

AS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DOS “AUTOMÓVEIS BRASILEIROS” E DA COPA DO MUNDO NO CONTEXTO DOS “ANOS DOURADOS”

Felipe Jardim da Silva; Celso Pereira de Sá; Juliana Aieta Perez; Aline Passeri Dias; Renata Vetere; Ricardo Vieralves de Castro; Renato Cesar Möller

Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Contato: felipejardim@hotmail.com

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho faz parte do projeto de pesquisa “Análise psicossocial da memória histórica dos ‘Anos Dourados’: política, cultura e cotidiano”. O projeto teve origem no Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social da UERJ e foi depois apropriado também por outros grupos de pesquisa participantes do GT “Memória, Identidade e Representações Sociais” da ANPEPP. Nessa versão ampliada, o projeto se propõe a descrever e comparar as memórias coletivas construídas pelas populações contemporâneas do Rio de Janeiro, Vitória, Brasília, Belo Horizonte e Recife acerca do período histórico compreendido pela década de 1950 e que ficou conhecido como “Anos Dourados”.

A partir da conceituação da memória coletiva, por P. Jedlowski, como um conjunto de representações sociais sobre o passado, privilegia-se como fundamentação teórica do projeto a perspectiva psicossocial das representações sociais inaugurada por S. Moscovici e a abordagem estrutural que a complementa, desenvolvida por J-C Abric. Não obstante, outras contribuições ao estudo da memória social, oriundas da sociologia, da própria psicologia social, da história e da psicologia cognitiva naturalista, foram consideradas, nos termos da articulação previamente proposta por C. Sá, para a construção do objeto de pesquisa. Esta construção foi ainda informada pela circunstância de que presentemente se está comemorando o cinquentenário de importantes acontecimentos do período no Brasil: Governo JK, construção de Brasília, advento da Bossa Nova, implantação da indústria automobilística no país, conquista do primeiro campeonato mundial de futebol, além do permanente orgulho pela beleza da mulher brasileira.

Como convém à pesquisa da memória social numa perspectiva psicossocial, investigaram-se as fontes das quais mais provavelmente adviria a atualização das memórias do que aconteceu nos “anos 50” e os fez merecer o adjetivo “dourados”. Ainda como requisito da pesquisa psicossocial da memória, levou-se em conta o fato de que as populações atuais não são homogêneas e se diferenciam internamente segundo três importantes dimensões para a atualização das suas memórias: geracional, educacional e política. Nesse sentido, os sujeitos da pesquisa foram 450 habitantes de cada uma das cinco cidades estudadas, distribuídos pelas seguintes faixas etárias: idosos (65 a 85 anos), que viveram a juventude durante os anos 50; adultos (40 a 55 anos), que nasceram depois dos anos 50 ou ao seu final, mas podem ter ouvido ainda falar sobre eles no âmbito familiar; jovens (15 a 30 anos), que nasceram pelo menos 20 anos depois de concluída a década de 50 e que só devem conhecer os Anos Dourados através dos filtros da mídia. Além disso, em cada faixa etária, os sujeitos foram distribuídos igualmente por gênero e, em três partes, por nível de escolaridade (fundamental, médio e superior). A orientação política (esquerda, direita, sem definição) foi detectada por ocasião da coleta de dados. Concluindo, este trabalho consiste na primeira apresentação parcial dos resultados da pesquisa. Trata-se de uma comunicação parcial porque: (1) apresentam-se apenas os resultados proporcionados pela amostra do Rio de Janeiro; (2) somente são apresentados os resultados da população geral, ou seja, sem comparações críticas entre as gerações, os segmentos diferenciados de escolaridade e aqueles de distintas orientações políticas.

2. METODOLOGIA

A coleta dos dados do projeto “Análise psicossocial da memória histórica dos ‘Anos Dourados’: política, cultura e cotidiano” foi realizada através de um questionário, que englobava: (1) tarefas de evocação ou associação livre a três termos indutores pertinentes; (2) 24 perguntas fechadas e 16 perguntas abertas sobre as dimensões políticas e culturais que caracterizaram o período, bem como sobre aspectos da vida cotidiana de então; (3) informações sócio-demográficas sobre a amostra. No Rio de Janeiro, a aplicação do questionário foi feita a 450 moradores das diferentes zonas da cidade (norte, centro, sul e oeste), distribuídos igualmente entre os dois sexos, entre três distintas coortes geracionais (idosos, adultos e jovens) e entre três diferentes níveis de escolaridade (fundamental, médio e superior). Os dados foram analisados com o auxílio do *software* SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). A presente comunicação se refere aos resultados exibidos pela amostra global do Rio de Janeiro nas questões que se relacionavam com os temas “automóveis” e “futebol”. Trata-se de uma análise inicial dos resultados obtidos nas questões de número 33 a 39 do questionário.

3. RESULTADOS

3.1. AUTOMÓVEIS

Com o objetivo de averiguar o que os entrevistados recordavam sobre os automóveis dos “Anos Dourados”, perguntou-se quais eram as marcas ou modelos de automóveis que eles se lembravam de terem iniciado sua fabricação no Brasil nesse período. Nessa questão, os sujeitos recebiam um cartão de resposta com seis opções e podiam escolher quantas e quais quisessem. Foram dadas 912 respostas e o Fusca açambarcou 40,35% delas, ficando o DKW com 19,96%. Em seguida vieram: Gordini, 12,50%; Gurgel, 8,66%; Simca Chambord, 7,68%; Romi-Isetta, 7,02%; e 3,84% não se lembravam. Analisando essa mesma questão tendo por parâmetro o número de sujeitos em vez de o número de respostas, o domínio do Fusca torna-se incontestável. Ele foi citado por 81,78% dos entrevistados, demonstrando toda sua força na memória das pessoas.

Quando foram solicitados a indicarem qual daquelas marcas ou modelos tinha mais a “cara” ou o “jeito” dos Anos Dourados, 66,18% dos sujeitos que responderam elegeram o Fusca. Os demais 33,72% ficaram assim distribuídos: DKW, com 12,90%; Simca Chambord, 8,52%; Gordini, 4,62%; Romi-Isetta, 3,65%; e Gurgel, com 3,41%. Além disso, 3 sujeitos disseram que nenhum deles satisfazia como resposta, totalizando um total de 0,73%.

Constatou-se, ainda, que o sucesso do fusca foi devido ao fato de ele ter sido visto, acima de tudo, como um carro “barato e acessível”, com 18,92% das respostas; “econômico”, 13,38%; “resistente, durável”, 10,77%; “popular”, 6,69%; ter “mecânica barata e simples”, 6,36%; ser um carro “bom”, 5,22%; e ser “compacto, pequeno”, 4,89%. Outras 31 características foram, também, apontadas, mas não receberam muito destaque.

Confirmando a hegemonia do Fusca, 55,11% dos entrevistados afirmaram que gostavam dele e 8,67% o adoravam. 23,33% não gostavam nem desgostavam do fusca, enquanto que 9,78% não gostavam e 3,11% o detestavam. Portanto, nessa escala avaliativa, 63,78% dos sujeitos se posicionaram favoravelmente e as avaliações negativas ficaram, então, por conta de 12,89% dos entrevistados.

3.2. FUTEBOL

Sobre o tema futebol, foi indagado dos entrevistados se lembravam ou não o ano em que ano o Brasil havia sido campeão da Copa do Mundo pela primeira vez; 71,33% afirmaram se lembrar e 66,67% apontaram corretamente o ano de 1958. 17,76% indicaram o ano de 1954; 7,48%, o ano de

1950; e 8,10% indicaram outro ano. Apesar de toda divulgação midiática sobre a comemoração dos 50 anos da conquista da primeira copa do mundo de futebol em 2008, 33,33% dos entrevistados desconheciam essa informação. Interessante será comparar a variável sexo para esta questão, tendo em vista que, em geral, os homens se interessam mais por futebol do que as mulheres.

Especificamente sobre os jogadores daquela seleção campeã, foi perguntado qual ou quais foram os que mais empolgavam a torcida brasileira. Pelé foi citado por 72,00 % dos sujeitos e Garrincha, por 58,22%. Em seguida vem Didi, sendo citado por 14,00% dos sujeitos; Zagallo, por 9,33%; Vavá, por 7,56%, Nilton Santos, por 6,67%; Tostão, por 6,00%; Rivelino, por 4,44%; Bellini, citado por 3,56% dos entrevistados; e mais 35 outros jogares. Como essa questão admitia mais de uma resposta, Alguns jogadores apareceram ao lado de outros nomes. Mas o que chama a atenção é que o número de vezes em que Pelé e Garrincha apareceram sozinhos ou um do lado do outro, sem mais nenhum outro nome, corresponde a 49,78% dos entrevistados. Os 50,22% restantes ficaram divididos entre 44 jogadores. Pelé foi lembrado sozinho por 20,00% dos sujeitos; Garrincha, por 8,44%; e a combinação Pelé - Garrincha esteve presente na resposta de 21,33% dos entrevistados.

Porém, apesar de Pelé ter sido citado mais vezes do que Garrincha, quando os sujeitos foram solicitados a manifestar suas avaliações sobre quem havia sido o melhor jogador daquela época, Garrincha ficou com 47,33% das preferências contra os 41,11% de Pelé. Para os entrevistados, jogar com graça parece ser mais importante do que fazer gols. É o velho dilema do “futebol arte” versus “futebol objetivo”.

3.3. CONCLUSÃO

Com esses resultados, percebemos que, em matéria de automóveis e de futebol, os Anos Dourados consagraram dois nomes em particular: Fusca e Garrincha. Um pequeno carro, que mais parecia um besouro, e um canhoto, pobre, de pernas tortas conquistaram os corações de toda uma geração e, por conta disso, continuaram a povoar a mente de tantas outras. Em meio a todo glamour dos anos 50, essas duas figuras populares se destacaram. Mais de meio século se passou e elas ainda continuam a ser reverenciadas, não mais nas praças públicas ou nos estádios de futebol, mas naquilo que cada um tem de mais importante: sua Memória. É na memória das pessoas que o Fusca e Garrincha continuam a ser reverenciados.

4. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

SÁ, C. P. Representações sociais: o conceito e o estado atual da teoria: In: M.J. Spink (Org.) *O conhecimento no cotidiano*. São Paulo: Brasiliense, p. 19-45, 1993.

SÁ, C. P. *A construção do objeto de pesquisa em representações sociais*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1998.

SÁ, C. P. As memórias da memória social. In C.P. Sá (Org.). *Memória, imaginário e representações sociais* (pp. 63-86). Rio de Janeiro: Ed. Museu da República, 2005.

SÁ, C. P. O campo de estudo da memória social: uma perspectiva psicossocial. *Psicologia: Reflexão & Crítica*, v. 20 (2), p. 290-295, 2007.