si mesma que a imagem é movimento e em si mesmo que o movimento é imagem. A verdadeira unidade da experiência é a imagem movimento (p. 4). E continua: “porque essa palavra ‘imagem’? É muito simples... A imagem é o que aparece. Denomina-se imagem aquilo que aparece. A filosofia sempre tem dito ‘o que aparece é o fenômeno’. O fenômeno, a imagem é o que aparece. Bergson nos diz então, que o que aparece está em movimento (p. 5).

eminentemente criadora e criativa. Antes de se constituir como uma memória-ação, para Bergson, ela é uma lembrança-pura: um passado que ainda não se atualizou em imagem-lembrança.¹⁸

Para Bergson, a memória não representa o passado, pois para o autor o tempo é contínuo e não estático – não é uma fotografia, que congela um episódio passado. Bergson não compreende o tempo como linearidade, um espaço percorrido ou uma linha a ser alcançada; para ele, o tempo tem efeitos e deixa marcas, transformando tudo. Assim, as memórias são constantemente atualizadas e recriadas à medida que são evocadas. E, se ela é memória, não é porque ela conserva as imagens antigas, mas porque prolonga o efeito útil dessas imagens até o momento presente.

Bergson comenta que “entre a percepção e a ação, encontramos o afeto” (1959, p. 818). Auterives Maciel Junior (1997), em sua dissertação *O todo aberto*, sobre a obra de Bergson, comenta que, para o autor, o afeto

[...] ocupa o intervalo; faz-se no momento em que as excitações constituidoras da percepção, ao invés de se refletirem, são absorvidas pelo nosso corpo. É o momento em que nos sentimos, é o momento em que percebemos a nós próprios. No afeto, o movimento transmuta-se, deixa de ser translativo para se tornar intensivo, pois as excitações, uma vez absorvidas, vibram no espírito.” (p. 34)

Se entre a percepção da imagem e a ação que ela promove está o afeto, então é possível dizer que a forma como construímos a nossa memória e a forma como agimos no mundo é orientada pela forma como somos afetados por determinada experiência. O afeto, portanto, dirige o porvir e circunscreve a seleção das lembranças dos sujeitos. Isso é possível observar na crônica intitulada “A rua mais doce da cidade”, escrita por José Trajano, jornalista de 80 anos, fundador e ex-diretor da emissora ESPN Brasil, que narra:

Deixei para o final, de propósito, a explicação para o cheirinho adocicado da rua. Na verdade, não existe mais. Desapareceu lá pelos anos 70, se não me engano. Mas para quem foi criado ali, como o autor desta crônica tijuicana, basta passar em frente ao Salete, quase esquina com a Mariz e Barros, para sentir o cheiro das deliciosas tortas e doces, que eram confeccionados na famosa Confeitaria Gerbô, de propriedade de uma família húngara. A

¹⁸ “A imagem-lembrança seria a virtualidade passada que guardaria traços dessa virtualidade. (...) A diferença entre imagem-percepção e imagem-lembrança desdobra-se, portanto, na diferença entre imagem-lembrança e lembrança pura. A primeira, virtual em relação à imagem percebida, é, não obstante, atual na nossa consciência; a segunda, ao contrário, é pura virtualidade, não se encontrando na consciência, mas sendo antes inconsciente. Bergson dirá que a imagem-lembrança é uma atualização da lembrança pura.” (MACIEL Jr, 1997, p.43)

inesquecível fábrica de chocolate da Afonso Pena. A rua mais doce que se tem notícia! (TRAJANO, 2015)

A crônica de Trajano integra o livro “O meu lugar” (2015), uma coletânea de textos escritos por cronistas cariocas em comemoração aos 450 anos do Rio de Janeiro, comemorados em 2015. Cada cronista escreveu sobre o seu lugar na cidade, um bairro com o qual constrói relações de memória e de afeto. O autor escreve sobre a Tijuca, bairro da Zona Norte da cidade, onde, conforme já mencionado, localizava-se a matriz da Confeitaria e Fábrica Gerbô. Para o autor, a Confeitaria seria responsável pelo “cheirinho adocicado da rua”, e, apesar de atualmente ela não existir no endereço descrito (“em frente ao Salete, quase esquina com a Mariz e Barros”), em suas memórias, ainda é a extinta confeitaria que concede à rua o título de “a rua mais doce que se tem notícia!”. A Gerbô seria, portanto, a memória motivadora para a criação dessa crônica.

De acordo com Bergson (1990), a memória leva a percepção a um grau de aprofundamento maior, recriando, com imagens-lembranças, o objeto percebido ou, simplesmente, sobrepondo aos contornos já existentes da imagem percebida novos contornos, pois “o progresso da atenção tem por efeito criar de novo, não apenas o objeto percebido, mas os sistemas cada vez mais vastos aos quais ele pode se associar.” (p. 250). Assim, a memória recria e atualiza o passado, o presente e o futuro, à medida que o jogo interativo da lembrança acontece. Para Bergson, ao contrário do que preconiza o senso comum, o presente não é um tempo absoluto, como se estivesse entre dois abismos (o passado e o futuro). Quando evocamos uma lembrança, ela já se apresenta como contemporânea do passado em geral, e quando se atualiza, traz consigo a marca deste passado.

Em *L'Énergie spirituelle* (1959), Bergson afirma que “a formação da lembrança nunca é posterior à percepção; é sua contemporânea. A medida em que a percepção se cria, sua lembrança se perfila ao seu lado, como a sombra ao lado do corpo” (p. 913). As memórias estão sempre em processo constante de atualização no momento da percepção e não são formadas por relações estáveis, como se pudéssemos buscar no passado, “pescar” da memória, uma lembrança estática, no nosso caso, da Gerbô. Ao contrário, a memória constrói, no plano da interação, um novo objeto, criando de novo uma nova lembrança da Confeitaria.

José Trajano, em sua narrativa, continua atribuindo à rua Afonso Pena o sentido de ser a rua “mais doce que se tem notícia”, mesmo que atualmente a

Confeitaria não exista mais no endereço relatado pelo autor, e o “cheirinho adocicado” já não configure o momento presente de sua enunciação. Apesar disso, em suas memórias, a rua Afonso Pena sempre será a rua mais doce de todas, e o aroma produzido pela Gerbô é o rastro que conecta o seu ser do passado com o seu ser da enunciação narrativa, atualizando suas memórias.

Joëlle Rouchou, em sua pesquisa de doutorado na Universidade de São Paulo, apresentou uma tese em que busca compreender a história dos judeus expulsos do Egito no século XX, a partir da memória do grupo que veio se instalar no Brasil. Posteriormente, sua pesquisa tornou-se o livro “Noites de verão com cheiro de jasmim” (2008), que serviu de inspiração para a construção desta dissertação. Nascida em Alexandria e criada desde os três meses de idade no Rio de Janeiro, Joëlle utiliza-se de entrevistas para evocar lembranças afetivas desse grupo. A sua metodologia é curiosa porque, ao invés de utilizar fotografias ou imagens de família como recursos de memória, privilegia as memórias sensoriais: olfativa, gustativa, gestual e afetiva. De acordo com a pesquisadora, sentimos odores agradáveis e desagradáveis que tomam nossas lembranças: alguns trazidos de momentos cotidianos que, por vezes, podem funcionar como reforço identitário, de pertencimento, ou mesmo de deslocamento (ROUCHOU, 2008).

Aos aromas e sabores dos doces da Gerbô, os participantes deste estudo, como observou-se na narrativa de José Trajano, atribuem a propriedade de remetimento às situações vivenciadas. Por meio das histórias contadas, os narradores atribuem a Confeitaria uma carga simbólica que parece atualizar lembranças familiares e de infância, como visto no corpus coletado. Os participantes relatam as memórias sobre locais de sua infância e passeios em família, nos quais os doces da Gerbô tinham um papel central. No entanto, além de serem memórias gustativas e olfativas, essas memórias constituem-se como lembranças afetivas.

Rouchou (2008, p. 155), a partir de Muxel (1996), sugere a ideia de que nossa memória cria uma biblioteca de aromas de onde é possível evocar lembranças, e, ainda que de forma efêmera, evoca esses momentos/sensações que preexistem à essa memória.

De acordo com Dodebei, Orrico e Ribeiro (2015):

Impossibilitada de gravar, conservar e mesmo de arquivar, somente com o poder evocativo, a memória desses sentidos também não se transmite. Mas, é possível no âmbito da descrição referente a determinado evento, retermos o sabor das coisas, como no caso das *Madeleines*, por exemplo. Por alguns instantes, a duração inerente à sensação vivida nos traz um aspecto

qualitativo, ainda que externo e diferenciado da própria coisa, somos capazes de reter elementos perceptíveis por conta de uma memória voluntária. (p. 12)

Ao relembrem da Gerbô, os antigos clientes da confeitaria constroem esses momentos em que experienciaram memórias afetivas que marcaram o seu percurso de vida. Os aromas e os sabores funcionam como um recurso metafórico para essas memórias de infância e permanecem como rastros de memória, propiciando analogias para esses momentos cotidianos, os quais evocam sentidos de pertencimento e de deslocamentos de significados.

Sobre a memória voluntária, Proust disserta:

Para mim, a memória voluntária, que é sobretudo uma memória da inteligência e dos olhos, não nos dá, do passado, mais do que faces sem realidade; mas se um cheiro, um sabor encontrado em algumas circunstâncias totalmente diferentes, despertam em nós, à nossa revelia, o passado, passamos a sentir o quanto este passado era diferente daquilo que acreditávamos lembrar, e que nossa memória voluntária pintava, como os maus pintores, com cores sem realidade (UMA ENTREVISTA com Marcel Proust, 2016, p.511 *apud* Dodebei, Orrico e Ribeiro, 2015, p. 19).

Esses sabores e aromas estocados nas bibliotecas de aromas dos clientes da Gerbô constituem uma memória capaz de identificar, nomear e relacionar o aroma retido às experiências vividas - em um primeiro momento no âmbito individual e, em seguida, compartilhadas com o grupo, principalmente familiar. Os participantes, ao serem abordados sobre a Gerbô – seja por meio de um áudio via WhatsApp seja por meio de uma matéria no jornal – atualizam uma memória involuntária, uma memória do acaso, a qual retém do acontecimento sua força inicial. Assim, esses aromas e sabores catalogam e organizam lembranças que indexalizam diferentes marcos biográficos na vida dos narradores participantes desta pesquisa, o que será analisado a seguir, na seção 3.2 desde capítulo e na 4.2, do próximo.

3.1 “Eles criaram uma novidade que deu um movimento danado. Era o doce gelado”: a centralidade afetiva

Esta seção procura demonstrar o lugar de centralidade afetiva positiva que os antigos clientes da Gerbô atribuem à confeitaria húngara. As histórias apresentadas a seguir sugerem a relevância da memória da Confeitaria para a vida de seus

narradores, pois, segundo as narrativas, elas integram marcos biográficos importantes em suas histórias de vida. Ao narrar nossas experiências passadas, somos guiados por nossas emoções e afetos, o que nos leva a recriar esses acontecimentos à luz do presente. Essas constantes cocriações e interpretações dos eventos podem tanto transformar nossas lembranças quanto cristalizar determinadas interpretações e formas de relatá-las, as quais muitas vezes passam a ser a nossa memória da experiência vivida.

Haldea Fonseca, de 89 anos, em uma entrevista para o jornal O Globo, na matéria nomeada “Acervo vivo da cidade na memória de octogenários”, narra:

[...] na Praça Afonso Pena, ela teve encontros com o namorado com quem depois se casou. Ali perto ficava um lugar especial para ela: a Confeitaria Gerbô. ‘Eles criaram uma novidade que deu um movimento danado. Era o doce gelado’, diz Haldea. (O GLOBO, 2012)

Nessa matéria, octogenários da cidade do Rio de Janeiro relatam suas memórias sobre a cidade, a partir de marcos biográficos em suas histórias. Na narrativa de Haldea, parcialmente parafraseada pelo jornalista, a Gerbô é construída discursivamente tanto como um espaço responsável por movimentar o cenário urbano do bairro, pois a criação do doce gelado “deu um movimento danado”, quanto como uma memória pessoal que ancora o cenário que constrói parte de sua identidade e de sua história de vida (onde “teve encontros com o namorado com quem depois se casou”).

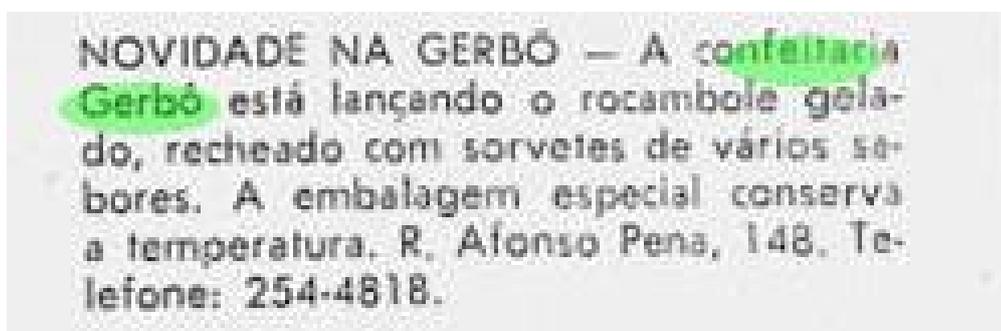
Pela narrativa de Haldea, podemos interpretar que a narradora conheceu seu atual esposo graças ao grande movimento que o doce gelado trouxe à Confeitaria Gerbô. A procura pela iguaria atraiu uma grande quantidade de clientes (“movimento danado”), movimentando o local que provavelmente tornou-se um ponto de encontro. Assim, Haldea habitualmente frequentava a Gerbô em busca do doce, mas também a fim de encontrar seu namorado (“ela teve encontros com o namorado...”). A Confeitaria Gerbô integra-se à história pessoal de Haldea, que ao ser entrevistada, faz questão de mencionar o local que era frequentado pelo casal e que contribuiu para o seu futuro matrimônio (“com quem se casou”). De todas as lembranças relativas a locais que a entrevistada poderia ter selecionado sobre a sua experiência de oitenta anos vivendo na cidade do Rio de Janeiro, Haldea seleciona a Gerbô. Provavelmente porque a história de como e onde conheceu o seu esposo constitui-se como a

memória afetiva mais impactante que Hadea já viveu em um espaço da cidade. É possível interpretar que, para a narradora, ter encontrado seu futuro marido em uma Confeitaria foi algo inusitado e inesperado, fugindo da “mesmicidade” (GONDAR, 2016) que aquela situação social poderia sugerir.

Conforme lembra Bastos (2005), as escolhas que fazemos ao nos introduzir como personagens em certos cenários, em meio a outros personagens e ações, se dão em função do modo como nos posicionamos em relação a esses elementos e nos afiliamos a certas categorias sociais. Há, assim, um processo de apresentação e interpretação de quem somos. Ao narrar sua experiência de octogenária na cidade do Rio de Janeiro, Haldea reconstrói a sua identidade como uma jovem senhorita que frequentava os espaços de confeitaria na cidade ao mesmo tempo que atualiza a sua condição atual de uma senhora casada. A narrativa de Haldea Fonseca atribui à Confeitaria o lugar de centralidade afetivo e familiar que esta tinha na vida de seus consumidores.

A partir da narrativa de Haldea, foi possível criar um diálogo com outro texto, coletado no acervo da Biblioteca Nacional on-line:

Figura 12 - Jornal do Brasil de 12 de fevereiro de 1974.



Fonte: Biblioteca Digital. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/hdb/periodico.aspx>>. Acesso em: 13 de jul. 2018.

O anúncio promove o lançamento de um doce de confecção aparentemente inédita até então: o rocambole gelado. Ao contrário da narrativa anterior, que não tem um compromisso com a verdade, um anúncio de jornal é um gênero discursivo pautado em fatos. A confirmação do pioneirismo da Gerbô na criação desse doce nos é ofertada justamente por meio da narrativa da senhora Haldea Fonseca para o jornal O Globo. Por meio desse fragmento, soubemos também o que era o “doce gelado”,

citado pela narradora: tratava-se de um rocambole recheado com sorvete. Provavelmente, o primeiro doce do gênero já criado na cidade do Rio de Janeiro.

Assim, as narrativas de consumidores da Confeitaria e os registros documentais encontrados por meio da pesquisa de jornais e revistas parecem se complementar a fim de construir o acervo patrimonial da Gerbô. Esta análise, portanto, visa a construir uma articulação entre o que foi documentado e o que é narrado, costurando as memórias da confeitaria em uma teia de significados. Assim, a análise dos registros documentais e das memórias evocadas nas narrativas permitem a construção de uma rede de complementariedade que não seria passível de exame se cada tipo de texto fosse estudado isoladamente.

Em uma das narrativas recebidas por meio da matéria divulgada no Jornal O Globo, observa-se outra narradora que afirma ter sido a Gerbô um ponto de encontro para as famílias do bairro:

Muito gratificante lembrar a Gerbô. Única no gênero, na Tijuca. Era famosa por seu Strudel, o carro-chefe da casa, e tantos outros doces, bolos confeitados com esmero. Ah...seus folheados, sobressaindo o Mil-folhas, imperdíveis, como só os húngaros sabem fazer. Depois passou a ter alguns pratos, como galeto e complementos. Desfrutávamos do delicioso café da manhã, com sanduíches vários, sempre com a cortesia dos seus atendentes. Lamentável seu fechamento, em 1998. Era parte da família tijuca, localizada, estrategicamente, na esquina da Afonso Pena com a Mariz e Barros. Parabéns à Suzenne, certamente sua tese vai resgatar a memória desse ponto de encontro que tanto marcou época, como o preferido das famílias do bairro. Quisera retornasse, com esse sugestivo e inesquecível nome. (Madalena, via e-mail em 28 de setembro de 2019)

Nessa narrativa, Madalena lamenta o fechamento da Confeitaria e oferece um relato sobre a centralidade da Gerbô da vida das famílias do bairro (“era parte da família Tijuca”). Demonstra conhecer muito bem a história da Confeitaria naquela localidade, pois cria uma narrativa predominantemente descritiva sobre a sua experiência, em que apresenta o ano de fechamento da loja (“1998”), a lista nominal das mercadorias que costumava consumir (“strudel”, “doces e bolos confeitados com esmero”, “mil-folhas”) e até a localização exata do espaço físico (“esquina da Afonso Pena com a Mariz e Barros”). A narradora demonstra, inclusive, ter conhecido de forma mais próxima os trabalhadores do lugar, pois além de elogiar a “cortesia dos seus atendentes” durante os cafés da manhã, ela também destaca que os doces mil-folhas fabricados pela Gerbô eram “imperdíveis”, “como só os húngaros sabem fazer”. Portanto, supõe-se que a participante mantinha uma convivência com a minha família,

que trabalhava no local. Como a Gerbô não se intitulava uma confeitaria húngara e apresentava uma estética francesa – o que se refletia no seu cardápio, no seu nome e na construção de seu logotipo, conforme será abordado no capítulo 4 - conhecer a nacionalidade dos atendentes, confeitadores e cozinheiros presume um conhecimento mais profundo da Confeitaria e de seus atores.

Madalena agrega algumas informações até então inéditas nesta dissertação: a primeira é sobre o protagonismo do *strudel*, um doce tipicamente húngaro, que de acordo com a participante, era “o carro-chefe da casa”, ou seja, a principal iguaria do cardápio, que atribuía fama à Confeitaria (“era famosa por seu Strudel”). Até então, os doces celebrados pelos consumidores participantes desta pesquisa eram todos de origem francesa, e a torta de maçã húngara demonstra que o país de origem de seus fundadores integrava ativamente a culinária da Gerbô.

Além disso, em sua história, há a aparição de outras mercadorias além dos doces: os pratos salgados (“galletos e complementos”, “sanduíches”), que ainda não haviam sido mencionados por nenhum outro cliente. Também é possível notar que Madalena utiliza letras maiúsculas para se referir aos dois principais doces destacados em sua narrativa, o “Mil folhas” e o “Strudel”, ambos presentes na culinária húngara, o que interpreto como uma tentativa de enquadrar a Gerbô predominantemente como uma confeitaria húngara e não francesa, como feito até então por todos os outros clientes participantes desta pesquisa.

A narrativa de Madalena foi tão rica que respondi ao seu e-mail¹⁹, convidando-a a participar da entrevista de pesquisa. Como resposta, recebi esta outra narrativa, que transcrevo a seguir:

“Cara Suzenne, muito me sensibilizou esse retorno ao meu e-mail. Obrigada pela atenção. Muito me marcou a Gerbô, onde ia com meu irmão, sentar no balcão para o café da manhã. Soube também que lá já havia o doce gelado, até então incomum. Será enorme prazer aceitar seu convite para

¹⁹ Enviei o seguinte convite à Madalena: “Bom dia, Madalena! Muito obrigada por escrever. Fiquei muito feliz com o seu depoimento! Me trouxe informações novas, como os pratos que também eram servidos. Estou desenvolvendo a pesquisa sobre a Gerbô com base nas histórias que os clientes têm sobre a confeitaria. Como meus tios e avô já faleceram, vou resgatar a memória por meio das pessoas que a conheceram. Gostaria de saber se a senhora se interessaria em conversar comigo sobre a confeitaria. Seria uma entrevista curta e eu usaria o seu depoimento para construir a história da Gerbô no Rio de Janeiro - juntamente com as histórias de outros clientes. Essa entrevista não precisaria ser feita agora, mas gostaria de entender a sua disponibilidade. Eu poderia encontrá-la em um lugar de sua preferência. Obrigada novamente por compartilhar comigo! Um abraço, Suzenne Kovacs”.

conversarmos. Muito me honra a sua gentileza. Vamos combinar. Estou à sua inteira disposição²⁰. (Madalena, via e-mail em 03 de outubro de 2019)

Novamente observa-se a presença do “doce gelado”, também mencionado pela senhora Haldea Fonseca, como um lançamento até então inédito para a época. Madalena, assim como a primeira narradora, não se refere a ele como “rocambolé com sorvete”, conforme descobriu-se ser (Figura 12), então, depreende-se que essa era a forma como o produto era reconhecido por seus consumidores: como um “doce gelado”. Ao utilizar a construção de que lá “já havia” (grifo nosso) o doce gelado, Madalena confirma o pioneirismo da criação, pois interpreta-se que o doce passou a ser comercializado em outros lugares, mas a Gerbô foi o primeiro a lançá-lo.

O sorvete foi introduzido no Brasil em 1834, na cidade do Rio de Janeiro pela vinda de um navio norte-americano, Madagascar, que aportou na Baía de Guanabara carregando cento e sessenta toneladas de blocos de gelo (Belluzzo, 2010a, p. 75). Essa carga foi adquirida pelos comerciantes Derche e Fallas, que a revenderam em suas confeitarias na forma de sorvetes e refrescos à base de frutas tropicais. Na época não havia como conservar o sorvete depois de pronto e as sorveterias precisavam anunciar em que momento eles seriam comercializados, a fim de que seus clientes pudessem consumi-los, o que gerava um grande movimento na frente desses estabelecimentos.

Somente em 1941 o sorvete começou a ser distribuído em escala industrial no país pela fábrica de sorvetes U.S. Harkson do Brasil, a primeira indústria brasileira de sorvete (COSTA e LUSTOZA, 2000). Dezoito anos depois, essa mesma fábrica tornou-se Kibon²¹, uma conhecida marca de sorvetes carioca. Trago essa contextualização histórica a fim de compreender o motivo de o “doce gelado” da Gerbô ter feito tanto sucesso em sua contemporaneidade. Tratava-se de um rocambolé

²⁰ Nos anos de escrita desta dissertação (2020/2021), o Brasil vivencia uma pandemia global (COVID-19), o que impossibilitou a realização das entrevistas presenciais. As recomendações da Organização Mundial de Saúde são a de evitar contato físico, interromper qualquer tipo de aglomeração e resguardar, principalmente, pessoas consideradas grupos de risco, como idosos - parte do público-alvo da pesquisa. Mais informações disponíveis em: <https://coronavirus.saude.gov.br/>. Acesso em 04 de dez. de 2020.

²¹ De acordo com o endereço eletrônico da fábrica de sorvete Kibon, “durante décadas, a produção de sorvete no Brasil permaneceu artesanal. Até a ameaça de guerra entre China e Japão afugentar a empresa U.S. Harkson de Xangai para o Rio de Janeiro, em 1941. A indústria produzia ovos desidratados e, para compensar os períodos em que a fábrica ficava ociosa – justamente no verão –, resolveu inaugurar a produção de sorvetes. Foi um estrondo: 3 milhões de picolés vendidos em apenas um fim de semana!”. Disponível em: <<https://www.kibon.com.br/walls-history.html>>. Acesso em 07 de jan. de 2021.

recheado de **sorvete**, que somente em 1941 passou a ser popularizado entre as diferentes camadas sociais pela Harkson. A Gerbô é contemporânea desse advento, pois sua fundação data do ano 1944, assim é compreensível que o doce gelado tenha “dado um movimento danado”, como nos diz Haldea, pois há apenas três anos de sua fundação o sorvete começou a ser popularizado no Brasil (“até então incomum”, de acordo com Madalena). Dessa forma, tanto as memórias das narradoras participantes quanto o levantamento histórico corroboram para a análise de que a Confeitaria Gerbô foi a primeira a introduzir esse tipo de doce no Brasil, o que o identifica como uma criação legítima da Confeitaria.

Além de mencionar o doce gelado, Madalena também narra sobre as suas memórias de ir até a Gerbô com seu irmão “sentar no balcão para o café da manhã”. Esse tipo de experiência em família, que reconstrói memórias de infância de seus narradores, é uma característica encontrada com frequência no corpus desta pesquisa, conforme analisado. Essas memórias são permeadas de nostalgia; por isso, lembranças afetivas. São marcadas pelo discurso de que o passado era um lugar seguro e estável, no qual as relações interpessoais eram profundas e permanentes, ao contrário do presente, marcado pela instabilidade e pela fragmentação. Elas apresentam essa característica nostálgica, do onírico e da idealização de um passado que não pode mais ser vivido de forma idêntica nem no presente nem no futuro. Ao promover esse diálogo temporal, valoriza-se o tempo da experiência: a intensidade afetiva é o que determinará a sua existência em diálogo com o presente. Esse é o aspecto que será abordado com mais profundidade na sessão subsequente.

3.2 “Olha... Você me fez sentir agora o sabor da infância, viu?”: memória familiar e de infância

Nesta seção, trago duas entrevistas e um anúncio de jornal que integram o corpus desta pesquisa com o objetivo de analisar a relação dos narradores com o espaço físico, as mercadorias comercializadas e suas respectivas memórias. As histórias apontam para a construção de memórias afetivas relacionadas às experiências familiares e de infância. Elas também expandem a relação comercial que a Gerbô procurava estabelecer com seus clientes, funcionando não apenas como uma loja de doces e salgados artesanais, onde era possível comprar e também ser servido

(“muito me marcou a Gerbô, onde onde ia com meu irmão, sentar no balcão para o café da manhã”), mas também como um serviço *buffet*, o qual levava suas mercadorias até as casas e as festas de seus contemporâneos.

A primeira narrativa integra uma entrevista realizada por meio do aplicativo WhatsApp - conforme detalhado na descrição do corpus, no capítulo 2. Os participantes foram abordados com as perguntas: “você se lembra da Gerbô?” e “quais lembranças têm sobre ela?”. Como resposta, uma das participantes enviou um áudio com a narrativa, transcrita a seguir²²:

Entrevista 2

- 1 **Suzenne** Alguém aqui se lembra da confeitaria Gerbô? Quais lembranças têm sobre ela?
- 2 **Nilza** Eu me lembro mu:::ito da Gerbô da Afonso Pena, eu ia muito lá
- 3 com meu pai e minha mãe... eu morava ali perto, na Professor
- 4 Gabizo, sabe.. pra comprar o mil-folhas, bombocado... ui chego até
- 5 a me arrepiar – BOMba Nós íamos sempre.. tinha um palmier
- 6 delicioso... ela foi depois para a Mariz e Barros, mas eu morei ali até
- 7 os meus 20 anos de idade então eu acompanhei bem a Gerbô.
- 8 (5.0)
- 9 Olha.. você me fez sentir agora o sabor da infância, tá?

Observa-se que a primeira lembrança que a participante associa à Gerbô é o fato de que ela frequentava a confeitaria com o pai e com a mãe, assim, a confeitaria integra uma memória afetiva da narradora, inserida no contexto familiar, de proximidade com figuras queridas, pai e mãe. Nilza lista alguns doces vendidos pela confeitaria (linhas 4 e 5), e, conforme os elenca, simultaneamente, indica a alta frequência dessas visitas (“nós íamos sempre”). Por meio das lembranças da Gerbô, ela narra sua infância à luz do presente e reconstrói, no mundo da história, toda uma rede de relações familiares e sensações vividas no seu passado.

Ao tratar sobre as narrativas, Mishler (2002) disserta:

²² As convenções de transcrição utilizadas (BIAR & BASTOS, 2015; RIBEIRO, 1994) encontram-se no Anexo A.

[...] de fato, é uma característica inerente e intratável de como nos lembramos do nosso passado e continuamente o re-historiamos, variando a significância relativa de diferentes eventos de acordo com a pessoa em quem nos transformamos, descobrindo conexões das quais não estávamos previamente cientes, nos reposicionamos a nós mesmos e aos outros em nossas redes de relações. O passado não está gravado em pedra. (p. 105)

O passado, ou as várias representações de eventos passados, não estão inertes e, ao narrar suas memórias, Nilzia não apenas descreve as suas lembranças da confeitaria, mas também atualiza as memórias de sua família e do local onde morou e passou vinte anos de sua vida. A pergunta, enviada de forma inesperada, cria conexões com esse passado e promove um reposicionamento da participante no porvir. Como um objeto mágico, a Confeitaria Gerbô transporta a narradora a esse local e recria suas memórias de infância, que agora, no tempo da história, são também tecidas por essa rotina familiar que poderia ter sido esquecida com o passar do tempo. A percepção sobre a própria identidade também é recriada, pois como o “passado não está gravado em pedra” também a sua identidade se transmuta.

O conceito de identidade aqui empregado foi amplamente discutido por Hall (1999), que prefere a noção de identidades culturais, no plural, por entender que “o sujeito (...) está se tornando fragmentado; composto não de uma única, mas de várias identidades, às vezes contraditórias ou não-resolvidas” (p. 12-13). Essas configurações identitárias, ou papéis sociais que se interpreta, se transformam conforme a situação vivida pelo sujeito. Para o autor,

A identidade torna-se uma “celebração móvel”: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam. É definida historicamente, não biologicamente. O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um “eu” coerente. (p. 12)

Assim, Nilzia, durante a narrativa, negocia suas múltiplas identidades e pertencimentos e, durante a história, se alinha discursivamente de formas distintas. Para este trabalho, utilizaremos o conceito de alinhamento (*footing*), preconizado por Goffman ([1979]2002), para nos referir ao pressuposto de que todo participante de uma interação está sempre, conscientemente ou não, assumindo papéis; que por seu turno, fornece-nos informações sobre quem ele é. Refere-se a como ou em que condição social os participantes se apresentam uns aos outros e como ratificam,

modificam ou resistem às apresentações dos outros e do discurso em construção. De acordo com Goffman ([1979]2013),

uma mudança de *footing* implica uma mudança no alinhamento que assumimos para nós mesmos e para os outros presentes, expressa na maneira como conduzimos a produção ou a recepção de uma elocução. Uma mudança no nosso footing é um outro modo de falar de uma mudança em nosso enquadre dos eventos. (p. 113)

Assim, para cancelar sua autoridade no que tange a ser uma cliente conhecedora da Gerbô, a participante apresenta a evidência de que morou por 20 anos em uma rua próxima à confeitaria, portanto, estaria habilitada a falar sobre ela, reivindicando, por meio da longevidade de sua morada, propriedade no trato sobre o assunto (“então, eu acompanhei bem a Gerbô”), ressaltado pela ênfase que ela dá ao qualificador “bem”. Além disso, posicionando-se como uma grande conhecedora, Nilzia faz uma lista nominal dos doces que conhecia e apreciava (o mil-folhas, bombocado... BOMba! ... um palmier), alinhando-se como uma informante ideal para ser entrevistada para o projeto de pesquisa, construindo discursivamente a imagem de que tanto ela quanto a família eram frequentadores habituais da Confeitaria.

Em sua narrativa, a entrevistada usa algumas pistas de contextualização que corroboram para a construção discursiva de uma ávida consumidora da Confeitaria Gerbô. As pistas de contextualização, conforme explicado anteriormente, são traços de natureza sociolinguística que utilizamos para sinalizar intenções comunicativas ou para inferir as intenções do outro (GUMPERZ, 1982). As escolhas lexicais, as pausas, hesitações, a curva melódica e a ênfase são exemplos de pistas cujos usos e interpretações são culturalmente definidos. A narrativa apresenta três advérbios que são utilizados pela participante cujo efeito é intensificar a qualidade do conteúdo narrado: “muito”, advérbio de intensidade (eu me lembro mu:::::ito da Gerbô da Afonso Pena), “sempre”, advérbio de frequência (nós íamos **sempre..**) e “bem”, advérbio de modo (então eu acompanhei bem a Gerbô). Os três elementos linguísticos, que tem por sua natureza morfossintática a função de acrescentar uma circunstância aos verbos que acompanham, são ainda mais intensificados pela ênfase e pela pausa usada por Nilzia. Nas convenções de transcrição utilizadas (BIAR & BASTOS, 2015; RIBEIRO, 1994), o símbolo “:::::” indica um alongamento da vogal, portanto, o trecho acima tem como efeito evidenciar sua ótima memória sobre a Gerbô da Afonso Pena. O complemento “**da Afonso Pena**” sugere, inclusive, o conhecimento

da narradora sobre outras filiais da confeitaria, localizadas em outros bairros. Em sequência, Nilzia narra que era uma frequentadora assídua do local (“nós íamos **sempre..**”). Cabe destacar que, juntamente com sua família, a participante frequentava habitualmente a Gerbô para consumir os doces, portanto, estar no espaço físico da Confeitaria parece integrar um ritual familiar. O último advérbio, “bem”, surge com ênfase - a qual é indicada pelo símbolo de sublinhado – no momento em que Nilzia nos explica o porquê de conhecer tanto a Gerbô: ela morou por 20 anos na rua onde se localizava a confeitaria.

Halbwachs, em *La topographie* (1941), defende a tese de que a terra Santa seria um lugar imaginado, resultado da projeção do imaginário de fiéis cristãos sobre determinado lugar e nos permite compreender que lugares da memória apresentam um poder — fixo em pedras, monumentos e construções arquitetônicas, mas presente também em rituais e comemorações — capaz tanto de impor a representação de um grupo sobre outros quanto de abrir um espaço para que grupos possam fortalecer suas identidades por meio da atualização de traços da memória. A Confeitaria Gerbô, para Nilzia, parece funcionar como esse espaço onde ela ancora as suas memórias de infância. Os rituais, como o de ir até a confeitaria com seus pais para comer os doces, projetam discursivamente a identidade de uma filha cujos laços familiares eram constantemente fortalecidos.

A narradora usa a pausa, indicada pelo símbolo “..”, seguida pelo nome de outro doce (“*palmier*”), o qual ela esquecera de enumerar na sua lista anterior de guloseimas (mil-folhas, bombocado, bomba) e é retomada novamente neste momento posterior da narrativa, o que reforça seu alinhamento como uma “expert”, uma cliente especialista no assunto. Além disso, essa aparição posterior do *palmier*, indicia uma memória involuntária, como a que Proust descreve ao saborear a *madeleine* embebida no chá: “no mesmo instante em que aquele gole, junto com as migalhas do bolo, tocou o meu paladar, estremei, atento ao que se passava de extraordinário em mim. Invadira-me um prazer delicioso, isolado, sem noção da sua causa” (1981a, p. 45). Quando comemos alguma coisa, podemos nos lembrar de que aquilo tem sabor de infância, sentimos um sabor e nos lembramos de um momento, de um lugar, de uma pessoa. Apesar de Nilzia não estar naquele momento saboreando o *palmier* citado, o gosto do doce é atualizado em suas memórias a partir da sequência narrativa que ela estabelece. “Os sentidos abrem caminhos para que a memória encontre uma via de instalação e faça seu trajeto” (ROUCHOU, 2008, p. 156).

Proust é uma referência no que condiz às memórias dos sentidos, e, na sequência dessa famosa descrição das sensações que nele foram despertadas pelo sabor da *madeleine*, o autor comenta sobre a memória involuntária:

eis porque a maior parte de nossa memória está fora de nós, numa pancada de chuva, num cheiro de quarto fechado ou no cheiro de uma primeira labareda, em toda parte onde encontramos de nós mesmos aquilo que a nossa inteligência desdenhara, por não lhe achar utilidade, a última reserva do passado, a melhor, aquela que, quando todas as nossas lágrimas parecem estancadas, ainda sabe fazer-nos chorar. Fora de nós? Em nós, para melhor dizer, mas oculta de nossos próprios olhares, num esquecimento mais ou menos prolongado. Graças tão-somente a esse olvido é que podemos, de tempos em tempos, reencontrar o ser que fomos, colocarmo-nos perante as coisas como estava aquele ser, sofrer de novo porque não mais somos nós, mas ele, e porque ele amava o que nos era agora indiferente. (1981b, p. 172)

Esse trecho evidencia a reconstrução identitária que é processualmente realizada na memória involuntária. Os afetos dos participantes dessa pesquisa, exemplificados por Nilzia, parecem se referir a um outro mundo, de um imaginário cultuado. Os cheiros e sabores da infância parecem os mais marcantes, como é possível observar na narrativa, pois ao comentar sobre o mil-folhas e o bombocado da Gerbô, a narradora descreve suas reações físicas de felicidade e contentamento (“ui! Chego até a me arrepiar”) decorrentes de suas memórias gustativas. No entanto, além de serem memórias gustativas, estas constituem-se como lembranças afetivas, que compõem momentos experienciados em família pela participante. E conclui, voltando ao tempo da narrativa: “olha, você me fez sentir agora o sabor da infância, tá?”. Ela, portanto, constrói discursivamente a Gerbô como uma lembrança de sua infância, utilizando a metonímia “o sabor da infância”.

Por meio da pesquisa realizada, encontrei uma evidência de que a Gerbô, como marca e instituição, procurava se associar ao público infantil. Em 1965, estreava, na emissora Globo, um programa transmitido ao vivo voltado para o público infanto-juvenil: o “Capitão Furacão”. A seção “Memória Globo” divulgou uma matéria sobre o programa e nela há uma menção a Gerbô como patrocinadora do programa:

Os telespectadores-mirins interessados em participar do programa recebiam uma carteirinha de grumete, apelido dado aos fiéis fãs. A carteirinha de grumete trazia o nome oficial do sócio, sua foto e seu endereço, além da assinatura do capitão. Para se tornar um grumete, bastava enviar uma fotografia e a etiqueta de algum patrocinador, como a Confeitaria Gerbô ou as calças Furacão. (Memória Globo. Capitão Furacão. Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/entretenimento/infantojuvenil/capitao-furacao/>>. Acesso em: 15 de jan. de 2021)

Para participar do programa, o público infantil deveria impreterivelmente consumir alguma mercadoria dos patrocinadores e enviar uma fotografia própria juntamente com o rótulo do produto. De acordo com a emissora²³, em um mês, o programa contava com três mil “grumetes” cadastrados. E, mais tarde, Pietro Mário, intérprete do Capitão Furacão, disse ter assinado cerca de dez mil carteirinhas, o que demonstra o alcance do programa, e, conseqüentemente, de seus patrocinadores, como era a Gerbô.

Trago também outro o anúncio que encontrei em minhas pesquisas no acervo digital da Biblioteca Nacional. Na imagem, que apresento a seguir, encontramos informações valiosas para esta pesquisa. A primeira é o ano de fundação da Confeitaria: 1944. E a outra é o próprio *slogan* da confeitaria: Gerbô no lar, festa no paladar.

Figura 13 - Jornal do Brasil de 17 de julho de 1967.

"Gerbô"
DESDE 1944

Se V. S. Ainda não sabe o que vai servir em sua próxima festa, consulte-nos.

RESOLVEREMOS SEU PROBLEMA

Salgados — Doces — Tortes — Biscoitos Finos — Bólos para aniversário e casamento.

Rua Afonso Pena, n.º 148.

Telefones: 28-2140 — 28-6079 e 54-4818.

GERBÔ NO-LAR, FESTA AO PALADAR (®)

Fonte: Biblioteca Digital. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/hdb/periodico.aspx>>. Acesso em: 13 de jul. 2018.

²³ Rede Globo. Você sabia? Elizângela dividia o palco com o Capitão Furacão em 1966. Almanaque da TV Globo. Disponível em: <<http://redeglobo.globo.com/novidades/infantil/noticia/2011/07/voce-sabia-elizangela-dividia-o-palco-com-o-capitao-furacao-em-1966.html>>. Acesso em: 15 de jan. de 2021.

As informações do anúncio cancelam duas de nossas impressões sobre a confeitaria. A primeira, já comentada, é a de que a Gerbô era acionada em momentos de comemorações e festividades, pois podemos interpretar que a chamada do anúncio tem como objetivo resolver um problema: “ainda não sabe o que vai servir em sua próxima festa, consulte-nos”. Assim, a confeitaria apresenta-se como um local apto a fornecer o serviço de *buffet* adequado a festa de seus clientes. Além disso, na lista de produtos comercializados, há o destaque para a finalidade da confecção de bolos: festas de aniversário e de casamento. Portanto, ritos de passagem da história de vida dos sujeitos. A segunda impressão, corroborada por esse anúncio, é a de que a Gerbô é discursivizada como uma memória de família, pois como afirma seu *slogan*: “Gerbô no lar, festa ao paladar”. Mais uma vez confirmando a sua característica de ser uma confeitaria voltada para momentos de intensidade afetiva, pois aqui novamente é mencionada a “festa”. Além disso, o uso do substantivo “lar” aponta para o íntimo: a Gerbô habitava a casa de seus clientes, partilhando com ele/as esses momentos familiares.

Mais uma vez essa articulação entre a confeitaria e as memórias familiares está presente na narrativa de outra consumidora, Renata Cardoso, também recebida via WhatsApp, que transcrevo a seguir:

Entrevista 3

- 1 **Suzenne** Alguém aqui se lembra da confeitaria Gerbô? Quais lembranças têm sobre ela?
- 2 **Renata** Eu tenho muita saudade... Desde o tempo de garota que eu
- 3 estudava no Companhia de Maria, todos os lanches lá em casa eram
- 4 pela Gerbô. Tinha uns docinhos de amendoim em volta
- 5 com um creme em cima e uma cereja.. uma bolota vermelha, em
- 6 cima... os salgados eram da Gerbô. A Gerbô era ali na São Francisco
- 7 Xavier se não me engano, aí depois ela passou para a Santo Afonso,
- 8 e eu vivi muito, muito: a gente comprava muito na Gerbô e na
- 9 Colombo.. a minha infância foi toda com os doces e os salgados da
- 10 Gerbô. O carro trazia a encomenda aqui na Vila. Nos aniversários,
- 11 tudo. TUdo era na Gerbô. Uns doces maravilhosos, uns salgados
- 12 fantásticos. Eu fui criada com as coisas de lá, então...

- 13 depois ela passou em frente ao Senai na Mariz e Barros: é isso que
14 eu lembro, a minha infância foi feita toda lá, era tudo encomendado lá
15 ou na Colombo.
16 (12.0)
17 **Renata** Pensei que você fosse me avisar que a Gerbô ia voltar... já tava
18 dando pulos de alegria, cara.

Esse áudio de Renata foi enviado após o áudio de Nilza (Entrevista 2), já transcrito anteriormente. Como a pergunta fora enviada de forma assíncrona, os participantes da interação tinham a possibilidade de ouvir a narrativa de outro participante, caso houvesse uma resposta anterior a sua.

Segundo a análise da conversa (AC), uma das abordagens para a análise do discurso da qual a SI se alimenta, em uma sequência de perguntas e respostas, tanto as perguntas quanto as respostas contêm a compreensão e a análise do que foi dito antes. A AC iniciou-se com os estudos do sociólogo Harvey Sacks e de seus colaboradores, também sociólogos, Emanuel Schegloff e Gail Jefferson. Ela pressupõe que toda língua é um sistema de produção de significado estruturado, utilizado na comunicação entre os indivíduos e considera a interação como um processo social, envolvido na produção e manutenção de instituições sociais de qualquer tipo (Hutchby & Wooffitt, 1988). Assim, “a conversa não é uma ação tão caótica quanto parece e as pessoas se organizam socialmente através da fala” (SILVA; ANDRADE; OSTERMANN, 2009, p.3).

Uma noção importante dessa abordagem é a de turno de fala: aquilo que o falante faz enquanto tem a palavra. A fala em interação é constituída de um sistema de tomada de turno no qual os participantes assumem as identidades de falante corrente e de próximo falante (SACKS, SCHEGLOFF E JEFFERSON, 1974). Nesse sentido, a arte de contar histórias é uma ação coletiva, situada e resultante do mútuo monitoramento entre os participantes de uma interação.

No fragmento acima, em seu turno de fala, Renata se alinha como uma conhecedora ainda mais especializada no assunto do que Nilzia, que enviara o áudio antes dela. Além de ser um áudio mais longo (dez segundos a mais que o de Nilzia), a narradora constrói a sua identidade se alinhando como alguém que tem atestada autoridade para dissertar sobre o assunto – até mais do que Nilzia. Provavelmente,

Renata ouviu a mensagem de Nilzia e enviou o seu áudio não somente em resposta à pergunta de pesquisa feita, mas também em resposta à narrativa de Nilzia. Assim, o sentido dessa interação foi sendo construído a partir do turno de fala de cada participante.

Renata apresenta a si e a sua família como clientes habituais da Gerbô e endossa esse fato por meio da ênfase que atribui aos momentos da narrativa em que descreve como a Gerbô estava presente em vários momentos de sua infância: “todos os lanches lá em casa eram pela Gerbô”; “e eu vivi muito, muito”; “nos aniversários, tudo. TUdo era na Gerbô.”

Na **Entrevista 3**, há dois turnos enviados em áudios separados em que se observa uma mudança de alinhamento (*footing*), marcada pela “quebra” dos áudios enviados – há um espaçamento temporal de doze segundos após o primeiro. De forma similar a Nilzia no segmento analisado anteriormente, a entrevistada Renata criou uma expectativa em torno da possível intencionalidade que tive ao questioná-la sobre a Gerbô, pois ao ser apresentada à minha identidade, neta dos fundadores da confeitaria, a participante possivelmente inferiu que a Gerbô seria aberta novamente. Assim, nas duas últimas narrativas, a participante se alinha como uma potencial futura cliente da Gerbô, aparentemente ansiosa pela sua reabertura (“pensei que você fosse me avisar que a Gerbô ia voltar... já tava dando pulos de alegria, cara..”). As informações contextuais e, sobretudo, nossa interpretação sobre elas, são de extrema relevância para a construção do sentido da interação.

Renata também lista as guloseimas das quais se lembra, usando, inclusive, as formas adjetivas em diminutivo: “tinha uns docinhos de amendoim em volta com um creme em cima e uma cereja.. uma bolota vermelha, em cima”. A expressão “bolota vermelha” usada para se referir ao ingrediente que ornamentava o doce, (talvez uma cereja?), nos soa como parte de um vocabulário tipicamente infantil apontando para uma lembrança dos tempos de sua infância. E, em suas narrativas, a Confeitaria Gerbô é posicionada como equivalente em termos de *status* social e cultural à tradicional Confeitaria Colombo²⁴, também localizada no Rio de Janeiro, que, ao contrário deste objeto de estudo, está em funcionamento até os dias atuais.

²⁴ A Confeitaria Colombo será mencionada novamente no capítulo 4. No entanto, aqui é importante que o leitor saiba que a Colombo foi fundada em 1894, no auge da Belle Époque, e é uma das mais antigas casas comerciais do Rio de Janeiro, tornando-se patrimônio cultural e artístico da cidade. Disponível em: <<http://www.confeitariacolombo.com.br/#historia>>. Acesso em 29 de jan. de 2021.

Os áudios de Nilzia e Renata exemplificam como os sentidos são construídos durante a interação, em que as posições são constantemente ratificadas e negociadas. Renata se alinha em uma posição de dar mais informações sobre a Confeitaria Gerbô do que todos os outros que foram indagados no grupo e, por isso, seu relato é pleno de detalhes, pois além de fazer a lista nominal dos doces comercializados, como Nilzia, Renata demonstra saber em quais locais a confeitaria esteve alocada ao longo dos anos (“A Gerbô era ali na São Francisco Xavier se não me engano aí depois ela passou para a Santo Afonso”, “depois ela passou em frente ao Senai na Mariz e Barros”).

Por meio das narrativas transcritas, as narradoras atribuíam um valor social a quem consumia os doces da Gerbô e, assim, constroem discursivamente a confeitaria como um local de distinção, o que pode ser observado por meio das várias pistas de contextualização analisadas. Renata, inclusive, ratifica a sua posição social ao iniciar a narrativa se alinhando como uma estudante de um tradicional colégio da Tijuca, o Companhia de Maria. Essa mudança de *footing* (GOFFMAN, [1979]2002) indica uma alteração na sua linha de atuação no evento interativo, e a construção dessa identidade é o que a permite se posicionar discursivamente como uma cliente habitual da Gerbô, pois sua família, ao que tudo indica, podia comprar os doces que quisesse (“a minha infância foi toda com os doces e os salgados da Gerbô”). Ao contrário de Nilzia, que ia até à confeitaria para obter as guloseimas, Renata os recebia em casa, portanto, eram os doces da Gerbô que iam até ela (“o carro trazia a encomenda aqui na vila”), destacando um privilégio ainda maior.

No próximo capítulo, aprofundo a análise segundo a qual os participantes constroem discursivamente a Gerbô como um local de distinção, voltado para um público dotado de privilégios socioculturais e financeiramente mais abastado, como já foi possível observar no corpus analisado neste capítulo. Assim, é possível observar como a construção da identidade desses narradores é atualizada no presente a partir de suas experiências passadas com a Confeitaria Gerbô.

4. A CONFEITARIA GERBÔ COMO UM ESPAÇO SOCIAL DE PRIVILÉGIO

Esta investigação sobre as memórias da Gerbô é operada sob o filtro da contemporaneidade. O mundo tornou-se globalizado, e a expansão das novas tecnologias da informação, o consumismo desenfreado, o apelo imagético massificado pela mídia global e a agilização do mercado são fenômenos que impactam pesquisas no campo das Humanidades e das Ciências Sociais. Um dos grandes desafios da memória social é articular o presente, o passado e o futuro, entendendo que as particularidades de determinado objeto de pesquisa, como a Gerbô, devem também ser analisadas pela ótica da atualidade. De acordo com Octavio Ianni (2001), a globalização implica a “intensificação das relações sociais em escala mundial, que ligam localidades distantes de tal maneira que acontecimentos locais são modelados por eventos ocorrendo a muitas milhas de distância e vice-versa” (p. 243). A aceleração do tempo, a proposta de evolução contínua do sujeito pós-moderno e a intensa troca de informações que permeiam as estruturas da sociedade globalizada são determinantes na forma de entender a organização dos próprios grupos sociais – cada vez mais fragmentados.

Portanto, não me parece ser possível falar de memórias sem considerar o esquecimento e a fugacidade, provocadas pela sobrecarga de informação massificada pela mídia global. A mundialização é marcada por efemeridade, velocidade e fragmentação. Dessa forma, justifica-se a pertinência de, nesse primeiro momento, nos interrogarmos sobre as motivações na seleção de memórias que compõem as narrativas sobre a Confeitaria Gerbô por parte de seus clientes. Isso porque, quando falamos de memória, devemos considerar as disputas e as lutas existentes tanto entre grupos sociais quanto no interior de cada um deles.

Jô Gondar, em *Cinco proposições sobre a memória social* (2016), apresenta a proposição de que a memória social é um conceito eminentemente ético e político. A concepção de memória social implica a escolha e o posicionamento quanto ao que interrogar e conservar, porque escolhas sempre são feitas, sejam intencionais ou não, e, nesse sentido, há sempre um comprometimento político e ético. Assim, as memórias do grupo investigado que embasa esta pesquisa não está distante desse processo. Ao falar sobre si, os narradores mobilizam determinadas visões de mundo, modos de perceber e de ser que apontam para determinados grupos demográficos,

raciais e de gênero que os posicionam face aos quadros sociais em que estão ancorados.

Observa-se, em alguns momentos da interação, que os participantes compartilham determinados valores simbólicos que os atribuem marcas de distinção, como será discutido a seguir. Nesse cenário, a Confeitaria Gerbô é construída discursivamente como um lugar ao qual eles atribuem valoração distintiva, chancelando seus pertencimentos a uma certa elite carioca. Determinadas práticas sociais, como era na época a possibilidade de frequentar uma confeitaria, integram modos de agir sobre o mundo que são associados a sujeitos sociais, criando, assim, redes de pertencimento as quais os narradores, por meio do discurso, se filiam ou não. Como foi possível observar, a Gerbô era um interdito para determinados sujeitos que não tinham o capital financeiro para frequentar aquele lugar de distinção, e ter a possibilidade de frequentar a Confeitaria marcaria esse pertencimento social e cultural (“Quando recebi o primeiro salário, (...) coloquei o envelope na bolsa e fui direto à loja na Rua Afonso Pena e matei a minha vontade de anos: comprei uma tortinha de caramelo e um *palmier*”)²⁵.

Minhas análises, que serão expostas a seguir, sugerem que, por meio do discurso, os narradores das memórias da Gerbô indiciam um pertencimento à determinado grupo da cidade do Rio de Janeiro, como se a reconstrução dessa memória no presente os deslocasse de sua banalização e os colocasse em uma posição de distinção. As mercadorias fabricadas na confeitaria não eram de acesso a todos, e ter um bolo ou doce da Gerbô presente em seus momentos comemorativos indexicaliza, aponta, um pertencimento a uma matriz sociocultural que insere o cliente no que comumente associamos a uma elite carioca, a qual elege determinados símbolos como garantidores e mantenedores de *status* social e são esses símbolos que exploro a seguir.

Durante determinado período, as confeitarias eram espaços de socialização frequentados pela elite econômica, intelectual e cultural da sociedade carioca: há um

²⁵ “Estudei no Instituto de Educação, na Mariz e Barros, durante sete anos. Na cantina vendia doces da Gerbô. Na hora do recreio o local enchia de alunas comprando e comendo aqueles doces maravilhosos. Só que eu não tinha dinheiro para comprar e eu ficava olhando. Quando recebi o primeiro salário, (...) coloquei o envelope na bolsa e fui direto à loja na Rua Afonso Pena e matei a minha vontade de anos: comprei uma tortinha de caramelo e um *palmier*” (Martha Rocha, via e-mail em 29 de setembro de 2019).

imaginário cultural que conforma o que constitui ser consumidor frequente de uma confeitaria como a Gerbô e essa relação será abordada na próxima seção.

4.1 A Belle Époque Carioca: as confeitarias e o afrancesamento dos costumes

Desde a época de Voltaire, no século XVII, Paris foi considerada o centro mundial gerador de ideias, assumindo o status de cidade grande, inovadora e moderna. Durante o século XIX, o mundo estava voltado para a “cidade Luz”, esse espaço que ditava conhecimentos, distrações, prazeres e novidades na moda, na gastronomia e nos costumes. O mundo moderno precisou se adaptar a esse conceito de modernidade e no Brasil não foi diferente (BIANCHI, 2014).

A influência da cultura francesa no Brasil já podia ser observada desde 1808, com a vinda de D. João VI e sua família, que buscaram “embelezar” o Brasil com estilos europeus, principalmente o francês. No século XIX, alguns brasileiros iam estudar na França, inclusive o imperador D. Pedro II - interessado nos intelectuais franceses - e o francês chegou a ser a segunda língua mais falada pela elite brasileira.

Segundo Needell (99, p. 39), a afetação da cultura francesa no Brasil inicia-se no governo de Campos Salles em 1898 e, nesse período, ser moderno era estar no Rio de Janeiro, na época, a capital federal brasileira (1963-1960), onde se encontravam as sedes de várias instituições financeiras de grande importância, como o Banco do Brasil, além de a maior rede ferroviária do país, o maior mercado consumidor e o terceiro maior porto em volume de comércio no continente americano (SEVCENKO, 1999, p. 27). O prestígio da França foi assimilado de forma intensa pelas elites no Rio de Janeiro, que passou a ser um exemplo para o resto do país em termos de modernidade e progresso.

Esse período de costumes afrancesados instalou-se definitivamente no início do século XX e ficou conhecido como a Belle Époque, isto é, a bela época, que transbordava um estado de espírito de grande euforia pela modernização e “europeização” do Brasil, refletindo as mudanças na percepção de mundo e na vida em sociedade. O termo, Belle Époque só foi reconhecido oficialmente após a Primeira Guerra Mundial com o intuito de dar sentido à ideia de grande paz social, ao

crescimento econômico, às conquistas tecnológicas, à renovação cultural e a todas as novidades de modernidade que surgiam no final do século XIX e início do século XX.

A assimilação de determinados costumes oriundos da França era praticada em diferentes âmbitos: cultural, linguístico, literário, artístico, na arquitetura, na moda, no espaço urbano e também na gastronomia. Segundo Velloso (1987, p. 24), nesse período, a elite adquiriu uma preocupação com o modo de vestir e de se comportar socialmente. Com isso, ocorrem diversas tentativas de mudar os hábitos da população – especialmente das classes de baixa renda - em busca de um ideal “civilizatório”, como a ideia de organizar o carnaval, seguindo os moldes venezianos, a imposição de uma lei que obrigava os cidadãos a usar paletó e sapatos, a perseguição às religiões afro-brasileiras²⁶, que também eram consideradas um atraso, e até a proibição de festas populares como as barracas de São João.

A França era, então, o país mais copiado em todo o mundo e havia ali um ideal de progresso, de beleza e de harmonia que deveria ser alcançado por todas as civilizações. De acordo com Bianchi (2014):

a América Latina assimilou a cultura francesa para desligar-se da cultura até então imposta e absorvida das metrópoles. Era uma forma de romper com o passado de dependência política e econômica do período colonial. Afrancesar-se significava civilizar-se. (p. 77)

Assim, a cultura francesa foi incorporada por uma parcela da população brasileira, que a refletia nas práticas sociais e também nos lugares. Para esse grupo, a elite política e cultural brasileira da época, os costumes franceses, além de serem um sinônimo de progresso, simbolizavam uma ruptura definitiva com Portugal. No entanto, paralelamente à grande euforia evocada por essas elites, o país vivia inúmeros contrastes, que representavam o atraso e a divisão de classes sociais. Needell (1993) comenta que

“embora os brasileiros invejassem a civilização e o progresso do Atlântico Norte, eles também os consideravam uma conquista específica da Europa. (...) Por outro lado, aceitava-se com naturalidade a precária adoção de tecnologias, costumes e capitais estrangeiros no Rio de Janeiro, reflexo das realidades neocoloniais. Na verdade, os habitantes das províncias pensavam no Rio de Janeiro como uma cidade magnífica, capaz de conferir prestígio urbano a quem a visitasse. Apenas os brasileiros que conheciam o

²⁶ O espiritismo Kardecista, no entanto, era tolerado, devido às origens francesas de Alan Kardec, seu fundador.

estrangeiro vislumbravam a enorme distância que separava sua pátria da Civilização” (p. 48).

Na arquitetura, era possível observar pelas ruas a *Art-Nouveau*, característica do período – uma mescla de arte japonesa com linhas curvas sinuosas e estrutura de ferro, mostrando o movimento das formas. Além da linha curva, destacavam-se as formas orgânicas, inspiradas em folhagens, flores e animais. No Rio de Janeiro, uma referência dessa arquitetura é a Confeitaria Colombo, um símbolo do auge desse período de afrancesamento.

Figura 14 - Foto da Confeitaria Colombo na rua Gonçalves Dias, localizada no Centro do Rio de Janeiro. Exemplo da arquitetura da *Art-Nouveau*.



Fonte: Confeitaria Colombo. Disponível em: <<http://www.confeitariacolombo.com.br/#galeria>>. Acesso: 20 de out. de 2020 às 08:46.

Assim, de acordo com Bianchi (2014), os valores e modos de vida dos países industrializados foram introjetados em nossa cultura. O Brasil foi buscar referencial comercial naqueles países que já possuíam padrões de desenvolvimento e estabelecimentos comerciais mais sofisticados. Assim, tais estabelecimentos começaram a ser abertos na capital do país, como é o exemplo da Confeitaria

Colombo (fotografia acima), da Casa Cavé²⁷ e da Confeitaria Manón²⁸, todas confeitarias contemporâneas, ainda em funcionamento, que possuíam fabricação própria de doces majoritariamente franceses.

Bianchi (2007) explica que as confeitarias e os cafés eram locais onde se reuniam grupos de intelectuais nesse período: jornalistas, poetas, políticos, escritores e boêmios. Esses lugares eram o ponto de encontro da boemia literária carioca. No entanto, aqui é importante estabelecer as diferenças culturais entre os cafés e as confeitarias da época na cidade do Rio de Janeiro. De acordo com Danilo Gomes (1989), em seu livro *Antigos Cafés do Rio de Janeiro*, alguns Cafés “de categoria inferior” (p. 22) se confundiam muitas vezes com botequins da cidade. O autor acredita que essa aproximação se deve ao fato de que também se vendia café nos botequins; assim, ambos estabelecimentos podiam ter os mesmos clientes habituais. As Confeitarias, ao contrário, não eram confundidas com outros estabelecimentos comerciais porque possuíam características de requinte que as afastavam de outras casas: “elas faziam cada vez mais sucesso no Rio de Janeiro, sendo representantes de refinamento e da modernidade, inspirados no antigo continente” (KARLS, p. 173)

Dentre essas características, destacam-se os serviços prestados, os aspectos visuais e estruturais desses estabelecimentos, os itens não alimentícios comercializados, a relação desses ambientes com o entretenimento e a sociabilidade e o público frequentador (KARLS, 2019). Sobre esse último ponto, a Prof. Dra. de gastronomia, Thaina Schwan Karls, em seu artigo *História e alimentação: as confeitarias no Rio de Janeiro do século XIX* (2019), comenta que

embora acreditemos que os maiores usuários das confeitarias fossem os integrantes de camadas sociais de maior poder aquisitivo, ou componentes de fatias medianas em ascensão, não é possível descartar que houvesse

²⁷ A Casa Cavé é uma confeitaria fundada em 1860 e localiza-se até hoje no mesmo endereço, esquina das ruas Uruguaiana e Sete de Setembro, no Centro do Rio de Janeiro. De acordo com o site da Cavé, ela “sempre foi frequentada pelas pessoas mais nobres da cidade, que dividiam espaços nos salões com outros cariocas. Há registros de que o prefeito Pereira Passos, responsável por uma das maiores obras de arruamento já registrada na cidade, era ‘habitué’ da casa”. Disponível em: <<https://www.casacave.com.br/historia.htm>>. Acesso em 4 de dez. de 2020.

²⁸ A Confeitaria Manón foi fundada em 1942, dois anos antes da Gerbô, e tombada pela prefeitura em 1993. Localizada no Centro do Rio de Janeiro, seu salão é uma réplica do interior do navio português Cerpa Pinto, conservando, ainda hoje, o piso de mármore de Carrara, os espelhos franceses e outros itens originais que nos remetem a outros tempos. A sua produção é a de doces portugueses e franceses, destacando-se pelo exclusivo “madrilheiro”, um pão doce de creme com goiabada, salpicado de açúcar de confeitiro. A Manón foi responsável pela confecção do bolo de aniversário da cidade do Rio de Janeiro, assim como a Gerbô, mas enquanto esta ficou à frente do bolo do IV Centenário, em 1965, a Manón confeccionou o bolo da cidade em 2015, na comemoração dos 450 anos. Disponível em: <<http://guiaculturalcentrodorio.com.br/confeitaria-manon/>>. Acesso em 4 de dez. de 2020.

clientes menos remediados que comparecessem a esses lugares cada vez mais comuns e diversos. (...) Contudo, é destacado que as confeitarias tinham as camadas sociais com maior capacidade econômica como público predileto. (p.12)

Ainda sobre as diferenças socioculturais que se estabeleciam entre os cafés e as confeitarias, destaca-se que, no interior dos cafés, as mulheres não eram vistas, apenas homens, como é possível observar nas imagens a seguir:

Figura 15 - Interior do Café do Rio, no começo do século XX. Observa-se que a clientela dos Cafés era composta por homens.



Fonte: Livro "Antigos Cafés do Rio de Janeiro". GOMES, 1989.

Figura 16 - Interior da Confeitaria Colombo, no começo do século XX.



Fonte: Fotografia disponível em: <<http://www.confeitariacolombo.com.br/#historia>>. Acesso em 4 de dez. de 2020.

O advento da modernidade foi responsável pela demarcação de fronteiras entre a vida pública e privada, entre a casa e a rua no que tange às questões de gênero: a casa é o espaço doméstico pertencente às mulheres e às crianças, enquanto os espaços públicos, a rua, são associados à presença masculina e do trabalho. Essa demarcação, operada principalmente no início do século XX, é consequência das ideias de modernidade: a cidade era o símbolo do progresso, um lugar do exercício do trabalho do homem, mas que também possuía perigos e desordem. Portanto, não era um espaço adequado para a circulação de uma mulher pertencente às elites (Mallmann, 2010, p. 114).

No entanto, as confeitarias eram cada vez mais frequentadas por mulheres, que conquistavam gradativamente o cenário público. Na Figura 16, que retrata o interior do salão da Confeitaria Colombo, já se observa a presença de mulheres e crianças, ao contrário da Figura 15, cujo café conta com a presença unânime de homens em seu interior. De acordo com Belluzo (2010), “com o passar do tempo, as mulheres acompanharam a urbanização da cidade e conquistaram o espaço público. Passaram da casa às ruas, frequentando teatros, confeitarias e restaurantes” (p. 112). Além disso, a educação feminina sofreu mudanças favoráveis entre 1889 e 1930, após a Proclamação da República. A separação da Igreja e do Estado contribuiu para a gradual libertação da mulher da tutela da Igreja Católica, promovendo uma discreta emancipação relativamente à sua formação intelectual, o que permitiu uma relativa

liberdade de circulação nas ruas, favorecendo o comércio. Assim, além da presença de cavalheiros, as confeitarias eram também visitadas por senhoras acompanhadas pela família, todos dispostos a degustar sorvetes nevados, doces, pasteis e vinhos (Belluzo, 2010), o que justifica o público pesquisado neste trabalho ser composto majoritariamente por mulheres.

O período em que a cultura francesa marcou maior presença no Brasil foi entre os anos de 1889, data da Proclamação da República, até 1922. Needell (1993) afirma que a Belle Époque entrou em decadência após a Primeira Guerra Mundial, marcadamente no Rio de Janeiro em 1922, concomitante à Semana de Arte Moderna em São Paulo, na qual os valores eminentemente nacionais foram convocados como forma de rejeitar a cópia e modelos importados²⁹.

Todavia, a influência francesa na capital é um processo histórico e, principalmente quando falamos sobre memória, devemos observar que a cidade e seus cidadãos continuaram guardando rastros e reproduzindo os costumes daquele período. Isso pode ser observado 20 anos após a Semana de Arte de Moderna, por meio da criação da Gerbô. Apesar de origem húngara, o comércio da Confeitaria era voltado para um consumidor de doces europeizados, pois sua fabricação própria também era de produtos tipicamente franceses: *palmier*, *éclair*, *mousse*, *mille feuille*, *tarte tatin e tartelete*, *profiteroles* e *croissant*. Todos esses alimentos compunham o cardápio da Gerbô e disputavam espaço com a culinária tipicamente húngara, representada por seus *strudels*.

A influência francesa, disseminada entre a elite cafeeira no final do século XIX, em muito contribuiu para uma considerável modificação no quadro comercial, principalmente na gastronomia (BIANCHI, 2007). De acordo com o historiador Gilberto Ferrez (apud GOMES, 1989), que teve acesso à autobiografia de Frances Mary Hobkirk – fazendeiro pioneiro no cultivo de café no Brasil -, o ciclo da cultura cafeeira teve seu início no país na Tijuca, fomentado por um grupo de nobres franceses que residiam no bairro. E era na Tijuca, como já mencionado, onde funcionava a antiga fábrica e matriz da Confeitaria Gerbô; portanto, a forte influência francesa no bairro, em decorrência da presença das próprias famílias que cultivavam o café, é um

²⁹ “Contra todos os importadores de consciência enlatada. A existência palpável da vida. E a mentalidade pré-lógica para o Dr. Lévy-Bruhl estudar. Queremos a revolução Caraíba. Maior que a revolução Francesa. A unificação de todas as revoltas eficazes na direção do homem. Sem nós a Europa não teria sequer a sua pobre declaração dos direitos do homem.” (ANDRADE, Oswald de. Manifesto Antropofágico. Revista de Antropofagia, Ano I, No. I, maio de 1928)

indicador que pode explicar a popularidade e o entusiasmo que existiam em torno da Confeitaria, que incorporava, em sua identidade e cardápio, a influência da cultura francesa. Apesar da criação da Gerbô datar os anos 40 do século XX, analisando esse contexto sócio-histórico do bairro da Tijuca, expoente da cultura cafeeira no Brasil, podemos compreender a permanência e a intenção da influência cultural francesa na criação da Confeitaria.

Figura 17 - Meu tio, Antônio Kovacs, na **Fábrica** Gerbô, onde trabalhava produzindo os doces e salgados artesanais da Confeitaria.



Fonte: Fotografia extraída do álbum pessoal da família Kovacs. s/d

Como é possível observar na Figura 17, o logotipo da Gerbô auxilia na construção da Confeitaria como um local de distinção de forte inspiração francesa. Ele remete, pelas cores vermelha e amarela e pelo seu formato circular de moldura

ondulada, a um tipo de estética valorizada na época, a qual era comumente associada às práticas francesas. Essa representação gráfica do estabelecimento, além da sonoridade do próprio nome (Gerbô), reflete um afrancesamento da Confeitaria, e tem como efeito a construção de uma imagem de prestígio que a cultura francesa ainda evocava no comércio local. Assim, podemos supor que o logotipo parece ter um efeito sobre os clientes “habitués” de confeitarias – como eram chamados os frequentadores habituais desses espaços – que, com base no seu arcabouço cultural e na memória coletiva sobre o que significava frequentar uma confeitaria no início do século XX, associam essa imagem à sofisticação e aos costumes europeizados. O arcabouço sociocultural desses clientes possibilita a construção desse processo de aproximar e transferir para a Gerbô a mesma simbologia que integrava famosas e bem sucedidas confeitarias existentes no Rio de Janeiro no fim do século XIX e início do século XX.

O curioso caso desse “afrancesamento” do nome da Confeitaria parece ser uma aposta para cativar um seletivo público mais elitizado da cidade do Rio de Janeiro, pois, pelos relatos da minha família, a inspiração para o nome “Gerbô” vem de uma tradicional confeitaria húngara, localizada em Budapeste, a Gerbeaud³⁰.

A Belle Époque era um estado de espírito, sinônimo de progresso, em que a receita era dada pela França e que se manifestou em um dado momento na vida e nos costumes do Rio de Janeiro. Na próxima seção, apresento outros fragmentos do corpus desta pesquisa que corroboram com a linha de argumentação que procurei explorar neste capítulo. A Confeitaria Gerbô representava, nessa perspectiva, os valores, os costumes, a gastronomia e a identidade de um grupo social específico no Rio de Janeiro, identificada como a elite sociocultural carioca.

4.2 O Bolo do IV Centenário: a centralidade histórica e cultural da Gerbô no espaço social do Rio de Janeiro

Por meio da pesquisa no acervo on-line da Biblioteca Nacional, encontrei a informação de que, em 1965, a Gerbô foi responsável pelo trabalho de confeitaria do

³⁰ A Gerbeaud foi fundada em 1858 por Emil Gerbeaud, confeitoiro e empresário húngaro. Gerbeaud foi o primeiro a vender bolos franceses, com cremes parisienses, na Hungria, e seu legado pode ser visitado até hoje, adquirindo o status de uma das confeitarias mais tradicionais da Europa. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/tx0304200005.htm>>. Acesso em: 19 de jan. de 2021.

bolo do IV Centenário da cidade do Rio de Janeiro, conforme mencionado na introdução deste trabalho. De acordo com as notícias encontradas, na época, o bolo destacou-se como o maior já confeccionado no mundo: dezesseis metros de base, cinco de altura e quase três toneladas de peso. Para a fabricação do bolo, a Gerbô mobilizou mais de trinta profissionais e levou três meses para finalizá-lo. Exposto no Maracanãzinho, foi cortado pelo então governador Carlos Lacerda e distribuído para cinquenta e seis mil pessoas, que era a expectativa de público. Na imagem a seguir, é possível observar uma das notícias de onde essas informações foram extraídas (Figura 18).

Figura 18 - Jornal do Brasil de 16 de fevereiro de 1965.



Fonte: Biblioteca Digital. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/hdb/periodico.aspx>>. Acesso em: 13 de jul. 2018.

Fernando Kovac (sic) era um dos meus tios-avós e o confeiteiro chefe da Gerbô. A notícia da (Figura 18) parece se voltar para uma preocupação natural, levando em conta as dimensões grandiosas do bolo: o estado de conservação até o

momento de exposição e consumo. Além dos detalhes técnicos, que ilustram o árduo trabalho de fabricação do objeto, também observamos que a notícia se refere a Gerbô como fábrica e não como uma confeitaria. O aspecto mecanicista da produção fica evidente pela escolha vocabular das partes que compõem o bolo, nomeada aqui de “tijolos”. Na notícia a seguir (Figura 19), há mais informações sobre a participação de diversos profissionais de vários campos na confecção do bolo, como engenheiros, eletricitas e até carpinteiros, que contou não só com a participação dos confeitores da Gerbô, mas de outras panificadoras.

Figura 19 - Jornal do Brasil de 12 de fevereiro de 1965.

Doze panificadores dão início à confecção do Bôlo do IV Centenário

Doze panificadores começaram a confeccionar ontem, na Confeitaria Gerbô, o Bôlo do IV Centenário do Rio — que será o maior até hoje feito no mundo — e cuja montagem, no Maracanzinho, onde poderá ser comido por 50 mil pessoas, está prevista para o dia 26.

O bôlo, que marcará o início dos 400 anos do Rio, será cortado pelo Governador Carlos Lacerda no dia 1 de março, terá no topo o símbolo, em cores, do IV Centenário, e medirá 18 metros de base por cinco de altura.

RECEITA

O peso do Bôlo do IV Centenário — que estava previsto inicialmente para 1 200 quilos — foi aumentado para 2 912 quilos, em consequência dos estudos realizados pelos técnicos da Confeitaria Gerbô.

A receita atual consome, somente na confecção da massa, nove mil ovos, 435 quilos de açúcar, 370 quilos de manteiga, 270 de frutas, 80 de leite em pó, 25 litros de rum, 14 quilos de fermento e sete quilos de sal. Para a cobertura de glacê estão previstos 2 700 ovos e 677 quilos de açúcar.

A partir do dia 26 o bôlo começará a ser montado no Maracanzinho para a festa do dia 1 de março, com início previsto para as 15 horas. Na hipótese de não ser totalmente comido no Maracanzinho, o bôlo será distribuído, através de uma frota de caminhões da Fleischmann-Royal, pelos orfanatos da Guanabara. O bôlo será cortado em fatias de 100 gramas, por bandeirantes, e distribuído por escoteiros.

PLANEJAMENTO

Para a confecção do bôlo vêm sendo mobilizados, há três meses, engenheiros, electricistas, maquetistas, nutricionistas, carpinteiros e decoradores, que realizaram detalhado planejamento da obra, desde a estrutura onde repousará até as características da cobertura e iluminação para uma visão perfeita de todos os pontos do Maracanzinho.

Dois fases corresponderão à montagem: uma com o preenchimento fora do Maracanzinho, dos três últimos degraus da estrutura, e outra, no Ma-

racanzinho, com a colocação das demais peças em 234 isbuleiros quadrados e 64 triangulares, as quais, em seguida, serão recobertas com glacê.

A maquete do bôlo, na escala 1:10, já foi montada pelo maquetista Fernando Crespo, da equipe do arquiteto Sérgio Bernardes. A miniatura será exibida nos supermercados da Cidade, depois de exposta uma semana na Confeitaria Gerbô, na Tijuca.

PROBLEMAS

Além do peso, que teve de ser aumentado, outros problemas têm surgido na confecção do bôlo, que mobiliza 50 técnicos contratados pela Fleischmann-Royal, promotora do acontecimento, para os cálculos relativos à sua construção. A principal dificuldade, segundo os técnicos da Gerbô, foi a cor azul na localidade exata do símbolo do IV Centenário.

Os corantes encontrados normalmente no mercado não correspondem ao azul do símbolo e, para obtê-lo, os técnicos tiveram de fazer vários testes com diversos ingredientes. Quando foi encontrada a tonalidade — explicou o Sr. Antônio Covace — foi necessário ainda submetê-la a análise bromatológica a fim de ser comprovada sua condição alimentícia, no que, felizmente, lograram sucesso.

Para proteger a parte comestível do bôlo e decorar a peça serão consumidos 200 quilos de glacê, acrescentando que a massa poderá ser comida num prazo de mais de três meses, a partir de sua montagem no Maracanzinho. O preço do bôlo ainda não foi calculado.

Esta notícia traz ainda mais detalhes sobre a construção do bolo, evidenciando as grandes quantidades de materiais utilizados, informando até que o peso inicial, que seria de uma tonelada e duzentos quilos, foi aumentado para duas toneladas, novecentos e treze quilos. Isso garantiu o status de “o maior bolo feito até hoje no mundo”, conforme a matéria. Além disso, a notícia preocupa-se em informar o que seria feito com as sobras: distribuídas pela Fleishmann-Royal (patrocinadora do Bolo) aos orfanatos da cidade. Também se observa uma interessante informação sobre a necessidade de confeccionar um corante azul específico para o bolo, que até então não existia no Brasil. A seção nomeada como “problemas”, detalha que o azul do bolo precisava ser da cor exata do logo do centenário, a seguir:

Figura 20 - Logotipo do IV Centenário do Rio de Janeiro, onde se vê a cor azul que gerou problemas na confecção do bolo, que deveria replicar a mesma tonalidade.



Fonte: MULTIRIO. Disponível em:

<<http://multirio.rio.rj.gov.br/index.php/estude/historia-do-brasil/rio-de-janeiro/71-um-rio-de-muitos-janeiros/3364-o-rio-de-janeiro-em-seus-400-anos-de-fundacao>>. Acesso em: 4 de dez. de 2020.

Na notícia (Figura 19), há ainda uma menção a Antonio Covacs (*sic*), meu tio-avô e fundador da Gerbô, que informa sobre a criação do corante, obtido a partir do teste de diversos ingredientes e, por fim, o teste bromatológico que evidenciou a condição alimentícia do corante criado. Em outra notícia, divulgada na coluna “Panorama” de Pedro Müller, mais detalhes são descritos sobre o desafio do corante azul:

Figura 21 - Jornal do Brasil de 1965.

* O Sr. Antônio Gerbô, contratado para fazer o bôlo do IV Centenário, está tendo dificuldade para reproduzir uma das quatro faces do simbolo do IV Centenário, de côr azul-oceano. Não há corante azul no mercado que dê essa tonalidade exata, razão pela qual está vendo se êle mesmo consegue fabricar o azul.

Fonte: Biblioteca Digital. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/hdb/periodico.aspx>>. Acesso em: 13 de jul. 2018.

O Bolo do IV Centenário foi tão grandioso que precisou ser segurado pela Companhia Continental de Seguros, conforme imagem a seguir (Figura 22). Na notícia, também temos informações sobre a maquete do bolo, que presumo ter se queimado no incidente que envolveu a loja da Confeitaria da Rua 28 de Setembro, em Vila Isabel.

Figura 22 - Jornal do Brasil 17 de fevereiro de 1965.

**Bôlo do IV Centenário
segurado em 20 milhões**

Durante um mês, a contar do início de sua panificação, o Bôlo do IV Centenário estará segurado em Cr\$ 20 milhões, pela Companhia Continental de Seguros. A maquete em côres do bôlo, que se encontrava em exposição na Confeitaria Gerbô, em Copacabana, será transportada esta semana para outra confeitaria da mesma firma, na Rua 28 de Setembro.

Fonte: Biblioteca Digital. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/hdb/periodico.aspx>>. Acesso em: 13 de jul. 2018.

É possível visualizar a dimensão do bolo construído na (Figura 23), retirada do álbum de fotografias da família Kovacs. Durante minha infância, eu sempre folheava esse álbum, como forma de me conectar aos meus antepassados, que não pude conhecer. Esse álbum de fotografias era um portal que me levava aos labirintos de memórias desconhecidas, experienciados por outros que não podiam mais falar a não ser por essas fotos. As marcas de canetas são minhas brincadeiras de criança ou talvez uma tentativa de também deixar uma parte de mim naquele registro. Para mim, esse álbum de fotografias era um instrumento de mediação entre mundos distintos que ligava e desligava o visível e o invisível. Gaston Bachelard (1993) em *A poética do espaço* diz que “o minúsculo, porta estreita por excelência, abre um mundo. O pormenor de uma coisa pode ser o signo de um mundo novo, de um mundo que, como todos os mundos, contém os atributos da grandeza” (p. 164). Por muitas vezes, olhei esse bolo e o via grandioso, mas não sabia o porquê de sua existência. O mundo novo me foi revelado quando acessei os fragmentos recortados do Jornal do Brasil, descrevendo as características de construção desse, até então, misterioso objeto.

Figura 23 - Bolo do IV Centenário da Cidade do Rio de Janeiro.



Fonte: Álbum de fotografias da família Kovacs. s/d.

Assim, o diálogo que a análise empreendida criou entre as notícias e as imagens apresentadas nesta seção mobiliza o *status* e a importância sociocultural que a confeitaria húngara tinha na vida social de alguns de seus contemporâneos residentes da cidade do Rio de Janeiro. Memórias que, além de afetivas, familiares e pessoais, conformam lembranças relativas à centralidade histórica e cultural desse espaço social para os moradores da cidade. As narrativas dos clientes da Confeitaria, representados pelos participantes desta pesquisa, constroem, no discurso, a Gerbô como um lugar de distinção, espaço de sociabilidade e de privilégio acessível apenas àqueles que compartilhavam de determinado capital financeiro, simbólico e cultural. Comer os doces da Confeitaria, nas histórias narradas, era um privilégio que os narradores rememoram avidamente em suas histórias. Esta característica também será analisada na próxima seção.

4.3 “Quando recebi o primeiro salário (...) matei a minha vontade de anos: comprei uma tortinha de caramelo e um *palmier*”: a construção discursiva de um espaço social de privilégios

As narrativas escritas, como já mencionado, também integram o corpus desta investigação. Elas foram captadas de duas formas: por meio de buscas online em blogs e jornais e também por meio da divulgação desta pesquisa pelo Jornal O Globo (no caderno de bairros Tijuca). A partir desse corpus, nesta seção procuro apresentar histórias que apresentam discursivamente a Gerbô como um lugar de distinção, um espaço social de privilégios. As narrativas destas análises articulam marcos biográficos importantes de seus narradores com a memória da Confeitaria Gerbô. Os participantes narram essas passagens, como a da infância para a vida adulta, por meio de construções discursivas que ajudam a legitimar suas identidades.

Para analisar as histórias narradas e sua relação com a memória dos clientes da Gerbô, trago as considerações de Erickson (2004) ao introduzir o conceito de *habitus*, de Pierre Bourdieu. Partindo da argumentação de que atores sociais são ativos, que estabelecem ações estratégicas, orientadas a determinados fins, mas também intuitivas, sem necessariamente estarem cientes dos mesmos, o *habitus* funcionaria como uma espécie de “senso do jogo”, intuitivo, que guiaria as condutas em atividades recorrentes (ERICKSON, p. 121). Esse sistema de disposições sociais adquiridas, corporificadas em valores e normas que afetam a forma do indivíduo de

perceber, pensar e agir, representariam a “história incorporada, internalizada como uma segunda natureza e, assim, esquecida enquanto história – é a presença ativa do passado inteiro do qual é produto”. (BOURDIEU, 1990, p. 56)

Também o linguista e antropólogo americano William Hanks comenta a pertinência do *habitus* no âmbito dos estudos da linguagem. Esses hábitos mentais e sociais, que regulam ações, contemplam os modos rotineiros de falar e de interpretar o discurso e também os hábitos mentais implícitos no modo convencionalizado de atuar no mundo por meio da linguagem. Assim, para o presente trabalho, entendemos o *habitus* em sua dimensão coletiva, que de alguma maneira circunscreve, apesar de não determinar, as formas situadas de agir de determinado grupo, em conexão com sua memória.

A Confeitaria Gerbô integra uma memória compartilhada por esses grupos sociais e estes, como já mencionado, atribuem ao local um valor simbólico social que mobiliza determinado *habitus*, disposições compartilhadas por esses grupos, que aponta para a Confeitaria como um espaço social de privilégio. Portanto, é esperado que, nas narrativas estudadas, os participantes se posicionem discursivamente como tal. Nas análises, a questão socioeconômica e cultural de seus atores são indexicalizadas: seja como forma de pertencimento ao grupo, seja como forma de justificar o não pertencimento. A memória coletiva sobre o que seria uma confeitaria e o público a que ela atende permeiam o discurso dos participantes, que atualizam esses traços culturais e sociais.

Riessman (2008) aponta para as funções da narrativa tanto para indivíduos quando para grupos; os indivíduos utilizam a narrativa para, entre outras funções, lembrar, argumentar, entreter, persuadir e induzir sua audiência; os grupos, além dessas funções, podem usar suas narrativas para mobilizar e fomentar um sentimento de pertencimento.

Desde a publicação da matéria do Jornal O Globo, em 2019, tenho recebido, por e-mail, algumas histórias. Dentre elas, a narrativa que transcrevo a seguir:

Estudei no Instituto de Educação³¹, na Mariz e Barros, durante sete anos. Na cantina vendia doces da Gerbô. Na hora do recreio o local enchia de alunas

³¹ O Instituto Superior de Educação do Rio de Janeiro (Iserj) foi fundado em 1876 e é uma tradicional instituição de ensino superior pública estadual. Mantida pela Fundação de Apoio à Escola Técnica (FAETEC), é voltada para a Educação Básica (Colégio de Aplicação - CAp-Iserj) e para a Educação Superior, sendo referência no Estado do Rio de Janeiro no campo de formação de Professores. Disponível em: <<http://www.iserj.net/ensinosuperior/index.php/pt/institucional-pt-br/historia-pt-br>>. Acesso em: 25 de jan. de 2020 às 18:15.

comprando e comendo aqueles doces maravilhosos. Só que eu não tinha dinheiro para comprar e eu ficava olhando. Em 1962 me formei em professora. A primeira escola que fui lecionar foi F.J. Oliveira Viana, em Brás de Pina. Quando recebi o primeiro salário, eles iam pagar na própria escola, coloquei o envelope na bolsa e fui direto à loja na Rua Afonso Pena e matei a minha vontade de anos: comprei uma tortinha de caramelo e um *palmier*. A partir desse dia sempre que passava numa Gerbô entrava e comia um doce, de preferência, tortinha de caramelo. Fiquei triste quando a Gerbô fechou. Que saudades!!!!!!!. (Martha Rocha, via e-mail em 29 de setembro de 2019)

Na narrativa, Martha Rocha nos descreve os obstáculos que precisou enfrentar quando jovem para finalmente comer os doces que tanto desejava. Primeiro, a dificuldade econômica (“só que eu não tinha dinheiro para comprar e ficava olhando”), depois o desafio da distância entre a sua localização (Brás de Pina) e a localização da confeitaria (Tijuca), onde, por fim, pode comprar os doces que desejava (“uma tortinha de caramelo e um *palmier*”). De acordo com Appadurai (2008), em *A vida social das coisas*, “a política (no sentido mais amplo de relações, suposições e disputas relativas ao poder) é o que vincula valor e troca na vida social da mercadoria” (p. 78). Nesse ensaio, partindo da visão de Simmel (1978), de que a troca é a fonte do valor e não o contrário, o autor procura apresentar o argumento de que as mercadorias, assim como as pessoas, têm uma vida social. Para Appadurai, as mercadorias são compreendidas como resultado de um processo, em que há a atribuição de valor às coisas. Esse processo não é reduzido a razões econômicas, pois envolveria dimensões históricas e políticas, pois a mercantilização depende de uma “complexa interseção de fatores temporais, culturais e sociais” (p. 30). Assim, as mercadorias, os sujeitos e os contextos nos quais estes estão inseridos, influenciam diretamente no valor atribuído aos objetos.

Nesse sentido, o autor trabalha com a noção de regimes de valor, que trata de compreender “os modos como desejo e demanda, sacrifício recíproco e poder interagem para criar valor econômico em situações sociais específicas” (p. 16). Na narrativa, a construção discursiva da identidade da narradora, Martha Rocha, indexicaliza a imagem de uma menina com poucos recursos econômicos que, por meio de seus esforços e estudos, consegue realizar um desejo antigo de infância cuja falta de dinheiro a impossibilitava de concretizar: comer os doces da Confeitaria Gerbô. Nós “chamamos de valiosos aqueles objetos que opõem resistência a nosso desejo de possuí-los” (SIMMEL, 1978, p.67 apud APPADURAI, 2008, p. 15), portanto, a dificuldade de aquisição e o sacrifício que é feito em troca para obter aqueles doces

tão desejados, contribui para a valorização da mercadoria. Na história, a narradora alinha a Gerbô como um local pleno de objetos de desejo acalentados por toda a juventude. Eles só são finalmente degustados, realizando, assim, a sua vontade de infância, anos depois, quando recebe o seu primeiro salário, já adulta. A escassez econômica, enfrentada no início da vida da narradora, contribui para a valorização do objeto adquirido e estabelece um vínculo entre o ambiente social da mercadoria, a Confeitaria Gerbô, e o estado simbólico alcançado por meio da compra. Percebe-se, então, que a atribuição de valor vai além de critérios estabelecidos economicamente, pois quando observamos o processo de circulação de uma mercadoria, como os doces da Gerbô, compreende-se a história acumulada na trajetória desses objetos, e, assim, depreendemos o contexto macrossocial de sua circulação.

Ao contrário dos relatos transcritos e analisados anteriormente neste estudo, em que a Gerbô esteve presente nos momentos familiares da infância dos narradores, dessa vez, a Confeitaria retorna ao presente de Martha somente em sua maturidade, após a sua formatura como professora e seu primeiro emprego lecionando. Nessa história, a Confeitaria é alçada à marca da passagem da infância para a vida adulta de Martha Rocha pois quando ela passa a ter seu próprio dinheiro (sugerindo independência financeira), escolhe gastá-lo com os doces da Confeitaria, os quais “não tinha dinheiro para comprar” quando criança. Um doce com sabor de nostalgia, pois a representação desse objeto para Martha era o seu desejo de pertencer ao grupo de alunas que comiam “aqueles doces maravilhosos”. É possível dizer, então, que degustar os doces adquiridos por meio do seu próprio poder aquisitivo e sacrifício validavam o seu triunfo como uma pessoa adulta determinada.

Linde (1993 *apud* BASTOS, 2005) diz que as narrativas devem ter ao menos duas características: apresentar um ponto sobre o falante e ser reportável. A primeira característica aponta para o fato de que a narrativa deve apresentar alguma informação sobre o caráter do narrador, sobre o tipo de pessoa que o narrador é, permitindo-nos identificar o porquê de o narrador estar contando aquela estória e qual a sua atitude em relação a ela. Elas apontam para alguma informação sobre quem é esse narrador, seu caráter e seu status social, por exemplo. O sujeito que narra sente-se confortável para contar essa estória, como se ela fosse integradora de sua marca única, que o distingue dos demais. No caso de Martha Rocha, ela se posiciona discursivamente como uma adulta bem-sucedida e autossuficiente que, pelo esforço

do seu próprio trabalho, foi capaz de adquirir os doces que a sua condição familiar não permitira.

A segunda característica, de acordo com Linde, se refere não apenas ao fato de a narrativa ser suficientemente extraordinária ou inusitada para ser contada, mas também de ter uma reportabilidade estendida. De acordo com a autora, algumas narrativas são contáveis por mais tempo do que outras, e o motivo de serem tantas vezes contadas é por remeterem a marcos biográficos como escolha profissional, casamentos, divórcios, conversão religiosa, doenças graves e, como na narrativa de Martha, à ascensão social. A Gerbô integra um marco biográfico importante em sua história, a passagem de uma infância de dificuldades econômicas à vida adulta de maiores possibilidades financeiras e interpretamos que talvez esse seja o motivo de a narradora ter feito questão de redigir esse relato que recebi por e-mail. Portanto, essas características tornam a narrativa sobre a Confeitaria longeva e com uma reportabilidade estendida.

Além das narrativas enviadas, ao investigar a Confeitaria Gerbô na internet por meio da ferramenta de buscas do Google, encontrei um blog que relatava uma história sobre a Confeitaria. Na caixa de comentários sobre essa postagem, encontrei a seguinte história pessoal de uma leitora:

[...] morei na Tijuca entre 1974 – 1975. Estudava no Colégio Batista Americana na José Higino. A grana sempre curta era toda gasta da (*sic*) Gerbô. Meu doce preferido era o éclair de chocolate. As tortas também eram deliciosas. Ótimas recordações.³²

Ao analisar essa narrativa, depreende-se que o tempo da história se passa em sua infância ou adolescência (entre 1974 e 1975); portanto, estamos diante de uma memória de infância. Além da data citada pela narradora, isso foi possível concluir por meio da informação sobre o colégio de ensino básico onde a leitora estudou (Colégio Batista Americana, na rua José Higino). Ao trazer o nome do colégio que frequentara (Batista Americana, na rua José Higino), a narradora se constrói, no tempo da narrativa, como aluna de uma escola frequentada pela classe média-alta do bairro, sendo uma das referências de ensino privado da região. No entanto, há uma quebra de expectativa no leitor quando ela explicita a falta de dinheiro de seus tutores (“grana

³² Disponível *online* em <<http://olharnomade.blogspot.com/2009/06/nelidas-chantilly.html>>. Acesso em 15/05/2020 às 18h00m.

sempre curta”). Assim, somos levados a refletir sobre as questões socioculturais subsequentes à ação “a grana sempre curta era toda gasta na Gerbô”, entendendo que, aos sujeitos que consumiam doces da Confeitaria, era conferido prestígio. São atribuídos e ratificados valores sociais: indivíduos de classe média-alta, brancos, ocidentais e moradores de bairros mais nobres da cidade do Rio de Janeiro. Essa simbologia, além de conformar um determinado repertório sociocultural naquele contexto, parece constituir um hábito familiar compartilhado pelas famílias daquela região, o que resultava em “ótimas recordações”.

Até aqui, analisei narrativas, notícias e fotografias a fim de investigar quais valores simbólicos os clientes contemporâneos da Gerbô lhe atribuem por meio de suas memórias e de que forma estas chancelam tanto uma ideia de pertencimento social e cultural à elite carioca quanto constroem afetos e circunscrevem redes de sociabilidade para esse grupo na cidade do Rio de Janeiro. A identidade da Confeitaria Gerbô foi sendo construída por meio das memórias de seus consumidores e, por meio desse olhar, pretendi compreender o que ela representava para seus contemporâneos e como estes podem fazer emergir, por meio de suas narrativas, o contexto sociocultural da cidade no momento de construção dessas memórias.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste trabalho, busquei cumprir com meu objetivo de analisar as memórias e as configurações identitárias de clientes contemporâneos da Confeitaria Gerbô. Para isso, utilizei a metodologia interpretativa para análise de dados, de caráter qualitativo e de corpus misto, constituído por interações com antigos clientes por meio da ferramenta WhatsApp; narrativas escritas recebidas via e-mail após a divulgação desta pesquisa no Jornal O Globo (caderno de bairros Tijuca); pesquisa digital realizada em diferentes plataformas (como a Biblioteca Nacional Digital, blogs, jornais) e imagens (fotografias da família Kovacs e também anúncios e propagandas oriundos da pesquisa digital).

A partir da investigação e posterior organização da corpora, notei que, para situar este objeto de pesquisa e as análises empreendidas em uma relação sócio-histórica com o macro contexto em que está inserido, seria necessário estabelecer uma relação intertextual entre os textos encontrados. Assim, articulei as narrativas de consumidores da Confeitaria aos registros documentais a fim de criar uma rede de significados complementares que não seria possível de exame se cada tipo de texto fosse estudado isoladamente. Esse ponto foi abordado no Capítulo 2, no qual explico tanto a metodologia adotada quanto a descrição de cada corpus que compõe esta pesquisa.

A memória da Gerbô se confunde com a minha história e da minha família a qual abordei quando dei início ao projeto, explicando as minhas motivações e o desejo de enveredar pelos caminhos dessas memórias. Como o fim da Confeitaria foi um capítulo doloroso para a família Kovacs, essas memórias acionam afetos de descontentamento, dor e desagregação, pois além do prejuízo financeiro, houve também a perda do vínculo institucional e do prestígio que essa instituição agregava aos seus fundadores e trabalhadores. Assim, por uma questão ética, explico, na Introdução deste trabalho, o meu posicionamento de construir as memórias da Gerbô por meio de seus antigos clientes, evitando pesquisar as memórias da minha própria família a fim de poupar possíveis sofrimentos.

A investigação social empreendida nesta pesquisa utiliza como recorte a Confeitaria Gerbô, partindo do método de pesquisa historiográfico da micro-história (GIOVANNI, 2011), que busca reduzir a escala de observação, analisando o microcosmo da vida social. O meu interesse nunca foi de apenas realizar um

levantamento historiográfico e documental do que era a Gerbô. Pretendi observar os costumes de vida e as trajetórias de determinados indivíduos e grupos para interpretar quais práticas sociais resultariam dessa análise, o que amplia a discussão para aspectos como memória, discurso, identidades e narrativas. Os pequenos acontecimentos cotidianos também constroem a vida social do todo e a macro-história resultante desse processo

A partir dessa definição, procurei apresentar a Confeitaria Gerbô como um objeto de pesquisa aderente ao campo da Memória Social, que teve o aporte dos conceitos de identidades e narrativas, consoantes aos fundamentos e ferramentas teóricas da Sociolinguística Interacional para a análise do discurso. No âmbito da memória social, a concepção de memória como uma construção é central para este estudo, pois de acordo com Gondar (2016, p. 17), “o conceito de memória, produzido no presente, é uma maneira de pensar o passado em função do futuro que se almeja”. Dessa forma, além de recordar o passado, a concepção coletiva (HALBWACHS, 2004) e social da memória está relacionada ao futuro à medida que, ao escolher o que se quer interrogar e conservar, há uma aposta quanto ao porvir. Isso pode ser observado durante a análise das narrativas de antigos clientes, por meio dos posicionamentos discursivo que adotavam ao acionar as suas memórias (esposa, filha, irmã, estudante, pertencente a uma classe social mais abastada...). Portanto, ao narrar suas experiências sobre a Confeitaria Gerbô, os participantes se envolvem em um processo constante de reconstrução do seu próprio discurso, das suas experiências e das suas identidades.

A análise do discurso, por meio da vertente da sociolinguística interacional, forneceu ferramentas para a análise das narrativas, a partir do entendimento da linguagem enquanto ação no mundo, por meio da qual sentidos são negociados e transformados localmente, durante a dinamicidade do evento interativo. No Capítulo 2, Seção 2.2.1, apresento esses estudos, principalmente, de Goffman (1964; 1979) e Gumperz (1982) fundamentais para este trabalho, pois nos possibilitou entender a linguagem em uso, em seu contexto situado, em que os sentidos são negociados entre os atores, sem desconsiderar o contexto maior, sócio-histórico, que informa essas práticas. Durante a análise – apresentada principalmente nos Capítulos 3 e 4 - também utilizei e retomei diversos conceitos abordados no Capítulo 2 (*Footing*, GOFFMAN, [1979]2002; *Inferência*, GUMPERZ, 1982 e RAMPTON, 2007; *Discursos e discursos*, GEE, 1999), além de apresentar outros estudos (*Análise da conversa*,

HUTCHBY & WOUFFITT, 1988; *habitus*, ERICKSON, 2004; HANKS, 2008) relevantes para a análise da corpora.

A análise do corpus deste trabalho também foi fundamentada no conceito de narrativas de experiências pessoais. A análise das narrativas (BASTOS, 2005; BIAR & BASTOS, 2015; DE FINNA, 2019; LOPES, 2001; MISLHER, 2002; RIESSMAN, 2008) fornece dispositivos analíticos importantes que apontam práticas do grupo social pesquisado, bem como ações individuais permeadas pela memória social. Ela nos auxiliou a compreender como os indivíduos em interação “coconstroem tanto suas identidades quanto a ordem social que os cerca”. (BASTOS, 2005, p. 75). A partir disso, foi possível observar que o papel social da Confeitaria Gerbô extrapolava a fabricação de doces e salgados, pois, para seus consumidores, havia um entendimento e uma espécie de contrato social implícito que atribuía sentido às práticas performadas por eles; portanto, os valores simbólicos que subjazem essa relação de mercado atravessam afetos e identidades. Estas são construídas e transformadas durante o processo dinâmico de contar uma história, em que reinterpretamos os outros e a nós mesmos “numa rede de relações sociais, crenças e valores; ou seja, estamos construindo identidade.” (BASTOS, 2005, p. 81). O aporte teórico sobre as narrativas foi abordado no Capítulo 2, seção 2.2.2, além de permearem todo texto desta pesquisa.

Por meio do aporte teórico e da análise empreendida identifiquei construções discursivas que atribuem à Confeitaria o valor de um lugar afetivo e familiar de grande centralidade na vida de muitos de seus contemporâneos; lugar este que conferia prestígio e uma espécie de distinção social a quem o frequentava. Isso me direcionou a organizar a análise do corpus em dois capítulos, divididos por blocos temáticos. O Capítulo 3 voltou-se para a experiência do afeto e de que forma os clientes participantes da pesquisa, por meio de suas memórias de infância, constroem a Confeitaria Gerbô como um lugar afetivo e familiar. Esse capítulo foi dividido em duas seções: a centralidade afetiva e memória familiar e de infância. Na primeira, seção 3.1, procurei demonstrar o lugar de centralidade afetiva positiva que os antigos clientes da Gerbô atribuem à confeitaria húngara. As histórias apresentadas sugerem a relevância das memórias da Confeitaria para a vida de seus narradores, pois, segundo as narrativas, essas memórias integram marcos biográficos importantes em suas histórias. Na segunda, 3.2, analiso a relação dos narradores com o espaço físico, as mercadorias comercializadas e suas respectivas memórias. As histórias apontam

para a construção de memórias afetivas relacionadas às experiências familiares e de infância. Sob a perspectiva de Halbwachs (2004), observei como as memórias dos participantes são acionadas a partir das interações sociais que estes promoviam com seus entes queridos. Além disso, as narrativas dessa seção expandem a relação comercial que a Gerbô procurava estabelecer com seus clientes, funcionando não apenas como uma loja de doces e salgados artesanais, onde era possível comprar e também ser servido, mas também como um serviço *buffet*, o qual levava suas mercadorias até as casas e as festas de seus contemporâneos.

No Capítulo 4, segundo bloco temático, procurei compreender como a Gerbô é posicionada discursivamente em uma rede de sociabilidade que aponta para a construção de identidades, práticas e costumes na cidade do Rio de Janeiro. Minhas análises sugerem que, por meio do discurso, os narradores das memórias da Gerbô indiciam um pertencimento à determinado grupo na cidade do Rio de Janeiro. Memórias que, além de afetivas, familiares e pessoais, conformam lembranças relativas à centralidade histórica e cultural desse espaço social para os moradores da cidade. Também observei que as mercadorias fabricadas pela Confeitaria não eram de acesso a todos (devido ao seu alto valor econômico), e ter um bolo ou doce da Gerbô presente em seus momentos comemorativos indexicaliza, aponta, um pertencimento a uma matriz sociocultural que insere o cliente no que comumente associamos a uma elite carioca, a qual elege determinados símbolos como garantidores e mantenedores de *status* social e são esses símbolos que abordo nas três seções que integram esse capítulo.

Na primeira, 4.1 (Belle Époque carioca), contextualizei social e historicamente os costumes e práticas celebrados pelos participantes da pesquisa, objetivando compreender o motivo que levava seus antigos clientes a identificarem as memórias da Gerbô como um espaço de distinção e privilégio - que acreditei estar relacionado a outros fatores além dos preços de suas mercadorias (APPADURAI, 2008). Apesar de se tratar de uma confeitaria húngara, o nome (Gerbô), a estética (exemplificada em seu logotipo) e o cardápio (com inúmeros doces franceses) associam-se aos costumes da França, assimilados pela intitulada elite carioca durante o período da Belle Époque, que exaltava o modo de viver “europeizado” e atribuía a ele o único modelo de civilização moderna e sofisticada. As confeitarias são estabelecimentos comerciais oriundos dessa época, o que explica a atribuição de significados e memórias que se alinham à ideia de privilégio, sofisticação e requinte a esses

espaços. Além disso, a fundação da Gerbô no bairro Tijuca, onde residiam inúmeras famílias francesas, pioneiras no cultivo de café no país, contribuiu para a disseminação e posterior manutenção desses símbolos do modo de viver francês. Na seção 4.2 (O Bolo do IV Centenário), apresento um marco na história da Gerbô que contribui para a construção de uma imagem associada à grandeza e ao prestígio que a Confeitaria convoca em seus antigos clientes: a fabricação do Bolo do IV Centenário. Além de apresentar centralidade afetiva na vida de seus narradores, nesse bloco temático apresento um episódio que evidencia a centralidade histórica e cultural que a Confeitaria protagoniza na história do Rio de Janeiro. Assim, procurei analisar o micro (as narrativas pessoais) para se alcançar o macro (práticas sociais na cidade do Rio de Janeiro).

Na última seção do Capítulo 4, 4.3 (a construção discursiva de um espaço social de privilégios), analisei histórias em que as narradoras posicionam discursivamente a Gerbô como um lugar de distinção, de sociabilidade e de privilégio acessível apenas àqueles que compartilhavam de determinado capital financeiro, simbólico e cultural. Essa conclusão só foi possível a partir da análise do corpus exposto nas duas seções anteriores, que possibilitou o entendimento sociocultural amplo do que a Confeitaria poderia simbolizar para os participantes da pesquisa. Comer os doces da Confeitaria, nas histórias narradas, era um privilégio que os narradores rememoram avidamente em suas histórias. Essas narrativas articulam marcos biográficos importantes com a memória da Confeitaria Gerbô. Os participantes narram essas passagens, como a da infância para a vida adulta, por meio de construções discursivas que ajudam a legitimar suas identidades.

Assim, a análise do corpus dessa pesquisa foi construída a partir do entendimento da relação dos participantes com esse lugar, a Confeitaria Gerbô, e, também, quais memórias são acionadas por meio das narrativas contadas. Acredito que cumpri com o meu objetivo de investigar quais valores simbólicos os clientes contemporâneos da Confeitaria Gerbô atribuem a ela por meio de suas memórias e de que forma essas memórias chancelam tanto uma ideia de pertencimento social e cultural à elite carioca quanto constroem afetos e circunscrevem redes de sociabilidade de vida para esse grupo na cidade do Rio de Janeiro.

Durante esta pesquisa também precisei confrontar e reconstruir as minhas memórias sobre a história da Gerbô. Iniciei o projeto usando as lentes do meu núcleo familiar, que se referia à Gerbô somente como Fábrica e vilanizava a outra parte da

família, que teria “desaparecido do mapa”. A introdução deste trabalho foi o último texto a ser reescrito e se revisitada em outras versões, apresenta uma história que dicotomiza a minha relação familiar: de um lado, os bons e prejudicados, e de outro, os maus e beneficiados. No entanto, quanto mais estudava sobre a memória social e também sobre a importância de uma instituição para a construção de identidades mais eu compreendia o quão doloroso foi o abrupto fechamento da Fábrica/Confeitaria para todos os envolvidos. Da cozinha ao balcão, da fábrica às casas: todos foram afetados. Portanto, essa dualidade foi se desconstruindo à medida que a minha escrita avançava e noto que durante esse processo reescrevi também a minha própria história. A pesquisadora que iniciou esta pesquisa já não é a mesma que agora escreve essa conclusão – e certamente, já não será a mesma no porvir.

Nesse sentido, desejo concluir esse trabalho atestando que as pesquisas que envolvem o gênero narrativo se constituem em um rico solo para pesquisas acadêmicas. Também incentivo a empreitada da pesquisa de memórias familiares e de histórias de vida pessoais para a compreensão de aspectos específicos de uma sociedade mais ampla, que extrapolam a individualidade do pesquisador. A Confeitaria Gerbô, fundada no Rio de Janeiro em 1944, teve suas portas fechadas em 1999. Entretanto, a data de encerramento apenas suspendeu as suas atividades comerciais pois as memórias da Confeitaria são constantemente atualizadas e recriadas no presente por meio de seus antigos clientes, que entrelaçam as suas histórias de vida aos acontecimentos experienciados por meio da Gerbô. Para mim, a Fábrica e Confeitaria apresenta-se como uma memória de resistência, oriunda da migração da família Kovacs, e com este trabalho procurei expandir esse legado para toda comunidade.

REFERÊNCIAS

- ALMANAQUE DA TV GLOBO. **Você sabia? Elizângela dividia o palco com o Capitão Furacão em 1966.** Disponível em: <<http://redeglobo.globo.com/novidades/infantil/noticia/2011/07/voce-sabia-elizangela-dividia-o-palco-com-o-capitao-furacao-em-1966.html>>. Acesso em: 15 de jan. de 2021.
- ALMEIDA, Ronaldo. Roteiro para o emprego de grupos focais. In: **Métodos de pesquisa em Ciências Sociais: Bloco qualitativo**. São Paulo: CEBRAP/SESC, 2016. p. 42-59.
- ANDRADE, Oswald de. **Manifesto Antropofágico**. Revista de Antropofagia, Ano I, No. I, maio de 1928.
- APPADURAI, Arjun. (Org.). **A Vida social das Cosias: as Mercadorias sob uma Perspectiva Cultural**. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2008.
- ARISTÓTELES. **Poética**. Fundação Calouste Gulbenkian: Lisboa, 2008.
- BAKER, C. "Ethnomethodological analysis of interviews". In: GUBRIUM, J.; HOLSTEIN, J. (orgs.). **The handbook of interview research**. Thousand Oaks: SAGE, p. 777-795, 2001.
- BARROS, José D'Assunção. **Sobre a feitura da micro-história**. OPSIS, Vol. 7, nº9, jul-dez 2007 (pp.167-185).
- BASTOS, Liliana C. **Contando estórias em contextos espontâneos – uma introdução aos estudos da narrativa**. Calidoscópico, vol 3, n.2, p. 74-81, 2005.
- BELLUZZO, Rosa. **Machado de Assis: relíquias culinárias**. São Paulo: Editora Unesp, 2010a. _____. **Nem garfo nem faca: à mesa com os cronistas e viajantes**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010b.
- BENJAMIN, W. "O narrador. Considerações sobre a obra de Nikolai Leskov". In: _____. **Magia e técnica, arte e política**. Obras escolhidas. São Paulo: Brasiliense, 1987. p. 197-221.
- BERGSON, Henri. L'Énergie spirituelle. In: **Oeuvres**. Paris: Édition du Centenaire, P.U.F., 1959.
- _____. L'Évolution spirituelle. In: **Oeuvres**. Paris: Édition du Centenaire, P.U.F., 1959. [A evolução criadora. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.]
- _____. **Matéria e Memória**. São Paulo: Martins Fontes, 1988.
- BIANCHI, Vaner Silvia Soler. **Entre o café e a prosa: memórias da Confeitaria Colombo no século XX**. São Paulo: Terceira Margem, 2008.

BIAR, Liana. & BASTOS, Liliana. C. **Análise de narrativa e práticas de entendimento da vida social**. DELTA – Documentação e Estudos em Linguística Teórica e Aplicada, v. 31, 2015 (no prelo).

BOSI, Ecléa. **Memória e Sociedade. Lembranças de velhos**. São Paulo: EDUSP, 1987, v. 1.

BOURDIEU, Pierre. **The logic of practice**. Cambridge: Polity Press, 1990.

CAPELA, Nelida. **Nelida's Chantilly**. Olhar Nômade, 2009. Disponível online em <http://olharnomade.blogspot.com/2009/06/nelidas-chantilly.html>. Acesso em 15/05/2020 às 18h00m.

CASA CAVÉ. **História**. Disponível em: <<https://www.casacave.com.br/historia.htm>>. Acesso em 4 de dez. de 2020.

DE FINA, Anna; GEORGAKOPOULOU, Alexandra (eds). **The handbook of narrative analysis**. Wiley Blackwell, UK, 2019.

DENZIN, N. K. The practices and politics of interpretation. In: DENZIN, N.K; LINCOLN, Y. S. **Handbook of qualitative research**. 2 ed. Thousand Oaks, CA: Sage. p. 897-922.

ERICKSON, Frederick. **Talk and social theory**. Cambridge: Polity, 2004.

FABRÍCIO, Branca Falabella & MOITA LOPES, Luiz Paulo da. “Discursos e Vertigens: Identidades em xeque em narrativas contemporâneas”. **Veredas – Revista de Estudos Linguísticos**, V.6, n.2, 2004, p.11-29.

FERREIRA, Lucia M. A. As práticas discursivas e os (im)previsíveis caminhos da memória. In: GONDAR, Jô; DODEBEI, Vera. **O que é memória social**. Rio de Janeiro: Contra capa, 2005. p. 105-114.

FREUD, Sigmund (1896). **Carta 52 in a correspondência completa de Sigmund Freud para Wilhelm Fliess**. Rio de Janeiro: Imago Ed., 1986.

BACHELARD, G. **A poética do espaço**. São Paulo: Martins Fontes, 1993.

GEE, Jean Paul. **An introduction to discourse analysis**. London: Routledge, 1999.

GOLDENBERG, Eduardo. **A Tijuca em estado bruto IV**. Buteco do Edu, 2008. Disponível em: <<https://butecodoedu.wordpress.com/2008/09/22/a-tijuca-em-estado-bruto-iv/>>. Acesso em: 02 de jun. de 2020.

GOMES, Danilo. **Antigos cafés do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Kosmos Editora, 1989.

GONDAR, Jô. **Cinco proposições sobre memória social**. In: DODEBEI, V. e outros (ORG) Revista Morpheus, Edição Especial, V.9, N.15.2016. p. 19-40.

GUMPERZ, John J. “Convenções de Contextualização”. In: RIBEIRO, Branca Telles; GARCEZ, Pedro M. **Sociolinguística interacional**. São Paulo: Loyola, 2013 [1979], p. 149-182. p. 149-182.

GOFFMAN, Erving. A situação negligenciada. Tradução de Pedro M. Garcez. In: RIBEIRO, B. T.; GARCEZ, P. M. (Org.). **Sociolinguística interacional**. 2. ed. São Paulo: Loyola, 2002. p. 13-20. Tradução de: The neglected situation, 1964.

_____. **A representação do eu na vida cotidiana**. 14. ed. Petrópolis: Editora vozes, 2007 [1959] [1975, tradução portuguesa].

_____. Footing. Tradução de Beatriz Fontana. In: RIBEIRO, B. T.; GARCEZ, P. M. (Org.). **Sociolinguística interacional**. 2. ed. São Paulo: Loyola, 2002. p. 107-148. Tradução de: Footing, 1979.

_____. **Interactional ritual**. New York: Anchor Books, 1967.

HALBWACHS, Maurice. **Memória coletiva**. São Paulo: Revista dos tribunais LTDA, 1990.

_____. **La topographie légendaire des Évangiles en Terre Sainte** [1941]. Paris: Ed. Quadrige/PUF, 2008.

_____. Los marcos sociales de la memoria. Barcelona: Anthropos Editorial, 2004.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11 ed. São Paulo: DP&A, 2006.

HANKS, William. **A língua como prática social**. Das relações entre língua, cultura e sociedade a partir de Bourdieu e Bakhtin. Rio de Janeiro: Cortez, 2008.

Hutchby, I. and Wooffitt, R. 1998. **Conversation analysis: principles, practices and applications**, Cambridge, UK: Polity Press.

Hymes, D.H. (1974). Ways of speaking. In R. Bauman & J. Sherzer (Eds.), **Explorations in the ethnography of speaking** (pp. 433–452). Cambridge: Cambridge University Press, 1974.

IANNI, Octavio. **Teorias da globalização**. 9 ed. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2001.

ISERJ: O Instituto Superior de Educação do Rio de Janeiro. **História do ISERJ**. Disponível em: <<http://www.iserj.net/ensinosuperior/index.php/pt/institucional-pt-br/historia-pt-br>>. Acesso em: 25 de jan. de 2020 às 18:15.

KIBON. **Histórico Kibon**. Disponível em: <<https://www.kibon.com.br/walls-history.html>>. Acesso em 07 de jan. de 2021.

LABOV, W. The transformation of experience in narrative syntax. In: LABOV, W. **Language in the inner city**. Philadelphia: University of Philadelphia Press, 1972. p. 354-396.

LABOV, W.; WALETZKY, J. **Narrative Analysis**: oral versions of personal experience. In: HELM, J. (Org.). *Essays on the verbal and visual arts*. Seattle: University of Washington Press, 1967.

LAKOFF, G.; JOHNSON, M. **Metaphors we live by**. Chicago: The University of Chicago Press, 1980.

LAWLER, Steph. **Stories, memories, identities**. In: *Identity*. Cambridge, Polity Press, 2014.

LE GOFF, Jacques. Memória. In: _____. **História e Memória**. Campinas: Unicamp, 2003. p.422-476.

LINDE, Chalotte. **Working in the past. Narrative and institutional memory**. Oxford: Oxford Universtiy Press, 2009.

MACIEL Jr, Auterives. **O todo aberto: tempo de subjetividade em Henri Bergson**. Rio de Janeiro, UERJ, Departamento de filosofia, 1997, 156 fls. Mimeo. Dissertação de mestrado em filosofia.

MALLMANN, Marcela Cockell. Pelos becos e pela avenida da belle époque carioca. *Soletas*, Ano X, nº20, jul./dez.2020. São Gonçalo: UERJ, 2010.

MARIO, Pietro. “**Capitão Furacão seria um velho lobo do mar, que hoje, saudoso das suas atividades, gostaria muito de contar as suas histórias para as crianças**”. *Memória Globo*. 1966. Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/entretenimento/infantojuvenil/capitao-furacao/>>. Acesso em: 22 de dez. de 2020 às 18.26.

MISHLER, Eliott. Narrativa e identidade: a mão dupla do tempo. In: BASTOS, Liliana Cabral; LOPES, Luiz Paulo da Moita. **Identidades. Recortes multi e interdisciplinares**. Rio de Janeiro: Mercado das Letras, 2002. p. 97-121.
MOITA LOPES, Luis Paulo. Práticas narrativas como espaço de construção de identidades sociais: uma abordagem socioconstrutivista. In: **RIBEIRO, B.; LIMA, C.; DANTAS, M. T. (Org.) Narrativa, identidade e clínica**. Rio de Janeiro: Ed. IPUB-CUCA, 2001a.

MOSCA, Gaetano. A teoria da classe política dirigente. In: **História das doutrinas políticas – desde a antiguidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 1968.

MOTTA, Cezar Moura da. **Até a última página**: uma história do Jornal do Brasil. Rio de Janeiro: Objetiva, 2018.

NEEDELL, Jeffrey D. **Belle époque tropical: Sociedade e cultura de elite no Rio de Janeiro na virada do século**. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

NIETZSCHE, Friedrich. **A genealogia da moral**. São Paulo: Moraes, 1985.

NORA, Pierre. **Entre memória e história: a problemática dos lugares**. Projeto História, v. 10, 1993.

PARETO, Vilfredo. As elites e o uso da força na sociedade. In: Sociologia política. Org. Amaury de Souza. Rio de Janeiro: Zahar, 1966.

PINTO, Diana de Souza. **Análise do discurso, o uso de imagens e o campo da saúde**: aspectos teórico-metodológicos. **RECIIS**. Revista eletrônica de comunicação, informação e inovação em saúde (Edição em português. Online), Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, jun. 2011. p. 5-12.

_____. **A percepção da loucura**: análise do discurso de pacientes internadas numa Instituição Psiquiátrica. 1995. 163 f. Dissertação (Mestrado em Linguística) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1995.

POLLAK, Michael. Memória, esquecimento e silêncio. **Estudos Históricos**. Rio de Janeiro, v. 2, n.3, 1989, p. 3 - 15.

PROUST, Marcel. **No caminho de Swann**. Porto Alegre: Globo, 1981a.

_____. **À sombra das raparigas em flor**. Porto Alegre: Globo, 1981b.

RAMPTON, Ben. Interactional Sociolinguistics. **Working papers in urban language & literacies**, 2017 (in press).

RIBEIRO, Leila Beatriz; DODEBEI, Vera; ORRICO, E. G. D. Memórias afetivas: como lembrar e representar a informação. In: XVI ENANCIB 2015, 2015, João Pessoa. **XVI ENANCIB 2015**: informação, memória e patrimônio, do documento às redes. João Pessoa: Editora da UFPB, 2015. V. 1. P. 1-19.

RIESSMAN, Catherine. **Narrative analyses**. London, New Bury Park: SAGE Publications, 1993.

_____. **Narrative methods for the human sciences**. Sage, 2008.

RIBEIRO, Branca; PEREIRA, Maria das Graças. A noção de contexto na análise do discurso. **Revista Veredas**, vol 11, 2002. P. 49-68.

RIBEIRO, Branca Maria Telles. **Coherence in Psychotic Discourse**. Oxford: Oxford University Press, 1994.

RICOUER, P. **A metáfora viva**. São Paulo: Edições Loyola, 2000. Coleção leituras filosóficas.

ROLLEMBERG, Ana Tereza Vieira Machado. Entrevista de pesquisa: oportunidades de coconstrução de significados. In: BASTOS, Liliana Cabral; SANTOS, William Soares (Ed.). **A entrevista na pesquisa qualitativa**: perspectivas em análise da interação. Rio de Janeiro: Quartet: Faperj, 2013. p. 37-46.

ROSSI, P. Lembrar e esquecer. In: _____. **O passado, a memória, o esquecimento**. São Paulo: EdUNESP, p. 15-38, 2010.

ROUCHOU, Joëlle. **Noites de verão com cheiro de Jasmim**. Rio de Janeiro: FGV, 2008.

ROUCHOU, Joëlle. Memória do olfato: o cheiro do jasmim. In: VELLOSO, Monica Pimenta; ROUCHOU, Joëlle; OLIVEIRA, Claudia de (orgs). **Corpo: identidades, memórias e subjetividades**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009. p.117-128.

SACKS, H., SCHEGLOFF, E. A. e JEFFERSON, G. A simplest systematic for the organization of turn-taking for conversation. **Language**. Baltimore vol. 50, nº 4, 1974, pp. 696-735.

SANTOS, William Soares dos. Níveis de interpretação na entrevista de pesquisa interpretativa com narrativas. In: BASTOS, Liliana Cabral; SANTOS, William Soares (Ed.). **A entrevista na pesquisa qualitativa: perspectivas em análise da interação**. Rio de Janeiro: Quartet: Faperj, 2013. p. 21-35.

SEVCENKO, Nicolau. **Literatura como missão: tensões sociais e criação cultural na Primeira República**. 4. ed. São Paulo: Brasiliense, 1999.

SILVA, Caroline Rodrigues; ANDRADE, Daniela Negraes P.; OSTERMANN, Ana Cristina. **Análise da conversa: uma breve introdução**. ReVEL, vol. 7, n. 13, 2009. [www.revel.inf.br].

SILVERMAN, D. **Interpreting qualitative data. Methods for analyzing talk, text and interaction**. 2. ed. London: SAGE, 2001.

TRAJANO, José. "A rua mais doce da cidade". In: MOUTINHO, Marcelo; SIMAS, Luiz Antônio, org. **O meu lugar**. Rio de Janeiro: Mórula Editorial, 2015. n.p. 144.

Velloso, Monica Pimenta. **As tradições populares na Belle Époque carioca**. Rio de Janeiro: FUNARTE, 1987.

VERNANT, J-P. Aspectos míticos da memória. In: _____. **Mito e pensamento entre os gregos**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990. 107-131.

O acervo vivo da cidade na memória de octogenários. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/o-acervo-vivo-da-cidade-na-memoria-de-octogenarios-6238201>>. Acesso em: 20 de novembro de 2019.

ORRICO, E. G. D. **Binômio Linguística-Ciência da Informação: abordagem teórica para elaboração de metafiltro de recuperação da informação**. Tese de Doutorado em Ciência da Informação. UFRJ/ECO - CNPq/IBICT, Rio de Janeiro, 2001.

ANEXO A - CONVENÇÕES DE TRANSCRIÇÃO

Quadro 1: Convenções de transcrição

Símbolos	Significados
...	Pausa não medida
(5.0) (12.0)	Número entre parênteses representa pausa na fala superior a um segundo medida com cronômetro
-	Parada súbita
<u>sublinhado</u>	Ênfase
MAIÚSCULA	Fala em voz alta ou muita ênfase
<palavra>	Fala mais lenta
:	Alongamento de vogal

Fonte: Adaptado de Biar e Bastos (2015) e Ribeiro (1994).

APÊNDICE A - TRANSCRIÇÕES DAS ENTREVISTAS (WHATSAPP)

Entrevista 1

- 1 **Suzenne** Alguém aqui se lembra da confeitaria Gerbô? Quais lembranças têm sobre ela?
- 2 **Sérgio** <Antigamente> quando a gente ia servir uma torta em um
- 3 aniversário todo mundo dizia AH, é da Gerbô.

Entrevista 2

- 1 **Suzenne** Alguém aqui se lembra da confeitaria Gerbô? Quais lembranças têm sobre ela?
- 2 **Nilza** Eu me lembro mu:ito da Gerbô da Afonso Pena, eu ia muito lá
- 3 com meu pai e minha mãe... eu morava ali perto, na Professor
- 4 Gabizo, sabe.. pra comprar o mil-folhas, bombocado... ui chego até
- 5 a me arrepiar – BOMba Nós íamos sempre.. tinha um palmier
- 6 delicioso... ela foi depois para a Mariz e Barros, mas eu morei ali até
- 7 os meus 20 anos de idade então eu acompanhei bem a Gerbô.
- (5 segundos)
- 1 **Nilzia** Olha.. você me fez sentir agora o sabor da infância, tá

Entrevista 3

- 1 **Suzenne** Alguém aqui se lembra da confeitaria Gerbô? Quais lembranças têm sobre ela?
- 2 **Renata** Eu tenho muita saudade... Desde o tempo de garota que eu
- 3 estudava no Companhia de Maria, todos os lanches lá em casa eram
- 4 pela Gerbô. Tinha uns docinhos de amendoim em volta
- 5 com um creme em cima e uma cereja.. uma bolota vermelha, em

6 cima... os salgados eram da Gerbô. A Gerbô era ali na São Francisco
7 Xavier se não me engano, aí depois ela passou para a Santo Afonso,
8 e eu vivi muito, muito: a gente comprava muito na Gerbô e na
9 Colombo.. a minha infância foi toda com os doces e os salgados da
10 Gerbô. O carro trazia a encomenda aqui na Vila. Nos aniversários,
11 tudo. TUdo era na Gerbô. Uns doces maravilhosos, uns salgados
12 fantásticos. Eu fui criada com as coisas de lá, então...
13 depois ela passou em frente ao Senai na Mariz e Barros: é isso que
14 eu lembro, a minha infância foi feita toda lá, era tudo encomendado lá
15 ou na Colombo.

(12 segundos)

1 **Renata** Pensei que você fosse me avisar que a Gerbô ia voltar... já tava
2 dando pulos de alegria, cara.

APÊNDICE B - NARRATIVAS ESCRITAS (CAIXA DE E-MAIL MEMORIAGERBO@GMAIL.COM)

Narrativa 1

“Amava essa confeitaria. Lembro de um doce chamado *Palmier*. E uma torta que a cobertura era uma casquinha de caramelo. Minha mãe sempre comprava pra mim.”
(Clarice, 28 de setembro de 2019 às 07h09min)

Narrativa 2

“Estudei no Instituto de Educação, na Mariz e Barros, durante sete anos. Na cantina vendia doces da Gerbô. Na hora do recreio o local enchia de alunas comprando e comendo aqueles doces maravilhosos. Só que eu não tinha dinheiro para comprar e eu ficava olhando. Em 1962 me formei em professora. A primeira escola que fui lecionar foi F.J. Oliveira Viana, em Brás de Pina. Quando recebi o primeiro salário, eles iam pagar na própria escola, coloquei o envelope na bolsa e fui direto à loja na Rua Afonso Pena e matei a minha vontade de anos: comprei uma tortinha de caramelo e um *palmier*. A partir desse dia sempre que passava numa Gerbô entrava e comia um doce, de preferência, tortinha de caramelo. Fiquei triste quando a Gerbô fechou. Que saudades!!!!!!!”
(Martha Rocha, 29 de setembro de 2019 às 17h11min)

Narrativa 3

“Excelente matéria da reportagem da Revista Tijuca assinada pelo sempre lido Mauricio Peixoto. Muito gratificante lembrar a Gerbô. Única no gênero, na Tijuca. Era famosa por seu Strudel, o carro-chefe da casa, e tantos outros doces, bolos confeitados com esmero. Ah...seus folheados, sobressaindo o Mil-folhas, imperdíveis, como só os húngaros sabem fazer. Depois passou a ter alguns pratos, como galetos e complementos. Desfrutávamos do delicioso café da manhã, com sanduíches vários, sempre com a cortesia dos seus atendentes. Lamentável seu fechamento, em 1998.

Era parte da família tijuicana, localizada, estrategicamente, na esquina da Afonso Pena com a Mariz e Barros. Parabéns à Suzenne, certamente sua tese vai resgatar a memória desse ponto de encontro que tanto marcou época, como o preferido das famílias do bairro. Quisera retornasse, com esse sugestivo e inesquecível nome.”
(Madalena, 28 de setembro de 2019 às 11h00)

Resposta a Narrativa 3 – Parte 1

“Bom dia, Madalena!

Muito obrigada por escrever. Fiquei muito feliz com o seu depoimento!

Me trouxe informações novas, como os pratos que também eram servidos.

Estou desenvolvendo a pesquisa sobre a Gerbô com base nas histórias que os clientes têm sobre a confeitaria. Como meus tios e avô já faleceram, vou resgatar a memória por meio das pessoas que a conheceram.

Gostaria de saber se a senhora se interessaria em conversar comigo sobre a confeitaria. Seria uma entrevista curta e eu usaria o seu depoimento para construir a história da Gerbô no Rio de Janeiro - juntamente com as histórias de outros clientes.

Essa entrevista não precisaria ser feita agora, mas gostaria de entender a sua disponibilidade. Eu poderia encontrá-la em um lugar de sua escolha

Obrigada novamente por compartilhar comigo!”

Um abraço,

Suzenne Kovacs

(Suzenne, 02 de outubro de 2019 às 08h28)

Resposta a Narrativa 3 – Parte 2

“Cara Suzenne, muito me sensibilizou esse retorno ao meu e-mail. Obrigada pela atenção. Muito me marcou a Gerbô, onde ia com meu irmão, sentar no balcão para o café da manhã. Soube também que lá já havia o doce gelado, até então incomum. Será enorme prazer aceitar seu convite para conversarmos. Muito me honra a sua gentileza. Vamos combinar. Estou à sua inteira disposição. Dos dias 10 a 20 do corrente estarei fora. No mais, você pode agendar qualquer dia... Cordialmente, meu abraço carinhoso.”

(Madalena, 03 de outubro de 2019 às 12:39)

Narrativa 4

“Boa tarde, Suzenne,

Meu nome é Helena, tenho 62 anos e ótimas lembranças da confeitaria do seu avô. Quando saiu a matéria sobre a Gerbô no jornal, eu e três amigas havíamos conversado sobre os doces pouco dias antes. As boas lembranças são muitas. O dia da criança na minha casa era comemorado com os doces da Gerbô que meu pai comprava em uma lanchonete da Rua Euclides Faria em Ramos, que revendia os doces. As tortas com crocante de amendoim e cobertura de calda de caramelo eram as minhas preferidas. Todos no bairro adoravam!”

(Helena, 20 de outubro de 2019 às 12:31)