

Parte II - Códigos Identitários e Alimentação

“Eu Sou Um Petisco Carioca”: Correlações entre o Biscoito Globo, a Identidade e o Imaginário do Rio de Janeiro

Alessandra de Figueredo Porto
Cíntia Sanmartin Fernandes

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

PORTO, A. F., and FERNANDES, C. S. “Eu Sou Um Petisco Carioca”: Correlações entre o Biscoito Globo, a Identidade e o Imaginário do Rio de Janeiro. In: CARVALHO, M. C. V. S., KRAEMER, F. B., FERREIRA, F. R., and PRADO, S. D., eds. *Comensalidades em trânsito* [online]. Salvador: EDUFBA, 2020, pp. 177-201. Sabor metrópole series, vol. 11. ISBN: 978-65-5630-177-8. <http://doi.org/10.7476/9786556301778.0009>.



All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença [Creative Commons Atribuição 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia [Creative Commons Reconocimiento 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

“EU SOU UM PETISCO CARIOCA!”

CORRELAÇÕES ENTRE O BISCOITO GLOBO, A IDENTIDADE E O IMAGINÁRIO DO RIO DE JANEIRO¹

ALESSANDRA DE FIGUEREDO PORTO

CÍNTIA SANMARTIN FERNANDES

INTRODUÇÃO

De acordo com matéria intitulada “Ser carioca vai além de nascer no Rio de Janeiro, é um estado de espírito”, (CAPUCCI, 2015) ser carioca é: “Biscoito, mate, água... ó ó biscoito! É a cara do Rio. Biscoitinho de polvilho!” Nesse contexto, a famosa rosquinha de polvilho passou a ser presença marcante em Copacabana e nas demais praias do Rio de Janeiro, bem como em vários locais espalhados pela cidade – até mesmo nos enormes engarrafamentos que assolam a capital fluminense. Também representa uma marca que remete à “carioquice”, já que os produtos e demais *souvenirs* que carregam a identidade visual do Biscoito Globo evocam o estilo carioca de ser, suscitando as memórias, as lembranças e o imaginário de uma cidade que

1 O capítulo é parte integrante da pesquisa de doutorado de Alessandra de Figueredo Porto realizada no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro sob orientação da professora Dra. Cíntia Fernandes.

resiste às mazelas – e ainda permanece sendo definida como “maravilhosa”. Compreender as subjetividades abarcadas pelo Biscoito Globo, bem como o que o faz ser visto como referência importante da cultura carioca é o objetivo do presente artigo. (BISCOITO..., 2019)

BREVE HISTÓRICO DO BISCOITO GLOBO: A ROSQUINHA QUE QUASE SE CHAMOU “COPACABANA”

O “pai” da tradicional rosquinha de polvilho chama-se Milton Ponce. Ele faleceu aos 78 anos no dia 18 de maio de 2017, em decorrência de um câncer.² (MORRE..., 2017) Apesar de ter se tornado um ícone da cidade do Rio de Janeiro, o Biscoito Globo nasceu em solo paulista. (MANIER, 2017) A história da rosquinha de polvilho começou no ano de 1953, em virtude da separação dos pais de Milton: Antonio Ponce Morales e Encarnação Fernandes. O casal vivia na capital paulista com os quatro filhos: Aparecida, João, Jaime e Milton Ponce. Após o término do casamento, Antonio ainda tinha esperanças de reatar a união. Mas as suas expectativas foram em vão. Desse modo, Antonio Ponce seguiu para Franca – cidade paulista situada a 401 km da capital – com três dos seus quatro filhos, visando recomeçar a vida. Jaime (o mais velho) estava em outra cidade do interior paulista servindo ao Exército, e não acompanhou o pai e os irmãos. Porém, as coisas não saíram como Antonio planejara. Diante das dificuldades para sobreviver com os três filhos em Franca, Antonio resolveu voltar para a cidade de São Paulo com Milton e João. Aparecida permaneceu em Franca na casa de tios, e posteriormente Encarnação foi buscá-la.

Mas Antonio permanecia desolado, já que não aceitava o término do seu casamento. Enquanto isso, as dificuldades aumentavam diariamente na vida de Milton e João. A situação dos irmãos só piorava, e era preciso garantir a sobrevivência na capital paulista. Milton estava preocupado com o futuro de João, seu irmão caçula. Sendo assim, Milton resolveu pedir auxílio a um primo, conforme cita Manier (2017, p. 40).

2 Ver: <https://extra.globo.com/noticias/rio/morre-milton-ponce-um-dos-donos-do-biscoito-globo-aos-78-anos-21358206.html>.

Foi nesse momento de desespero e necessidade de uma decisão que Milton se lembrou de um primo, Germano Felipe. Era mais velho, morava no Ipiranga e tinha uma padaria anexa à casa: Padaria Record. Talvez o primo Germano lhes desse abrigo. Talvez ele e João pudessem ficar lá e ajudar de alguma forma para compensar as despesas.

Germano ficou sensibilizado com a situação dos primos, e deu abrigo aos irmãos Ponce. Milton e João começaram a trabalhar juntos na Padaria Record, e Germano ensinou aos primos como fazer biscoitos de polvilho. E assim nasciam os “Biscoitos Felipe” – em homenagem ao patrão, que se chamava Germano Felipe. Manier (2017) menciona que a produção dos “Biscoitos Felipe” alcançava 50 a 60 quilos por dia. Eram vendidos a peso na Padaria Record, bem como por ambulantes em vários pontos da “terra da garoa”, bem como em outras cidades paulistas – incluindo a Praia de Santos, no litoral. Como ainda não chegara a oportunidade de comercializar o produto no Rio de Janeiro, Milton e João vendiam os biscoitos de modo laborioso na capital paulista.³ (BISCOITO..., 2019) Trabalhando como ambulantes, os irmãos Ponce integravam a força de vendas que incrementava a distribuição dos biscoitos. Canais de informação entre a Padaria Record e os consumidores, os ambulantes cobriam grandes quilometragens diárias vendendo o produto, batiam papo com os fregueses e circulavam a todo o momento com notícias frescas sobre o que acontecia na cidade e no país, trazendo também ideias para incrementar as vendas dos biscoitos. (MANIER, 2017)

Os “Biscoitos Felipe” se tornaram o faturamento excedente da Padaria Record. Era início da década de 50, e o então presidente Getúlio Vargas havia solicitado verba para a realização do 36º Congresso Eucarístico Internacional, megaevento realizado no Rio de Janeiro dos “anos dourados”. Para Freitas, Lins e Santos (2016), um evento pode ser classificado como mega a partir de seu impacto na mídia antes, durante e depois da sua realização. Partindo de tal premissa, o megaevento 36º Congresso Eucarístico

3 Ver: <https://www.biscoitoglobo.com.br/>

Internacional foi considerado uma injeção de ânimo para o turismo no país, como se observa a seguir.⁴

No dia 4 de fevereiro de 1953, o presidente Getúlio Vargas enviou mensagem ao Congresso Nacional, acompanhada de projeto-lei, solicitando a abertura de crédito de Cr\$ 14 milhões pelo Ministério das Relações Exteriores para atender as despesas com o 36º Congresso Eucarístico Internacional, a realizar-se em julho de 1955, no Rio. Na exposição de motivos, o ministro da Fazenda apresentou as diversas razões invocadas pelo cardeal dom Jayme Câmara para a concessão desse auxílio, inclusive o reflexo do certame no movimento turístico para o Brasil. (EM 1955..., 2016)

Classificado como um megaevento de caráter religioso, o 36º Congresso Eucarístico Internacional mobilizava o governo e a sociedade da década de 1950, já que propunha várias inovações e mudanças na cidade do Rio de Janeiro para que viesse a acontecer. Na ocasião, o megaevento reiterou a forte vocação católica da cidade: “Em 1955, realizou-se um Congresso Eucarístico Internacional no Rio de Janeiro, espetáculo de fé, como foi chamado pela imprensa, que fortaleceu as tradições cristãs na cidade”. (TURAZZI, 2014, p. 56)

Para que aconteçam –seja antes, durante e após a sua realização–, os megaeventos alteram o cotidiano de uma cidade. Sendo assim, os irmãos Ponce enxergaram o megaevento 36º Congresso Eucarístico Internacional como uma oportunidade de negócios, e resolveram comercializar os biscoitos no Rio de Janeiro em 1955. Visando preparar a cidade para o congresso, foram executadas várias construções no Rio de Janeiro, conforme enumerado a seguir.⁵

O encontro [...] motivou a realização de grandes obras, como a ampliação da adutora do Guandu e parte do aterramento do Flamengo, onde futuramente surgiriam o Parque do Flamengo e o Monumento aos Pracinhos. A primeira fase do aterramento,

4 Ver: <http://acervo.oglobo.globo.com/em-destaque/em-1955-36-congresso-eucaristico-fez-do-rio-capital-mundial-do-catolicismo-9123322>

5 Ver: <http://acervo.oglobo.globo.com/em-destaque/em-1955-36-congresso-eucaristico-fez-do-rio-capital-mundial-do-catolicismo-9123322>

entre a Rua Santa Luzia e o Passeio Público, foi transformada na Praça do Congresso. Ali, em confessionários improvisados, fiéis de todo mundo podiam contar seus pecados e receber a absolvição. (EM 1955..., 2016)

O 36º Congresso Eucarístico Internacional aconteceu entre os dias 17 e 24 de julho de 1955 na cidade do Rio de Janeiro.⁶ (TRÂNSITO..., 1955) Uma imagem de Nossa Senhora Aparecida veio de trem do Santuário de Aparecida do Norte – cidade localizada no interior paulista – especialmente para o Congresso.⁷ (60 ANOS..., 2015) Com o suicídio do presidente Getúlio Vargas em 1954, quem proferiu a “Saudação aos peregrinos do XXXVI Congresso Eucarístico Internacional” foi o presidente Café Filho.

Durante a realização do 36º Congresso Eucarístico Internacional, as vendas da rosquinha de polvilho superaram as expectativas dos irmãos Milton e João Ponce. Empolgados com o sucesso do produto durante o megaevento – e com base no êxito obtido em São Paulo –, os irmãos Ponce anteviram que o Rio de Janeiro seria o mercado ideal para os biscoitos de polvilho.⁸ (BISCOITO..., 2019) Partindo das experiências vividas no tempo em que ainda eram ambulantes no litoral paulista, os irmãos Ponce perceberam que, “diferentemente dos paulistas, que iam à praia e queriam se alimentar, os cariocas eram mais descontraídos e não ligavam para fazer refeições; queriam apenas beliscar”. (MANIER, 2017, p. 48)

A partir de então, Milton e João começaram a produzir as rosquinhas no bairro carioca de Botafogo, juntamente com o primo Germano.⁹ (CASARIN, 2017)

Ao chegar, ainda em 1955, os rapazes e o primo alojaram-se na pensão de um casal de portugueses, em Botafogo – a mesma onde os vendedores haviam se hospedado durante o Congresso Eucarístico –, ocupando quartos com beliches, banheiro no final do corredor e trocando o bom e costumeiro arroz com feijão

6 Ver: http://memoria.bn.br/DocReader/Hotpage/HotpageBN.aspx?bib=089842_06&pagfis=50201&url=http://memoria.bn.br/docreader#

7 Ver: <http://arqrio.org/formacao/detalhes/816/60-anos-do-congresso-eucaristico-do-rio>

8 Ver: <https://www.biscoitoglobo.com.br/>

9 Ver: <https://paginacinco.blogosfera.uol.com.br/2017/01/18/voce-sabia-que-o-biscoito-globo-icone-do-rio-de-janeiro-nasceu-em-sao-paulo-e-o-que-mostra-biografia-do-quitute/>

paulistano pelo típico bacalhau com batatas lusitano em rios de azeite. (MANIER, 2017, p. 53)

Em 1965, passados dez anos após a realização do 36º Congresso Eucarístico Internacional e da chegada dos rapazes ao Rio de Janeiro, Milton Ponce tinha outro sócio na fabricação dos biscoitos: o português Francisco Torrão. Germano Felipe (seu primo) havia saído da sociedade. Foi no ano de 1965 que o Rio de Janeiro comemorou 400 anos. Cabe registrar que, em abril de 1960, o antigo Distrito Federal assumiu a condição de estado da Federação, com o nome de Estado da Guanabara, passando a ser administrado por governadores, fazendo com que o Estado da Guanabara tivesse simultaneamente o perfil de cidade-estado e de cidade-capital.¹⁰ (DO ESTADO..., 2015) Ou seja, o Estado da Guanabara já nasceu com praticamente quatro séculos, como explica Mesquita (2014, p. 87-88).

Na condição de cidade-estado, a Guanabara nasceu quase quatrocentona, pois no ano em que se comemorava o quarto centenário da cidade, o Estado completava apenas cinco anos de existência. Criada pela Lei San Tiago Dantas em 12 de abril de 1960, a Guanabara já surgiu com a marca de cidade-capital - assim definida pelo caráter pedagógico de modelar comportamentos e inculcar valores associados a um projeto de nação - e predestinada a ser cosmopolita, na medida em que a cidade que lhe deu origem foi sucessivamente sede da capitania do Rio de Janeiro; capital do Brasil colônia (1763-1808); Corte do Reino de Portugal (1808-1816); capital do Brasil imperial (1822-1889); e sede do Brasil republicano (1889-1960).

A condição de cidade-estado perdurou até março de 1975, quando houve a fusão entre os estados do Rio de Janeiro e da Guanabara, enquanto a cidade do Rio de Janeiro, como capital do novo estado, ganhou status de município, voltando a ser administrada por prefeitos. Se para alguns essa medida era mais um indício da perda de prestígio do Rio no cenário nacional –iniciada com a transferência da capital federal para Brasília–, para

10 Ver: <http://multirio.rio.rj.gov.br/index.php/estude/historia-do-brasil/rio-de-janeiro/71-um-rio-de-muitos-janeiros/3365-a-fusao-do-estado-da-guanabara-ao-estado-do-rio-de-janeiro>

outros, a fusão seria o ponto de partida para uma nova fase de desenvolvimento econômico e social.¹¹ (UM RIO..., 2015)

Retornando ao ano de 1965, vale frisar que, em decorrência das comemorações do IV Centenário da cidade, o Rio de Janeiro viveu um tempo ímpar de transbordamento de memória. (MESQUITA, 2014) E em meio a esse momento de expressão cultural e de reafirmação da identidade do Rio de Janeiro, os irmãos Ponce finalmente tinham começado a prosperar com a venda das rosquinhas de polvilho, dez anos após o início da sua fabricação no bairro de Botafogo. Jaime – o irmão que estava servindo ao Exército quando Milton e João foram para São Paulo ainda crianças – também viera para o Rio. Na ocasião, os rapazes demonstravam o desejo de adquirir uma panificação falida localizada no centro da cidade do Rio de Janeiro. Porém, João começou a trabalhar em outra empresa, e ficou com receio de ingressar no negócio. Mas ainda no ano de 1965, o português Francisco Torrão entrou na sociedade para substituir João. E com a entrada de Torrão, Milton e o irmão Jaime adquiriram a Panificação Mandarino, razão social do Biscoito Globo até hoje.

Na época, os cariocas já degustavam o petisco de polvilho em vários locais, e “os biscoitos, que faziam sucesso nas praias, eram agora conhecidos em toda a cidade”. (MANIER, 2017, p. 63) Todavia, um problema persistia. O produto ainda se chamava “Biscoitos Felipe”, e era reconhecido como os “biscoitos paulistas”. Desse modo, era necessário criar um nome que tivesse identificação com os cariocas. Como os irmãos Ponce trouxeram as rosquinhas de polvilho para o Rio de Janeiro em 1955 “com excelente receptividade por parte do povo, o ideal seria um nome que os identificasse como cariocas: Biscoito Copacabana pareceu uma ótima solução”. (MANIER, 2017, p. 64) Mas a ideia não seguiu adiante, pois uma confeitaria da cidade serrana de Petrópolis (RJ) já era detentora da marca. Como o nome de fantasia da panificadora que havia adquirido era “Padaria Globo”, Milton Ponce não titubeou: batizou o polvilho de Biscoito Globo. E com o passar dos anos, o Biscoito Globo ganhou uma bebida como acompanhamento: o mate – assunto a ser tratado no tópico a seguir.

11 Ver: <http://www.multirio.rj.gov.br/index.php/assista/tv/8089-fus%C3%A3o-da-guanabara>

E PARA ACOMPANHAR A ROSQUINHA DE POLVILHO? MATE COM LIMÃO

Chegando ao século XXI, a “dupla mate e biscoito de polvilho” é percebida como “a mais carioca possível”, uma vez que ao passear pelas praias do Rio, não há quem não reconheça os vendedores desses produtos, cada um com seu jeito próprio de atrair a freguesia.¹² (ARAÚJO, 2014) Vale destacar que nas praias cariocas:

A variedade de produtos vendidos é enorme: água mineral, água de coco, refrigerantes, cerveja, mate, refrescos, sucos, batidas, sanduíches, biscoitos, empadas, pastéis, queijo coalho na brasa, camarão frito, churrasquinho, frutas, ostras, cuscuz, bijuterias, artesanato, cosméticos [...], roupas (cangas, batas, saias, vestidos, chapéus e bonés, óculos, bolsas, redes, mantas, brinquedos... (CORRÊA, 2009, p. 152)

Em relação à venda de produtos como o camarão frito e o queijo coalho, cabe frisar a proibição da Guarda Municipal do Rio de Janeiro referente à comercialização de alimentos perecíveis.¹³ (GRUPAMENTO..., 2010) No ano 2000, visando fiscalizar a orla carioca de modo mais ostensivo, a Guarda Municipal do Rio de Janeiro criou o Grupamento Especial de Praia (GEP), “com a missão de patrulhar as praias da Zona Sul, desenvolvendo ações de assistência a banhistas e frequentadores em geral”. (GRUPAMENTO..., 2010)¹⁴ Em 2011, a atuação do GEP também foi estendida para a orla da Zona Oeste.

Alheios às ações do GEP, ainda é possível ver ambulantes exibindo seus fogareiros de queijo coalho e espetinhos de camarão regados a limão pelas areias das praias cariocas. Mas apesar da farta oferta de produtos, a “dupla mate e biscoito de polvilho” possui local de destaque junto aos frequentadores das praias cariocas. E para compor a dupla, existe outra bebida: a limonada. Juntamente com o mate, a limonada é vendida em galões pelos ambulantes por toda a extensão da orla carioca para acompanhar os biscoitos de polvilho. É interessante observar que, assim como a água de coco, a limonada era uma

12 Ver: <http://www.multirio.rj.gov.br/index.php/leia/reportagens-artigos/reportagens/913-patrimonio-imaterial-carioca-vendedores-de-mate-e-biscoito-de-polvilho>

13 Ver: <http://prefeitura.rio/web/gmrio/especial-de-praia>

14 Ver: <http://prefeitura.rio/web/gmrio/especial-de-praia>

bebida muito requisitada e vendida pelas negras de ganho no Rio de Janeiro do século XIX. (PRIORE, 2016) E no ano de 2015, a limonada foi “gourmetizada” por alguns ambulantes nas praias cariocas, conforme publicado na coluna “Gente Boa” (jornal *O Globo*): “Gourmetizaram a limonada da praia. O bom e velho limão, companheiro do mate, estava sendo anunciado nas areias de Ipanema como ‘limonada suíça’ por um vendedor da bebida em galão”.¹⁵ (GUIMARÃES, 2015) Cabe registrar que o conceito de gourmetização deve ser entendido aqui como o processo intencional de sofisticação e exclusividade de um produto, uma forma de diferenciar o que é preparado de modo tradicional, relacionando um produto com a ideia de requinte. (PALMIERI JÚNIOR, 2017)

Com ou sem “gourmetização”, a limonada chegou ao século XXI como uma bebida tradicional na orla carioca. Desse modo, “o trio: biscoito de polvilho + mate + limonada de galão” faz parte da cultura carioca, onde as praias podem ser vistas como “lugares de invenção de modas e de divulgação de modos de vida alternativos”. (GONTIJO, 2002, p. 54)

Quem passou por alguma praia do Rio de Janeiro no verão provavelmente ouviu o grito: ‘Ó o Mate! Ó o limão! Limonada, Mate!’ ou alguma outra das muitas variações existentes. Por trás dos gritos estão homens de todas as idades, vestidos num uniforme laranja com dois galões nos ombros e um saco do famoso biscoito de polvilho Globo nas mãos.¹⁶ (MENDONÇA, 2018)

Mas os tradicionais ambulantes passaram por um período difícil no final de 2009, quando a prefeitura da cidade do Rio de Janeiro proibiu a venda de mate e de limonada em galões nas praias cariocas por questões relativas à higiene dos produtos.¹⁷ (MENDONÇA, 2012) Tal proibição causou comoção e alvoroço junto à população; e frequentadores das praias chegaram a fazer abaixo-assinado pela volta da tradição da cidade.¹⁸ (MENDONÇA, 2018) Após a repercussão negativa, o governo municipal voltou atrás, e

15 Ver: <https://blogs.oglobo.globo.com/gente-boa/post/gourmetizacao-limao-do-mate-e-vendido-como-limonada-suica-na-praia-de-ipanema.html>

16 Ver: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-42643527>

17 Ver: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2012/03/vendedores-de-mate-na-praia-agora-sao-patrimonio-do-rio-diz-paes.html>

18 Ver: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-42643527>

liberou os vendedores ambulantes de mate e limonada de galão. E no dia 2 de março de 2012 (pouco mais de dois anos após a polêmica proibição), o então prefeito Eduardo Paes declarou os vendedores ambulantes de mate, limonada e de biscoito de polvilho das praias cariocas patrimônio cultural e imaterial da cidade do Rio de Janeiro via Decreto nº 35.179/2012. (RIO DE JANEIRO, 2012) Degustadas sem bebida, acompanhadas de mate, de limonada ou de ambos (mate com limão), as rosquinhas de polvilho remetem ao imaginário da cidade.

O “BIXCOITO” QUE É UM DOS SINÔNIMOS DA “CARIOQUICE”: CORRELAÇÕES ENTRE O PRODUTO, A MARCA E O IMAGINÁRIO DA CIDADE

Conforme exposto no tópico dois, as comemorações dos 400 anos do Rio de Janeiro foram marcadas por um cenário no qual o passado da cidade, seus marcos fundadores e mitos de origem estiveram na ordem do dia. (MESQUITA, 2014) Ou seja, o Rio vivia um momento de explosão criativa em 1965; e artistas e intelectuais se movimentaram no sentido de fixar a cidade como capital cultural do país. Na ocasião, o Golden Room¹⁹ do Copacabana Palace exibiu o espetáculo “Rio de 400 Janeiros”, musical inspirado pelo quarto centenário de fundação da cidade. (PORTO, 2014) Ainda, o Rio foi deixando aos poucos de ser somente um produtor e exportador da brasilidade. A cidade passou a apresentar uma série de características próprias, “particulares, permitindo que falemos, então, de uma espécie de carioquidade”. (GONTIJO, 2002, p. 42)

Nesse contexto, vale destacar que um dos traços marcantes da “carioquice” ou “carioquidade” (GONTIJO, 2002) é o sotaque. Chamado de “carioquêx”, o modo de falar do carioca força o chiado da letra “s”, bem como “arranha da garganta” ao pronunciar o “r” – e também troca a letra “e” pela “i” – exemplo: no Rio, a palavra “esquerda” vira “ixquerrrrda”.²⁰ (BETIM, 2016) É interessante observar que o chiado presente no sotaque carioca (que faz com que a letra s tenha o som da letra x) surgiu em virtude da

19 ‘Golden Room’ é o nome de um dos salões mais famosos do hotel Copacabana Palace. A origem do nome deve-se à cúpula dourada localizada na parte central do teto do salão.

20 Ver: https://brasil.elpais.com/brasil/2016/08/06/cultura/1470502556_718385.html

população da cidade ter sido composta por quase um terço de portugueses.²¹ (PORTUGUESES..., 2013) Cabe ressaltar que, para fugir do Bloqueio Continental decretado por Napoleão Bonaparte, a Corte Portuguesa se transferiu para o Rio de Janeiro no ano de 1808. (ABREU, 2000) E até inícios do século XX, “os imigrantes portugueses representavam o maior contingente de estrangeiros em duas cidades brasileiras: Rio de Janeiro e São Paulo”. (LESSER, 2015, p. 148)

Partindo da discussão acerca do sotaque carioca, a palavra “biscoito” em “carioquêx”²² costuma ser pronunciada do seguinte modo: “bixcoito”. E tanto o produto Biscoito Globo quanto a identidade visual da marca – exibida em diversos bens de consumo, como: bolsas, cangas, camisetas etc.– tornaram-se presença constante nas praias e em demais locais da cidade, fazendo parte da personalidade do Rio de Janeiro. Portadores de significado, “os bens de consumo definitivamente não são meras mensagens; eles constituem o próprio sistema. Tire-os da interação humana, e você desmantela tudo”. (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2004, p. 120)

Apesar da simplicidade que caracteriza a gestão da Panificação Mandarino–cujas práticas organizacionais não contemplam grandes investimentos em publicidade e ferramentas sofisticadas em sua comunicação de marketing–, o Biscoito Globo e demais itens com a sua respectiva marca remetem espontaneamente ao imaginário carioca, suscitando nas pessoas a alma do Rio de Janeiro, incluindo as suas praias. Para Legros e demais autores (2007), as imagens e visões ordenam as significações que nos reportam não ao racional (ou irracional), mas ao imaginário. Tecido conjuntivo entre as disciplinas, o imaginário é o reflexo que acrescenta significados ao banal significante. (DURAND, 1998) E em se tratando do imaginário carioca, o mesmo vai além da delimitação geográfica. Para Santos e Veloso (2009, p. 97):

[...] o imaginário carioca não se constrói pela geografia, e sim por outras características. [...] Já que o que remete à identificação e ao orgulho são as características de personalidade atribuídas ao povo e à cidade - o jeito despojado, a abertura, etc. - procede-se a uma

21 Ver em: <http://www1.folha.uol.com.br/livrariadafolha/2013/06/1288985-portugueses-deixaram-sotaque-carioca-como-heranca-diz-livro.shtml>

22 Carioquês (ou 'carioquêx') é a palavra popularmente utilizada para definir as gírias e o sotaque dos cariocas.

personificação do espaço: o Rio de Janeiro não é aquele espaço físico assim demarcado nos mapas: é todo o espaço imaginado ao qual se atribuem aquelas características de personalidade; e o carioca não é quem vive naquela delimitação geográfica, mas sim todo aquele que, mesmo vivendo nos arredores daquele espaço físico, compartilha aquele imaginário.

E mesmo que as políticas e os projetos urbanos contemporâneos insistam em produzir uma imagem singular e única para as cidades (JACQUES, 2005), elas resistem. Lipovetsky e Roux (2005) apontam que a imagem corresponde ao conjunto das associações estocadas na memória do indivíduo. Rede complexa de atividades, a memória deve ser vista partindo da pluralidade de funções inter-relacionadas. (JEDLOWSKI, 2005)

É interessante observar também que, quando o assunto diz respeito aos elementos estrategicamente planejados para o fortalecimento da imagem da marca do Biscoito Globo, a Panificação Mandarino parece andar na contramão. A empresa não investe em campanhas publicitárias, recusou ofertas de abertura de franquias em outros estados do Brasil, jamais mudou a embalagem do produto e tem um único ponto central de distribuição desde 1965: a fábrica, situada na Rua do Senado, no centro do Rio de Janeiro.²³ (BERNARDO, 2016)

O Biscoito Globo sempre foi comercializado em saquinhos de papel; e, mais recentemente, adotou também os saquinhos de plástico – para varejistas como padarias, bancas de jornais etc. Desde o ano de 1963 que a embalagem possui o desenho do bonequinho utilizado como personagem na seção de crítica de cinema do jornal *O Globo*, chamada de “O bonequinho viu”.²⁴ (O JUBILEU..., 2003) Na época, foram inseridos desenhos de três torres para compor a estampa da embalagem do produto: Eiffel (França), Pisa (Itália) e a de Belém (Portugal). Porém, surgiu um problema referente aos desenhos utilizados na embalagem: era fundamental que o Rio de Janeiro também estivesse representado, e não existe uma torre na cidade. (MANIER, 2017) Sendo assim, a solução encontrada foi inserir o desenho do Pão de Açúcar na embalagem do produto. Exuberante como relevo, o Pão de Açúcar “tornou-se um ponto de referência fundamental para a

23 Ver: <http://super.abril.com.br/saude/biscoito-de-polvilho-conheca-mais-sobre-o-petisco-mais-praiano-do-brasil/>

24 Ver: <http://www.varejista.com.br/cases/1080/biscoitos-globo>. Acesso em: 1 jul. 2019.

identificação da cidade, por estar localizado na ponta mais extrema, do lado esquerdo da entrada da Baía de Guanabara”. (PERROTTA, 2015, p. 172)

Manier (2017, p. 107) cita que os criadores do Biscoito Globo desenvolveram uma embalagem que é “um mal feito que é bem feito e que dá certo”, e que soa como espontânea e intuitiva, pois é uma embalagem desenvolvida por quem não é profissional. Tais elementos também reforçam a ausência de preocupações em relação à adoção de estratégias e táticas de marketing na concepção de embalagens quando se trata da famosa rosquinha de polvilho. Sejam as de papel ou as de plástico, as embalagens do Biscoito Globo são encontradas apenas em duas cores: verde (para o sabor salgado) e vermelha (para o sabor doce). A escolha pelas cores diferentes serviu para facilitar os ambulantes na hora de distinguir o biscoito doce do salgado, já que muitos eram analfabetos quando o produto chegou ao Rio de Janeiro em 1965. (BERNARDO, 2016) Entretanto, ambas as cores e sabores permanecem até os dias atuais.

Vale destacar que a empresa que produz o Biscoito Globo também comercializa cangas com a marca do produto nas cores verde e vermelho em suas páginas nas redes sociais Facebook²⁵ e Instagram.²⁶ Em paralelo a isso, é comum ver os mais diversos objetos exibindo a marca do Biscoito Globo sendo vendidos por terceiros pela cidade do Rio de Janeiro, conforme ressalta Manier (2017, p. 101-102):

São cangas, bolsas, camisetas, chinelos, canecas, bonés, capachos, capas de celular, barracas, cadeiras de praia... estampados com a embalagem dos biscoitos sem que nenhuma confecção, loja ou artesão pague um centavo por isso. Em outras palavras, não há exploração da marca por parte da empresa e nem política de licenciamento. É como se o nome Biscoito Globo fosse de domínio público. E a justificativa também é simples: não há tempo e nem pessoal para agenciar a marca.

25 Ver: https://www.facebook.com/biscoitogloborj/photos/a.1599778956979408/223387214357008-3/?type=3&comment_id=2272028153087815¬if_id=1570459140443858¬if_t=feedback_reaction_generic

26 Ver: <https://www.instagram.com/p/B35hNjVgID6/>

O culto ao corpo bronzeado e à praia, a corporeidade e a preocupação com a saúde física e mental, as invenções de modos de vida alternativos, a criatividade musical, o ciclo festivo do verão, o amor pelo futebol e pelas festas esportivas, o sotaque e as gírias, o apego à cidade, a urbanidade, a violência emotiva e tantos outros elementos escolhidos aleatoriamente compõem o repertório cultural do carioca. (GONTIJO, 2002) E embora tenha nascido em São Paulo, o Biscoito Globo compõe a identidade e o estilo de vida carioca. Para Bueno (2008), os estilos de vida tornaram-se uma das primeiras instâncias de construção de identidades na contemporaneidade, afluindo e ganhando visibilidade no interior de um amálgama de práticas culturais. O estilo de vida do carioca pode ser percebido através de gestos rotineiros como a maneira de vestir e de comer, embora as rotinas estejam reflexivamente abertas às mudanças à luz da natureza móvel da autoidentidade. (GIDDENS, 2002)

Ou seja, o futebol dominical no Maracanã, as rodas de samba regadas a feijoada e caipirinha, as idas à praia para o mergulho no mar são alguns dos mecanismos identitários da cidade do Rio de Janeiro. E no que diz respeito aos hábitos alimentares – seja no cotidiano ou nos momentos de lazer –, até o jeito de comer dos cariocas é tipicamente seu. (SANTOS; VELOSO, 2009) Em matéria publicada pela BBC News Brasil, Fabiano (que vende biscoito, mate e limonada na praia) declarou: “O mate e o Biscoito Globo são como o Cristo Redentor no Rio de Janeiro. Se não beber mate e comer Biscoito Globo, é como ir na Disney e não ver o Mickey”. (MENDONÇA, 2018) Sendo assim, o mate e a limonada acompanhados do “bixxxcoito” Globo fazem parte do cardápio do carioca quando se trata de “belixxxcar” na praia.

No ano de 2016, a polêmica se instaurou no Rio de Janeiro quando um repórter americano do The New York Times criticou o sabor do Biscoito Globo. Afinal de contas, “mexer com o Biscoito Globo é mexer com o imaginário de uma cidade”, e o imaginário tem algo de imponderável, pois é o estado de espírito que caracteriza um povo. (MAFFESOLI, 2001)

“O BISCOITO GLOBO É SEM GOSTO!”: A AVALIAÇÃO QUE IRRITOU OS CARIOCAS

O Rio de Janeiro sediou os Jogos Olímpicos no ano de 2016, que aconteceu entre os dias 5 e 21 de agosto. A cidade recebeu 11.238 atletas, e o

megaevento teve a participação de 207 países.²⁷ (JOGOS..., 2016) Também chamado de “Rio 2016”, os Jogos Olímpicos foram percebidos como uma oportunidade que aceleraria a transformação do Rio de Janeiro em uma cidade global ainda maior. (JOGOS..., 2016) Partindo de tal raciocínio, pode-se observar que existe um esforço no sentido de consolidar o Rio de Janeiro como uma cidade globalizada, cujo projeto e respectivas ideias muitas vezes tendem a asfixiar as dinâmicas culturais presentes na mesma. (FERNANDES; HERSCHMANN, 2018)

Durante a realização dos Jogos Olímpicos 2016, os locais de competição foram agrupados em quatro bairros da cidade do Rio de Janeiro: Barra da Tijuca, Copacabana, Deodoro e Maracanã. A cerimônia de abertura dos Jogos Olímpicos foi realizada no Maracanã no dia 5 de agosto de 2016; e em meio às vaias ecoadas para o então presidente interino Michel Temer, a maioria dos veículos estrangeiros que acompanhou a cerimônia a elogiou.²⁸ (ABERTURA..., 2016) No dia 13 de agosto – oito dias após a abertura oficial dos Jogos Olímpicos 2016 –, o jornal americano *The New York Times* publicou uma matéria sobre a gastronomia da cidade intitulada: “Sem gosto, Biscoito Globo é o símbolo perfeito da gastronomia no Rio de Janeiro”. (SEGAL..., 2016) Produzida pelo jornalista americano David Segal após visitar a fábrica do Biscoito Globo e provar a rosquinha durante a realização da Rio 2016, a reportagem²⁹ cita que o petisco: “*é um alimento sem gosto, símbolo perfeito do Rio – uma cidade em que o cenário de restaurantes é meh*”.³⁰ O texto descreve o Biscoito Globo do seguinte modo: “ar transformado em bolacha, em forma de anel. Coloque um na sua boca e será como se seus dentes estivessem em uma festa para a qual sua língua não foi convidada”.³¹ (THE NEW..., 2016) De acordo com o repórter, a rosquinha

27 Ver: <https://www.olympic.org/rio-2016>

28 Ver: <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/olimpiada-no-rio/2016/08/1799704-abertura-dario-2016-e-elogiada-pela-imprensa-internacional-veja-repercussao.shtml>

29 Ver: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/olimpiadas/rio2016/blog/brasil-visto-de-fora-na-olimpiada/post/new-york-times-faz-materia-sobre-biscoitos-globo-sem-gosto-assim-como-culinaria-carioca.html>

30 “Meh” (pronuncia-se ‘mé’) é uma expressão sintetizada pela *The New York Times Magazine*. É utilizada para classificar um assunto/uma pauta que não é ‘nem quente nem não quente’ (no original em inglês, ‘not hot, notnot’). Ou seja: algo que é ‘morno’, quase indiferente.

31 Ver em: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/olimpiadas/rio2016/blog/brasil-visto-de-fora-na-olimpiada/post/new-york-times-faz-materia-sobre-biscoitos-globo-sem-gosto-assim-como-culinaria-carioca.html>

não é saborosa: “O Biscoito Globo faz, portanto, parte da grande tradição culinária de comestíveis regionais que deixa os forasteiros perplexos. Mas essa distinta ausência de sabor também o torna um símbolo perfeito da comida no Rio”. (SEGAL..., 2016)

Na realidade, a reportagem de David Segal não faz apenas uma análise (seguida de posterior crítica) ao Biscoito Globo – mas sim um ataque à gastronomia da cidade, conforme publicou a *Veja Rio*:

As alfinetadas vão além do biscoito e chegam à culinária da cidade, em geral. Apesar de dizer que existem excelentes lojas de suco, carrinhos de churros e alguns restaurantes, além de churrascarias onde se pode comer à vontade, ele enfatiza que as casas de self-service são bufês de ‘variedade deprimente’, que misturam comidas como macarrão e sushi com salsicha e raramente feitos com ingredientes frescos. Para completar, a crítica diz que a gastronomia carioca é um ‘segredo infeliz’ da capital fluminense. (THE NEW..., 2016)

Vocábulo composto por *gasteur* (ventre, estômago) *nomos* (lei) e pelo sufixo *-ia*, gastronomia significa, etimologicamente, estudo ou observância das leis do estômago. (FRANCO, 2001) Nesse sentido, a receita do biscoito Globo é simples, composta por apenas quatro ingredientes: polvilho, gordura, leite e ovos. Tais ingredientes permanecem os mesmos desde o início da produção da rosquinha na cidade de São Paulo durante a década de 1950. Visando facilitar o crescimento da massa, a receita costuma ganhar apenas um pouco mais de gordura, leite, sal ou açúcar. (MANIER, 2017)

E apesar das críticas do jornalista americano, o biscoito Globo foi considerado “uma das sete maravilhas da gastronomia fluminense” de acordo com concurso promovido pelo jornal *O Globo*. (AS SETE..., 2013) Realizado entre agosto e outubro do ano de 2013, o concurso aconteceu pela internet e computou cerca de 20 mil votos em sete categorias gastronômicas, dentre as quais “Entradas & Petiscos” – quesito no qual o biscoito Globo venceu.³² (ARAÚJO, 2013) E junto com os demais vencedores do concurso (como a caipirinha na categoria “Bebidas”), a rosquinha de polvilho foi considerada

32 Ver: <https://oglobo.globo.com/rio/caipirinha-angu-estao-entre-as-7-maravilhas-da-gastronomia-fluminense-10960490>

uma das “delícias que colaboram para o desenvolvimento socioeconômico, cultural e turístico e que têm a marca registrada da culinária do Estado do Rio, da capital e do interior”. (ARAÚJO, 2013)

Ao atacar o biscoito Globo e declarar que “o paladar é um sentido que o Rio ainda não desenvolveu plenamente”, (SEGAL, 2016) o jornalista David Segal irritou profundamente os cariocas, que se sentiram ofendidos com as declarações feitas na reportagem do *The New York Times*. Para ilustrar o mal-estar gerado pelos comentários do jornalista, vale observar a resposta do vendedor ambulante Roberto Gomes – que comercializa o biscoito na praia de Copacabana –, em reportagem intitulada “Cariocas reagem à crítica do New York Times sobre biscoito Globo”: “São pessoas que não conhecem a tradição do biscoito. Ele é muito querido nas praias e muito aceito, tanto pela classe alta quanto pela classe baixa, pessoa rica, pobre, criança, adulto”.³³ (SOUZA, 2016)

Mas o imbróglio não parou por aí. A empresa fabricante do biscoito Globo se defendeu nas redes sociais, e publicou um *banner* com a seguinte mensagem: “Obrigado, *New York Times*! Uma crítica negativa nunca repercutiu tão positivamente para uma marca”.³⁴ Sendo assim, a crítica à rosquinha de polvilho acabou gerando um efeito do tipo “mexeu com o biscoito Globo, mexeu com todos os cariocas”. Tal fato inclusive fez com que a resposta da empresa nas redes sociais contemplasse a seguinte *hashtag*:³⁵ #somostodosbiscoitoglobo.³⁶

Nesse contexto, vale destacar que existem determinados alimentos e modos de comer que são tidos como tipicamente cariocas pelo fato de que são percebidos como portadores das qualidades intrínsecas ao carioca. (SANTOS; VELOSO, 2009) E existe uma ligação da gastronomia com a identidade regional, já que a comida tem o papel de destacar identidades e, conforme o contexto, elas podem ser nacionais, regionais, locais, familiares

33 Ver: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/olimpiadas/rio2016/noticia/2016/08/cariocas-reagem-critica-do-new-york-times-sobre-biscoito-globo.html>

34 Ver: <https://www.facebook.com/biscoitogloborj/photos/pb.1599771140313523.-2207520000.1471369150./1629742760649694/?type=3&theater>

35 Uma *hashtag* é qualquer palavra ou frase precedida pelo símbolo cerquilha (#) muito utilizada entre os usuários das redes sociais. A cerquilha transforma qualquer expressão em um link indexador que faz com que seja mais fácil encontrar e seguir uma conversa sobre o assunto contido nela.

36 Ver: <https://www.facebook.com/biscoitogloborj/photos/pb.1599771140313523.-2207520000.1471369150./1629742760649694/?type=3&theater>

ou pessoais. (DA MATTA, 1987) E ao criticar o biscoito Globo, o jornalista do *The New York Times* irritou os cariocas porque estes se sentiram “ofendidos” em um dos elementos ligados à sua identidade: a alimentação. E após as críticas feitas à rosquinha de polvilho na reportagem do jornalista americano David Segal, as pessoas foram em defesa do mesmo nas redes sociais. No Twitter, foram observados comentários como: “*Biscoito Globo não é uma comida. É um conceito*”. / ‘*Falar mal do Biscoito Globo é como dizer que Gisele Bundchen é baranga. Ofendeu uma instituição nacional*’. / ‘*Não entendo como uma nação que acha graça em manteiga de amendoim possa ousar falar mal do Biscoito Globo*’.³⁷

Na ocasião, a mídia em geral também publicou notícias sobre a indignação causada pelas críticas que a rosquinha recebeu no *The New York Times*, onde uma delas ressaltou comparações entre o “Biscoito Globo e o tão amado bolo feito pela vovó” (em uma referência às receitas culinárias de família); e também relatou de modo jocoso que a reportagem de David Segal geraria uma grave “crise diplomática” entre o Brasil e os Estados Unidos em decorrência dos comentários negativos sobre o Biscoito Globo.³⁸ (BAZZO, 2016)

As críticas chegaram ao “pai” da rosquinha de polvilho, Milton Ponce. Falecido em maio de 2017 em decorrência de um câncer, Milton recebeu o jornalista David Segal em agosto de 2016 – durante a realização dos Jogos Olímpicos – na fábrica localizada na Rua do Senado para a realização da entrevista, como se observa a seguir:

Apesar de reservado e cauteloso para falar de si e da empresa, ainda mais para abrir as portas da produção a jornalistas, Milton Ponce e equipe receberam educadamente os visitantes e responderam a suas perguntas, mesmo percebendo que algumas informações poderiam acabar saindo erradas por causa da falta de domínio do português da intérprete. Em sequência, receberam ainda a visita de um fotógrafo contratado pelo jornal para clicar fotos ilustrativas. E aguardou-se a reportagem. (MANIER, 2017, p. 152)

37 Comentários extraídos pela autora em agosto de 2016 da rede social Twitter, após a publicação da reportagem do jornalista David Segal no *The New York Times*.

38 Ver: http://www.huffpostbrasil.com/2016/08/14/biscoito-globo-new-york-t_n_11510404.html

Logo após a repercussão da reportagem, o filho de Milton Ponce comentou que falar mal do sabor do biscoito “é uma questão de gosto”. Nesse contexto, é importante entender que, apesar de apresentar uma perspectiva químico-fisiológica, o gosto humano inclui a noção da alma como fator decisivo de julgamento pessoal das impressões transmitidas pelos órgãos. (BRILLAT-SAVARIN, 1995) E em se tratando do imaginário carioca, o Biscoito Globo “não é insosso e sem gosto”, já que faz parte das percepções que o indivíduo tem de si e de sua relação com o Rio de Janeiro. (SANTOS; VELOSO, 2009)

Na ocasião, Marcelo Ponce (filho de Milton) declarou ao jornal *O Globo* como seu pai recebeu a reportagem do *The New York Times*:

Meu pai está com 80 anos. Recebeu o jornalista aqui na fábrica e está chateado. Não por terem falado mal do biscoito. Disseram que é insosso, sem sal e sem gosto, e isso é uma questão de gosto. Ele está chateado porque falaram mal da culinária carioca como um todo. Mas ele, por outro lado, está muito feliz com a repercussão positiva na internet, nas redes sociais, com todos nos defendendo. (SOUZA, 2016)

Nos dias seguintes à publicação da matéria no jornal americano, o telefone da Panificação Mandarinino tocou sem parar; e em meio às mensagens que transmitiam “tanto apoio quanto indignação, vários jornalistas de diferentes mídias telefonaram querendo filmar a fábrica, fazer entrevistas e escrever matérias com um teor de resposta”. (MANIER, 2017, p. 153) Um advogado chegou a oferecer os serviços jurídicos à Panificação Mandarinino, alegando a legitimidade de um processo contra o jornal americano partindo da repercussão da reportagem do *The New York Times*. (MANIER, 2017)

Definido como “insosso e sem gosto”, o biscoito Globo contou com uma “defesa apaixonada” das pessoas –incluindo alguns cariocas famosos–, que inundaram as redes sociais com duas variedades de *posts* sobre a reportagem do *The New York Times*: ataques rancorosos ao jornal americano e defesas do petisco.³⁹ (URBIM, 2016) Pode-se citar como exemplo a atitude do arquiteto carioca Chicô Gouvêa, que na época trocou as suas fotos de perfil nas redes sociais por uma imagem do biscoito Globo. (URBIM, 2016)

39 Ver: <https://oglobo.globo.com/rio/biscoito-globo-tem-defesa-apaixonada-nas-redes-sociais-19938373>

Em julho de 2019, outra polêmica envolveu a rosquinha, quando o chef de cozinha francês Claude Troisgros lançou a sua linha de biscoitos de polvilho. Oferecido nos sabores ervas de provençe, *hot curry*, chocolate, queijo pecorino romano e original com sal marinho, o biscoito surge como uma possibilidade de “gourmetização” do tradicional polvilho carioca, que possui apenas os sabores doce e salgado.⁴⁰ (ROCHADEL, 2019) E antes mesmo de ser vendido nas areias das praias do Rio de Janeiro, o produto criado por Troisgros gerou repercussão. Nesse contexto, é interessante observar a opinião da carioca Yula Correia na reportagem intitulada “Novo biscoito de polvilho ‘gourmetizado’ gera polêmica nas praias do Rio”, publicada pelo jornal *O Dia*: “Sol, mate e biscoito Globo, essa é a combinação perfeita que o Rio oferece. Não tem porque modificar uma receita de sucesso. Mas entendo que estamos em um momento onde todos querem reinventar as coisas. Ele tá mexendo em casa de marimbondo”.⁴¹ (SCHUINDT; DANDARA, 2019)

Tripudiada pelo jornalista americano David Segal em 2016 e “gourmetizada” pelo chef Claude Troisgros, a rosquinha de polvilho – que quase foi “batizada” de Copacabana – completou 64 anos em 2019. E permanece como o “bixxxxcoito” que habita o imaginário e o coração dos cariocas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O que parece evidenciar-se a partir dos relatos e fatos pesquisados e apresentados neste artigo é que as construções identitárias de uma cidade, e de suas marcas, são atravessadas tanto por elementos culturais globais como locais. No caso do biscoito Globo, compreendemos que a força da localidade - os modos de comer, os hábitos cotidianos do consumo do produto e toda a ambiência onde se compartilha o gosto por tomá-lo com mate, sentado na praia, na calçada - tece um imaginário tão potente na cidade que a maioria dos cariocas não abre mão de nomear essa marca como “sua marca”. Há uma potência identitária, e uma cumplicidade entre aqueles que vivem e praticam a cidade a partir dos modos de consumir esse alimento. A

40 Ver: <https://www.metropoles.com/gastronomia/comer/globo-gourmet-claude-troisgros-lanca-linha-de-biscoito-de-polvilho>

41 Ver: <https://odia.ig.com.br/rio-de-janeiro/2019/07/5665660-novo-biscoito-de-polvilho--gourmetizado--gera-polemica-nas-praias-do-rio.html#foto=1>

afirmação “*Biscoito, mate, água... ó ó biscoito! É a cara do Rio. Biscoitinho de polvilho!*” nos auxilia a compreender que nem sempre os produtos culturais globais conseguem se impor ao gosto e práticas culturais locais. A força do imaginário, ou seja, das imagens, das memórias e sensibilidades cariocas, resistem em um pacote de polvilho.

REFERÊNCIAS

- 60 ANOS do Congresso Eucarístico do Rio. *Arquidiocese de São Sebastião do Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <http://arqrio.org/formacao/detalhes/816/60-anos-do-congresso-eucaristico-do-rio.%20Acesso%20em:%2024%20maio%202019>. Acesso em: 27 jul. 2020.
- ABERTURA da Rio-2016 é elogiada pela imprensa internacional: veja repercussão. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 2016. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/olimpiada-no-rio/2016/08/1799704-abertura-da-rio-2016-e-elogiada-pela-imprensa-internacional-veja-repercussao.shtml>. Acesso em: 27 jul. 2020.
- ABREU, R. M. R. M. A capital contaminada: a construção da identidade nacional pela negação do espírito carioca. In: LOPES, A. H. (org.). *Entre a Europa e a África: a invenção do carioca*. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa: Topbooks, 2000. p. 167-185.
- ARAÚJO, C. Vendedores de mate e biscoito de polvilho. *Portal MultiRio*, Rio de Janeiro, 2014. Disponível em: <http://www.multirio.rj.gov.br/index.php/leia/reportagens-artigos/reportagens/913-patrimonio-imaterial-carioca-vendedores-de-mate-e-biscoito-de-polvilho>. Acesso em: 27 jul. 2020.
- ARAÚJO, P. R. Caipirinha e angu estão entre as sete maravilhas da gastronomia fluminense. *O Globo*, Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/caipirinha-angu-estao-entre-as-7-maravilhas-da-gastronomia-fluminense-10960490>. Acesso em: 28 jul. 2020.
- AS SETE maravilhas da gastronomia fluminense. *O Globo*, Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: https://infograficos.oglobo.globo.com/rio/as-sete-maravilhas-da-gastronomia-fluminense/biscoito-globo-8506.html#description_text. Acesso em: 27 jul. 2020.
- BAZZO, G. Aqui não, queridinho! New York Times passa dos limites e critica Biscoito Globo. *Huff Post*, São Paulo, 2016. Disponível em: https://www.huffpostbrasil.com/2016/08/14/aqui-nao-queridinho-new-york-times-passa-dos-limites-e-critica_n_11510404.html. Acesso em: 28 jul. 2020.
- BERNARDO, A. Biscoito de polvilho: conheça mais sobre o petisco mais praiano do Brasil. *Revista Super Interessante*, Editora Abril, São Paulo, 2016. Disponível em: <https://super.abril.com.br/saude/biscoito-de-polvilho-conheca-mais-sobre-o-petisco-mais-praiano-do-brasil/>. Acesso em: 27 jul. 2020.

BETIM, F. Guia básico para entender e falar o “carioquêx” no Rio durante os Jogos Olímpicos. *El País*, São Paulo, 2016. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2016/08/06/cultura/1470502556_718385.html. Acesso em: 27 jul. 2020.

BISCOITO Globo. *Globo*, Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <https://www.biscoitoglobo.com.br/>. Acesso em: 27 jul. 2020.

BRILLAT-SAVARIN, J. *A fisiologia do gosto*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

BUENO, M. L. Cultura e estilos de vida. In: BUENO, M. L.; CAMARGO, L. O. L. (org.). *Cultura e consumo: estilos de vida na contemporaneidade*. São Paulo: SENAC São Paulo, 2008. p. 9-15.

CAPUCCI, R. Ser carioca vai além de nascer no Rio de Janeiro, é um estado de espírito. *GI*, Rio de Janeiro, 28 fev. 2015.

CASARIN, R. Você sabia que o Biscoito Globo, ícone do Rio de Janeiro, nasceu em São Paulo? É o que mostra biografia do quitute. *Portal UOL*, São Paulo, 2017. Disponível em: <https://paginacinco.blogosfera.uol.com.br/2017/01/18/voce-sabia-que-o-biscoito-globo-icone-do-rio-de-janeiro-nasceu-em-sao-paulo-e-o-que-mostra-biografia-do-quitute/>. Acesso em: 27 jul. 2020.

CORRÊA, S. B. Lazer, trabalho e sociabilidade na Praia de Copacabana. In: BARBOSA, L.; PORTILHO, F.; VELOSO, L. *et al.* (org.). *Consumo: cosmologias e sociabilidades*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009. p. 135-156.

DA MATTA, R. *Sobre o simbolismo da comida no Brasil*. Correio da Unesco, [Rio de Janeiro], v. 15, n. 7, p. 21-23, 1987.

DO ESTADO da Guanabara ao estado do Rio de Janeiro: a fusão. *Portal MultiRio*, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <http://multirio.rio.rj.gov.br/index.php/estude/historia-do-brasil/rio-de-janeiro/71-um-rio-de-muitos-janeiros/3365-a-fusao-do-estado-da-guanabara-ao-estado-do-rio-de-janeiro>. Acesso em: 27 jul. 2020.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2004.

DURAND, G. *Campos do imaginário*. Lisboa: Instituto Piaget, 1998.

EM 1955, 36º Congresso Eucarístico fez do Rio a capital mundial do catolicismo. *O Globo*, Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <https://acervo.oglobo.globo.com/em-destaque/em-1955-36-congresso-eucaristico-fez-do-rio-capital-mundial-do-catolicismo-9123322>. Acesso em: 27 jul. 2020.

FERNANDES, C. S.; HERSCHMANN, M. Entre as “conchas vazias” e a potencialidade das dinâmicas criativas urbanas cotidianas na área do porto do Rio de Janeiro. In: FERNANDES, C. S.; HERSCHMANN, M. *Cidades musicais: comunicação, territorialidade e política*. Porto Alegre: Sulina, 2018. p. 19-56.

FRANCO, A. *De caçador a gourmet: uma história da gastronomia*. São Paulo: SENAC, 2001.

FREITAS, R. F.; LINS, F.; SANTOS, M. H. C. Megaevento: uma lógica de transformação social. In: FREITAS, R. F.; LINS, F.; SANTOS, M. H. C. (org.). *Megaeventos, comunicação e cidade*. Curitiba: CRV, 2016. p. 21-38.

GIDDENS, A. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

GONTIJO, F. S. Carioquice ou Carioquidade?: ensaio etnográfico das imagens identitárias cariocas. In: GOLDENBERG, M. (org.). *Nu & Vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*. Rio de Janeiro: Record, 2002. p. 41-77.

GRUPAMENTO Especial de Praia e Marítimo. *Portal da Prefeitura do Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <http://www.rio.rj.gov.br/web/gmrio/especial-de-praia>. Acesso em: 27 jul. 2020.

GUIMARÃES, C. Gourmetização: limão do mate é vendido como “limonada suíça” na Praia de Ipanema. *O Globo*, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <https://blogs.oglobo.globo.com/gente-boa/post/gourmetizacao-limao-do-mate-e-vendido-como-limonada-suica-na-praia-de-ipanema.html>. Acesso em: 27 jul. 2020.

JACQUES, P. B. Patrimonialização e estetização urbanas. Prefácio. In: JEUDY, H. P. *Espelho das cidades*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2005. p. 9-12.

JEDLOWSKI, P. Memória e a mídia: uma perspectiva sociológica. In: SÁ, C. P. (org.). *Imaginário e representações sociais*. Rio de Janeiro: Museu da República, 2005. p. 87-98.

JOGOS Olímpicos 2016. *Jogos Olímpicos 2016*, Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <https://www.olympic.org/rio-2016>. Acesso em: 27 jul. 2020.

LEGROS, P.; MONNEYRON, F.; RENARD, J. B. *et al. Sociologia do imaginário*. Porto Alegre: Sulina, 2007.

LESSER, J. *A invenção da brasilidade: identidade nacional, etnicidade e políticas de imigração*. São Paulo: UNESP, 2015.

LIPOVETSKY, G.; ROUX, E. *O luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

MAFFESOLI, M. *A conquista do presente*. Natal: Argos, 2001.

MANIER, A. B. Ó, o Globo: a história de um biscoito. Rio de Janeiro: Valentina, 2017.

MENDONÇA, A. V. Vendedores de mate na praia agora são patrimônio do Rio, diz Paes. Portal de notícias. *O Globo*, Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2012/03/vendedores-de-mate-na-praia-agora-sao-patrimonio-do-rio-diz-paes.html>. Acesso em: 27 jul. 2020.

- MENDONÇA, R. A rotina dos vendedores de mate nas praias do Rio, sob calor de 40° e com 50kg nas costas. *BBC Brasil*, Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-42643527>. Acesso em: 27 jul. 2020.
- MESQUITA, C. A Guanabara comemora os 400 anos da cidade do Rio de Janeiro. In: TURAZZI, M. I.; LEITE, J. S.; MESQUITA, C. (org.). *Rio 400+50: comemorações e percursos de uma cidade*. Rio de Janeiro: Edições de Janeiro, 2014. p. 76-121.
- MORRE Milton Ponce, um dos donos do Biscoito Globo, aos 78 anos. *Extra*, Rio de Janeiro, 18 maio 2017. Disponível em: <https://extra.globo.com/noticias/rio/morre-milton-ponce-um-dos-donos-do-biscoito-globo-aos-78-anos-21358206.html>. Acesso em: 27 jul. 2020.
- O JUBILEU do polvilho. *Época*, São Paulo, 2003. Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EDR54654-6012,00.html>. Acesso em: 27 jul. 2020.
- PALMIERI JUNIOR, V. *Gourmetização em uma sociedade desigual: notas sobre a diferenciação de consumo de alimentos no Brasil*. 2017. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Econômico) - Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2017. Disponível em: http://repositorio.unicamp.br/bitstream/REPOSIP/325569/1/PalmieriJunior_Valter_D.pdf. Acesso em: 24 maio 2019.
- PERROTTA, I. *Promenades do Rio: a turistificação da cidade pelos guias de viagem de 1873 a 1939*. Rio de Janeiro: Rio450: Hybris Design, 2015.
- PORTO, A. F. *Copacabana Palace: imaginário, consumo e estilos de vida no palácio da Princesinha do Mar*. 2014. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Programa de Pós Graduação em Comunicação, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.
- PORTUGUESES deixaram sotaque como herança. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 2013. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/livrariadafolha/2013/06/1288985-portugueses-deixaram-sotaque-carioca-como-heranca-diz-livro.shtml#:~:text=Por%20quase%20dois%20s%C3%A9culos%2C%20o,real%20e%20a%20corte%20portuguesa.&text=No%20cap%C3%ADtulo%20%22Hist%C3%B3ria%20da%20L%C3%ADngua,sotaques%20e%20regionalismos%20dos%20brasileiros>. Acesso em: 27 jul. 2020.
- PRIORE, M. D. *Histórias da gente brasileira*. São Paulo: LeYa, 2016.
- RIO DE JANEIRO. Decreto nº 35.179, de 2 de março de 2012. Declara Patrimônio Cultural Carioca a atividade de vendedor ambulante de mate, limonada e biscoito de polvilho nas praias cariocas. *Diário Oficial do Estado*, Rio de Janeiro, 3 mar. 2012. Disponível em: <http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4368015/4108330/18DECRETO35179AtividadeVendedorAmbulantedeMateLimonadaeBiscoitodePolvilho.pdf>. Acesso em: 27 jul. 2020.

ROCHADEL, A. Globo gourmet? Claude Troisgros lança linha de biscoito de polvilho. *Metrópoles*, Brasília, DF, 2019. Disponível em: <https://www.metropoles.com/gastronomia/comer/globo-gourmet-claude-troisgros-lanca-linha-de-biscoito-de-polvilho>. Acesso em: 28 jul. 2020.

SANTOS, E. I.; VELOSO, L. Consumo e sociabilidade na construção do imaginário carioca. In: BARBOSA, L.; PORTILHO, F.; VELOSO, L. *et al.* (org.). *Consumo: cosmologias e sociabilidades*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009. p. 87-118.

SCHUINDT, R.; DANDARA, L. Novo biscoito de polvilho “gourmetizado” gera polêmica nas praias do Rio. *O Dia*, Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <https://odia.ig.com.br/rio-de-janeiro/2019/07/5665660-novo-biscoito-de-polvilho--gourmetizado--gera-polemica-nas-praias-do-rio.html#foto=1>. Acesso em: 28 jul. 2020.

SEGAL, D. Sem gosto, Biscoito Globo é o símbolo perfeito da comida do Rio de Janeiro. *Portal UOL*, São Paulo, 2016. Disponível em: <https://noticias.bol.uol.com.br/ultimas-noticias/internacional/2016/08/15/sem-sabor-biscoito-globo-o-torna-um-simbolo-perfeito-da-comida-do-rio-de-janeiro.htm>. Acesso em: 27 jul. 2020.

SILVA, M. M. L. Crimes da era digital. *Net*, Rio de Janeiro, 1998. Disponível em: <http://www.brazilnet.com.br/contexts/brasilrevista.htm>. Acesso em: 28 nov. 1998.

SOUZA, E. Cariocas reagem à crítica do New York Times sobre biscoito Globo. *O Globo*, Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/olimpiadas/rio2016/noticia/2016/08/cariocas-reagem-critica-do-new-york-times-sobre-biscoito-globo.html>. Acesso em: 28 jul. 2020.

THE NEW York Times critica Biscoito Globo: “Sem gosto, assim como a culinária carioca”. *O Globo*, Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/olimpiadas/rio2016/blog/brasil-visto-de-fora-na-olimpiada/post/new-york-times-faz-materia-sobre-biscoitos-globo-sem-gosto-assim-como-culinaria-carioca.html>. Acesso em: 27 jul. 2020.

TRÂNSITO e estacionamento de veículos durante a realização do Congresso Eucarístico. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, 1955. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/Hotpage/HotpageBN.aspx?bib=089842_06&pagfis=50201&url=http://memoria.bn.br/docreader#. Acesso em: 27 jul. 2020.

TURAZZI, M. I. O aniversário da cidade: histórias e memórias que se cruzam. In: TURAZZI, M. I.; LEITE, J. S.; MESQUITA, C. (org.). *Rio 400+50: comemorações e percursos de uma cidade*. Rio de Janeiro: Edições de Janeiro, 2014. p. 18-73.

UM RIO de histórias: fusão da Guanabara. *Portal MultiRio*, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <http://www.multirio.rj.gov.br/index.php/assista/tv/8089-fus%C3%A3o-da-guanabara>. Acesso em: 27 jul. 2020.

URBIM, E. Biscoito Globo tem defesa apaixonada nas redes sociais. *O Globo*, Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/biscoito-globo-tem-defesa-apaixonada-nas-redes-sociais-19938373>. Acesso em: 28 jul. 2020.