

Praia de Copacabana: um ícone carioca

Augusto Ivan de Freitas Pinheiro, Arquiteto e Urbanista, Professor de Urbanismo da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da PUC-RJ.

Eliane Canedo de Freitas Pinheiro, Arquiteta e Urbanista.

Iracema Bouzas Pessoa, Economista.

RESUMO

Este artigo é resultado de um trabalho realizado no ano 2000 com vistas à sua apresentação num seminário internacional sobre cidades costeiras realizado em Biarritz, na França. Por motivo de força maior não pode ser apresentado no evento e permaneceu inédito desde então. Dada a singularidade do tema – a praia de Copacabana como ícone da cidade e ao mesmo tempo como espaço de trabalho e renda para uma imensa quantidade de trabalhadores – julgamos que, embora defasado no tempo no que se refere aos dados coletados, o artigo poderia se constituir numa importante reflexão sobre a carga simbólica de determinados espaços urbanos e a apropriação destes mesmos espaços como lócus econômico por uma grande parcela da população das cidades.

Palavras-chave: urbanização; praia, Copacabana

ABSTRACT

This article provides the necessary information for a analysis of the he symbology involving certain urban areas, as well as the appropriation of these same areas as important economic loci for a great parcel of urban population.

Key-words: urbanization, beach Copacabana

Introdução

Ao sobrevoar a cidade o observador verá, do alto, uma extensa malha urbanizada cortada ao meio por um maciço montanhoso, coberto por densa floresta tropical. Abaixo de seus pés ela se desenvolve, seguindo duas vertentes. A primeira, ao Norte, uma grande planície ocupada, que, colada a várias cidades vizinhas da região metropolitana alcança os contrafortes da Serra do Mar. A segunda, ao Sul, compreende uma estreita faixa de terra urbanizada entre o maciço central e o Oceano Atlântico, cuja orla é emoldurada por costões rochosos, restingas, lagoas e uma sucessão de praias, ora longas, ora curtas, cobertas por areia fina e branca. Este é o Rio de Janeiro.

Ao se aproximar do solo, uma, dentre as muitas praias, chama a atenção pela massa compacta de edifícios e pelo desenho caprichoso da curva de sua costa. Este é o bairro de Copacabana.

Em terra, caminhando pelas calçadas à beira-mar, a visão do observador será capturada, de um lado, pela visão imponente dos prédios da orla, que formam uma longa e alta muralha, e do outro, pela bela e ampla praia em frente. Um primeiro pensamento ocorre: que esplêndido lugar para se morar, tendo à frente a paisagem do horizonte infinito do Oceano Atlântico.

Com um pouco mais de atenção, entretanto, o olhar é imediatamente atraído pela intensa movimentação de pessoas indo e vindo da praia, aproveitando o sol quente tropical e as águas frias do mar. Outro pensamento vem à baila: que belo lugar para desfrutar da natureza.

Alguém mais curioso, porém, notará um movimento contínuo, laborioso e frenético de pessoas que certamente não vivem ali e nem estão no local para se divertir. São carregadores entregando mercadorias, funcionários de hotel recebendo ou despachando hóspedes, garçons apressados servindo as mesas ao ar livre dos restaurantes, frentistas de postos de gasolina abastecendo veículos, balconistas dos quiosques à beira-mar atendendo seus clientes, pescadores chegando em suas embarcações, vendedores ambulantes apregoando suas mercadorias, professores de ginástica e instrutores de esportes com suas turmas de alunos, policiais e guardas municipais circulando, catadores recolhendo latas deixadas na areia, funcionários da limpeza urbana trabalhando nas ruas e na praia, escultores de areia, salva-vidas atentos, pequenos aviões e dirigíveis sobrevoando a praia e exibindo faixas de publicidade, enfim, uma pequena multidão que se mistura com as pessoas caminhando ou correndo nas calçadas junto ao mar, freqüentadores sentados nas mesas dos bares e quiosques. Este exército de trabalhadores em permanente movimento dá a impressão de que a metade das pessoas que ali estão ganham a vida em função da praia.

Um lugar muito especial que se confunde com a imagem da própria cidade, orgulho dos cariocas, portadora de uma carga simbólica notável, mas que também é uma construção social responsável hoje pela sobrevivência de milhares de pessoas e um espaço econômico fundamental para o Rio de Janeiro: a praia de Copacabana.

Esta é a praia que se pretende apresentar. Ela certamente se assemelha a outras orlas do mundo que, por sua história, estimulam a reflexão sobre o papel vital de seus espaços. São praias que, além de oferecerem o espetáculo de sua beleza natural, cumprem uma função preponderante e participam ativamente do desenvolvimento social, econômico e cultural das cidades costeiras. São, portanto, lugares exemplares e merecedores de um olhar atento, pois além de serem parte privilegiada do meio-ambiente natural, são também uma construção humana rica e complexa, fundamental para a vida urbana.

O nascimento de um Mito

Praia mais famosa do Brasil, internacionalmente conhecida, imortalizada nas telas do cinema e na música popular brasileira, Copacabana tornou-se, em pouco mais de meio século, um símbolo cuja imagem é indissociável do Rio de Janeiro, assim como o Pão de Açúcar e o Cristo Redentor. E isto não é pouco em se tratando de uma cidade cuja morfologia natural é plena de referências fortes: a Floresta da Tijuca, as lagoas e a sucessão de 85,4 quilômetros de praias, urbanas ou quase intocadas.

O local, entretanto, demorou a ser integrado ao processo de urbanização da cidade, iniciado com a fundação da vila de São Sebastião do Rio de Janeiro, em 1565, pelos colonizadores portugueses, sessenta e três anos após o sítio ser descoberto. Até quase o final do século XIX, Copacabana permaneceu distante e quase vazia, apesar de o Rio, na época já contar com aproximadamente 600.000 habitantes. Separado da área urbanizada por uma cordilheira montanhosa, o local era naquela ocasião apenas mar, areia e vegetação nativa.

A primeira ocupação de que se tem notícia foi a da construção, em 1770, na altura da Pedra do Arpoador, de uma pequena capela que abrigava uma imagem da Virgem Maria, trazida por mercadores de prata do vilarejo de Copacabana (Mirante do Azul, em linguagem quíchua) situado nas margens do lago Titicaca, na Bolívia. A imagem, batizada de Nossa Senhora de Copacabana, foi colocada inicialmente em uma igreja do centro do Rio, de onde posteriormente desapareceu. Reencontrada na praia por pescadores, foi instalada na igrejinha e acabou dando nome de Copacabana ao local.

Ao longo de praticamente todo o século dezenove, além da igreja, a área possuía apenas raros casebres de escravos e pescadores e algumas casas de repouso. Seu acesso, difícil devido às montanhas, era feito apenas através da então longínqua praia de Ipanema e por um íngreme caminho a ser percorrido somente a pé, no morro da Babilônia, que conduzia ao forte do Leme.

Pressionada pelo crescimento do bairro vizinho de Botafogo e pela fama do poder curativo de suas águas, a região ganhou seu primeiro acesso urbanizado em 1855. Partindo de Botafogo, já bastante ocupado, foi aberta uma ladeira ligando aquele local à planície de Copacabana, para que nela transitassem, conforme relata Brasil Gerson, em *História das*

Ruas do Rio, “cavaleiros e carros, tornando mais fácil o uso dos banhos às famílias que na estação calmosa freqüentavam uma das mais limpas e aprazíveis praias da capital”

Copacabana transformou-se rapidamente em local de piqueniques para as famílias mais abastadas da cidade. Entretanto as primeiras casas só viriam a ser construídas depois de 1870, resultante de um processo pioneiro de loteamento na cidade de então. Diferente dos outros assentamentos mais antigos,

“Copacabana já nasceu com a configuração de um bairro. Em menos de trinta anos já estava ocupada e dotada de todos os serviços urbanos, (...) fruto de empreendimento imobiliário de cunho capitalista, onde rapidamente foi absorvido tudo o que havia de novidade, fosse nas formas arquitetônicas, nos materiais de construção ou nos hábitos e costumes.” (História dos Bairros-Copacabana)

Os bondes chegaram em 1892, mas foi somente em 1906 que, já movidos a eletricidade, eles cruzariam, de ponta a ponta sua principal avenida, chamada Nossa Senhora de Copacabana. Ligado a Botafogo através do Túnel Velho, aberto à mesma época, o bairro prosperou, chegando a 1930 totalmente loteado. Afirmava-se então como um dos mais atraentes da cidade e, certamente, o mais moderno.

A população também aumentava, em 1920 chegava a quase 18.000 pessoas, e palacetes proliferavam ao longo da avenida litorânea. Modernizada e protegida por um cais de pedras, construído entre 1913 e 1920, a Avenida Atlântica trouxe para o local a atmosfera e os estilos dos balneários mediterrâneos europeus. Já popularizada, a prática dos banhos de mar logo se tornaria moda no Rio de Janeiro.

Hotel Copacabana Palace: arauto do prestígio

A inauguração do hotel Copacabana Palace, na Avenida Atlântica, em 1923, foi um marco na cidade. Projeto do arquiteto francês Joseph Gire em estilo neoclássico importado da Riviera Francesa, o famoso hotel trouxe para o bairro o prestígio definitivo. Ao longo de sua trajetória ele se tornaria o símbolo de Copacabana, e o cartão de visitas de um Brasil requintado e cosmopolita. Hospedando membros das realezas europeias, chefes de estado estrangeiros e artistas famosos do *show-business*, o hotel promoveria nas suas imediações o surgimento dos edifícios de apartamentos mais altos, elegantes e ricos do Rio de Janeiro, dando origem à verticalização e à valorização imobiliária do bairro. A partir daí Copacabana passaria a ser local de moradia, principalmente em sua faixa litorânea, da elite milionária do Rio.

Posteriormente outros hotéis viriam se juntar ao Copacabana Palace, totalizando os atuais 17, com cerca de 3.500 quartos, todos dotados de boa infra-estrutura. Aliás, em geral, os hotéis do Rio desfrutam de boa reputação. Em pesquisa datada de 1999, coordenada pela University of Michigan Business School, o nível de satisfação com os hotéis da cidade alcançou a média de 72% entre turistas e homens de negócios para os hotéis de 4 a 5 estrelas e 65%, os de 1 a 3 estrelas (a média nos USA é de 72%). Os níveis de reclamações são baixos, de 10 a 13%

(média americana 22%) e a intenção de retorno ficou em torno de 70%. As taxas de ocupação dos hotéis da orla são altas chegando, na época do Réveillon, a 93,0%. Este, por sua vez, se tornou, há algumas décadas, a segunda maior festa do Rio, perdendo apenas para o Carnaval.

As comemorações da passagem do ano vêm atraindo um público cada vez maior desde que os hotéis da orla passaram a patrocinar a queima de fogos na passagem do ano, investindo vultosos recursos nas comemorações.

Apesar do surgimento dos novos hotéis, o Copacabana Palace ainda é a referência mais forte da orla oceânica, conferindo, até hoje, prestígio e valor aos edifícios residenciais na sua vizinhança.

1930 – 1960: os anos dourados

O Hotel Copacabana Palace foi o sinal definitivo para o bairro se desenvolver e se tornar, em pouco tempo, o Eldorado do Rio. Em 1933, a região já contava com setenta edificações com mais de quatro pavimentos, sendo que sete deles acima de dez andares. A rápida expansão, nos anos de 1940 e 1950, logo a tornaria alvo do mais intenso crescimento imobiliário que a cidade experimentou, tendo como principal atração a aura de modernidade e o *glamour* de um espaço sofisticado, altamente valorizado e potencializado pela imprensa, pela música e pelo cinema. Seu território era enaltecido pela presença da praia, pela notoriedade de seus moradores, decantados nas colunas sociais dos jornais e revistas, e pela vitalidade de sua vida noturna. Juntamente com Carmen Miranda, a praia de Copacabana ganharia fama internacional, simbolizando um país exótico, mas sofisticado, distante, mas cosmopolita.

Surgia ali um Rio diferente para o qual todo o Brasil olhava orgulhoso, como a promessa de um novo tempo e como uma nova civilização, alegre e moderna. As vias de comunicação internas eram cada vez mais conectadas aos bairros vizinhos, como o grande corte no morro do Cantagalo, de 1938, ligando Copacabana à Lagoa Rodrigo de Freitas, e a duplicação do Túnel Novo em 1949, que facilitaria ainda mais o acesso a Botafogo e ao Centro da cidade.

Entre 1940 e 1950 a população do bairro aumentaria em 74,35%, saltando de 74.133 para 129.249 habitantes. Atraídos pela fama do bairro e pela mística que se criou em torno dele, os investidores passaram a comprar as antigas propriedades no interior da região para ali construírem novos prédios habitacionais e espaços comerciais.

Da noite para o dia as antigas casas eram demolidas dando lugar a edificações altas, de até doze pavimentos. As novas construções abrigavam não apenas moradores de alto poder aquisitivo. Nos eixos de maior movimento, menos atraentes para as residências da elite, foram surgindo apartamentos menores, muitos deles com dois a quatro cômodos, atraindo uma população de renda mais baixa. Nestes eixos foi-se instalando o comércio do bairro, gerando um dos mais dinâmicos pólos comerciais do Rio de Janeiro, até há poucos anos o segundo no ranking da cidade.

No final da década de 1950, Copacabana já havia se tornado um local cada vez mais complexo e denso, com uma cordilheira de edifícios altos, ruas cortadas por tráfego intenso e um comércio fervilhante que se misturava com pequenas indústrias de confecção. Apenas em 1956 estavam sendo construídos ali 225 novos prédios. Por suas ruas circulava gente de todos os tipos, desde moradores das mais diferentes classes sociais até uma expressiva população flutuante que, atraída pela fama do bairro, ali acorria para desfrutar de seu sofisticado comércio, dos serviços de alta qualidade e das inúmeras oportunidades de lazer e diversão que o local ofertava.

A eles se agregavam os turistas que, fascinados pela mística da bela praia, vinham se hospedar nos inúmeros hotéis que se espalhavam por toda a região, principalmente na orla marítima. Copacabana afirmava-se como o lugar da moda na cidade, suplantando o Centro, que iniciara então um período de lenta decadência. Proliferaram as boutiques de luxo, lojas de departamentos, cinemas, teatros, restaurantes requintados, boates, casas de shows e novos hotéis, impregnando o bairro de uma atmosfera alegre, sofisticada e moderna.

Anos 70 a 90: enfrentando a competição de outros bairros

A história da expansão urbana do Rio de Janeiro seguiu um modelo no qual, a partir do núcleo original situado onde é atualmente a área Central, as classes de renda mais alta operavam como vetores pioneiros da ocupação progressiva das fronteiras junto à orla marítima, enquanto as classes mais pobres se assentavam nas regiões periféricas cada vez mais distantes do mar. Durante muito tempo assim também se comportaram os investimentos públicos: mais intensos nas regiões ricas e mais tênues nos locais mais pobres. Em comum as duas fronteiras de expansão mostram hoje um distanciamento cada vez maior do Centro, e são tanto mais ricas ou mais pobres quanto mais se aproximam ou se afastam do mar. O resultado é uma ocupação maciça e muitas vezes predatória dos espaços conquistados pela urbanização que, uma vez exauridos, forçam a abertura de novas fronteiras.

O ciclo de expansão urbana das zonas ricas também se apresenta com uma característica bastante singular: a cada movimento das elites, que tendem a valorizar imediatamente o espaço urbano por elas ocupado, acompanha uma rápida apropriação das áreas vizinhas, ainda vazias ou potencialmente adensáveis, pela classe média. Em seguida chegam os mais pobres, que vão se assentando como podem nas franjas dessas mesmas áreas, em terrenos públicos ou onde a legislação da cidade não permite ocupação formal, geralmente áreas de encostas ou pantanosas, gerando o fenômeno conhecido como favelas.

As favelas de Copacabana surgiram por volta dos anos quarenta, encarapitadas nos morros, para suprir a demanda, cada vez mais crescente, por mão-de-obra barata para a construção civil, serviços domésticos e comerciais. Dados de 1991, mostravam que as quatro favelas do bairro, abrigavam 7.472 moradores, representando 0,8% do total dos habitantes

em favelas no Rio. Curiosamente apresentavam uma população praticamente estável entre 1980 e 1991 e uma densidade bruta pouco mais alta que a do resto do bairro: 345,56 hab/ha.

Copacabana talvez tenha sido um dos exemplos mais significativos do modelo de crescimento da malha urbana do Rio de Janeiro. Durante a década de 1970, já com 239.256 moradores, e dotada de dois novos túneis, ligando eixos internos do próprio bairro, Copacabana se confrontaria com o início de uma nova mudança de rumos no processo de expansão da cidade, que viria a afetar fortemente sua imagem. Avançando sobre as praias vizinhas, e depois em direção às terras ainda vazias a oeste, as classes mais ricas começariam a buscar novas fronteiras para ocupar, evitando os conflitos que, naquele momento, atingiam o bairro: o adensamento das construções, o crescimento populacional, o tráfego congestionado, o barulho, a carência de estacionamento e, principalmente, a não-exclusividade do convívio social.

Surgiram novas opções, novos bairros, novos valores a atrair as elites. Com elas migrariam de Copacabana os estabelecimentos mais sofisticados, os serviços modernos, os centros de entretenimento e a moda. Inicialmente estas atividades deslocaram-se para as áreas contíguas de Ipanema e Leblon e, em seguida e muito velozmente, para São Conrado e Barra de Tijuca, na direção oeste. Proliferaram nesses locais os condomínios residenciais, os shopping-centers, e as vias de alta velocidade, conferindo-lhes maior competitividade, comparativamente a Copacabana e a outras áreas mais densas da cidade, em termos de conforto, segurança e estacionamentos.

Para a chamada Princesinha do Mar este deslocamento causou danos e seu impacto logo se faria notar no comércio, no envelhecimento da população e das edificações, e na perda de posição relativa do bairro frente à dinâmica e ao prestígio que as novas áreas de expansão, mais modernas, vieram a adquirir. Em 1996, segundo dados do IBGE, 30% dos moradores de Copacabana tinham entre cinqüenta e sessenta anos, e 16,7% acima de sessenta. A maioria era composta de mulheres, 58,2%, taxa bastante elevada se comparada à média do Rio que era de 52,2%.

Seus cerca de 1.800 edifícios totalizavam 7.4 milhões de metros quadrados construídos (segundo lugar no Rio de Janeiro), sendo 80% com idade superior a 30 anos. Considerando que praticamente todo o espaço disponível se encontrava edificado, e com taxas de ocupação bastante altas (cerca de 80% da área do lote e 12 pavimentos de altura, em sua maioria), pode-se afirmar que Copacabana já não possuía, nas décadas finais do século XX, espaços vazios renováveis.

Tudo isto foi ocorrendo num bairro relativamente exíguo e denso, com 546,5 ha, representando cerca de 0,4% da superfície da cidade, e que possuía, em 1996, uma população de 168.836 hab, contra aproximadamente 5,5 milhões na cidade e cerca de 12 milhões na região metropolitana. Vale à pena ressaltar que entre 1970 e 1996 o bairro havia perdido cerca de 29% de sua população residente, embora isto não diferisse muito de outros bairros, também mais antigos, que apresentavam taxas semelhantes.

Mesmo perdendo população Copacabana possuía, em 1996, uma das mais altas densidades do Rio de Janeiro, com aproximadamente 307 hab/ha. Paradoxalmente o bairro apresentava, no mesmo período, um alto nível de conforto residencial, com uma área média de 84m² por domicílio, sendo que 56,2% dos 65.340 domicílios registrados possuíam até 2 moradores. Por outro lado estes mesmos dados mostravam os reflexos do envelhecimento da população: o encolhimento das famílias locais.

O relativo enfraquecimento da região, entretanto, não afetou dramaticamente o mercado imobiliário local. O bairro, segundo dados de 1996 era ainda bastante dinâmico, apresentando uma das mais altas taxas de imóveis de aluguel do Rio: 32,6% contra 24,7% do geral da cidade. Os números da arrecadação do Imposto Predial e Territorial Urbano eram também expressivos, representando 15,08% do total no Rio e ocupando o terceiro lugar no ranking da cidade.

Provavelmente o bairro deve à sua praia este eterno poder de sedução que impede o avanço das forças da desvalorização, pois sua orla marítima permanece, ainda, como um dos espaços mais significativos da cidade e, certamente, como uma das imagens mais representativas do Rio. É como se suas águas, morada de Iemanjá, rainha do mar, continuassem cumprindo o papel de proteger aquele território sagrado.

De fato a grande festa anual do Réveillon no Rio, tem seu ponto alto na praia de Copacabana. Iniciada praticamente ali como culto religioso àquela divindade da religião afro-brasileira, a comemoração passou a ter, cada vez mais, um papel de destaque na vida cultural da cidade. Todo final de ano milhões de pessoas transformam a praia de Copacabana num espetáculo grandioso. Tomada pelos fogos, pela música, pelos ritos religiosos e por uma multidão vestida de branco, a noite do Réveillon recupera, anualmente para toda a cidade, a mesma magia e o poder restaurador daquele espaço que tanto tem encantado cariocas e estrangeiros há mais de meio século.

O aterro da orla marítima

O adensamento populacional e das construções no bairro atingiram seu ápice nos anos setenta. Se por um lado houve perda de posição relativa, como local de moradia privilegiada das classes de renda mais altas da cidade, por outro ganhou dinamismo, como um complexo espaço comercial e de trabalho, o que acarretaria modificações profundas, principalmente na sua orla marítima, que seria aterrada no início daquela década.

Até então a largura da área urbanizada entre os prédios e a areia da praia era de apenas 21 metros, distribuídos entre as pistas de veículos e as duas calçadas, junto aos prédios e à praia. O novo aterro apresentava, como justificativas principais a proteção definitiva da orla contra as ressacas violentas e freqüentes, a necessidade de aumentar a fluidez do tráfego de veículos e a oferta de novas vagas de estacionamento.

Com o aterro, a faixa urbanizada entre os edifícios e a areia passaria para os 73 metros atuais e a faixa de areia para uma largura média de 80 metros. As pistas de veículos foram duplicadas e a orla da Avenida Atlântica passaria a ser trafegada nos dois sentidos, em regime de mão dupla, integrando-se ao extenso anel viário litorâneo que hoje se estende do Recreio dos Bandeirantes ao centro da cidade por cerca de 40km.

Suas famosas calçadas, pavimentadas em pedras portuguesas formando desenhos de ondas, foram substituídas por outras do mesmo material, projetadas pelo paisagista Roberto Burle-Marx. Elas se constituem em um extraordinário mural horizontal, formado por desenhos de cores e formas variadas, de 4,2km de extensão, e distribuídos em duas amplas calçadas cuja largura somada chega 35 metros de largura. Os lendários desenhos de ondas (na realidade inspirados naqueles criados em 1849 para a praça do Rossio em Lisboa, e lá chamadas de Grande Mar), foram transferidos para o passeio junto à areia, continuando como marcos da praia de Copacabana.

O paisagismo foi enriquecido com o plantio de árvores e coqueiros nas calçadas e formando pequenos oásis na faixa de areia. A orla foi também dotada de um interceptor oceânico destinado a captar as redes de esgotamento sanitário do bairro, que, através de uma estação elevatória construída na mesma ocasião, lançava a carga coletada em alto mar.

Praia de Copacabana: o novo milênio

As modificações na orla marítima, entretanto, não cessariam com o aterro da praia. No final dos anos oitenta, as calçadas junto à praia ganharam 64 novos quiosques padronizados de alimentação. Substituindo as antigas barracas improvisadas de vendedores ambulantes por modelos mais adequados, os quiosques prestam melhor atendimento, hoje, aos freqüentadores, principalmente nos finais de semana, quando a área recebe milhares de pessoas. Nessa mesma época foi implantada, junto à calçada da orla uma ciclovia, cuja extensão da praia do Leblon ao Centro, chega a 20km.

Foi ainda na década de oitenta que a praia de Copacabana viu consolidar uma nova tendência de hábitos que já vinha se insinuando. Sua praia não seria mais, apenas um local de lazer contemplativo, para onde a população viria se estender ao sol e mergulhar nas águas frias do Oceano Atlântico. Novas atividades se incorporariam ao já extenso leque de opções que a praia oferecia.

Foram se alinhando, lado a lado, práticas esportivas, eventos culturais, espaços de caminhadas, ciclovia, equipamentos de ginástica, novos locais de encontros e pistas de veículos interditadas ao trânsito e voltadas unicamente ao lazer nos fins de semana e feriados, trazendo para a praia um movimento quase frenético. E não apenas nos horários do sol. As noites, com a areia da praia iluminada até a água, passaram a ser mais uma das inúmeras atrações da orla, principalmente para as atividades esportivas e eventos culturais.

As praias do Rio: muito além de um balneário

As praias do Rio nunca foram apenas locais de banho de mar. Por se desenvolverem ao longo da malha urbanizada, e se localizarem numa cidade dotada de forte vocação para a cultura e a diversão, é nelas que a população se encontra para conversar, namorar, combinar novos programas e se divertir. As praias do Rio são uma espécie de grande praça da cidade, cartões de visitas da metrópole.

O carioca vê suas praias como a extensão de suas moradias e para elas afluem todos os dias, com uma intimidade absolutamente familiar. Não é possível pensar o Rio de Janeiro sem praia. Talvez, nos finais de semana, o primeiro pensamento que ocorra ao carioca seja: será que vai dar praia? Não importa. Com ou sem sol, centenas de milhares de moradores se dirigirão religiosamente ao mar todas as manhãs.

Pesquisa recente realizada entre os freqüentadores das praias da cidade, para a empresa Orla Rio, mostraram que 52% são do sexo masculino, jovens (64% entre 15 e 34 anos) e com grau de instrução elevado (39% com educação superior). O nível de renda dos usuários é relativamente alto: 68% pertencem às classes média e alta, e metade das pessoas chega às praias a pé ou de bicicleta, sendo portanto moradores das vizinhanças.

A freqüência de uso da praia é alta: 35% vão ali de três a sete dias da semana, e mais da metade dos freqüentadores (52%) estão ali para praticar esportes, enquanto 40% para nadar e tomar sol. Portanto o sol é bom, mas não é fundamental para os praianos cariocas. Se ele não aparecer no céu sempre se poderá praticar, ou simplesmente assistir, os mais diferentes esportes: futebol, vôlei, cooper, frescobol, vôos de asas delta, caminhadas, corridas, entre muitos outros que existem e ainda inúmeros que vêm sendo criados ano a ano. Além do mais, há espaços para passeios de bicicleta, corridas de patins, locais especiais para juntar os bebês a passear. Tudo é motivo para ir à praia, e entre outros também pegar sol e mergulhar no mar.

Por estarem tanto tempo expostos a ela, em jornadas mínimas de duas horas, mas que podem se alongar até seis horas, há necessidade de os freqüentadores se abastecerem de bebidas e alimentação. No início levavam eles mesmos os seus farnéis. Pouco a pouco, porém, foram se liberando de todo o peso extra além do próprio corpo, simplificando tudo, até as roupas. Hoje basta um biquini ou um calção. Todo o resto é excesso. Daí terem proliferado nas praias as barracas de comidas e bebidas ligeiras, os vendedores de biscoitos, de adereços artesanais, os complementos de roupas de banho (a praia também é o lugar de lançamentos da moda), de protetores solares, de água de coco, de refrigerantes e da inseparável cerveja, pois além do mar os cariocas adoram cerveja gelada.

Com tal perfil, as praias se transformaram lentamente em lugares urbanos com as mesmas necessidades de serviços, comuns a quaisquer outras áreas. E foi em Copacabana que eles surgiram, ao longo de seus famosos seis postos de salvamento que servem de referência para tudo no bairro, inclusive para identificar o status social dos moradores.

Lugar do encontro foi ali, também, que apareceram os primeiros esportes praianos que, por sua vez, acabaram por originar times organizados de futebol e vôlei de areia, grupos de ginástica coletiva, de yoga, tai-chi-chuan e muitos outros. Esta nova vocação da praia acabou também por atrair as empresas que viram naquele espaço a possibilidade de veicular suas marcas, principalmente aquelas voltadas ao esporte, às bebidas ligeiras e aos eventos culturais.

Com uma população flutuante de banhistas e freqüentadores que pode atingir de 80.000 a 100.000 pessoas nos finais de semana de verão, e beneficiada pelo tráfego de passagem que chega a 62.000 veículos por dia, a praia se tornou um excelente negócio, não apenas para a circulação de mercadorias, mas também para as empresas interessadas em divulgar seus produtos e marcas.

Surgiram então os promotores de eventos. Em 1999, a praia de Copacabana abrigou 38 eventos esportivos gratuitos que empregaram alguns milhares de pessoas, e foram assistidos sempre por um grande público. Tais atividades, estimuladas pela Prefeitura, mostraram ser um ótimo veículo de marketing obtendo grande retorno de mídia. Por este motivo passaram a ser patrocinadas por marcas de produtos esportivos, de bebidas, jornais e empresas de telecomunicações, somando-se a outros promovidos diretamente por órgãos governamentais ou os que continuaram a ocorrer espontaneamente.

Mas a praia é também palco de inúmeros outros acontecimentos ligados à saúde, à cultura e mesmo políticos. Nela proliferam escolinhas de futebol e de natação, muitas vezes promovidas por antigos astros do esportes e destinadas ao treinamento de futuros jogadores, principalmente meninos de famílias mais pobres; grupos de ginástica de terceira idade, campanhas de prevenção de doenças cardíacas, e de moléstias transmissíveis, campanhas educativas, manifestações políticas, lançamentos de festivais de cinema com exibições ao ar livre, desfiles de bandas carnavalescas e uma série de outros eventos.

Graças à sua bela praia, o bairro de Copacabana é ainda o que mais atrai os turistas brasileiros e estrangeiros. Seus hotéis, no verão de 2000, chegaram a praticamente 100% de ocupação e, sem medo de errar poder-se-ia afirmar que, dos cerca de dois milhões de turistas que vieram ao Rio, em 1999, cada um deles esteve, em algum momento de sua estadia na cidade, percorrendo um bom trecho da caprichosa curva da Avenida Atlântica.

Copacabana: quanto vale uma praia?

A orla de Copacabana estende-se por 4,2 km, tendo nas pontas o Morro do Leme e o Forte de Copacabana. A área poderia ser dividida em dois segmentos paralelos. Um deles compreende a Avenida Atlântica, faixa urbanizada com cerca de 80 metros de largura e onde se desenvolvem as calçadas, as pistas de veículos e a ciclovia. O outro é a praia de Copacabana, propriamente dita, também com largura média de 80 metros de areia.

Ao longo da Avenida alinharam-se 174 prédios, sendo 5 casas, 17 hotéis e 152 edifícios residenciais. Três destas casas são utilizadas para atividades comerciais. Alguns edifícios

residenciais possuem algumas poucas lojas e dezenas de bares e restaurantes no pavimento térreo. Estes últimos totalizam trinta estabelecimentos. A altura predominante das edificações é de 12 andares, sendo que alguns hotéis alcançam mais de 30 pavimentos, devido a uma legislação para o local que prevê o incentivo à sua construção na orla marítima da cidade. Na Avenida desembocam 32 ruas transversais e duas praças. Nas extremidades situam-se duas fortalezas militares e um clube. A profundidade média das edificações da orla é de aproximadamente 20 metros.

A aparência das construções varia de acordo com a data de sua construção. Ali convivem, em grande harmonia arquitetônica, desde fachadas de composição clássica tardia, tipo Luis XVI, passando por aquelas de forte influência Art-Déco e de estilo internacional, modernista, chegando até a arquitetura pós-moderna. A impressão geral é a de uma grande muralha contínua, interrompida apenas pelas ruas transversais à orla, pelas raríssimas casas e, pelas praças, ainda menos freqüentes.

Apesar do aparente peso das construções, o aspecto da Avenida é bastante suavizado pela simplicidade das linhas arquitetônicas e pela incidência expressiva, nas fachadas, das cores em tons pastéis, com predominância do bege claro. Apesar de estarem presentes nas janelas, é raro que as superfícies de vidro cubram toda uma fachada, mesmo aquelas construídas na década de 1970. Da unidade do conjunto sobressai-se apenas o edifício do Hotel Copacabana Palace que ocupa praticamente um quarteirão inteiro.

O cuidado com as edificações, muito bem conservadas, com as áreas públicas, bem mantidas, e o crescente aumento do fluxo de turistas no Rio de Janeiro (734.000 em 1998 e 2.000.000 em 1999), que têm em Copacabana sua Meca, sugerem, num primeiro olhar, que a praia é um espaço exclusivo de moradia e lazer na cidade.

Entretanto aparências e valores à parte, basta uma simples passagem pela orla, para se verificar que ela apresenta uma gama de situações complexas, que ultrapassam a simples constatação de que é um lugar privilegiado de moradia. Ao observador atento, o que mais impressiona é o movimento laborioso das pessoas que repartem o local em atividades de lazer e trabalho. Portanto, o que aparece ser apenas um belo espaço para diversão e para a saúde do corpo, é também um parceiro importante da economia da cidade, tal a movimentação de trabalho ali existente .

Aquela paisagem exuberante feita de sol, céu, areia e mar salta aos olhos na realidade como uma extraordinária construção social que resultou de quase cem anos de transformações. Este foi o período que levou a antiga e bucólica praia dos pescadores à efervescência de um moderno e intenso espaço urbano rico e variado, portador de múltiplas possibilidades de fruição.

A praia de Copacabana é hoje, portanto, não apenas um sítio estratégico para a imagem da cidade, e um dos ícones mais importantes da história do Rio. Ela é, sem qualquer dúvida, uma fonte geradora de recursos, um espaço produtivo importante e um celeiro de

oportunidades, essenciais para uma enorme parcela da população e para a própria vitalidade da metrópole. A compreensão deste fenômeno poderá abrir grandes possibilidades de reflexão sobre o espaço e sua contribuição para a economia urbana. A orla marítima de Copacabana, origem do desenvolvimento do bairro no início do século XX, e responsável pela mística que em torno dele se instalou nos meados do século, poderá ser, no alvorecer do novo milênio, a chave para o seu rejuvenescimento.

A economia da praia: agregando valores

Ao analisar a praia de Copacabana, uma das constatações que ocorrem é a da capacidade de renovação de seus espaços. De fato, a orla de tempos em tempos sofre uma mutação física que a coloca sempre num cenário de transformações. É esta capacidade de mudanças que afasta da praia a ameaça da obsolescência, ao contrário do restante do bairro. Se observarmos que, enquanto nas ruas internas houve uma gradual perda de vitalidade e nenhuma nova variável mais dinâmica foi introduzida, na orla deu-se o contrário.

Ali, equipamentos melhores foram instalados para atender ao público, tais como quiosques mais modernos nas calçadas junto ao mar, dotados de mesas e cadeiras ao ar livre; eventos esportivos e culturais que atraíram novos usuários, principalmente jovens, para as areias da praia; novas modalidades de segurança, como os guardas da areia; o Réveillon se firmou como um grande evento turístico; as pistas de tráfego foram interrompidas parcialmente nos finais de semana para o lazer da população e o velho Forte de Copacabana foi aberto à visitação. Tudo isto tem contribuído para a vitalidade do local e para a criação de uma economia rica em matizes, diversificada, complexa e extremamente dinâmica.

No início dos anos 2000, a Prefeitura implantou o projeto RIOMAR, destinado a requalificar os espaços públicos da faixa litorânea. Na praia de Copacabana foi mudado por completo o sistema e o *design* da rede de iluminação pública. Além disso, todos os bares e restaurantes da orla já substituíram o antigo e decadente mobiliário das calçadas por novos *ombrelones*, mesas e cadeiras padronizados. As barracas de bebidas anteriormente existentes na areia, extremamente desorganizadas e de péssimo aspecto, passaram a funcionar em tendas também padronizadas e licenciadas. Pouco a pouco a praia vai adquirindo uma nova aparência, mais compatível com sua importância.

Na passagem para o novo milênio, a praia de Copacabana movimentava cerca de seis mil postos de trabalho diretos e aproximadamente vinte e dois mil indiretos, responsáveis pela manutenção de cerca de cem mil pessoas. A movimentação de recursos financeiros na orla, em 1999, chegou a cerca de R\$ 226.000.000,00. Destes, R\$ 3.500.000,00 representavam os gastos públicos com a manutenção da área. Estes números envolviam principalmente a atividade hoteleira, maior responsável pela geração de renda na orla promovendo 50% dos empregos diretos e 54% dos indiretos do local, e movimentando um faturamento bruto anual que correspondia a cerca de 63% do total gerado pela economia da praia.

Só para se ter uma idéia comparativa do significado dos recursos financeiros movimentados em 1999 na praia de Copacabana, eles ultrapassavam em mais de 10% o orçamento anual de um dos maiores municípios da Região Metropolitana do Rio de Janeiro. De fato a cidade de Nova Iguaçu, com aproximadamente 800.000 habitantes, e renda relativamente baixa, tinha uma previsão orçamentária para o ano 2.000 em torno de R\$ 200.000.000,00.

Por outro lado, os dados da Avenida Atlântica poderiam ser confrontados com os do maior shopping-center do Rio de Janeiro, e entre os maiores do Brasil, situado na mais dinâmica e rica fronteira de expansão da cidade, Barra da Tijuca. O Barra Shopping, com uma área bruta locável 64.487m² (ocupação de 96,3%) distribuída por 540 lojas e 46 quiosques e dotado de 8.000 vagas de estacionamentos, produz 8.000 empregos diretos que geravam, no ano 2000, um faturamento bruto anual de R\$ 387.000.000,00.

Os números coletados para a praia de Copacabana resultaram do somatório de uma série de atividades econômicas desenvolvidas em sua orla litorânea. Eles foram levantados junto a órgãos públicos e privados e, também, diretamente nas fontes. Pretendia-se, com isto, estabelecer um painel mais amplo possível do significado econômico daquele espaço, quantificando o número de postos de trabalho ali gerados, o volume financeiro movimentado anualmente e, ainda, uma estimativa do valor do parque imobiliário privado ali construído.

O objetivo principal era saber quanto “valia” a praia e estimular um maior aprofundamento sobre o assunto no futuro. O que aqui está, portanto, deve ser visto como o princípio de uma reflexão, um movimento inicial, para se verificar a possibilidade de se medir o valor de um espaço urbano. Para efeito de demonstração os quantitativos apurados serão apresentados a seguir, separadamente, por tipo de atividade, a saber: as ligadas ao setor privado formal, as vinculadas ao setor informal e, finalmente, aquelas relacionadas ao setor público. Um quadro síntese complementa e detalha um pouco mais o assunto.

1 – Quanto gera o setor privado?

Este setor é o grande responsável pela movimentação de emprego e renda na orla. Igualmente é o que mais facilmente se pode quantificar, visto que é constituído por atividades econômicas formais, organizadas em torno de órgãos representativos e fiscalizadas por instituições públicas, através de licenciamentos e impostos. Na orla de Copacabana, o setor está representado pelas atividades hoteleira, de vendas de combustível, bares e restaurantes, quiosques de alimentação, vendas de pescados e empresas promotoras de eventos.

Atividade hoteleira – Os hotéis da orla, 17 no total, são responsáveis pela maior movimentação, tanto financeira quanto de geração de postos de trabalho. A indústria hoteleira é altamente empregadora produzindo, segundo o sindicato do setor, 4 empregos indiretos por cada emprego direto gerado pela atividade. No caso da orla de Copacabana os hotéis empregavam, no ano 2000, diretamente 3.000 pessoas, sendo responsáveis pela

criação e/ou manutenção de 12.000 indiretos e pela movimentação de um faturamento bruto anual de R\$ 143.000.000,00.

Venda de combustíveis – Embora não seja uma atividade típica de orla marítima, os postos de gasolina se beneficiam da movimentação de veículos no local. Em 2000, cerca de 62.000 por dia os veículos que se utilizavam das vias de trânsito da praia como caminho preferencial para atravessar o bairro. Além da maior fluidez os motoristas ainda têm como atrativo a beleza da paisagem, tão cara aos cariocas. Os quatro postos de gasolina da orla movimentaram no ano 2000 R\$ 13.104.000,00, empregando diretamente 60 pessoas e gerando mais 120 postos de trabalho.

Bares e restaurantes – Os bares e restaurantes são seguramente uma das atividades mais importantes para a economia da Avenida Atlântica. Além disto, com suas mesas e cadeiras ao ar livre, tornadas possíveis após o alargamento das calçadas junto aos prédios nos anos setenta, eles garantem uma grande movimentação de pessoas e se constituem numa presença alegre e animada no cenário da praia durante todo o dia. Segundo informações do sindicato da categoria, no ano 2000 os 30 bares e restaurantes da avenida litorânea, produziram um faturamento bruto anual de cerca de R\$ 21.550.000,00 e foram responsáveis pelo emprego direto de 1.020 pessoas e, ainda por cerca de 8.000 indiretos.

Quiosques de alimentação – Os quiosques da calçada da praia, num total de 64, são uma atração extra. Desde que apareceram, em 1992, foram imediatamente “adotados” pelos cariocas. Servindo comida ligeira e bebidas os quiosques proliferaram por toda a orla litorânea revigorando, inclusive, o uso noturno dos locais onde se instalaram.

Dotados de mesas e cadeiras ao ar livre, os quiosques de Copacabana geraram 128 postos de trabalho diretos e cerca de 250 indiretos. Seu faturamento anual ficava em torno de R\$ 14.000.000,00 no ano 2000. Recentemente a empresa Orla Rio vem instalando novos modelos de quiosques para substituir os antigos, dotando as áreas de melhor infra-estrutura e propondo a geração de cerca de 580 empregos contra os 128 postos de trabalho atuais. No ano 2000 os investimentos nos 35km de orla, onde existem 310 quiosques no total, aí incluídos os de Copacabana, eram estimados em R\$ 85.000.000,00.

Colônia de pescadores – A colônia, situada numa das extremidades da praia, constitui-se de uma peixaria com 11 empregados e uma pequena bancada de venda direta de pescados feita pelos donos dos barcos que ali trabalham trazendo os produtos de suas pescarias em alto mar. Os 16 barcos existentes, mobilizam 64 pescadores e ajudantes. Somando as duas atividades comerciais, a colônia faturava, segundo dados de 2000, em torno de R\$ 450.000,00. Pode-se afirmar, sem medo de errar, que os pescadores de Copacabana são os únicos personagens que ali permaneceram desde a origem da ocupação, no século XVII. A imagem dos barcos, no atual Posto 6, não deve diferir muito da visão primitiva: grupos de homens tecendo e reparando redes de pesca, bancas de venda de pescados, arrastão na praia e o alegre alvoroço que se eleva quando as embarcações atingem, voltando do mar, a arrebentação.

Atividades esportivas – Principais promotoras de eventos da praia, as empresas de publicidade, em conjunto com a Secretaria Municipal de Esportes e Lazer, realizaram, em 1999, 38 competições esportivas. Estes eventos empregaram 3.905 pessoas, o que resultou numa média anual de 325 postos de trabalho. O público envolvido foi de cerca de 75.000 espectadores e o volume de recursos empregados foi de aproximadamente R\$ 1.900.000,00. Neste segmento a Prefeitura arrecadou, à guisa de taxa de publicidade em área pública, cerca de R\$ 512.000,00 em 1999, que se agregou aos R\$ 23.800,00 recolhidos como pagamento de publicidade fixa no comércio da orla.

Ao lado das atividades anteriormente relacionadas, há uma profusão de pequenos empreendimentos que, se somados, agregariam relativo valor aos já existentes. Dentre eles destacam-se as escolinhas de futebol, de botinhos (natação), de volley e os grupos de ginástica. Na sua maioria são organizadas por profissionais de esportes e de educação física, que quase sempre recebem pagamento por seus serviços. Não foi possível entretanto quantificar estes números. Sabe-se que alguns deles chegam a juntar, nos meses de férias de verão, cerca de 300 crianças, como a Escolinha do Júnior (grátis) dirigida por um ex-astro do futebol brasileiro, ou 200 crianças, como é o caso da escola de Botinhos, onde os salva-vidas ensinam natação.

Réveillon – A grande festa anual das praias do Rio tem seu ápice na queima de fogos na orla de Copacabana. Na passagem para o ano 2000, estimou-se que o público presente na Avenida Atlântica chegou a três milhões de pessoas. O espetáculo da queima de fogos e shows de música é inteiramente financiado pela rede hoteleira da orla. O volume de investimentos atingiu cerca de R\$ 870.000,00.

2 – Quanto movimenta o comércio informal?

A atividade informal, embora difícil de quantificar, tem um peso relativamente grande na economia brasileira em geral. O comércio ambulante é o segmento emergente deste setor que mais aparece nas ruas das cidades. De uma maneira geral o comércio ambulante tem sido combatido nas ruas do Rio, à exceção de alguns locais onde são tolerados e licenciados. A praia é um destes lugares. Ali eles armam suas barracas, carregam suas sacolas de mercadorias ou exibem seus produtos de formas muitas vezes criativas. Segundo dados da Coordenação de Licenciamento e Fiscalização da Prefeitura, setor responsável controle das atividades econômicas, no ano 2000 a praia tinha cerca de 720 pessoas licenciadas para exercerem esta atividade, distribuídas por 200 barracas de bebidas na praia, 2 feiras de artesanato nas calçadas, além de carrinhos de venda de sorvete. Este comércio gerava cerca de 1.500 postos de trabalho indiretos e movimentava um volume anual de recursos brutos que chegam a somar R\$11.569.537,00.

A mesma Coordenação estimava ainda uma média de 200 ambulantes não-licenciados por dia, circulando pela praia nas mais diferentes atividades. Nos finais de semana de verão este número poderia crescer para entre 400 e 500 por dia. Por se tratar de atividade com

pouca ou nenhuma organização, torna-se difícil quantificar ou qualificar este tipo de comércio. De uma maneira geral ele é composto basicamente de vendedores de biscoitos e bebidas leves e implementos de praia (roupas, óleos, chapéus, óculos). Porém a atividade oscila entre adolescentes que fazem esculturas de areia e ganham apenas para se alimentar, até um fabricante de redes de vôlei que trabalha na praia há 30 anos e ganhava, no ano 2000, até R\$240,00 por dia vendendo suas redes. Mas há ainda catadores de latas que vendem seus produtos para indústrias de reciclagem, vendedores de bijuterias, de sanduíches naturais e até ciganas. Estima-se que este ramo do comércio informal poderia gerar no ano 2000 até R\$ 4.800.000,00.

3 – Quanto vale o parque imobiliário privado?

Ao dar entrada na terceira geração de prédios na orla, a praia de Copacabana permanece como a grande parceira da agregação de valor imobiliário. Morar na Avenida Atlântica é sinal, ainda, de status social elevado. De fato o valor médio do metro quadrado dos imóveis da orla, no ano 2000, girava em torno de R\$ 2.500,00 e o preço de certos apartamentos poderia alcançar cifras acima de R\$1.500.000,00, embora a variação mais comum estivesse entre R\$ 400.000,00 e R\$ 1.000.000,00, para apartamentos de quatro quartos, dependendo da localização na orla, da altura do pavimento onde se encontra instalado e, obviamente, do maior ou menor luxo nos acabamentos. Segundo dados da Secretaria Municipal de Fazenda, os 174 prédios da orla possuíam uma área construída de 753.383m², distribuídos entre 3.657 unidades residenciais e 255 comerciais. Considerando o valor médio do metro quadrado na área, o valor do parque imobiliário privado na orla da praia poderia ser estimado em cerca de 1.9 bilhões de Reais.

4 – Quanto a praia gera de imposto predial e território urbano?

O IPTU é um imposto municipal que, na orla de Copacabana atingiu, no ano 2000 o valor de R\$ 9.597.490,33. Este imposto diz respeito aos 174 prédios existentes na área, aí incluídas as unidades residenciais e comerciais. No ano 2000 os imóveis comerciais totalizavam 6,5% das unidades existentes, representavam 25% da área construída e recolhiam 37,2% do imposto predial incidente sobre os prédios da orla. Em contrapartida os governos municipal e estadual investiram cerca de R\$ 2.600.000,00 em segurança no local (só em salários) e R\$ 963.217,68 na manutenção das áreas públicas (limpeza e conservação de ruas e calçadas).

Conclusão

Os números levantados, embora não sejam resultantes de uma pesquisa científica, dão uma idéia aproximada da importância da praia de Copacabana para a economia da cidade, e servem para mostrar qual a sua contribuição para a dinâmica urbana, traduzida em recursos arrecadados ou gerados, e principalmente, no volume expressivo de pessoas que

dela dependem. Considerando o índice de 3,5 como o número de dependentes para cada posto de trabalho gerado na cidade, poder-se-ia inferir que cerca de cem mil pessoas no Rio de Janeiro têm na orla de Copacabana a sua fonte de sobrevivência.

Dada sua trajetória na história urbana do Rio é obviamente inegável o poder simbólico da praia de Copacabana. Mas não menos importante é o seu significado econômico para a vida da metrópole, já que ela tem mostrado ser uma parceira fundamental para o desenvolvimento da cidade. O que se procurou mostrar aqui foi o quanto a bela praia significa para o Rio de Janeiro.

É claro que tal poder de atração traz também problemas, e eles estão expostos na paisagem da orla. São prostitutas que se oferecem para turistas estrangeiros em busca de prazeres fugazes; grupos de miseráveis que vêm ali seu Eldorado, fazendo da praia moradia; praticantes

Atividades	Órgãos gestores	Empregos diretos n. de pessoas	Empregos indiretos n. de pessoas
Segurança	Guarda Municipal	154	0
	Polícia Militar	227	0
	Corpo de Bombeiros	20	0
Quiosques de alimentação	Orla Rio	128	256
Banheiros públicos	Agência de Publicidade	12	0
Feira artesanal	Cooperativa	260	520
Limpeza	Cia. de Limpeza Urbana	60	0
Illuminação	Empresa Iluminação Pública	-	0
Conservação	Coord. Geral Conservação	18	0
Venda de combustíveis	BR Distribuidora	60	120
Hotéis	Setor privado	3.000	12.000
Bares e restaurantes	Setor privado	1.020	8.160
Barracas licenciadas/Praia	Comércio ambulante	400	800
Pesca	Cooperativa Pescadores	75	0
Esportes	Empresas Publicidade	325	0
Recolhimento de tributes Imposto Predial anual	Secretaria Municipal de Fazenda	0	0
Feira do Lido	Cooperativa	61	122
Ambulantes em geral	Comércio informal	200	400
Réveillon	Hotéis da Orla	-	
Publicidade	Empresas Publicidade	0	0
TOTAIS	6.020	22.378	106.941

Obs. Dados levantados no ano 2000 em diversas fontes

de pequenos assaltos à espreita dos incautos; despejos criminosos de esgotos a poluir as águas do oceano Atlântico e moradores que reclamam disso tudo, da movimentação incessante e dos incômodos trazidos pelo uso excessivo dos espaços da praia.

Nenhum destes problemas é estranho às grandes cidades do mundo mas, nos países menos desenvolvidos, como o Brasil, eles assumem proporções mais dramáticas, principalmente pelos contrastes que fazem conviver, lado a lado, riqueza e pobreza, vantagens e problemas, conforto e transtornos. Nada, entretanto, que encubra o poder de sedução da praia de Copacabana, e nem a vitalidade econômica de seus espaços. São raras as grandes cidades do mundo que podem ostentar uma tal convivência do homem com a natureza, como o Rio de Janeiro é capaz.

Dependentes n. de pessoas	Faturamento anual R\$	Gasto anual R\$	Observações
589	0	1.108.800,00	gastos apenas com salários
794	0	1.362.000,00	
70	0	120.000,00	
1.344	14.208.000,00	0	total quiosques: 64
42	21.600,00	0	total banheiros públicos: 06
2.730	4.368.000,00	0	total de pontos: 260 fat.médio: r\$70,00/dia
210	515.318,49	867.217,68	total de lixo coletado
	0		investimento e manutenção da iluminação pública
63	0	96.000,00	consertos de calçadas e ruas
630	13.104.000,00	0	total de postos: 04
60.000	143.000.000,00	0	total: 17 hotéis 3.500 quartos
32.130	21.550.000,00	0	total: 30 (excluídos hotéis)
4.200	7.200.000,00	0	total de barracas: 200
262	448.800,00	0	64 pescadores: 16 barcos com 4 pessoas Renda: R\$28.800,00/ano Loja: 11 empreg. 72 ton./ano R\$420.000,00/ano
1.137	0	1.900.000,00	total de eventos: 38 custo médio: R\$50.000,00 total contratados/ano: 3.905
0	9.082.172,04	0	total de prédios residenciais: 151 total de aptos.: 3.657 área média aptos.: 154,00m ² total de moradores (estimado): 26.000
640	1.537.200,00	0	Faturamento médio/dia/expositor: R\$70,00
2.100	4.800.000,00	0	400 a 600 ambulantes em dias movimentados
	0	870.000,00	Eventos promovidos pelos hotéis da orla
0	536.331,00	0	Taxa de publicidade recolhida pela Prefeitura
220.371.421,53	6.324.017,68		

É importante, ao se discutir o futuro das áreas costeiras e sua contribuição para o desenvolvimento, lembrar que as praias urbanas são organismos frágeis que precisam ser protegidos da ação predatória da ocupação e do descaso dos homens. Elas necessitam cuidados, certamente, não apenas por suas indiscutíveis qualidades e belezas naturais, por seu peso simbólico, ou por suas propriedades terapêuticas, mas também, como se procurou mostrar aqui, por seu inegável desempenho como um valiosíssimo patrimônio natural e cultural e um poderoso aliado econômico das cidades.

As praias, através das suas águas, são a célula mater da natureza, pré-existiram à vida humana, criaram as condições para que ela surgisse e sobrevivesse, e continuam cumprindo e reciclando o seu papel vital, adaptando-se às transformações e oferecendo novas oportunidades para o desenvolvimento e para a geração de riquezas. Este é o seu desafio: alimentar a vida, seduzir, produzir beleza, criar imagens, permanecer, servir de referência, surpreender, mudar, sustentar.

Copacabana tem desempenhado este papel e, muito mais, ao acumular prestígio ao longo da história do Rio, vem, generosamente, devolvendo à cidade que a elevou à categoria de ícone, uma boa parcela da riqueza que ali se acumulou, desde que o primeiro colonizador avistou, do alto das montanhas que a protegiam, a suave curva de sua encantadora orla.

Nota

¹ Na realidade, a região aqui tratada resulta da junção de dois bairros limítrofes, o de Copacabana propriamente dito e o do Leme. Ao nos referirmos a eles, optamos por chamá-los genericamente Copacabana, pois ambos constituem uma malha urbana contínua, física e

socialmente homogênea, e apresentam muitos pontos comuns, entre eles a famosa praia. Ambos os bairros também se inserem numa mesma Região Administrativa, a V RA, cujos dados estatísticos englobam os dois locais como um só espaço censitário.