



Mídia e Espaço Urbano

DIRETORIA INTERCOM

Presidente: Juliano Mendonça Domingues da Silva
Vice-presidente: Ariane Carla Pereira
Diretora Financeira: Daniele Cristiane Ota
Diretor Administrativo: Fernando Ferreira de Almeida
Diretora Científica: Iluska Maria da Silva Coutinho
Diretora Cultural: Márcia Guena dos Santos
Diretora Editorial: Nara Lya Cabral Scabin
Diretora de Documentação: Ivanise Hilbig de Andrade
Diretor de Projetos: Paulo Victor Purificação Melo
Diretor de Relações Int.: Eneus Trindade Barreto Filho
Diretor Regional Norte: José Tarcísio da Silva Oliveira Filho
Diretora Regional Nordeste: Michelly Santos de Carvalho
Diretor Regional Centro Oeste: Luãn José Vaz Chagas
Diretor Regional Sudeste: Franco Dani Araújo e Pinto
Diretora Regional Sul: Camila Garcia Kieling

CONSELHO CURADOR

Presidente: Maria Margarida Krohling Kunsch
Vice-presidente: Maria Immacolata Vassalo de Lopes
Secretário: Antônio Carlos Hohlfeldt
Conselheira: Anamaria Fadul
Conselheiro: Manuel Carlos Chaparro
Conselheira: Sonia Virgínia Moreira
Conselheiro: Gaudêncio Torquato
Conselheira: Círcia Maria Krohling Peruzzo
Conselheira: Marialva Barbosa

ORGANIZAÇÃO EDITORIAL:

Sonia Virgínia Moreira, Maria José Baldessar,
Daniela Cristiane Ota, Roberta Brandalise,
Jacqueline da Silva Deolindo e Paulo Celso da Silva

REVISÃO:

Autores

PROJETO GRÁFICO:

Luiz Guilherme Leite Amaral
luizamaralphd@gmail.com

CONSELHO EDITORIAL DA INTERCOM

Presidente do Conselho:
Juliano Domingues (Unicap)

Membros:

Allysson Viana Martins (Unir)
Ana Cláudia Gruszynski (UFRGS)
Ana Regina Barros Rego Leal (UFPI)
Ana Sílvia Lopes D. Médola (Unesp)
Antonio Carlos Hohlfeldt (PUCRS)
Bruno Guimarães Martins (UFMG)
Círcia M. Krohling Peruzzo (Uerj)
Dario Brito Rocha Júnior (Unicap)
Eduardo B. Vianna Meditsch (UFSC)
Erick Felinto de Oliveira (Uerj)
Eula Dantas Taveira Cabral (FCRB)
Fernando Oliveira Paulino (UnB)
Francisco Machado Filho (Unesp)
Iluska M. da Silva Coutinho (UFJF)
Izani Pibernat Mustafá (UFMA)
Joaquim Paulo Serra (UBI, Por.)
Luiz Claudio Martino (UnB)
Margarida M. Krohling Kunsch (USP)
Margarita Ledo Andión (USC, Gal.)
Maria Ataíde Malcher (UFPA)
Maria Cristina Gobbi (Unesp)
Maria Érica de Oliveira Lima (UFC)
Maria Immacolata V. de Lopes (USP)
Marialva Carlos Barbosa (UFRJ)
Nair Prata Moreira Martins (Ufop)
Nélia Rodrigues Del Bianco (UnB)
Patrícia Gonçalves Saldanha (UFF)
Pedro Gilberto Gomes (Unisinos)
Raquel Paiva de A. Soares (UFRJ)
Raúl Fuentes Navarro (Iteso, Mex)
Roseli Fígaro Paulino (USP)
Sandra L. A. de Assis Reimão (USP)
Sérgio Augusto S. Mattos (UFRB)
Simone Antoniaci Tuzzo (UFG)
Sônia Caldas Pessoa (UFMG)
Vanessa Cardozo Brandão (UFMG)

Copyright ©2024 dos autores cedidos para esta edição à
Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM)



**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)**

Mídia e espaço urbano [livro eletrônico] /
organização Sonia Virgínia Moreira...[et al]. --
São Paulo : Sociedade Brasileira de Estudos
Interdisciplinares da Comunicação - Intercom,
2025.
PDF

Vários autores.

Outros organizadores: Maria José Baldessar,
Daniela Cristiane Ota, Roberta Brandalise,
Jacqueline da Silva Deolindo, Paulo Celso da Silva
Bibliografia.

ISBN 978-85-8208-143-3

1. Comunicação 2. Espaço urbano 3. Geografia
4. Mídia I. Moreira, Sonia Virgínia. II. Baldessar,
Maria José. III. Ota, Daniela Cristiane.
IV. Brandalise, Roberta. V. Deolindo, Jacqueline da
Silva. VI. Silva, Paulo Celso da.

25-254760

CDD-302.23

Índices para catálogo sistemático:

1. Mídia : Comunicação de massa : Sociologia 302.23

Eliete Marques da Silva - Bibliotecária - CRB-8/9380

**PRE
FEEL
DICK!**



Este ano de 2024 em que celebramos os 15 anos do GP Geografias da Comunicação como objeto de pesquisa na INTERCOM também se apresenta uma oportunidade de registro das raízes que inspiraram os autores que se reúnem em torno do tema. David Harvey, em uma provocação-constatação publicada em meados da década de 1990 nos Anais da Associação Americana de Geógrafos sob o título “O conhecimento geográfico no olhar do poder” constatava que “A imaginação geográfica é um fato demasiado onipresente e importante da vida intelectual para ser deixada apenas aos geógrafos” (Harvey, 1995).

No campo das ciências sociais, a expressão “virada espacial” foi formulada pela primeira vez em meados da década de 1990 por uma geração de pensadores pós-estruturalistas e neomarxistas. Alguns autores, a exemplo dos indianos Indranil Acharya e Ujjwal Kumar Panda (2022), que observaram a assimilação da Geografia pela Literatura, identificam o uso do termo “virada espacial” pela primeira vez por Edward W. Soja em meados dos anos 90 de modo a renovar a atenção dos pesquisadores “para questões como espaço, lugar, topografia e localização, há muito tempo consideradas negligenciadas nos estudos literários” (Acharya e Panda, 2022).

No campo específico da comunicação, os suecos Jesper Falkheimer e André Jansson (2006), no livro que organizam sob o título “Geografias da Comunicação, a virada espacial nos estudos de mídia”, entendem que os media não têm apenas de “lidar” com as novas ambiguidades espaciais e que a Geografia da Comunicação deve ser compreendida enquanto “disciplina que tem como próprio objeto de estudo os processos tecnológicos e culturais que produzem ambiguidades espaciais, particularmente em termos de globalização”. A argumentação se sustenta pelo fato de as redes digitais, que se propagam com as Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) na diluição das fronteiras entre regiões geográficas (domicílios, cidades etc.) e entre tipos de regiões (local-global; privado-público etc.), afetarem as dimensões que constituem as próprias regiões, entre elas os espaços materiais, simbólicos e imaginários” (Falkheimer; Jansson, 2006).

O conhecimento produzido a partir das “viradas espaciais” em diferentes áreas confirma, nas Geografias da Comunicação, o que o geógrafo Ken Hillis (1998) identificou na segunda metade da década de 1990, quando apontou para a invisibilidade da Comunicação na Geografia porque seus pares relutavam em reconhecer a Comunicação como disciplina. Naturalizada e invisível, a Comunicação estava subteorizada na Geografia, ainda que o telégrafo tivesse sido a tecnologia disruptiva no início do século XX separando o transporte das comunicações. E foram as tecnologias digitais da informação que levaram os geógrafos a avançarem do visível, o transporte físico, para o invisível, os fluxos digitais em rede.

Os conceitos que compõem os elos essenciais da pesquisa socioespacial iluminam os múltiplos espaços para o estudo das Geografias da Comunicação ao observar, registrar e avançar no entendimento das relações sociais no espaço como um movimento coerente e sem fim. A trajetória de 15 anos do Grupo de Pesquisa deixa evidente nossa participação nessa evolução porque, a cada ano, a cada encontro nos congressos da INTERCOM, assentamos mais uma camada de conhecimento na construção deste campo de estudos. Nas palavras do antropólogo Tim Ingold (2011) em A percepção do ambiente - Ensaio sobre o modo de vida, a vivência e a competência, exercitamos que “o que vemos é inseparável da forma como vemos, e a forma como vemos é sempre uma função da atividade prática em que estamos atualmente envolvidos”

Seguimos assim juntos, envolvidos nessa beleza que é o ofício de pesquisar, sempre abertos para o mundo. No GP da INTERCOM, esse é um legado de Anamaria Fadul e José Marques de Melo. A primeira apresentou o campo das Geografias e o segundo incentivou e apoiou as iniciativas de pesquisa que agora completam 15 anos.

Sonia Virgínia Moreira
Setembro de 2024

**A CIDADE DE GRAMADO/RS E A
CONSTRUÇÃO DE SENTIDOS**

Rafaela Bertuzzo

8

18

**CARTOGRAFANDO NOVAS SOCIALIDADES
NO ESPAÇO URBANO SOTEROPOLITANO:
ESTRATÉGIAS DE UM PROGRAMA POPULAR
TELEVISIVO NA RESSIGNIFICAÇÃO DE
FRONTEIRAS**

Lilian Reichert Coelho

**MIXOLOGIAS: COMUNICAÇÃO E
ESPAÇO URBANO**

Nízia Villaça

32

42

**CONFIGURAÇÕES URBANAS E
CONSTRUÇÃO DE SENTIDO NA
IMPLANTAÇÃO DE CIDADES
INTELIGENTES NO BRASIL**

Thyana Azevedo

**O PAPEL DOS CINEMAS
NA FORMAÇÃO DA PRAÇA SAENS PEÑA
(RIO DE JANEIRO-RJ)**

Raquel Gomes de Souza

52

**O RIO DE JANEIRO NO CINEMA:
ENTRE A “CIDADE MARAVILHOSA”
E A “CIDADE PARTIDA”, O SONHO DE SER
UMA “CIDADE GLOBAL”**

Rafael Casé

64

**PALCO DE ASFALTO: MÍDIA,
MOVIMENTO E CIDADE EM
“BALLERINA PROJECT”**

Ana Carolina Almeida Souza

76

88

**OTT RJ: DA GEOGRAFIA DA CRIMINALIDADE
À CONTENÇÃO TERRITORIAL**

Bianca F. Antunes

100

**(RE)DESENHANDO A CIDADE:
O USO DE DISPOSITIVOS MÓVEIS
PARA O ESTÍMULO DE ALTERNATIVAS
DE TRANSPORTE URBANO**

Laryssa Tarachucky e Maria José Baldessar

**REVISITANDO “A CIDADE LETRADA”:
COMUNICAÇÃO E ESCRITA NA
METRÓPOLE CONTEMPORÂNEA**

José Cardoso Ferrão Neto e Thiago Mendes de Oliveira

110

122

**QUANDO EU VIVIA E MORRIA NA CIDADE,
EU NÃO TINHA NADA, NADA A TEMER:
O SILÊNCIO MUSICAL NAS CIDADES EM 2020**

Paulo Celso da Silva e Míriam Cristina Carlos Silva

A cidade de Gramado/ RS e a construção de sentidos



Rafaela Bertuzzo

**Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre,
RS**



Resumo

Este estudo, oriundo de reflexões presentes na dissertação em desenvolvimento, com título provisório: “A experiência da criança no evento Natal Luz e sua relação com a dinamização dos ritos a partir do imaginário das cidades”, tem o objetivo de discorrer sobre a relação entre imaginário e cidade, assim como verificar a construção dos sentidos atribuídos ao município de Gramado/RS. A partir de pesquisas bibliográficas, foi possível ter maior entendimento sobre as ideias de La Rocca (2018), além de relacioná-las com os sentidos produzidos ao longo dos anos pelo município.

Palavras-chave: Comunicação; Gramado; Cidade; Imaginário.



1. INTRODUÇÃO

A cidade atua como protagonista na construção do imaginário, por meio de sua arquitetura, do seu visual, dos seus estímulos sonoros, entre outros. Os diferentes espaços que ocupam o território têm a capacidade de aflorar nos sujeitos a imaginação, a representação e os sentidos. Além disso, segundo Certeau (1994), por meio de operações mentais, a cidade é geradora de sensibilidades e recordações.

O imaginário da cidade deve ser compreendido a partir de um panorama plural, uma vez que é formado por uma configuração espacial em que grupos sociais, de culturas, religiões e idades diversas coexistem, abrangendo variadas visões de mundo. Torna-se necessário, assim, sentir, escutar e tocar os espaços, que caracterizam a comunidade urbana (LA ROCCA, 2018).

A partir dessa compreensão, é possível entender a contemporaneidade e a socie-

dade, visto que, diante da renovação e dos movimentos dos espaços, pode-se obter informações sobre o estado e a evolução da cidade. Além disso, no município sempre há algo novo a se descobrir, pois ele é inventado e reinventado constantemente, a partir dos acontecimentos que nele ocorrem e que acarretam novos significados (NOGUEIRA, 1998).

Hoje, dentre os diferentes municípios do Rio Grande do Sul, destaca-se Gramado, que, aproveitando sua condição histórica de cidade de imigração europeia, utiliza de elementos que alimentam esse imaginário para se relacionar com os diferentes públicos, como moradores e turistas. É considerado, cada vez mais, um destino modelo por uma soma de sentidos que são atribuídos ao imaginário da localidade. Nesse sentido, o objetivo deste trabalho, oriundo de reflexões presentes na dissertação em desenvolvimento, com título provisório: “A experiência da criança no evento Natal Luz e sua

relação com a dinamização dos ritos a partir do imaginário das cidades”, é discorrer sobre a relação entre imaginário e cidade, assim como verificar a construção dos sentidos atribuídos ao município de Gramado.

2. A CIDADE E A CONSTRUÇÃO DE SENTIDOS

Por intermédio de desejos, experiências, memórias e expectativas individuais e coletivas, ao pensar na cidade, manifesta-se no sujeito um universo de sentidos, relações, símbolos e representações, determinado pelas ruas, calçadas, prédios, pessoas etc. Certeau (1994) acrescenta que, no cotidiano, ao se mover pelo município, pode-se organizar um conjunto de possibilidades mentais, que variam conforme os momentos e os percursos do caminhante.

Nogueira (1998) comenta que, dentre os significados que fizeram parte do imaginário das cidades no decorrer dos anos, destaca-se a personificação do feminino, da maternidade, a cidade como mãe-pátria. Ademais, está presente a dicotomia paraíso/inferno, sendo o saudosismo, a distância da terra natal e a glorificação do passado atrelados ao paraíso, e o presente e a utopia do futuro ao inferno. Além disso, salienta-se o arquétipo do círculo, a comunidade territorial como um recinto familiar aconchegante e protegido por cercas, fechada para defender-se dos inimigos.

Hoje, por outro lado, a concepção de cidade se estende ao infinito. A comunidade urbana contemporânea caracteriza-se pela velocidade da circulação, “pelos fluxos de mercadorias, pessoas e capital em ritmo cada vez mais acelerado, rompendo barreiras, subjugando territórios” (ROLNIK, 1988, p. 9). Portanto, não se deve mais pensar sobre a cidade numa ótica rudimentar de ordem funcionalista, buscando controlá-la em sua totalidade, como um processo “fechado”. É necessário considerá-la como uma plataforma de situações abertas, com uma variedade de práticas e tribos, que re-

carregam sua fisionomia de novas significações.

Ainda, o espaço público da cidade não deve ser mais visto somente como um cenário de circulação do cotidiano, mas como também um símbolo do desejo de cidadania em protestos, comícios e passeatas, e em palco de shows, desfiles e grandes eventos, em festas religiosas e carnavais.

Quando o território da opressão vira cenário de festa, é a comunidade urbana que se manifesta como é: com suas divisões, hierarquias e conflitos, assim como com suas solidariedades e alianças. Na hora do rito, isso vem à tona; mas no dia a dia tudo isso está presente, subjacente, nos gestos e palavras cotidianas dos habitantes da cidade (ROLNIK, 1988, p. 25).

O advento da pós-modernidade fomenta uma nova centralidade da cena urbana, com expressões coletivas revalorizadas e espaços reapropriados simbolicamente. Há uma redescoberta do território da cidade e de seu simbolismo, e a partir da compreensão desses novos sentidos, pode-se descobrir os modos de habitar o mundo contemporâneo. Por esse motivo, La Rocca (2018, p. 17) refere-se à cidade como um “laboratório gigantesco de pesquisa sobre o social em eterna mutação”.

La Rocca (2018) também enfatiza a importância de se entender as diferentes visões a respeito da cidade conforme as fases históricas de seu desenvolvimento. De acordo com Thomas Kuhn (1962, apud LA ROCCA, 2018 p. 17), cada época, com suas práticas sociais distintas, gera uma estrutura imaginária chamada de paradigma, que, para ele, é uma visão do mundo, um modelo normativo. Quando esse sistema passa por uma crise, há uma mudança de paradigma. Em 2020, por exemplo, em decorrência da pandemia da COVID-19, muitos processos já definidos dentro da cidade tiveram que ser repensados, reapropriando sentidos e demonstrando o estado social e as características dos indivíduos desse período.

As cidades contribuem para o desenho de mapas mentais, cognitivos e neurosensoriais, que influenciam na construção do imaginário. Nesse sentido, a seguir serão apresentados elementos que interferem na produção dos diferentes sentidos atribuídos por todos àqueles que se relacionam com a cidade de alguma maneira, como moradores, turistas etc.

2.1 A arquitetura

De acordo com Rolnik (1988, p. 17), “o desenho das ruas e das casas, das praças e dos templos, além de conter a experiência daqueles que os construíram, denota o seu mundo.” Não é somente a cidade que produz textos que permanecem fixados na memória, mas também as tipologias arquitetônicas urbanas, que podem ser lidas e decifradas, como se fossem um texto.

Para La Rocca (2018, p. 29), a arquitetura da cidade atua como a “pele” dos espaços, tanto em caráter simbólico quanto de função. “Ela estetiza: tanto do ponto de vista da beleza (ou da feiura), quanto do ponto de vista da esfera da percepção neurosensorial”. Trata-se de formar as primeiras imagens mentais no sujeito ao se pensar na cidade, estabelecendo papéis primordiais na construção do imaginário, bem como na captação da relação entre forma, indivíduo e ambiente.

Além disso, conforme La Rocca (2018, p. 30), pode-se equiparar, em termos de sentidos, a relação entre o homem e a arquitetura com a de um corpo de um homem com o de uma mulher, uma vez que, diante de uma obra arquitetônica, a admiração do sujeito é de ordem semelhante à qual ele experimenta perante a um corpo humano: “[...] nós apreciamos a sinuosidade de suas formas, o elevaremos a ícone de beleza, o idealizaremos, o mitificaremos.”

Wilkoszynski (2006) comenta, por outro lado, que a relação entre a arquitetura da cidade e o sujeito está na concretização de sonhos, visto que, por meio das constru-

ções, os desejos e as necessidades da modernidade se realizam. Complementa ainda que, por intervenção de projetos, desenhos, prédios, monumentos, ruas, entre outros, as representações arquitetônicas são a maneira como o imaginário da cidade se materializa.

É adicionado ainda por Wilkoszynski (2006) que as estruturas arquitetônicas podem ser consideradas uma parcela indissociável do espaço urbano. Devem ser vistas como um “fator de grande importância para o estudo das transformações ocorridas na paisagem das cidades, e, por consequência, na formação e análise do imaginário social” (WILKOSZYNSKI, 2006, p.37).

De maneira geral, a arquitetura consiste em um elemento essencial para a compreensão da climatologia de uma cidade, assim como na construção de sentidos que nutrem o imaginário. Ainda, atua como cenário de sonhos, deambulações, devaneios, desejos e derivas psicogeográficas. Além da arquitetura, outros aspectos presentes no dia a dia da cidade devem ser considerados, entre eles os estímulos sonoros, que serão discutidos em seguida.

2.2 Estímulos sonoros

A influência dos dispositivos sonoros na experiência sensorial de um espaço vivido é indiscutível, visto que, de acordo com La Rocca (2018), com intermédio da sonorização, o sujeito pode “tocar” as localidades. Além disso, esse traço da climatologia urbana tem a capacidade de gerar participação afetiva coletiva e intimidade com o local.

Embora se tenha a impressão de que o imaginário está mais próximo dos sentidos visuais do que dos sentidos auditivos, Wisnik (1989, p. 18) frisa que o elemento sonoro é essencial para a concretização da representação de imaginários. O som, caracterizado por sua subjetividade, toca o indivíduo com precisão, mesmo que não possa ser tocado diretamente. “As suas propriedades ditas dinâmogênicas tornam-se, assim, de-

moníacas (o seu poder, invasivo e às vezes incontrollável, é envolvente, apaixonante e aterrorizante)”.

O som, para Wisnik (1989, p. 30), é um dos objetos mais diferenciados que povoam o imaginário, uma vez que é invisível e impalpável. O meio que o constitui “escapa à esfera tangível e se presta à identificação com uma outra ordem do real”.

Quando uma criança ainda não aprendeu a falar, mas já percebeu que a linguagem significa, a voz da mãe, com suas melodias e seus toques, é pura música, ou é aquilo que depois continuaremos para sempre a ouvir na música: uma linguagem em que se percebe o horizonte de um sentido que, no entanto, não se discrimina em sentidos isolados, mas que só se intui como uma globalidade em perpétuo recuo, não verbal, intraduzível, mas à sua maneira, transparente (WISNIK, 1989, p. 30).

Em suma, a sociedade atual produz um universo de dispositivos sonoros, que influenciam o olhar e o imaginário. Além da sonorização, há também um dilúvio de imagens, criado especialmente a partir do visual. A seguir, será aprofundado esse aspecto, que é um dos traços característicos da climatologia urbana.

2.3 O visual

Ao pensar em cidade, desenvolve-se automaticamente na mente do sujeito uma seleção de imagens que criam uma “imagem da cidade”. Essa proliferação, de ordem visível, natural e sensível, é oriunda de diferentes estímulos visuais que saturam o percurso da visão. Segundo La Rocca (2018, p. 166) “cada suporte urbano se torna uma ferramenta de expressão, a disponibilização de um sistema de produção e de reprodução, de criação e de recriação de imagens”. Esses sinais são responsáveis por elaborar uma unidade simbólica que, de maneira primordial, através do visual, alimentarão o imaginário.

La Rocca (2018) completa que essa gama de sinais gera a sensação de que a cidade não poderia existir sem ser invadida por essa proliferação de imagens, que estimulam a solicitação visual e as percepções dos momentos vividos. Além disso, destaca que todos esses estímulos são utilizados para desenvolver estratégias operativas de comunicação, como a chamada City Branding¹. Deve-se, nesse sentido, entender esse conjunto de técnicas como uma forma de direcionamento do olhar, “com a intenção de produzir um determinado sentido por meio de uma semiótica visual” (LA ROCCA, 2018, p. 166).

É necessário salientar ainda que, atualmente, as imagens capturadas pela visão podem ser reproduzidas digitalmente, o que as tornam possíveis de serem circuladas e acumuladas de maneira instantânea. Segundo La Rocca (2018), nos espaços do vivido está em curso uma polifonia visual que estrutura a mediação estética entre a cidade e o sujeito, e que, por meio dos diferentes dispositivos, pode ser facilmente propagada para os demais.

Conforme La Rocca (2018), o imaginário alimentado pela articulação entre os estímulos sonoros e o visual, agora apresentados, tem a capacidade de transportar o sujeito para além do universo exibido, assim como nos superlugares, conceito que será mostrado a seguir.

2.4 Os superlugares

Oriundas de sociedades mais consumistas e tecnológicas, as cidades são afetadas, cada vez mais, por transmutações, que contaminam todo o conjunto da geografia urbana. Com base nisso, expressões surgem a fim de abranger essa nova configuração, entre elas, destaca-se o conceito de “superlugar”, nome criado com o prefixo “super” com o objetivo de demonstrar o excesso e a excepcionalidade das localidades. Para esses tipos de espaços, também são utilizadas outras nomenclaturas, como “cidade da

moda”, “cidade do design”, entre outros (LA ROCCA, 2018).

Os superlugares, caracterizados por oferecerem entretenimento tanto para adultos quanto para crianças, atuam como imãs, devido à quantidade de elementos de forte atração psicofísica presentes em seus espaços, como luzes, mercadorias, telas etc. Os sujeitos são levados a esses locais magnetizados a partir do desejo de consumir não somente objetos, mas também desejos, pulsões e sonhos. Com o intuito de terem momentos de frenesis felizes, unem-se ao contorno de festas, jogos e todos os tipos de atratividades que são “um sinal efêmero da diversão que conota e acompanha a imersão espacial” (LA ROCCA, 2018, p. 66).

La Rocca (2018) complementa que o impacto da penetração dessas megaestruturas, capazes de orientar estilos, gostos e comportamentos, remete ao instante proporcionado ao sujeito diante de uma paisagem da fantasia de “Alice no País das Maravilhas”, de Lewis Carroll (1865).

Um maravilhamento moldando uma espécie de orionópolis: concretização de um imaginário do sono, da fantasmagoria, da atração, que encontra expressão na artificialidade dessas estruturas, reproduzindo um distrito multifuncional de lazer e de comércio (LA ROCCA, 2018, p. 69).

Os superlugares podem ser considerados epicentros de experiências, buscados pela necessidade do indivíduo em exteriorizar sua presença no mundo. De acordo com La Rocca (2018) em todos os locais acontece alguma coisa, contudo, nesses espaços excepcionais ocorrem verdadeiros espetáculos, que ativam a esfera sensória e emocional do sujeito em busca de experiências excitantes, o que pode ser definido como “arquitetura do desejo”.

Nessa direção, assim como apresentado por Debord, que salienta que a sociedade está cada vez mais se tornando um grande “espetáculo”, La Rocca (2018) afirma

que uma das principais características das cidades pós-modernas é a espetacularização das formas. No caso dos superlugares, a partir das atrações, o indivíduo torna-se um protagonista ao mesmo tempo que um espectador do evento, do lugar.

Com a expansão dos superlugares, é necessário, cada vez mais, compreender a transformação urbana e o imaginário coletivo. Outro conceito que relaciona-se às mudanças dos territórios contemporâneos e a construção do imaginário das cidades é o de “Hype City”, que será apresentado em seguida.

2.5 Conceito de Hype City

Os espaços urbanos proporcionam uma variedade de situações de divertimento para realizar os desejos dos sujeitos ali estabelecidos. Por meio de seus diversos agentes, cria momentos e lugares de encontro para satisfazer a necessidade de expressão dos indivíduos. “O jogo, a arte, o espetáculo, o festivo e, mais amplamente, o eventual, que contém todos esses elementos, permitem, de certa maneira, uma catarse, logo, a liberação das pulsões por meio da representação simbólica [...]” (LA ROCCA, 2018, p. 94).

Nessa perspectiva, surge o conceito de “Hype City”, um *modus operandi* bem como um *modus vivendi* fundamentalmente vinculados às tendências de moda. A palavra em inglês “Hype” é utilizada para se referir ao que está sendo muito repercutido, chamando a atenção dos sujeitos. Esse termo é empregado, portanto, para tratar os espaços em evidência que produzem eventos que relacionam-se com a dimensão lúdica da existência humana, assim como com a capacidade de satisfazer os desejos do espírito festivo dos indivíduos (LA ROCCA, 2018).

A chamada Hype City produz modas e se torna uma, assim como desenvolve eventos e se transforma também em um. Para La Rocca (2018), o intuito dessas cidades é propagar em suas atrações, por meio de uma multidão, um efeito de transe coleti-

va, dando origem a uma liberação comum de energia, tanto física quanto mental. Seus eventos, assim como um simulacro, se repetem, são copiados e se reproduzem em diversas facetas lúdicas.

Além disso, La Rocca (2018, p. 107) salienta que a imersão nas diferentes situações lúdicas nas cidades relaciona-se diretamente com as análises de Benjamin sobre o “surgimento da metrópole moderna no século XIX, com seu aparato de distrações fantásticas que seduzem cada vez mais as massas urbanas.” Essas distrações são, cada vez mais, relacionadas com o uso de dispositivos digitais que, como visto anteriormente, também influenciam os elementos visuais que alimentam o imaginário das cidades.

São atribuídos diferentes sentidos à cidade de Gramado/RS, que destaca-se por alimentar constantemente o imaginário dos seus variados públicos. Em seguida serão apresentadas informações sobre o município, assim como a produção de sentidos conferida.

3. A CIDADE DE GRAMADO/RS

Gramado localiza-se na Serra Gaúcha, no extremo sul do Brasil, a 115 quilômetros da capital do estado, Porto Alegre. Faz divisa com Caxias do Sul ao norte, Três Coroas ao sul, Canela a leste e Nova Petrópolis a oeste. Sua área estimada é de 237,019 quilômetros quadrados e sua população de 36.555 pessoas, de acordo com dados do IBGE de 2020.

A localização geográfica de Gramado, a 830m de altitude, confere-lhe paisagens acidentadas e um clima úmido e temperado, com regime definido de chuvas e estações. No verão, prevalece uma temperatura amena, em torno de 22 °C, com dias normalmente agradáveis. No inverno, por outro lado, predominam as temperaturas mais baixas, às vezes menores que 0 °C, com frequentes geadas e possíveis episódios de neve (VARGAS; GASTAL, 2015).

A cidade de Gramado pertence à Região

das Hortênsias, considerada a principal rota turística do Rio Grande do Sul. Dentre os municípios da região, o que mais se destaca é Gramado (AS 15 CIDADES..., 2018), pois explora a realização de eventos em um calendário extenso durante todo o ano, além de sua beleza natural, gastronomia, arquitetura, entre outros.

Segundo registros históricos, Gramado começou a se constituir como cidade em torno de 1875, a partir da instalação de famílias luso-açorianas no território. Os novos moradores exerciam atividades associadas ao tropeirismo, o que originou, posteriormente, o nome da cidade, que se refere a um gramado, perto de um riacho, utilizado para descanso pelos tropeiros em trânsito pela região (VARGAS; GASTAL, 2015).

Nos anos seguintes, conforme Vargas e Gastal (2015), os europeus vindos da Península Itálica estabeleceram-se no interior do território como produtores rurais. Os germânicos, de maneira especial aqueles já residentes desde as décadas iniciais do século XIX na capital do Rio Grande do Sul, chegaram a Gramado anos mais tarde, no início do século XX. Essa miscigenação refletirá, posteriormente, na produção do imaginário da cidade, como será visto no tópico a seguir, referente a construção de sentidos realizada pelo município.

3.1 A construção de sentidos

Gramado destaca-se, cada vez mais, por uma soma de sentidos que são atribuídos ao imaginário da cidade. Dornelles (2001) salienta que a sensação transmitida aos sujeitos, muitas vezes, ao se pensar na localidade, é de que Gramado é uma criação, um espaço montado diferente de qualquer outro local. Assim como comentado por La Rocca (2018) ao se referir aos superlugares e sua capacidade de propiciar uma paisagem fantasiosa de “Alice no País das Maravilhas”.

Azambuja e Mecca (2017) comentam que outros sentidos conferidos ao município são

atrelados ao clima, considerado mais agradável para que os sujeitos possam apreciar os parques locais, restaurantes, lojas à céu aberto etc. Dornelles (2001), em contrapartida, salienta que Gramado faz uso de suas temperaturas mais baixas para estimular o personagem do Papai Noel, figura normalmente associada ao frio, à neve e ao hemisfério norte.

Dornelles (2001) frisa também que é possível encontrar facilmente imagens, na decoração da cidade, de personagens do universo infantil, como bonecas de porcelana e ursos de pelúcia.

É comum também, nesse sentido, encontrar em algumas lojas de venda de chocolate, bonecos feitos com esse produto como: gnomos, duendes, branca de neve, coelhos, além do próprio Papai Noel sempre presente nas vitrinas intensificado bem mais no período do Natal (DORNELES, 2001, p. 40).

Portanto, pode-se associar a cidade de Gramado à noção dos superlugares, caracterizados por disponibilizarem entretenimento não somente para adultos, como também para crianças. Além disso, essas imagens lúdicas atuam diretamente na promoção do visual, alimentando o imaginário do território.

Para Dorneles (2001), é necessário compreender ainda que, os imigrantes, especialmente italianos e alemães que se estabeleceram no município, suscitaram particularidades étnicas que são reforçadas constantemente. Os sentidos que se constroem da localidade, seja através da mídia seja por meio da produção de suas festividades, privilegia a descendência étnica do local, como pode-se perceber, por exemplo, no caso da Festa da Colônia² e do Natal Luz³, considerados eventos relevantes sediados pelo município.

Ainda, deve-se salientar que essas festividades desenvolvidas pela cidade relacionam-se com a dimensão lúdica do sujeito, assim como abordado por La Rocca (2018)

ao se referir ao conceito de Hype City. O evento, por meio da arte, do espetáculo e do festivo, é capaz de permitir ao indivíduo a catarse e a liberação das pulsões.

Segundo Dorneles (2001), a principal ferramenta utilizada pela cidade para se relacionar com seus diferentes públicos foi o uso de elementos que compõem o imaginário brasileiro, tendo como exemplo, aqueles que compõem o mito de se viver um “estilo europeu”. Não é difícil encontrar, por exemplo, no comércio local “camisetas, moletons, bonés, muitos destes com a seguinte frase escrita: Gramado naturalmente europeia” (DORNELES, 2001, p. 30).

O município também incorpora esse imaginário a partir de suas escolhas arquitetônicas, utilizando ramificações da arquitetura germânica, com materiais naturais, como a pedra e madeira, e o estilo bávaro e o enxaimel. Azambuja e Mecca (2017) acrescentam ainda que, além de Gramado estar vinculada ao imaginário de um lugar não brasileiro e de europeização, de forma especial, com seus projetos arquitetônicos, é associada também ao imaginário de “disneyficação”. O processo se dá através de seus parques, eventos etc., que, conforme Luciano Peccin (2018), criador do Natal Luz, foram inspirados no Walt Disney World Resort.

Em suma, a cidade de Gramado cria e recria diferentes elementos que influenciam na construção do seu imaginário. A seguir serão feitas as reflexões realizadas sobre este trabalho.

4. CONSIDERAÇÕES

As cidades não são compostas somente de espaços materiais, mas também de lugares de convivência, imaginação, representação e sentidos. Tratam-se de territórios em constante renovação, capazes de transmitir informações sobre a evolução e a situação de uma sociedade e que interferem diretamente na produção dos sentidos do sujeito.

A partir de pesquisas bibliográficas, foi

possível ter maior entendimento sobre as ideias de La Rocca (2018) e sua contribuição aos estudos do imaginário ao relacioná-lo com as cidades. De acordo com o autor, elementos como o visual, o som e a arquitetura de um município são carregados de sentidos que influenciam no cotidiano e nos processos mentais do indivíduo.

Ademais, pôde-se relacionar esses diferentes elementos, assim como os conceitos de superlugar e Hype City apresentados por La Rocca (2018) aos sentidos conferidos ao município de Gramado ao longo dos anos. Essa contribuição se deu de diferentes formas, por meio dos produtos comercializados, da mídia, dos eventos, entre outros.

Em suma, por intermédio de suas atrações, destinadas a todas as idades e a construção de seus processos lúdicos, a cidade de Gramado atua diretamente na construção de sentidos que nutrem o imaginário. Além disso, utiliza sua descendência étnica e suas características consideradas incomuns no contexto em que está para se destacar dentre os diferentes municípios gaúchos. ♦

¹ Termo usado para se referir às estratégias de marketing aplicadas ao desenvolvimento econômico, político e cultural de cidades, regiões e países.

² Festividade responsável por incentivar as tradições alemãs e italianas, por meio de oficinas, danças, jogos, entre outros.

³ Considerada a maior festa natalina do Brasil, ocorre anualmente entre os meses de novembro e janeiro.

SAIBA MAIS SOBRE GRAMADO. Disponível em:
<https://www.gramado.rs.gov.br/pagina/conheca>

AS 15 CIDADES favoritas do Sul do Brasil. In: EXPEDIA Brasil. [S. l.], 12 abr. 2018.
Disponível em:
<https://viajando.expedia.com.br/as-15-cidades-favoritas-do-sul-do-brasil/>. Acesso em: 18 jul. 2021.

CERTEAU, M. A invenção do cotidiano: 1, artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 1994.
DORNELES, E. B. Gramado: a produção e consumo de uma imagem europeia no sul do Brasil. 2001. 182 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Programa de pós-graduação em Antropologia Social, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2001.

GRAMADO. In: IBGE. Brasília, [2020]. Disponível em:
<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/gramado/panorama>. Acesso em: 18 jul. 2021. LA
ROCCA, F. A cidade em todas as suas formas. Porto Alegre: Sulina, 2018.

NOGUEIRA, M. A. L. A cidade imaginada ou o imaginário da cidade. História, Ciências, Saúde, Rio de Janeiro, v. 5, n. 1, p. 115-123 mar.-jun. 1998. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/hcsm/a/TJVSM8CMHGLNZ9t6zBw3dGm/?lang=pt>. Acesso em: 18 jul. 2021.

PECCIN, L. A luz que transformou uma cidade: os bastidores do Natal Luz de Gramado. [S. l.]: Capa comum. 2018.

ROLNIK, R. O que é Cidade? São Paulo: Brasiliense, 1988.

VARGAS, D. P.; GASTAL, S. Chocolate e turismo: o percurso histórico em Gramado, RS. Turismo: visão e ação, v. 17, n. 1, p. 66-102, 2015. Disponível em: <https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/7702/4402>. Acesso em: 18 jul. 2021

WILKOSZYNSKI, A. do C. Imagens da arquitetura: narrativas do imaginário urbano em Porto Alegre. 2006. Faculdade de Arquitetura, Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/8163>. Acesso em: 18 jul. 2021.

WISNIK, J. M. O som e o sentido. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

**Cartografando
Novas Socialidades
no Espaço Urbano
Soteropolitano:
Estratégias de um
Programa Popular
Televisivo na
Resignificação de
Fronteiras**



Lilian Reichert Coelho

Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA

Resumo

Orienta-se por balizas teóricas oriundas de diversas áreas do saber (BACHELARD, 2003; SANTOS, 2005; LEFEBVRE, 1999; SERPA, 2007; MAFFESOLI, 1996), a fim de perseguir a hipótese segundo a qual um programa televisivo de nítido apelo popular pode atuar de modo eficaz na construção de novas socialidades em um espaço urbano prenhe de contradições. Estas inegavelmente povoam a vida prática e simbólica de seus habitantes. Para isso, considera-se o referido programa agente de socialidades, ao conferir visibilidade positiva a pessoas e bairros pobres da capital baiana, comumente relegados à invisibilidade pelo jornalismo de referência local. Assim, compreende-se o programa *Que venha o povo!* como espaço liminar entre lugares simbólicos e territoriais que ressignifica as fronteiras instituídas pelos poderes, práticas e discursos dominantes.

PALAVRAS-CHAVE: espaço; urbano; fronteiras; comunicação; socialidades.

Contradições típicas das grandes cidades contemporâneas podem ser facilmente observáveis em Salvador (Bahia), acrescidas das características peculiares às “pequenas metrópoles regionais” (cf. SERPAb, 2007, p.36) brasileiras, quais sejam: densidade (alta concentração demográfica) e densificação (processo de ocupação de áreas urbanas remanescentes); adensamento (fragmentação do espaço ao longo das encostas); congestionamentos diversos (devido à pobreza dos chamados serviços primários); deficiências no setor secundário (escolas, hospitais, estacionamentos etc.), déficit habitacional (sobretudo para as camadas populares); verticalização irregular (construção de dois a três pavimentos sobre o pavimento térreo, popularmente conhecidos como “lajes”); aparência feia (pela au-

sência de acabamento)¹. Serpa refere ainda a polarização social e espacial, afim com a abordagem aqui encetada sobre o programa televisivo *Que venha o povo!*, norteadada pela leitura da construção de imagens positivas sobre os bairros não-nobres de Salvador, polo localizado – dos pontos de vista prático e axiológico – no eixo negativo, conforme o discurso dominante².

Assim considerado, no escopo deste trabalho, compreende-se a cidade do Salvador como espaço privilegiado para a observação da construção simbólica sobre o urbano na contemporaneidade, no caso, sobre a “pequena metrópole regional” sob foco. Comumente apresentada pela mídia local e também nacional como lugar de festa, de alegria, especialmente em virtude de inegáveis atributos geográficos, históricos e

climáticos, da capital baiana pululam diariamente diferenças e conflitos das mais variadas ordens. Para além da orla marítima e dos lugares artificialmente erigidos como cartões-postais predominam, na Salvador que o turista olha, mas não vê, o desemprego, o déficit habitacional, a baixa qualidade na educação formal, a nítida polarização social e espacial entre pobres e ricos³. Além disso, o cotidiano soteropolitano é permeado por preconceitos das mais variadas estirpes, obnubilados pela reprodução incessante do mito da democracia racial, amplamente introjetado pela população local, devido ao esforço ideológico – tanto político quanto publicitário e midiático – cujo objetivo é reforçar narrativas e valores próprios do discurso dominante.

Nesse contexto, em contraposição aos enquadramentos usuais conferidos pelos telejornais de referência e demais programas televisivos, posicionam-se algumas abordagens pautadas pelo entretenimento e pelo jornalismo diversional⁴, mais próximas do *fait-divers* e até, inegavelmente, do sensacionalismo. Mesmo assumindo a negatividade intrínseca a posicionamentos desse tipo, propõe-se, neste texto, uma mirada compreensiva sobre aspectos positivos do programa *Que Venha o Povo!* no que diz respeito à problematização das fronteiras sociais e simbólicas impostas pelas narrativas dominantes e pelas práticas cotidianas e urbanísticas instauradas entre os setores urbanos chamados populares e as camadas economicamente abastadas da cidade de Salvador.

Programa diário de formato híbrido, *Que Venha o Povo!* (doravante denominado QVP!) é exibido de segunda a sexta-feira, de 11 horas e 45 minutos até as 13 horas, pela TV ARATU, afiliada baiana SBT. Do ponto de vista do gênero televisual tal como pretendem os realizadores, configura-se como espécie de amálgama entre programa informativo e de variedades. De acordo com a descrição publicada no site da retransmissora, trata-se “de humor, prestação de

serviços e cobertura dos fatos mais importantes do dia”⁵. Insistentemente, os mediadores qualificam o programa como “popular”. A figura do mediador principal – que atua no estúdio – é construída pelo jornalista Casemiro Neto, cujo histórico de credibilidade junto ao público foi criado durante anos por sua atuação em outra emissora como apresentador de telejornal. O mediador secundário é o radialista Zé Bim, que exerce a função de repórter, concentrando atividades nas ruas da cidade de Salvador. Os dois mediadores são diferentes entre si, complementando-se. Enquanto Casemiro Neto apresenta-se como o jornalista sério (nos moldes dos padrões construídos pelo jornalismo de referência e já reconhecidos pelo público), Zé Bim é absolutamente informal, aproximando-se tanto do telespectador quanto do público-personagem⁶ cuja visibilidade constrói o programa.

Embora não seja o foco deste trabalho, considera-se relevante problematizar – ainda que brevemente – a multiplicidade de sentidos evocada pelo termo “popular”, utilizada no próprio título deste texto. Ressalte-se a ausência de consenso sobre a noção de comunicação popular tal como trabalhada por especialistas em Comunicação e Cidadania. Destacam-se como pontos básicos a serem considerados por qualquer atitude de orientação de fato “popular”: 1. o protagonismo do povo, isto é, a participação ativa de indivíduos pertencentes às minorias representativas; 2. orientação da comunicação a partir de princípios públicos, portanto, sem fins lucrativos; 3. divulgação de conteúdos que encetem a ampliação da cidadania, da independência, em termos individuais e coletivos. Assim sendo, em respeito à pluralidade de nuances que propostas e ações de comunicação social não-hegemônicas engendram, sublinhe-se o fato de que exigências são nitidamente desprezadas pelo programa QVP!

Ao ignorar tais princípios da comunicação popular, optando pela utilização de estratégias típicas da mídia hegemônica, sem

apresentar proposta efetivamente alternativa, o programa QVP! posiciona-se discursivamente como massivo popularesco, com algum grau de utilidade pública (PERUZZO, 2006). Sob a denominação “massivo”, compreende-se um tipo de comunicação destinada de forma vertical para os segmentos populares e não apropriada horizontalmente pelo povo. O outro termo componente da expressão, “popularesco”, pode ser definido pelo uso de modalidades de linguagem (verbal, visual e sonora) pautadas por mecanismos como: informalidade no uso das vestimentas, coloquialismos linguísticos e excessos de toda ordem (gritos, sonoplastia, apelo sensual-erótico pelas personagens femininas “Malvada” e “Vaca”), exploração cômica de defeitos físicos e déficit cognitivo de personagens (como o ex-boxeador baiano Hollyfield, cuja figura gera o riso pelo grotesco⁷), a construção de membros do público como personagens, preferencialmente histriônicos. Além dos elementos citados, outras marcas de reconhecimento de “programa massivo popularesco” são empregadas como a estética sonora e visualmente “poluída”, a espontaneidade de pessoas e situações bem como a instalação do vínculo social assistencialista.

Em que pese o exposto, autores como Amaral (2006) consideram sob prisma positivo a existência, no ambiente midiático contemporâneo, de um gênero jornalístico informativo popular cujo estudo carece de detalhamento, carência essa oriunda de preconceitos históricos e de posicionamentos hermenêuticos elitistas. A fim de evitar polarizações, optou-se pela orientação da leitura do programa QVP! pelo viés do paradoxo. Justamente por isso e devido aos altos índices de audiência alcançados no horário, julga-se o programa merecedor de olhar mais atento. De qualquer modo, não é possível driblar de todo o fato de que o produto televisivo sob foco é, sim, construído na lógica popular comumente classificada como sensacionalista.

Nessa dinâmica, dois tipos de espaços soteropolitanos são construídos (discursivamente, reproduzindo padrões construídos socialmente e, como tal, internalizados no imaginário da população) e reforçados pela mídia local: 1. os espaços positivos, acolhedores, agradáveis e belos, onde estão situadas as classes privilegiadas; 2. os espaços negativos, feios, repletos de lixo, onde residem as camadas alijadas pelas políticas neoliberais vigentes⁸. A fim de abordar os dois tipos de espaços e o modo como o programa se constrói como fronteira entre setores da cidade de Salvador, são explicitadas, abaixo, algumas noções espaciais caras à presente reflexão. Antes de tudo, no entanto, vale expressar que a experiência humana é sempre territorializada e, como tal, produto da vivência compartilhada espacialmente em sociedade. Conforme destaca Hissa, (...) o território é obra coletiva e, em si mesmo, manifestação de poderes. A construção do território, através de relações sociais, por si só, passa a significar o estabelecimento de fronteiras de natureza variada – entre pessoas e coisas (2002, p. 40). É a atividade humana, portanto, que territorializa o espaço.

Milton Santos (2002) atribui distinções entre território e espaço, este último concebido como mais amplo, abarcando o próprio território, a paisagem e a sociedade. Santos é, de fato, a voz mais expressiva, consoante o encaminhamento que se procura conferir à presente reflexão. Na observância da concepção mais contemporânea de território, o geógrafo citado salienta a “interdependência universal dos lugares”, típica da globalização, em detrimento “da antiga comunhão individual dos lugares com o Universo” (SANTOS, 2005, p. 137). Em estreita harmonia com a noção de espaço, Santos define o território como “formas, mas o território usado são objetos e ações, sinônimo de espaço humano, espaço habitado” (2005, p. 138), portanto, espaço vivido. O autor expõe, para o entendimento do território no mundo atual, as concepções de horizonta-

lidade e verticalidades, fundamentais para os desdobramentos da presente pesquisa sobre a espacialidade urbana soteropolitana no programa popular QVP!, vez que este procura horizontalizar o olhar, contrariamente à verticalização em geral realizada pela mídia hegemônica.

A ideia positiva sobre o entrelaçamento entre o espaço e as subjetividades que nele vivem e, portanto, o constroem no interior dessa relação assume contornos enfáticos em Bachelard (1993), cuja noção de *topofilia* é conceituada como “espaço feliz”, lugar de onde é possível defender-se de quaisquer “forças adversas”; em suma, refere-se aos “espaços amados” (FERNANDES, 1992, p.19). Pelo termo, concebe-se a significação dos ambientes de aconchego e intimidade pelo viés do imaginário, cuja tendência é o movimento para o interior. As topofilias constituem lugares privilegiados na construção da experiência pessoal e/ou coletiva. No polo oposto situam-se as topofobias, espacialidades que se impõem de modo imperiosamente negativo ao ser humano. Apesar de Bachelard circunscrever seu olhar à poesia⁹, acredita-se que as noções de topofilia e topofobia podem ter rentabilidade na análise da construção espacial simbólica sobre o urbano no ambiente midiático contemporâneo. Ademais, é inegável que os habitantes de uma cidade relacionam-se positiva e negativamente com o espaço urbano, tanto o físico (transformado pela ação humana e não “puro”, “estático”) quanto o social (em permanente e incessante processo de construção). Conforme destaca Milton Santos, “As relações comunicacionais têm, pois, mais que as outras, um *geographic flavour*, um *bouquet géographique*, pois são geradas no lugar, e apenas no lugar, a despeito da origem, por acaso distante, dos objetos, dos homens e das ordens que os movem” (2005, p. 161).

O espaço, assim compreendido é, portanto, revelador das contradições sociais, históricas, culturais e simbólicas. Nesse sentido, evoca-se Greimas, para quem a forma privi-

legiada de conceber o espaço caracteriza-se pela tensão entre as ideias de topia e heterotopia, partindo do pressuposto de que “um ‘lugar’ qualquer só pode ser apreendido se o fixarmos em relação a um lugar diferente” (1981, p. 115). No programa televisivo sob leitura, observa-se que os bairros populares configuram-se como topia fundamental. Mais ainda: são destacados como isotopias pelo discurso. Lefebvre define isotopia como “um lugar (topos) e o que o envolve (vizinhança, arredores imediatos), isto é, o que faz um *mesmo lugar*”¹⁰. Para o autor, se noutra parte existe um lugar homólogo ou análogo, ele entra na isotopia” (1999, p. 45). Assim, apesar de diferentes entre si, os bairros populares equivalem-se mutuamente, sendo intercambiáveis aos olhos dos poderes públicos e da “sociedade”, tanto no que diz respeito à distância geográfica em relação ao centro da cidade ou aos centros de poder e decisão quanto no que concerne à “distância sociológica”¹¹.

Na perspectiva do programa QVP!, as localidades instauradas como isotópicas são mostradas como excluídas da cidade e da sociedade, esta última constituindo seu “outro” por antítese, portanto, espacialidade heterotópica. A fronteira social e economicamente instalada pelos poderes hegemônicos delinea-se fortemente, portanto, pelo modo como a cidade é representada pelo programa, como barreira não-natural entre os setores nitidamente polarizados da população soteropolitana. Com isso, pode-se dizer que o programa atua, ele próprio, como liminaridade, forçando a visibilidade de lugares da cidade e das populações que neles residem, usualmente relegadas à invisibilidade pela grande mídia e pelos poderes públicos.

Ao proceder desse modo, o programa apresenta os bairros populares como prenes de vida, desnudando o fato apresentado por Doreen Massey, segundo quem o espaço não é configurado por dados, mas se constitui permanentemente, o que a geógrafa e socióloga define como simultanei-

dade de “estórias-até-agora”. Por esta expressão, Massey (2008, p. 29) refere-se a três proposições fundamentais na compreensão do espaço, considerando toda a história de compreensões já realizadas quanto às peculiaridades do espaço contemporâneo. A primeira proposição diz respeito ao reconhecimento do espaço como produto de uma série de interações. Estas, por sua vez, coexistem, formando uma heterogeneidade o que, por sua vez, configura a segunda proposição. Além de interação e multiplicidade, o espaço também é concebido como em constante construção. Com isso, ao invés de considerar o espaço mera abstração, se o concebe como multiplicidade complexa, composta por feixes de um prisma cujas modulações de cores e alcance dependem do emaranhamento de fatores heterogêneos imbricados e permeados por contingências e, como tal, considerado na leitura do programa popular televisivo aqui encetada. Assim, percebe-se como profícua a orientação do trabalho sob os delineamentos do conceito apresentado que, de certa forma, entra em consonância com uma das noções mais evocadas aqui do ponto de vista metodológico: a de heterotopia.

Tal noção é compreendida a partir de dois autores, que refletiram – ainda que em perspectivas distintas, o que não se pode desconsiderar – sobre as espacialidades heterotópicas: Foucault (2006) e Lefebvre (1999)¹². Respeitando-se as notáveis diferenças teóricas entre os autores citados, neste trabalho, optou-se pela compreensão das heterotopias como todas as construções sociais, comunitárias, imaginárias ou efetivamente praticadas que têm a propriedade de ressignificar os espaços (geográficos e simbólicos), sobretudo na contemporaneidade, em que as heterogeneidades e as contradições não apenas afloram, mas são convocadas a emergir, em interação e/ou em confronto. Neste sentido, vale salientar que, em QVP!, uma das formas de construção de heterotopias é a distinção dos bairros não-nobres¹³ entre si, posicionamento que

contraria a orientação dominante na mídia local hegemônica, cuja tendência é a indissociação de tais lugares, em geral, evidentemente semelhantes na aparência física, com suas casinhas sem reboco e tijolos à vista, esgotos a céu aberto, falta de arborização, lixo espalhado pelas ruas. A distinção a que se refere é realizada discursivamente pelos mediadores, sobretudo pelo “repórter” Zé Bim, cuja atuação nas ruas dos bairros visitados valoriza os elementos típicos de cada localidade.

Para a compreensão do tipo de fronteira que o programa televisivo QVP! instaura, convoca-se Michel Maffesoli, cujo esforço holístico de pensar de modo benigno as diferenças, as heterogeneidades urbanas, revela-se profícuo para um estudo desse calibre. Assim, Maffesoli (1996) examina o denominado “reinvestimento do espaço vivido” no contexto contemporâneo pela ideia de “recentramento comunitário”, que pode assumir diversas configurações. Tal movimento pode acontecer no campo territorial no sentido tradicional, mas também pode ocorrer em território simbólico compreendido, no que tange à metrópole contemporânea, como “(...) conjunto complexo constituído, ao mesmo tempo, pela materialidade das coisas (ruas, monumentos, tráfego) e pela imaterialidade das imagens de diversas ordens” (MAFFESOLI, 1996, p. 264). Isso é possível mesmo nas chamadas “zonas de abjeção” (cf. SIBLEY, 1995), às quais pertencem as localidades não-nobres de qualquer metrópole.

Desse modo, a espacialidade compartilhada afetivamente entre os habitantes de um bairro – mesmo não-nobre, portanto, distante dos centros de poder – extrapola as experiências íntimas de abrigo referidas por Bachelard, pois o acento da experiência vivida recai sobre o eixo relativo ao espaço social, formado por tudo o que circunda as relações humanas no decurso da vida cotidiana. Acentua o caráter topofílico do bairro o fato de constituir uma vizinhança, pois esta se constitui, indubitavelmente, como

parcela viva do tecido urbano ao propiciar trocas humanas, conforme destaca De Certeau, para quem o bairro é um “[...] lugar de uma passagem pelo outro, intocável porque distante, e no entanto passível de reconhecimento por sua relativa estabilidade. Nem íntimo, nem anônimo: vizinho” (1996, p. 43). Tais elementos, a vizinhança e a estabilidade da vida e dos afetos apontam para a construção espacial da experiência coletiva localizada no bairro pelo viés da dimensão tátil e horizontal da vida, ambas instauradoras e mantenedoras do contato interpessoal. Bairros, em geral, têm histórias, personagens, formas de relacionamento peculiares entre vizinhos, configurando-se como espaços de diferenciação no interior da cidade constituindo, muitas vezes, cidades quase autônomas, como é o caso, em Salvador, de Cajazeiras e do Subúrbio Ferroviário, para citar apenas dois exemplos soteropolitanos comumente convocados pelo programa.

Tatilidade e horizontalidade são, portanto, eixos que regem a vida em localidades desse tipo e QVP! as salienta. Comprova-se o acento nessas dimensões a maneira como as relações humanas são construídas pelo programa: ressalta-se a falta de hierarquia entre as pessoas, oriunda da informalidade básica configurante das relações, bem como a facilidade e a rapidez no florescimento de relações conflituosas. Estas são evidenciadas pelo programa em consonância com o posicionamento paternal assumido pelo mediador no quadro *A hora do acordo*, exibido às quintas-feiras. Nele, o mediador de rua, o repórter Zé Bim, tenta promover não apenas a reconciliação entre vizinhos, mas dispõe de um elemento ainda mais precioso no ambiente de um programa com viés nitidamente popularesco: a denúncia. Zé Bim tenta “resolver” uma situação de inimizade criada entre vizinhos, apelando para argumentos superficiais, ligados ao emocional dos envolvidos, destacando com veemência a proximidade, a relação de vizinhança, que deve ser “respeitosa e pacífica”.

Na dinâmica da construção espacial da cidade de Salvador pelo programa, observa-se a concepção das topofilias construídas como heterotopias, dentre as quais se destacam os bairros nobres da capital baiana e o próprio programa. As localidades nobres não são explicitadas visualmente, mas sua representação é constantemente evocada pelos mediadores a partir de concepções que sabem cristalizadas no imaginário dos setores desprivilegiados da população, público-alvo-personagem do programa. Vale reforçar que a heterotopia caracteriza-se como espacialidade cuja ação primordial é instaurar-se como diferença em relação a uma isotopia, “lugar inicialmente considerado”, no caso, os bairros não-nobres. Diferença fundamental entre bairros nobres e não-nobres e seu caráter, respectivamente, topofílico e topofóbico, é apontada por Espinheira, para quem: “(...) espaços geradores de múltiplas possibilidades produtivas são, inevitavelmente, aqueles mais caros, que se tornam intrinsecamente mercadoria no mercado imobiliário. A elevação de seu valor enquanto terreno ‘nobre’ atrai, conseqüentemente, investimentos presumivelmente compatíveis com o seu valor” (2003, p. 188).

Ao abordar as espacialidades topofílicas por viés notadamente heterotópico, o programa QVP! as constrói como contraponto positivo às espacialidades isotópicas, os chamados bairros populares ou não-nobres. A construção discursiva sobre os lugares nobres da capital baiana apresenta tais espacialidades como espécies de *loci amoeni*, onde se pode viver bem e distante da violência e de toda a negatividade intrínseca às localidades habitadas pelo público preferencial-personagem do programa. Pelo menos assim são referidas pelo programa que, ao deixar de conferir visibilidade explícita a tais lugares, posiciona-se, justamente por isso, de modo contra-hegemônico em relação à mídia de referência local, que prefere acentuar estereótipos turísticos, social, cultural e historicamente construídos. Con-

forme brevemente mencionado acima, tais estereótipos são internalizados pelo público local, tornando-se elemento constitutivo (oriundo do exterior, é evidente, mas ideologicamente inculcados) do imaginário dos próprios moradores no que concerne à cidade de Salvador.

Sobre isso, Serpa é fonte pertinente, pois apresenta relevante diferenciação entre bairros nobres e bairros populares, consoante à linha de pensamento pretendida neste trabalho, ao tomar Keller (1979) como baliza. Os autores afirmam que, “nos bairros populares, a limitação de oportunidades, a pobreza e o isolamento relativos, a insegurança e o medo acabam por fortalecê-las e torná-las parte fundamental da trama de relações familiares”. No que diz respeito às localidades nobres, o próprio Serpa oferece argumento contrastante, ao explicar que, “nos bairros de classe média, as relações entre vizinhos são mais seletivas e pessoais e, na maior parte dos casos, o maior poder aquisitivo faz diminuir a necessidade de ajuda mútua e aumentar necessidade individual de espaço” (SERPAa, 2007, p. 153).

Quanto aos lugares não-nobres, notadamente constituem isotopias na dinâmica do programa televisivo sob leitura, mas se configuram como espacialidades as mais topofóbicas pelo discurso dominante. Isto é, são localidades regidas intensamente pela negatividade, estabelecendo com as topofilias (bairros nobres) explícita e antagônica relação de contrariedade. Assim sendo, depreende-se que a relação direta entre lugares e pessoas de localidades econômica, cultural e geograficamente desprestigiadas e destas em relação imaginária com suas antíteses em uma cidade, é imprescindível para a constituição da própria identidade de cada tipo de espacialidade, pois

É no sistema de relações com o que lhe é externo, ou seja, com a alteridade, que a territorialidade pode ser definida. Ela está impregnada de laços de identidade, que tentam de alguma forma homogeneizar esse território,

dotá-lo de uma área/superfície minimamente igualizante, seja por uma identidade territorial, seja por uma fronteira definidora de alteridade. (SERPAa, 2007, p. 20).

Portanto, é somente na relação “entre” os lugares da metrópole que os valores atribuídos a cada bairro se estabelecem, imprimindo valências positivas e negativas a segmentos do território urbano situados, muitas vezes, geograficamente um ao lado do outro¹⁶. A mirada antropológica evidencia de modo mais abrangente a dicotomia no modo de observar a diferença entre as espacialidades citadas, ao referir que:

Os bairros pobres da cidade – localizados no interior e na periferia da mesma – sofrem uma estigmatização em decorrência da imagem negativa construída, sobretudo no que concerne aos aspectos do informal, sendo associados automaticamente pelos observadores do exterior à violência e à delinqüência, o que termina por justificar a postura segundo a qual eles devem evitar tais lugares e se proteger dos ataques de seus moradores atrás de muros (...) (SANGODEYI-DABROWSKI, 2003, p. 178).

Além de isotopias e heterotopias, Lefebvre aponta a existência do “alhares, o não-lugar que não acontece e, entretanto, procura seu lugar” (1999, p.45). Trata-se de uma concepção do utópico paradoxal por excelência, pois é erigido como espaço real, embora não pontual. No que diz respeito a QVP!, a utopia é construída pela noção recorrentemente evocada da cidade justa, ideal, sem violência. Trata-se de um possível, cuja concretização depende exclusivamente da ação dos poderes públicos locais, já que os habitantes dos bairros populares são “pessoas de bem”, castigadas injustamente pela falta de ação das instâncias públicas responsáveis pelo bem-estar da população. Como locus do imaginário, o alhares “está em toda parte, e em nenhuma parte” (LEFEBVRE, 1999, pp. 45-46), como a

própria ideia de cidade perfeita apresentada pelos mediadores¹⁵.

Uma atitude do mediador de QVP! explica o posicionamento contra hegemônico no discurso do programa sobre a metrópole baiana. A mencionada atitude pode ser observada nos quadros do programa em que o “repórter” Zé Bim situa-se em lugares estratégicos da cidade, por serem centrais e espaços transitoriamente ocupados pela população carente, quais sejam: a Estação da Lapa (no centro), o Relógio de São Pedro (também no centro), a Estação de transbordo de Pirajá e, algumas vezes, a Praça Piedade (no centro). Todos os espaços metropolitanos citados configuram-se como não lugares, espacialidades regidas pelo paradoxo, ao mesmo tempo ameaçadoras – pela abertura ao imprevisto e ao espontâneo – e topofílicas – justamente em razão dessa abertura – pois permitem tanto o trânsito como a permanência, ainda que apenas temporária, de indivíduos oriundos de quaisquer pontos e/ou setores da cidade em regime de igualdade.

Ao apropriar-se de tais não-lugares, instituindo seu locus provisório e propiciando a reunião de diferentes indivíduos motivados por objetivo comum (a depender do quadro, cada uma orientado para determinado fim: solicitar qualquer tipo de ajuda, buscar um familiar desaparecido, esclarecer dúvidas sobre saúde, sexo ou cidadania etc.), o programa constitui-se também espécie de “entre-lugar”. Nesse momentos, erige-se a identidade popular e permite-se o diálogo social pela não-hierarquização entre os interlocutores – uma vez que os mediadores utilizam estratégias discursivas no sentido de horizontalizar os posicionamentos sociais relativos a si mesmos, aos personagens reais que ali se dão ao ver e ouvir e ao público – ou, ao menos, a ilusão de efetiva participação.

De qualquer modo, ainda que o programa crie essas “ilhas” identitárias e dialógicas no ambiente urbano soteropolitano, nota-se que a tendência maior orienta-se no

sentido de mostrar a “realidade” dos bairros não-nobres da cidade, cuja consequência é uma concepção genérica do urbano em geral predominantemente distópica. O discurso dos mediadores conduz-se pela asserção segundo a qual se algo não for feito imediatamente para amenizar a violência e propiciar melhorias na condição de vida da população pobre, o caos já reinante tende a aumentar. Caos que se expressa também sonora e visualmente no programa, pelo excesso, conforme citado acima. Pelas vias do discurso alarmista, instaura-se fortemente a indissociabilidade espaço-tempo, pois se constrói uma projeção negativa no que tange a um futuro próximo, com acento na antevisão da catástrofe social iminente.

Vale salientar ainda que a existência do programa como entre-lugar acentua-se no plano do exercício mediador, dada a função auto-imposta pela referida instância e legitimada pelos destinatários. Para além da caracterização como entre-lugar, tal relação simbiótica situa o programa televisivo como espacialidade heterotópica do tipo “espelho”, uma heterotopia neutra, nem positiva, nem negativa. É Lefebvre quem ressalta a possibilidade de se considerar tal “elemento neutro”, pois “pode consistir na ruptura-sutura dos lugares justapostos (...)” (1999, p. 45). Em QVP!, o “espelho” é constituído pela própria interação estabelecida, isto é, pela mediação, inerente ao tipo de comunicação praticada (televisiva). O agente dessa comunicação, informal e próxima, personifica-se no mediador “de rua”, pois ele “vai onde o povo está”, estabelecendo um liame entre a vida invisível nas espacialidades isotópicas e topofóbicas e o outro, constituído pela “sociedade”.

Na dimensão enunciativa, no sentido de romper barreiras impostas pelos discursos e práticas hegemônicos, percebe-se que o próprio programa apresenta-se como “salvação” para as camadas não-assistidas da população, já que o poder público não funciona. Somente os mediadores têm a capacidade e a preocupação de conferir

visibilidade e audibilidade a um espectro da população tradicionalmente sem corpo e sem voz. Este é um dos elementos que demonstram a impossibilidade de se compreender QVP! como um programa popular nos moldes do que se defende no ambiente das abordagens sobre comunicação popular.

Tal atitude permite também comprovar o posicionamento do programa como heterotopia que não se apresenta como um lugar efetivo, mas se estabelece na relação comunicativa entre os produtores, o próprio programa como texto – compreendido como mediador entre diversas instâncias sociais –, os habitantes dos bairros não-nobres, o público e o segmento político. Isso se verifica nos enunciados repetidamente proferidos pelo apresentador e pelo repórter que, recorrentemente, “cobram” soluções do poder público e se arrogam portadores da verdade e de soluções para os problemas da cidade. É pela função de mostrar, de dar a ver, que os mediadores legitimam o (auto)discurso construído e o próprio lugar diferencial de fala: o programa popular, configurado pela ação daquele que sabe reconhecer os pontos positivos das instâncias dirigentes ou hegemônicas, mas não pode “fechar os olhos” diante de situações de descaso com o “povo”. Além disso, investem-se de autoridade, ao ameaçar os responsáveis pela permanência da miséria e das condições de insalubridade da população pobre que habita as localidades ao mesmo tempo plenas de afetividades, de história compartilhada e de sofrimento da capital baiana.

Esta breve incursão pelas engrenagens do programa QVP!, cujo olhar centrou-se em aspectos relativos à representação do urbano e ao posicionamento do próprio programa como fronteira entre setores diferenciados da cidade, julga-se possível concluir afirmativamente acerca da produtividade encetada pela apropriação dos conceitos bachelardianos de topofilia e topofobia. Além desses, crê-se ter apresentado a pertinência das noções de topia, isotopia, utopia e heterotopia na leitura das

representações realizadas pelos meios de comunicação sobre as metropolitanas contemporâneas. Na dinâmica da configuração social metropolitana soteropolitana, pôde-se observar, na imagem construída pelo programa, que o bairro institui – pela reunião na mesma espacialidade – traços reconhecíveis como próprios do lugar, gerando, em alguns casos, a imagem de modos de viver e “tipos” sociais peculiares, o que, conforme se tentou demonstrar, QVP! tenta não apenas acentuar, mas legitimar. Acredita-se também que a noção de bairro carece de detalhamento e investigação quando da análise de produtos midiáticos, pois revela, se tomada como singularidade, aspectos relevantes sobre qualquer cidade, especialmente as metrópoles.

Finalmente, é preciso acentuar o caráter paradoxal do programa sob foco pois, ao mesmo tempo em que acentua a cidade como distopia, suaviza o próprio encaminhamento, a fim, provavelmente, de evitar a revolta social, colaborando para o propalado “conformismo social” apresentado pelas propostas da communication research. Ainda assim, é notável a ressignificação de fronteiras sociais e identitárias realizada pelo programa *Que venha o povo!*, estabelecendo-se ele próprio como espelho e como portal de visibilidade para os setores desprestigiados da população. ♦

¹ Cf. ALVES dos SANTOS, 2005.

² A mencionada polarização pode ser assim explicada: “A organização espacial do município de Salvador e de sua Região Metropolitana corresponde à distribuição espacial da renda da população, ou seja, à distribuição das classes sociais no espaço urbano e metropolitano. Pode-se mesmo falar de polarização social, já que se constata uma diferenciação marcante na distribuição espacial da renda entre o município sede e os demais municípios da Região Metropolitana de Salvador bem como entre as áreas de urbanização de status e de urbanização popular de Salvador. Assim, as famílias de renda mais baixa concentram-se nos bairros ao longo da Baía de Todos os Santos, enquanto aquelas com rendas mais elevadas encontram-se preferencialmente nas áreas ao longo da orla atlântica da cidade”(SERPAb, 2007,

p. 37).

³ A partir de um estudo da CONDER (Companhia de Desenvolvimento Urbano do Estado da Bahia), publicado em 2006, também divulgado pelo Jornal A Tarde de 28/12/2006, Serpa refere que: “Se a Região Metropolitana de Salvador fosse um país ela só perderia em termos de desigualdades sociais para a Namíbia” (b, 2007, p. 42).

⁴ Conforme explica Melo, tal tipo de jornalismo “engloba aqueles textos que, fincados no real, procuram dar uma aparência romanesca aos fatos e personagens captados pelo repórter. Entre os gêneros que integram o gênero diversional estão as histórias de interesse humano, as histórias coloridas, os depoimentos, etc.” (1994, p. 34). Mais adiante, o pesquisador salienta que: “O interesse do leitor por essas produções jornalísticas está menos na informação em si, ou seja, na essência do fato narrado, do que nos ingredientes de estilo que a que recorrem os seus redatores, despertando o prazer estético, em suma, divertindo, entretenendo, agradando” (MELO, 1994, p. 35). Vale sublinhar que o autor citado concentra esforços na compreensão dos gêneros do jornalismo impresso; no entanto, considera-se que a noção acima apresentada pode ser profícua na leitura de um programa televisivo como o aqui estudado.

⁵ www.aratuonline.com.br.

⁶ Sobre o público-personagem constituído pelos populares, França explica tratar-se de “(...) um personagem novo [que] aparece na televisão brasileira: a figura do popular, o representante dos anônimos que povoam as ruas e os barracos das grandes cidades” (2006, p. 1).

⁷ No sentido mesmo proposto por Sodr e e Paiva (2002), de uma estética do grotesco, típica da m dia comercial destinada aos setores econômica e culturalmente desprivilegiados.

⁸ Tal concep o é oriunda das críticas de Z. Bauman   globaliza o, notadamente no que diz respeito à mobilidade dos ricos e a falta de mobilidade dos pobres nas sociedades contemporâneas, diferença cruel acentuada no ambiente das cidades. A reflexão encaminha-se no seguinte sentido: “Não há conversa entre os dois lados da fronteira. As experiências de vida são tão diferentes que não dá para ver sobre o que os moradores dos dois lados poderiam conversar caso se encontrassem” (BAUMAN, 1999, p. 95).

⁹ As reflexões de Gaston Bachelard sobre espaço e poesia configuram o que se convencionou denominar, no ambiente dos estudos literários, de “crítica

temática”.

¹⁰ [grifos do autor].

¹¹ Termo utilizado por Domingues (1994). A idéia também é explorada por Z. Bauman, de modo mais amplo, ao expor sua crítica   Globaliza o, para quem: “Com efeito, longe de ser um ‘dado’ objetivo impessoal, físico, a ‘distância’ é um produto social (...)” (1999, p. 19).

¹² Importante salientar que tais diferenças não foram expostas neste trabalho por questões de limite de espaço físico e também por se considerar que isso poderia desvirtuar o foco da reflexão proposta.

¹³ Optou-se por assim denominar as espacialidades onde se concentram os setores desprivilegiados da popula o soteropolitana, a fim de evitar a dicotomiza o e a necessidade de aprofundamento em discussões não apenas semânticas, mas geográficas, sociológicas e até filosóficas, que os termos “periferia” (em oposi o a centro), “subúrbio”, “favela” ou “invasão” engendrariam.

¹⁴ Para citar apenas um exemplo, é o que ocorre em Ondina, bairro nobre, onde estão posicionadas localidades não-nobres como o Calabar, o Alto de Ondina e a Baixa da Alegria, cuja permanência é alvo constante de (in)a oes da Prefeitura e de empreendimentos imobiliários voltados para as classes m dias, além de fortes e explícitas tensões sociais pelas quais, inevitavelmente, perpassam conflitos raciais.

¹⁵ De qualquer modo, a cidade perfeita dos mediadores do programa permanece no plano imaginário do utópico em uma de suas acep es mais difundidas, qual seja, a de não-realizável, como refere Bauman sobre a atitude dos utopistas do passado, ao afirmar que “O aspecto da cidade perfeita esboçada pela pena dos utopistas não se assemelhava ao de qualquer cidade real em que vivessem e sonhassem os planejadores” (1999, p. 44).

- AMARAL, Márcia Franz. *Jornalismo popular*. São Paulo: Contexto, 2006.
- ALVES DOS SANTOS, Manoel Roberto. *Modelo de participação comunitária na gestão ambiental em área de ocupação espontânea*. Monografia apresentada à Escola Politécnica da Universidade Federal da Bahia como requisito parcial de avaliação da disciplina ENG 281 – Organização e Administração dos Serviços de Saneamento, ministrada pela Profa. Patrícia Campos Borja, 2005.
- BACHELARD, Gaston. *Poética do espaço*. São Paulo: Martins Fontes, 1993.
- BAUMAN, Zygmunt. *Globalização – as conseqüências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.
- DE CERTEAU, Michel. *A Invenção do Cotidiano*. 2a ed. Petrópolis: Vozes, 1999.
- DOMINGUES, Álvaro. *Sub (úrbios) e sub (urbanos): o mal-estar da periferia ou a mistificação dos conceitos?* In: *Revista da Faculdade de Letras – Geografia I série*. Vol. X/XI. Porto, Portugal, 1994, pp.5-18. Disponível em: <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/1588.pdf>. Acesso em 30 de outubro de 2008.
- ESPINHEIRA, Gey. *Imagem da cidade feia e desumana: Salvador vista no Subúrbio Ferroviário*. Em: ESTEVES JR., Milton; MONTOYA, Urpi (orgs.). *Panoramas urbanos: reflexões sobre a cidade*. Salvador, BA: EDUFBA, 2003. pp. 185-199.
- FOUCAULT, Michel. *Outros espaços*. Em: MOTTA, Manoel Barros (org.). *Michel Foucault – Estética: literatura e pintura, música e cinema*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001 (Ditos & Escritos, vol. III).
- FRANÇA, Vera (org.). *Narrativas televisivas – programas populares de TV*. Comunicação & Cultura, vol.4. Belo Horizonte, MG: Autentica, 2006.
- GREIMAS, Algirdas-Julien. *Semiótica e Ciências Sociais*. São Paulo: Cultrix, 1981.
- LEFEBVRE, Henri. *A revolução urbana*. Belo Horizonte, MG: Editora da UFMG, 1999.
- MAFFESOLI, Michel. *No fundo das aparências*. 2.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.
- MELO, José Marques de. *A opinião no jornalismo brasileiro*. 2.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.
- PERUZZO, Cícilia M. K. *Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária*. Texto apresentado no NP Comunicação para a Cidadania, durante o INTERCOM – Sociedade Brasileira de Ciências da Comunicação, realizado na cidade do Rio de Janeiro, em setembro de 2006. disponível no site: <http://www.intercom.org.br>, acessado em 23 de março de 2008.
- SANDOGIYI-DABROWSKI, Delphine. *As raízes ideológicas da segregação no Brasil: o exemplo de Salvador*. Em: ESTEVES JR., Milton; MONTOYA, Urpi (orgs.). *Panoramas*

urbanos: reflexões sobre a cidade. Salvador, BA: EDUFBA, 2003. pp. 165-184.

SANTOS, Milton. A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção. 4.ed. São Paulo: EDUSP, 2004.

_____. Globalização – as consequências humanas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

SERPA, Ângelo. O espaço público na cidade contemporânea. São Paulo: Contexto, 2007.a

_____. Periferização e metropolização no Brasil e na Bahia: o exemplo de Salvador. Revista GeoTextos, vol. 3, n.1/2. Publicação impressa e eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal da Bahia, 2007.b

SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. O império do grotesco. Rio de Janeiro: MAUAD, 2002.





Mixologias: Comunicação e Espaço Urbano

Nízia Villaça

**Escola de Comunicação/Universidade Federal do Rio de Janeiro,
Rio de Janeiro, RJ**

Resumo

O texto busca sublinhar as novas formas simbólicas de ressemantização e apropriação do espaço urbano enfocando a cultura como “recurso”, notadamente a moda, o design e o urbanismo, e refletindo sobre a relação corpo/espaço no contemporâneo. Com o foco no imaginário da moda, refletiremos sobre o que vamos chamar de “mixologias” pensando os processos de construção/desconstrução das cidades e os processos culturais dos que as habitam neste momento de globalização. A produção do sentido e o sem sentido do urbano não existe apenas no território físico e nas interações materiais, mas, crescentemente, articula o que acontece nas ruas com o que é veiculado nos meios de comunicação com medidas diversas da visibilidade urbana.

PALAVRAS-CHAVE: espaço urbano; cultura; corpo

Espaço urbano, cultura e subjetivação

A produção do sentido e o sem sentido do urbano não existe apenas no território físico e nas interações materiais, mas, crescentemente, articula o que acontece nas ruas com o que é veiculado nos meios de comunicação com medidas diversas da visibilidade urbana. Como refere Nestor Garcia Canclini¹, a expansão demográfica e territorial desanima muitos habitantes da periferia a comparecer nos eventos concentrados no centro da cidade, devendo a caracterização socioespacial da megalópole ser completada por uma redefinição sociocomunicacional. É na tensão entre o imaginário espetacular e a violência urbana, entre o real e o virtual que as urbes latino-americanas vão se reinventando, afirma o autor.

Com o foco no imaginário da moda, refletiremos sobre o que vamos chamar de “mixologias” pensando os processos de construção/desconstrução das cidades e os processos culturais dos que as habitam neste momento de globalização. Nossa proposta de comunicação é sublinhar algumas estratégias da produção do sentido contemporâneo sob a ótica do que chamaremos, na esteira de Andrea Semprini², o paradigma comunicacional, ou seja, o campo da comunicação como uma dimensão na qual os atos semióticos são executados, não apenas como expressão de referentes já dados, mas entre conexões e desconexões postas em jogo. Notadamente, enfocaremos a questão do espaço contemporâneo nas suas dimensões reais e virtuais, hibridizações, ressemantizações atravessadas pelos imaginá-

rios da moda, da arte e do consumo. Para a leitura deste universo, utilizaremos o conceito de George Yúdice³ “recurso” aplicado à cultura. Segundo o autor, a cultura como recurso é mais do que uma mercadoria. Ela é o eixo de uma nova estrutura epistêmica na qual a ideologia e aquilo que Foucault denominou de sociedade disciplinar (educacional, médica e psiquiátrica), são absorvidas por uma racionalidade econômica ou ecológica de tal forma “que o gerenciamento, a conservação, o acesso e o investimento em cultura e seus resultados tornam-se prioritários para resolver problemas anteriormente da competência econômica ou política. A dinâmica do “recurso” absorve e elimina distinções da alta-cultura, da antropologia e da cultura de massa que são todas mobilizadas para a revitalização dos espaços, a valorização do patrimônio e o desenvolvimento econômico/turístico. É através do viés cultural que enfatizaremos o universo comunicacional da mixologia investida no espaço como fator constituinte das subjetividades individuais e coletivas, como bem exemplificam o espírito das “instalações” e dos *sites specifics* no âmbito da arte e da moda, a propósito da relação corpo/espaço.

No momento atual, a velocidade da circulação cultural é coordenada tanto local como supra nacionalmente, o que não impede que haja campos de forças diferentemente estruturados nesta cultura transnacional crescente. Neste contexto, tentando buscar as estratégias mais em voga na “semiose urbana” incluindo moda, design, urbanismo e antropologia como alguns dos vetores mobilizados.

O corpo no espaço

São as diversas formas e contextos que balizam o relacionamento entre os corpos, formas variáveis, segundo as culturas, e ritualizadas na obtenção de uma distância/proximidade adequada. Na poética espacial de Gaston Bachelard⁴, o indivíduo mantém

com o espaço uma relação especular, num eco romântico. Na obra de Abraham Moles⁵ sobre a percepção fenomenológica espacial, o autor descreve a sensibilidade da referência espacial iniciando pelo invólucro pele e o crescente sentimento de estranhamento quando se passa do seu próprio habitat para o quarteirão, para o bairro, para o centro da cidade, a megalópole e o mundo. É uma dinâmica de apropriação e de invenção contra a desterritorialização que Guattari propõe em *Caosmose*, no capítulo dedicado ao espaço e à corporeidade: “Tantos espaços quantos forem os modos de semiotização e de subjetivação”⁶. Para o autor, existe a cada instante da demarcação do aqui-agora um folheado sincrônico de espaços heterogêneos, desencadeados num tempo da memória, apontando para um caráter polifônico da subjetivação.

Pergunta o autor se o espaço construído possuiria um domínio unívoco e de mão única e responde que qualquer construção suscita um espaço de coisas possíveis que nos interpelam de diferentes pontos de vista: geográfico, estilístico, histórico, funcional, afetivo. Como máquinas enunciativas, elas produzem uma subjetivação parcial que se aglomera com outros agenciamentos de subjetivação. Assim, o alcance dos espaços construídos vai bem além de suas estruturas visíveis e funcionais. São máquinas de sentido, de sensação, que podem tanto trabalhar em direção de um esmagamento uniformizador, quanto no sentido da retomada de uma singularidade liberadora da subjetividade individual e coletiva. Propõe uma metabolização dos componentes heterogêneos que proliferam neste final de milênio informando os processos de subjetivação, de modo a atingir uma singularidade afetada pelos diversos agenciamentos⁷.

Esses componentes de subjetividade social, maquínica e estética nos assediam literalmente por toda parte, desmembrando nossos referenciais, engajando nossos órgãos sensoriais, nossos fantasmas, nossas funções orgânicas num mundo tecnocientí-

fico que cresce paralelamente à programação arquitetural e urbanística.

Pensando na complexidade dos elementos de subjetivação implícitos na enunciação arquitetônica, Guattari chama atenção para a responsabilidade do arquiteto na opção por uma subjetividade padronizada ou por uma produção que contribua para uma reapropriação da subjetividade e ressingularização por parte dos grupos sujeitos.

Espaços da moda e a produção de sentido

A mediatização da empresa, a explosão da aventura, a glorificação da vitória social e a apologia do consumo, na sociedade contemporânea rendem culto à performance e ao desempenho, buscando formas de seduzir os consumidores e sugerir comportamentos. Entre estas formas, a construção do espaço é fundamental na criação de referência e ambientação. A construção do discurso midiático feito de “mixologias” encanta o público e substitui as antigas mitologias. O valor do mercado é a balança do sucesso e, a surpresa e o deslocamento constituem estratégias que somadas ao patrimônio cultural geram visibilidades inesperadas. Júlio Plaza chama a atenção para a intersemiose⁸ da percepção contemporânea.

Andrea Semprini⁹ aponta algumas dimensões privilegiadas pela comunicação relacionada ao consumo no contemporâneo. O corpo é um delas, dividindo os apelos com o individualismo e suas escolhas; a imaterialidade e seu viés conceitual e virtual; a mobilidade, o imaginário da viagem e dos objetos nômades como o *walkman*, computadores portáteis e agendas eletrônicas de bolso; a força do imaginário quando os indivíduos são conclamados a serem ativos e imaginativos. De forma análoga a de outros lugares de produção imaginária (a literatura, arte e cinema) a comunicação publicitária apropria-se de territórios, desenvolve temas, constrói relatos atraentes, produtos rapidamente disseminados pela mídia, criando interseções entre o real e o

virtual. A criação e a manutenção das marcas produzem mundos possíveis que provocam sedução e desejo. Os espaços vão sendo progressivamente ocupados pelo simbólico na semiose do paradigma comunicacional.

Uma chave para a compreensão do que tentamos explicitar neste texto é pensarmos na ideia de fetichismo desenvolvida por Massimo Canevacci¹⁰ como um poder ambíguo de exprimir o desejo de se viver a multiplicidade, deslocando os limites do eu e suas potencialidades. Segundo ele, no contemporâneo não é suficiente a percepção do fetichismo como fonte de alienação (Marx) ou perversão (Freud). O fetichismo visual hoje impele o sujeito que o experimenta a uma oscilação entre alienações e identificações. No contemporâneo, a arte parece querer exacerbar tal fetichismo em ato poético e político adequado a expansão de uma comunicação visual desejante. Os corpos coisas do contemporâneo desafiam a dialética de fixação do sujeito/objeto moderno e se lançam para além da mercantilização e da perversão para além da identificação e da normalização. Corpo e coisa, orgânico e inorgânico, o fetichismo encarna os poderes do paradigma comunicacional, híbrido, multimidiático, ambíguo.

Tradicionalmente, a comunicação da moda tinha uma função de distinção, como acentuou Bourdieu, e os espaços e fronteiras acompanhavam a ordenação das classes, profissões, gêneros, faixas-etárias. Balzac soube ler essas diferenças. Na história, alguns movimentos que marcaram a moda encarnavam revoltas pelo estilo e a desconstrução do mood anterior. Patrice Bollon, em *A moral da máscara*¹¹, narra a verdadeira luta simbólica das diversas manifestações marcadas pelos artifícios da aparência: *Merveilleux*, *Zazous*, *Dândis* ou *Punks* são alguns dos exemplos.

A visibilidade urbana estimula os discursos do consumo, notadamente da moda que, segundo Georg Simmel¹², se não quer mudar o mundo, pretende arrumá-lo com um novo olhar. Ela ressemantiza o espaço e, na sua

dimensão simbólica, organiza e desorganiza a vida social por meio das aparências que se cruzam entre grupos. A publicidade e o consumo são alguns vetores desta construção de superfícies em que o sentido desliza jogando com o *up and down* dos indivíduos e lugares.

Se os anos 50 pertenceram a Copacabana, primeira praia a lançar moda, nas décadas seguintes novos points da Zona Sul e do Brasil fizeram eco nos jornais, revistas e *blogs*, determinando atitudes e comportamentos. A importância das ruas na moda tem um momento chave nos anos 60, quando se desenvolve o sport-wear e a moda unissex. Londres dita moda. As butiques se disseminam. Carnaby Street ou Kings Road tornam-se verdadeiros cenários entre música contínua, luzes, num entra-e-sai em que o movimento da rua é incorporado ao comércio. A partir de então, progressivamente, a cidade oferece novas possibilidades tornando-se sempre mais inesperada, transversal. Nem mão, nem contramão. Tudo parece ser permitido e a velocidade da mudança dos trajetos caminha em ziguezague. O evento Transfer – Cultura Urbana, em Porto Alegre, um *mix* de arte, moda e cultura entre tantos outros, transita entre as ruas e o museu.

Sequencialmente, acelerou-se a desconstrução das oposições e multiplicaram-se os *looks*, a partir de novos dados culturais, sobretudo aqueles propiciados pelo narcisismo tecnológico. A moda de rua se mistura e inspira *sites*, *blogs*, *fotologs* e as tendências tornam-se altamente plurais, cruzando diferentes fantasias que remetem a “mundo possíveis”.

A espacialidade da cidade torna-se “fluida e indomável” como adjetiva manchete de ensaio no Prosa & Verso sobre livro recentemente lançado sobre o assunto¹³ e, progressivamente, uma questão relevante para os mais diversos campos de pesquisa. Estudiosos de diferentes áreas discutem o abalo da noção de território, e as novas formas de qualificação, inclusão e exclusão das representações espaciais. Nesta linha de

reflexão é que pensamos o valor simbólico agregado pelas interferências e hibridações entre a moda e a dinâmica urbana, notadamente as relações mutantes entre centro e periferia. Os conceitos de espaço, território e lugar como manifestações distintas no universo das práticas comunicacionais começam a desfazer-se. Entendemos que hoje já não podemos separar as três instâncias que se cruzam e se superpõem permanentemente, como bem sugerem as considerações de Massimo Canevacci¹⁴ envolvendo a visualidade híbrida do contemporâneo de sua metrópole em corpo exigindo uma etnografia feita de descentramentos oscilantes entre diversas disciplinas: antropologia, comunicação, artes visuais, cultura digital, arquitetura, design e moda. Pensar a produção de sentido contemporâneo é progressivamente pensar novos espaços/tempos de subjetivação segundo uma metodologia que se confessa desde há algum tempo percorrer caminhos fetichistas. Olhar que deseja selecionar e ser selecionado, ser sujeito e objeto simultaneamente.

Ser *cutting edge* é importante para se distinguir da massa e, sobretudo, os jovens de tribos diversas parecem estar sempre prontos para um clic numa lógica em que, segundo Massimo Canevacci¹⁵, a rebelião juvenil simbolizada pelo K próprio ao conflito político-social entre 68-77-89, passa ao X dos conflitos não-políticos comunicacionais, metropolitanos marcados por atravessamentos corporais, espaciais, lingüísticos, numa estética dominada pelo imaterial e pela anomalia. O X é o extremo que não pode ser encerrado em lugares fechados dos conceitos da escritura ou da pesquisa pura. Metrôpoles comunicacionais e culturas intermináveis fora da normalização sedentarismo. O extremo é multi-identitário e desterritorializado. Os espaços da metrópole desvinculam-se do poder imobiliário identitário, para utilizar zonas que possam ser reinventadas. O recente roteiro turístico dos grafites paulistas constitui um exemplo, “a ideia é sensibilizar o olhar para a cidade”,

afirma Leandro Herrera¹⁶. Num “grapicho” – mix de grafite e pichação – com letras em tons de azul e contornos elaborados não deixam que a mensagem seja decodificada. A guia do grupo, Yara Amaral, sugere que os grafiteiros e pichadores frequentemente buscam com esta atitude de dificultar a recepção e marginalizar quem os marginaliza. Nesta linha de atuação podemos incluir o exemplo retirado do site “theuncoolhunter.com”, criado pelo grupo *The Uncoolhunter*¹⁷. O grupo divulga as visitas à feiras, mercados populares, estradas suburbanas, velhos centros urbanos, na busca das culturas desprezadas e marginais que passam a ser vistas como *cool*. Dessa forma, segundo um dos seus representantes, a publicidade, o cinema e o design recorrem à cultura off como fonte de inspiração.

Pertencimento e diferença se imbricam quando travestis desfilam na Mem de Sá criações próprias e param o trânsito da Lapa. Unhas postiças enormes, argolões dourados e lenço Louis Vuitton na cabeça, Luana Muniz declara enfática: “queremos mostrar que somos úteis e visíveis na sociedade”. Alain Ehrenberg¹⁸ chama a atenção sobre como a identidade e a diferença se constroem numa aparente democracia ou “antropologia da igualdade”. Todos são capazes de vencer numa espécie de epopéia do homem ordinário. Todos são conchamados a serem seus próprios empresários na sociedade onde o estado providência se retraiu. Nada está pré-determinado, tudo é possível e ascensão e queda fazem parte da incerteza geral.

Reportagem recente em O Globo¹⁹ intitulada *Down no high society*, constitui exemplo paradigmático destas estratégias de repaginar ambientes sob a tutela da moda. Down é o novo up em Nova York. Os tipos mais antenados e descolados da cidade encontraram nos antigos cortiços de uma região originalmente de imigrantes operários, o novo bairro do momento. A “baca-nização” de regiões antes ignoradas, mostra que Nova York desceu do salto e que está é

a última moda.

Também aqui a moda passeia pela periferia. Lugares “caídos” como Caxias, município da baixada fluminense, deixam de ser *off* e tornam-se *on*. O centro de confecções, festeja o sucesso com desfile de Carlos Tufvesson em passarela estendida na Praça do Pacificador, foco do Fashion Caxias.

O movimento fashion, sempre mais fluido, parece obedecer a duas estratégias principais, uma delas conta as novidades como segredos e encontra verdadeiros cofres para os fashionistas. Ruas de bairros nem tão nobres escondem jovens estilistas que se associam para mostrar seus produtos. Em contrapartida, temos movimentos de ocupação geral como o Fashion Rio, São Paulo Fashion Week, feiras diversas e um pontilhado kitsch de camelôs. A construção do tempo/espço urbano vai interferindo no imaginário das pessoas que se sentem aventureiras em suas descobertas das senhas de acesso fashion ou incluídas nas grandes festas. A cidade vira locação e cenário. Simultaneamente, o shopping vira cidade e a rua vira *mall*. Uma outra mania do consumo que valoriza o imaginário espacial é aquela que aponta a origem dos produtos. Paraty, por exemplo, recebeu sua certificação de indicação geográfica para os cachaças. É a fuga, a homogeneização da produção e a busca de identidade dos produtos. O design busca com a embalagem aproximar o consumidor do território²⁰.

Na modernidade, via-se a experiência humana ligada intimamente ao tempo, ancorada nas noções de história, progresso, revolução. Hoje, privilegia-se o espaço como categoria fundamental para a compreensão do mundo em que vivemos, este que tem os ambientes do experimento e do conhecimento unificados pela tecnologia da comunicação²¹.

A poética da moda: transversalidades tecno-artísticas

Diante do esfacelamento dos paradigmas

que orientaram o projeto moderno de viés normativo, a moda se produz como arquivo e vitrine do ser/parecer, fabricando selfs performáticos por meio de sutis recriações dos conceitos de verdade, de bem e de belo. Materializa-se uma estética.

No momento atual multimidiático, intersemiótico, onde saberes e referências se cruzam, misturam ou interceptam, gostaria de incluir a moda entre as poéticas tecnológicas a que Arlindo Machado²² se refere, abrangendo as atividades culturais que lançam mão de novas tecnologias, holografia, vídeo, computador para dar formas a novas idéias estéticas. Os conceitos são ampliados a partir do eletrônico e do digital dos novos suportes. Perde-se talvez um pouco da racionalidade, um pouco da concentração, da reflexão, da distância para ganhar outros estímulos audiovisuais sinestésicos onde a imaginação leva a razão pela mão. Não contemplamos obras, desfiles, somos tomados por sua ambiência o que me parece ser a última tendência da moda na sua relação com o corpo e a subjetivação. Ela não quer ser observada, copiada, imitada. Ela prefere um disparo da imaginação. A transversalidade estaria justamente nesse constante processo de soma e conexão de saberes sem caráter classificatório modelar.

O assombro durante algumas décadas, foi o recurso das artes de vanguarda para diferenciar seus efeitos estéticos daqueles produzidos pelo folclore e pela industrialização da cultura: a surpresa incessante das inovações face a monotonia atribuída às tradições ou à padronização dos meios e projetos de massa. No momento em que as artes deixaram de chamar-se de vanguarda, cederam ao mercado, às galerias, aos editores e à publicidade a tarefa de provocar o assombro para atrair público.

O artista multimidiático Carlos Miele inconformado com o drama da exclusão social que se desenrola nos grandes centros urbanos, produz um discurso em que os conteúdos transbordam, seja em significados, seja em simbologia. A construção do seu núcleo

poético é feita com base em um sujeito ambíguo: o corpo – ora camuflado pela vestimenta, ora afirmando no desnudamento – em conjugação com o trabalho de vídeo e performance, valendo-se também das relações com o “lugar” e a arquitetura, da utilização dos mídias eletrônicos, bem como da fotografia e da sonorização. O artista opera os novos mídias para construir, por meio de imagens criadas ou reprocessadas, um universo que alude à problematização da vida nas grandes metrópoles²³.

Embora continue havendo inovações na arte e surpreendentes descobertas científicas, as maiores fontes de assombro, agora, provêm da diversidade do mundo presente na própria sociedade e daquilo que está distante ou é ignorado e que a conectividade aproxima. Toda enciclopédia, toda ordem classificatória, revela-se questionável. A mixologia produz a repaginação do mundo interpelando e construindo os sujeitos incessantemente sempre tomados por novas sensações. Os estudos urbanos contemporâneos demonstram a importância de uma compreensão da cidade que não seja totalizante, mas permita o movimento incessante do real, as ações imprevistas que tanto provocam conhecimento quanto desconhecimento. O papel da cultura na cidade é de cimento social, não devendo reduzir-se ao jogo do mercado e da indústria cultural. A dinâmica descrita, com o foco voltado para o imaginário da moda no atravessamento da cidade, se inclui no processo de valorização da simbiose entre cultura e cidade na reinvenção do cotidiano. Buscamos sublinhar o papel da sociedade civil no desenvolvimento de uma política cultural de proximidade como sugere Teixeira Coelho²⁴ ao apontar a importância de caracterizar o urbano levando em conta os processos culturais e imaginários dos que o habitam. ♦

¹ CANCLINI, Néstor García. Imaginários culturais da cidade: conhecimento/espetáculo/desconhecimento. In: COELHO, Teixeira. (Org.). A cultura pela cidade. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2008. p. 15-31.

- ² SEMPRINI, Andrea. A marca pós-moderna: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea. São Paulo: Estação das Letras, 2006.
- ³ YÚDICE, George. A conveniência da cultura: usos da cultura na era global; tradução Marie-Anne Kreamer. Belo Horizonte: UFMG, 2004.
- ⁴ BACHELARD, Gaston. Le poétique de l'espace. Paris: Presses Universitaires de France, 1972. 2
- ⁵ MOLES, Abraham A. & ROHMER, Elisabeth. Psychologie de l'espace. Belgique: Casterman, 1972.
- ⁶ GUATTARI, Félix. Caosmose: um novo paradigma estético. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992. p. 153. 9ibidem, p. 97.
- ⁷ PLAZA, Júlio. Tradução intersemiótica. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- ⁸ SEMPRINI, Andrea. Op.cit., p. 62.
- ⁹ CANEVACCI, Massimo. Fetichismos visuais: corpos eróticos e metrópole comunicacional. São Paulo, SP: Ateliê Editorial, 2008.
- ¹⁰ BOLLON, Patrice. A moral da máscara. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.
- ¹¹ SIMMEL, Georg. La parure et autres essais; traduction et presentation Michel Collomb, Philippe Marty et Florence Vinas. Paris: Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 1998.
- ¹² MORGATO, Izabel e CORDEIRO GOMES, Renato. (Org.). Espécies de espaço: territorialidades, literatura, mídia. Belo Horizonte: UFMG, 2008.
- ¹³ CANEVACCI, Massimo. Op. Cit., p. 21.
- ¹⁴ CANEVACCI, Massimo. Culturas eXtremas: mutações juvenis nos corpos das metrópoles; tradução Alba Olmi. Rio de Janeiro: DP&A, 2005. p. 44.
- ¹⁵ HERRERA, Leandro. Apud, EZABELLA, Fernanda. Turistas exploram grafites de São Paulo. Folha de São Paulo, 10 de junho de 2009. Ilustrada, p. E 8.
- ¹⁶ FIGUEIREDO, Janaína. Novos feios: Argentinos lançam um site para divulgar ideias que vão contra o que é festejado na moda e no comportamento. O Globo, 6 de junho de 2009. Ela, p. 7.
- ¹⁷ ERHENBERG, Alain. Le culte de la performance. Paris: Calmann-Lévy, 1991, p. 30.
- ¹⁸ BRUM, Luciana. Down no high society. O Globo, 16 de abril de 2009. Boa Viagem, p. 24.-33. 7
- ¹⁹ MISMETTI, Débora. De onde as coisas vêm: valorização da origem dos produtos é a mais nova mania de consumo. Folha de S. Paulo, 13 de junho de 2009. Vitrine, p. 1.
- ²⁰ CADEMARTORI, Ligia. Nova espacialidade fluida e indomável: teóricos analisam como as territorialidades se renovaram e passaram a ter centralidade inédita na sociedade. O Globo, 17 de janeiro de 2009. Prosa & Verso, p. 2.
- ²¹ MACHADO, Arlindo. O quarto iconoclasmo e outros ensaios hereges. Rio de Janeiro: Rios Ambiciosos, 2001. 25 MIELE, Carlos. Os redundantes e as elites das cavernas. Curadoria Vitória Daniela Bousso. Paço das Artes, São Paulo, Brasil. 15 de junho – 20 de agosto de 2000. p. 7-8.

- BACHELARD, Gaston. Le poétique de l'espace. Paris: Presses Universitaires de France, 1972.
- BOLLON, Patrice. A moral da máscara. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.
- CANEVACCI, Massimo. Culturas eXtremas: mutações juvenis nos corpos das metrópoles; tradução Alba Olmi. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.
- CANEVACCI, Massimo. Fetichismos visuais: corpos eróticos e metrópole comunicacional. São Paulo, SP: Ateliê Editorial, 2008.
- COELHO, Teixeira. (Org.). A cultura pela cidade. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2008.
- EHRENBERG, Alain. Le culte de la performance. Paris: Calmann-Lévy, 1991.
- GUATTARI, Félix. Caosmose: um novo paradigma estético. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.
- MACHADO, Arlindo. O quarto iconoclasmo e outros ensaios hereges. Rio de Janeiro: Rios Ambiciosos, 2001.
- MIELE, Carlos. Os redundantes e as elites das cavernas. Curadoria Vitória Daniela Bousso. Paço das Artes, São Paulo, Brasil. 15 de junho – 20 de agosto de 2000.
- MOLES, Abraham A. & ROHMER, Elisabeth. Psychologie de l'espace. Belgique: Casterman, 1972.
- MORGATO, Izabel e CORDEIRO GOMES, Renato. (Org.). Espécies de espaço: territorialidades, literatura, mídia. Belo Horizonte: UFMG, 2008.
- Folha de S. Paulo, 10 de junho de 2009. Ilustrada.
- Folha de S. Paulo, 13 de junho de 2009. Vitrine
- O Globo, 17 de janeiro de 2009. Prosa & Verso.
- O Globo, 16 de abril de 2009. Boa Viagem.
- O Globo, 6 de junho de 2009. Ela.
- PLAZA, Júlio. Tradução intersemiótica. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- SEMPRINI, Andrea. A marca pós-moderna: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea. São Paulo: Estação das Letras, 2006.
- SIMMEL, Georg. La parure et autres essays; traduction et presentation Michel Collomb, Philippe Marty et Florence Vinas. Paris: Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 1998.
- YÚDICE, George. A conveniência da cultura: usos da cultura na era global; tradução Marie-Anne Kremer. Belo Horizonte: UFMG, 2004.



A nighttime cityscape with a prominent highway interchange in the foreground. The lights from the cars create long, colorful trails of white, red, and blue. In the background, a dense urban skyline is visible under a dark blue sky, with a body of water reflecting some of the city lights.

Configurações Urbanas e Construção de Sentido na Implantação de Cidades Inteligentes no Brasil

Thyana Azevedo

Resumo

A gestão pública brasileira tem criado meios para o desenvolvimento de cidades inteligentes em território nacional, tal como mostram iniciativas recentes que envolvem setores do governo e da sociedade civil. Pesquisadores de várias áreas têm ampliado o olhar, o estudo e o debate sobre o modo como estão sendo construídas as cidades do futuro. Em ambientes permeados por tecnologias da informação e comunicação, o cidadão pode participar, de maneira ativa ou passiva, da nova configuração do espaço urbano que se molda além das estruturas visíveis. Em uma interpretação inicial, apresentada neste artigo, são levantadas questões sobre conexão, letramento e inclusão digital, de forma a observar o real acesso igualitário da população à cidade e a promoção da melhor qualidade de vida dos seus habitantes.

PALAVRAS-CHAVE: cidades inteligentes; políticas públicas; tecnologias da informação e comunicação; TIC.

Por meio de uma pesquisa exploratória inicial sobre os caminhos que a gestão pública brasileira vem traçando na implantação de *smart cities* no Brasil, a proposta deste trabalho é iluminar aspectos a serem observados acerca da possibilidade de participação da população na interação com o espaço urbano, através de dispositivos conectados em rede que influenciam a experiência subjetiva relacionada à territorialidade e à formação das cidades consideradas inteligentes. Essa perspectiva visa observar em que direção a sociedade segue ao estabelecer modelos de cidades que podem ser humanas, inteligentes, criativas e sustentáveis (CHICS), a partir de seu ponto inicial: a qualidade de vida das pessoas na urbe.

As cidades do futuro têm atraído a atenção de inúmeros pesquisadores e profis-

sionais que, por intermédio de abordagens multidisciplinares e interdisciplinares, buscam compreender como elas serão constituídas. Na visão dos pesquisadores Luiz Junior e Luciano Cavaleiro, que examinaram publicações nacionais e realizaram um alinhamento dos estudos brasileiros referente às cidades inteligentes com o contexto internacional, “as pesquisas nacionais sobre *Smart Cities* estão em um estágio embrionário em estudos acadêmicos, permeando áreas interdisciplinares” (2017, p. 1).

Um dos desafios na análise das cidades inteligentes é compreender este espaço a partir de referências múltiplas, como um ambiente de construção simbólica e disputa de sentido. Diversos são os pontos de observação ligados à gestão pública, à governança, à economia, ao empreendedorismo,

ao impacto ambiental, à mobilidade urbana, à acessibilidade, à eficiência energética, à tecnologia, aos resíduos, dentre outros ângulos pelos quais estas cidades podem ser examinadas. Com o cruzamento de informações e atuação de forma integrada, agentes e instituições, públicas e privadas, buscam soluções adequadas a cada modelo de sociedade.

Nas últimas décadas, a internet vem proporcionando a produção de outra forma de cartografia, com base na distribuição e no controle de informações, estabelecendo uma nova forma de uso do espaço. Atualmente, gestores públicos têm ampliado o olhar para o uso de tecnologias digitais avançadas, como internet das coisas (IoT), big data, computação em nuvem, inteligência artificial, realidade aumentada, blockchain, e sua influência no desenvolvimento urbano e social. A experiência humana tem sido cada vez mais afetada pelas Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), inclusive nas cidades onde podem ser utilizadas para incrementar o alcance e a qualidade dos serviços prestados pelo poder público ao cidadão. De acordo com a Organização das Nações Unidas (ONU)¹, estima-se que, em 2050, 66% da população mundial viverão em áreas urbanas, tornando-se necessária a busca de soluções para a sustentabilidade social, econômica e ambiental. Em 2016, a ONU criou a comunidade *online World Smart City*² com o propósito de compartilhar medidas aplicadas às cidades, incentivando assim o debate sobre sistemas integrados e eficientes.

As cidades do futuro entraram igualmente no radar do governo federal, conforme aponta o relatório do Plano de Ação – Iniciativas e Projetos Mobilizadores³ lançado, em 2017, pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). O relatório faz parte do estudo “Internet das Coisas: um plano de ação para o Brasil”, organizado em quatro fases, de 2018 a 2022. Em 2018, o Decreto n. 9.612⁴, de 17 de dezembro, que dispõe sobre políticas

públicas de telecomunicações, determinou em seu art. 6º que: “O Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações promoverá a implantação de infraestrutura e de serviços baseados em TIC destinadas ao desenvolvimento de cidades digitais e inteligentes”. O mandado ressalta também, dentre outros pontos importantes, o incentivo ao acesso às telecomunicações em condições econômicas que viabilizem o uso e a fruição dos serviços pela população para a expansão do acesso à internet, incluindo áreas onde a oferta seja inadequada e a promoção da inclusão digital garanta o acesso às tecnologias da informação e comunicação – TIC, observadas as desigualdades sociais e regionais. No mesmo art. 6º, observa-se em seu § 1º que: “A implantação de infraestrutura para cidades inteligentes sucederá o programa de Cidades Digitais, do Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações”.

Em 2019, a presidência da república instituiu, por meio do Decreto n. 9.854⁵, de 25 de junho, o Plano Nacional de Internet das Coisas, versando sobre a Câmara de Gestão e Acompanhamento do Desenvolvimento de Sistemas de Comunicação Máquina a Máquina e Internet das Coisas, que definiu quatro áreas prioritárias para implementação: cidades, saúde, área rural e indústrias. Em janeiro do mesmo ano, a Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI) começou a testar 33 ideias selecionadas, dentre os projetos enviados ao programa de tecnologias para as cidades inteligentes, em uma minicidade construída no campus do Instituto Nacional de Metrologia (Inmetro), no município de Xerém, em Duque de Caxias (RJ). Com a integração de soluções tecnológicas em diferentes cenários físicos e virtuais, gestores podem consultar os projetos e visualizar sua funcionalidade, como em uma vitrine⁶.

Segundo o Ranking Connected Smart Cities (CSC)⁷, divulgado durante o evento homônimo realizado pela internet, em setembro de 2020, o Rio de Janeiro segue para

o 12º lugar entre as 500 cidades consideradas como as mais inteligentes do país, depois de ter caído para o 14º lugar em 2019. O município já ocupou posições de destaque no ranking: 3º lugar em 2017, 2º, em 2016 e 1º, em 2015. Dentre os indicadores que mantiveram a nota do Rio de Janeiro alta inicialmente estão: mobilidade, educação, tecnologia e inovação, economia e empreendedorismo. Desde 2010, o Centro de Operações Rio (COR) utiliza alta tecnologia para gerenciar informações e monitorar a operação da cidade. Serviços estratégicos, iguais a esse, contribuem para o destaque do município no ranking CSC em indicadores como mobilidade e tecnologia.

A pesquisa que leva ao resultado, divulgado anualmente desde 2015, é feita pela Urban Systems e conta com 70 indicadores em 11 eixos temáticos: mobilidade e acessibilidade, meio ambiente, urbanismo, tecnologia e inovação, saúde, segurança, educação, empreendedorismo, energia, governança e economia. Consoante os resultados recentes, as cidades mais inteligentes do Brasil são: São Paulo, Florianópolis e Curitiba.

Em 2020, São Paulo se mantém à frente do ranking por tecnologia e inovação, mobilidade e acessibilidade, urbanismo, empreendedorismo, economia e governança, além de subir em pontuação nos indicadores de tratamento de esgoto, frota de veículos da cidade com baixa emissão de poluentes, investimentos em educação, saúde e segurança e percentual de empregos no setor privado. Florianópolis se destaca por mobilidade e acessibilidade, tecnologia e inovação, saúde, educação, empreendedorismo, governança, economia e segurança. E Curitiba permanece entre as primeiras por urbanismo, tecnologia e inovação, empreendedorismo, governança e economia.

No decorrer da abertura do evento CSC⁸, Regiane Relva, especialista em cidades inteligentes e assessora especial do Ministro da Ciência, Tecnologia e Inovações, Marcos Pontes, ao levar o tema “Plano do Governo

Federal para Cidades Inteligentes – Câmara para Cidades 4.0” –, traz como principais atores desta construção o Poder Público Federal, os Poderes Públicos Estaduais e Municipais, a Academia, a Indústria, o Setor Privado e o Cidadão. Ainda, na concepção da especialista, o objetivo do governo é acelerar o estabelecimento da Internet das Coisas no Brasil como instrumento de desenvolvimento sustentável para aumentar a competitividade da economia, fortalecer os setores produtivos nacionais e promover a melhoria da qualidade de vida. Em relação à Câmara para as Cidades 4.0, um fórum técnico voltado às discussões sobre o tema, Regiane Relva declara que o objetivo é gerar um plano de longo prazo para o fomento de cidades inteligentes no país com a participação do poder público, do setor privado, da indústria e do setor acadêmico. Ela apresentou uma direção para se chegar ao “Modelo de Maturidade de Cidade Inteligente Sustentável Brasileira” que, com base em 42 indicadores relacionados a diversas áreas, observando também os níveis de informatização municipal, pretende identificar a possível adesão dos governos municipais ao Plano Nacional para Cidades Inteligentes.

Nesse sentido, surgem as seguintes questões: Existem garantias de participação popular no processo de criação do modelo de cidade inteligente aplicável à sua cultura e constituição social a fim de melhorar a experiência humana na urbe? São realizadas audiências ou consultas públicas em redes sociais para elucidar o que faz sentido ao cidadão do município, tendo em vista suas particularidades? Estão sendo criados padrões de cidades inteligentes, sob uma ótica de mercado, que pouco considera as diferenças?

Para os indivíduos participarem do desenvolvimento das cidades inteligentes e sustentáveis, permeadas por TIC, são necessários letramento e inclusão digital, além de acesso econômico aos dispositivos que propiciem essa atuação. Com o letramento e a inclusão digital, a população poderá

usufruir de serviços de governo eletrônico e interagir em comunidades virtuais através de fóruns e *chats* que influenciam diretamente a gestão pública. De outro modo, mesmo o grupo de cidadãos que ainda não estão aptos a exercer essa participação, por questões econômicas ou educacionais, sofre as influências das decisões da gestão pública.

No entendimento dos pesquisadores Fabio Kon e Eduardo Felipe Zambom Santana, o termo *Smart City* surgiu há aproximadamente duas décadas. E Cidade Inteligente ainda é um conceito em construção. Inicialmente, ele estava associado ao monitoramento da infraestrutura da cidade, como ruas, pontes e linhas de trem (HALL et al., 2000 apud KON et al., 2016, p. 4). A arquiteta argentina, Susana Finkelievich, conta que: “En los tardíos años 80 y 90 comenzó a surgir cierta expectativa sobre las ventajas de uso de TIC en las ciudades, esencialmente en lo que se refiere a la gestión urbana y a la administración de las redes técnicas urbanas” (2016, p. 244). Conforme o Panorama Setorial da Internet (2017), elaborado pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento de Sociedades da Informação sob os auspícios da Unesco (Cetic.br),

apesar da diversidade de definições de smart cities, os seguintes pontos comuns foram identificados por pesquisadores da área: (i) uso de TIC na cidade; (ii) presença de infraestrutura física e de rede; (iii) melhor prestação de serviços à população; (iv) combinação, integração e interconexão de sistemas e infraestruturas, de modo a permitir o desenvolvimento social, cultural, econômico e ambiental; e (v) uma visão de um futuro melhor (GIL-GARCIA; PARDO; NAM, 2015, p 4)º.

Na opinião do pesquisador André Lemos, “o termo Cibercidade (*cyber city, digital city, digital village, cyborg city, village virtual, telecity...*) abrange quatro tipos de experiências que relacionam cidades e novas tecnologias de comunicação e informação” (2007, p.9). A

primeira aborda representações de cidades na internet, por meio de projetos governamentais ou privados, como um portal com informações e serviços. A segunda trata de projetos-piloto que geram infraestruturas que promovem acessos e serviços com tecnologia sem fio, criando interface do espaço físico com o eletrônico. A terceira compreende modelagens 3D para criar e simular espaços urbanos; e a quarta é denominada “cibercidades metafóricas”, pois não representam um espaço urbano real.

As cidades digitais, entendidas aqui como um dos pontos base para o desenvolvimento das cidades inteligentes e sustentáveis, são observadas com fundamento nas duas primeiras definições trazidas por Lemos, ao refletir um espaço urbano com finalidades diversas, “desde a inclusão digital, passando pela consulta a bancos de dados, a criação de comunidades através de fóruns e chats, até a possibilidade de serviços de governo eletrônico e cibercidadania” (2007, p. 10).

Ao escrever a respeito dos aspectos visíveis e invisíveis nas cidades inteligentes, a pesquisadora Lucia Santaella afirma, sobre os aspectos visíveis, que “há muita coisa acontecendo, novas topologias emergindo, para quem ou além da visibilidade. Essa é a regra número um para se compreender o significado de cidade inteligente” (2016, p.

27). Ela esclarece ainda que se trata de outra configuração topológica além do que é concreto, como ruas, parques, comércio, residências e meios de transporte; ou camuflado, como sistemas subterrâneos de esgoto, água e iluminação. Para a pesquisadora, à medida que nos movimentamos pelas ruas,

assistimos a uma coreografia a que aprendemos a nos acostumar, de pessoas quer com os celulares nos ouvidos, quer dedilhando freneticamente, quer falando aparentemente sozinhas já que seus aparelhos fogem a uma visão imediata. Entretanto, essas coreografias só são compreensíveis quando ultrapassamos as

campadas mais óbvias de visibilidade (SANTAELLA, 2016, p. 28).

Ao refletir acerca dos aspectos invisíveis, Lucia Santaella alega que:

Os dispositivos para a conexão que hoje, de fato, atingem uma dimensão ecológica e que nos dão livre acesso à informação e à comunicação em redes conectivas arqui-complexas apresentam uma dupla face: ao mesmo tempo em que acessamos, somos, de certa forma, acessados. (...) Enfim, redes de informações cada vez mais finas são capturadas acerca de cada pessoa até o ponto dessas redes saberem muito mais de cada um de nós do que sabem as pessoas com quem convivemos cotidianamente. O que resulta disso é um volume assombroso de dados que, de uns tempos pra cá, passaram a ser tratados por programas de big data (2016, p. 31).

Indivíduos deixam rastros no ciberespaço, sejam nas plataformas participativas, quando as redes de compras armazenam informações financeiras, ou nos aplicativos de transportes, e registram fluxos por geolocalização, por exemplo. Com a finalidade de regulamentar as atividades que envolvem utilização de dados pessoais, no território nacional ou em países onde estejam localizados os dados, em 18 de setembro de 2020, entrou em vigor a lei geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD¹⁰. Seu objetivo é estabelecer regras para assegurar o direito à privacidade e à proteção de dados particulares, mediante práticas transparentes e seguras, garantindo direitos fundamentais. Assim, os dados pessoais não podem ser coletados e tratados sem consentimento. De acordo com a lei, dado pessoal é todo aquele que torna a pessoa identificável, como números, características específicas, qualificação pessoal, dados genéticos etc. No caso dos dados anonimizados, a lei só se aplica se o processo puder ser revertido ou se estes forem utilizados para a formação de perfis comportamentais. Dados anonimizados,

que são dados pessoais convertidos em outros não identificáveis, podem ser utilizados para o funcionamento de tecnologias como internet das coisas e machine learning que permeiam as *smart cities*¹¹.

Cidades também podem ser observadas como construções coletivas, humanas, com múltiplas faces, deslocamentos e representações que tendem a identificar padrões culturais e percepções sociais. Ao pensar o cotidiano, a filósofa húngara Agnes Heller expõe que: “O homem participa na vida cotidiana com todos os aspectos de sua individualidade, de sua personalidade” (2016, p. 58-63). Para Heller,

se a assimilação da manipulação das coisas (...) é já condição de “amadurecimento” do homem até tornar-se adulto na cotidianidade, o mesmo poder-se-á dizer (...) no que se refere à assimilação imediata das formas do intercâmbio ou comunicação social. Essa assimilação, esse “amadurecimento” para a cotidianidade, começa sempre “por grupos” (...). E esses grupos face to face estabelecem uma mediação entre o indivíduo e os costumes, as normas e a ética de outras integrações maiores. O homem aprende no grupo os elementos da cotidianidade (2016, p. 63-68).

As TIC podem promover a participação dos indivíduos conectados na vida pública, informando ao governo, por aplicativos, como está o trânsito, onde se encontram os focos do mosquito transmissor da dengue¹², ou solicitar iluminação pública em determinada região¹³. Inclusive, pessoas sem acesso à internet recebem sua influência. Consoante o Painel TIC COVID-19, a realização de serviços públicos e financeiros pela internet sofreu um aumento expressivo durante esta pandemia, principalmente nas classes C e DE, entre os usuários de internet de menor escolaridade e sem possibilidade de utilizar o computador¹⁴. Assim, torna-se necessário destacar a distância social provocada pelo desigual acesso às tecnologias digitais recentes. Segundo pesquisa da International

Telecommunication Union (ITU)¹⁵, até o fim de 2016, quase metade da população mundial (46,4%) não tinha possibilidade de instalação de internet residencial. No Brasil, 39% dos domicílios estão desconectados, com base em apuração divulgada em 2018 pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação¹⁶.

Desta maneira, é relevante refletir sobre as produções de sentido que podem aparecer com as práticas sociais em cidades inteligentes e desenvolver uma análise sobre as relações entre conexão, inclusão, identidade e subjetividade em ambientes permeados por monitoramento ininterrupto. Além das câmeras de vigilância, a presença de sensores e o compartilhamento de informações por dispositivos móveis conectados à internet fazem com que a cidade possa “interagir” com a população, modulando a experiência no espaço urbano.

Nesse contexto, é o ser humano que abastece o sistema com suas ações, conexões e disponibilização voluntária de informações numa lógica de mercado, aplicada ao ambiente urbano, baseada na acumulação e na mineração de dados a respeito do comportamento (experiência) do usuário/habitante. Logo, é preciso adotar uma postura crítica quanto aos modelos de comunicação persuasiva que alimentam os “feudos digitais” (SCHNEIER, 2013)¹⁷ que, sob um viés de proteção e promoção da participação no compartilhamento de dados, reduzem o papel humano no desenvolvimento urbano. E, sob a influência do filósofo tcheco Vilém Flusser, indaga se sobre a configuração social em que humanos criam códigos programados para controlar tanto as máquinas quanto a própria espécie:

Por acaso não descobrimos no mundo aquilo que nós mesmos teríamos inserido nele? O mundo talvez seja calculável apenas porque nós o construímos para os nossos cálculos. Não são os números que são adequados ao mundo, mas o contrário: nós montamos o

mundo de modo que se tornasse adequado ao nosso código numérico. Pensamentos como esses são inquietantes. São inquietantes exatamente por levarem à seguinte conclusão: o mundo consiste atualmente numa dispersão de partículas porque nós o engendramos de modo a adaptá-lo aos nossos cálculos. Antes, porém (...), o mundo era descrito alfabeticamente. Portanto, ele tinha de se adaptar às regras do discurso disciplinado, às regras da lógica, e não às da matemática (FLUSSER, 2007, p. 82).

Questiona-se se é o elemento humano que está na complexidade do domínio tecnológico, na centralidade de um projeto que pode tornar as cidades controladas mais humanizadas ou mais excludentes. Distante de ser conclusiva, a proposta é ampliar o debate sobre o tema multidisciplinar e atual. Ao observar os discursos públicos dos que contribuem com o desenvolvimento de cidades inteligentes, é possível traçar pistas que indiquem possibilidades de progresso social em ambientes extremamente mapeados, como poderão vir a ser as cidades do futuro. Para ser inteligente, a cidade também precisa de sensibilidade, empatia e inclusão. ♦

¹ Disponível em: <https://bit.ly/2MlpHvZ>. Acesso em: 17 ago. 2018.

² Disponível em: <https://www.worldsmartcity.org/>. Acesso em: 11 ago. 2018.

³ Disponível em: <https://bit.ly/2vF4YYK> e <https://bit.ly/2KuwgXk>. Acesso em: 04 ago. 2018.

⁴ Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2018/Decreto/D9612.htm. Acesso em: 04 out. 2020.

⁵ Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/decreto/D9854.htm#:~:text=DECRETA%3A-,Art.,de%20prote%C3%A7%C3%A3o%20de%20dados%20pessoais. Acesso em: 04 out. 2020.

⁶ Disponível em: <https://www4.inmetro.gov.br/node/4326>. Acesso em: 13 out. 2019.

⁷ Disponível em: <http://ranking.connectedsmart-cities.com.br/sobre-o-ranking.php>. Acesso em: 04 out. 2020.

⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=a2ste6cvLhs>. Acesso em 04 out. 2020

⁹ Disponível em: https://cetic.br/media/docs/publicacoes/6/panorama_setorial_ano-ix_n-2_smart-cities.pdf. Acesso em: 02 set. 2018.

¹⁰ Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm. Acesso em: 04 out. 2020.

¹¹ Disponível em: <https://www.lgpdbrasil.com.br/o-que-muda-com-a-lei/>. Acesso em: 04 out. 2020.

¹² Disponível em: <https://ultimosegundo.ig.com.br/igvigilante/2016-01-22/prefeitura-de-niteroi-rj-lanca-aplicativo-para-combater-aedes-aegypti.html>. Acesso em: 04 ago. 2018.

¹³ Disponível em: <https://maceio.7segundos.com.br/noticias/2020/07/07/153575-saiba-como-solicitar-manutencao-da-iluminacao-publica-em-maceio>. Acesso em: 04 ago. 2020.

¹⁴ Disponível em <https://www.cetic.br/> Acesso em: 04 set. 2020.

¹⁵ Disponível em: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/publications/mis2016.aspx>. Acesso em: 21 jan. 2017.

¹⁶ Disponível em: <https://cetic.br/pt/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nos-domicilios-brasileiros-tic-domicilios-2018/>. Acesso em: 11 ago. 2020.

¹⁷ Disponível em: https://www.schneier.com/news/archives/2013/03/bruce_schneier_we_li.html. Acesso em: 17 ago. 2018.

ANTOUN, H.; MALINI, F. A Internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais. Porto Alegre: Sulina, 2013.

BRUNO, F. Máquinas de ver, modos de ser: vigilância, tecnologia e subjetividade. Porto Alegre: Sulina, 2013.

CAVALHEIRO, L.; JUNIOR, L. P. Smart cities: a research agenda of the brazilian smart cities. São Paulo: CONTECSI USP, 2017. Disponível em: <https://bit.ly/2A7Y5D1>. Acesso em: 07 set. 2018.

DELEUZE, G. Conversações. Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.

FINQUELIEVICH, S. I-POLIS – Ciudades en la era de internet. Buenos Aires: Diseño, 2016.

FLUSSER, V. O mundo codificado. São Paulo: Cosac & Naify, 2007.

FOUCAULT, M. Microfísica do poder. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

HALL, R. The vision of a smart city. Paris: 2nd International Life Extension Technology Workshop, 2000. Disponível em: <https://bit.ly/2yDVRJz>.

HAESBAERT, R. Território e multiterritorialidade: um debate. GEOgraphia, ano IX, n. 17, p. 19-45, 2007. Disponível em: <https://bit.ly/2BCIQWC>.

HELLER, A. O cotidiano e a história [recurso eletrônico]. Tradução Carlos Nelson Coutinho e Leandro Konder. São Paulo: Paz e Terra, 2004.

JENKINS, H. Cultura da conexão. São Paulo: Editora Aleph, 2014.

KITTLER, F. The truth of the technological world: essays on the genealogy of presence. Stanford: Stanford University Press, 2014.

KON, F.; ZAMBOM SANTANA, E. F. Cidades Inteligentes: Conceitos, plataformas e desafios. São Paulo: Sociedade Brasileira de Computação, 2016. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/313793896_Cidades_Inteligentes_Conceitos_platafor_mas_e_desafios. Acesso em: 07 set. 2018.

KURZWEI, R. A era das máquinas espirituais. São Paulo: Aleph, 2007.

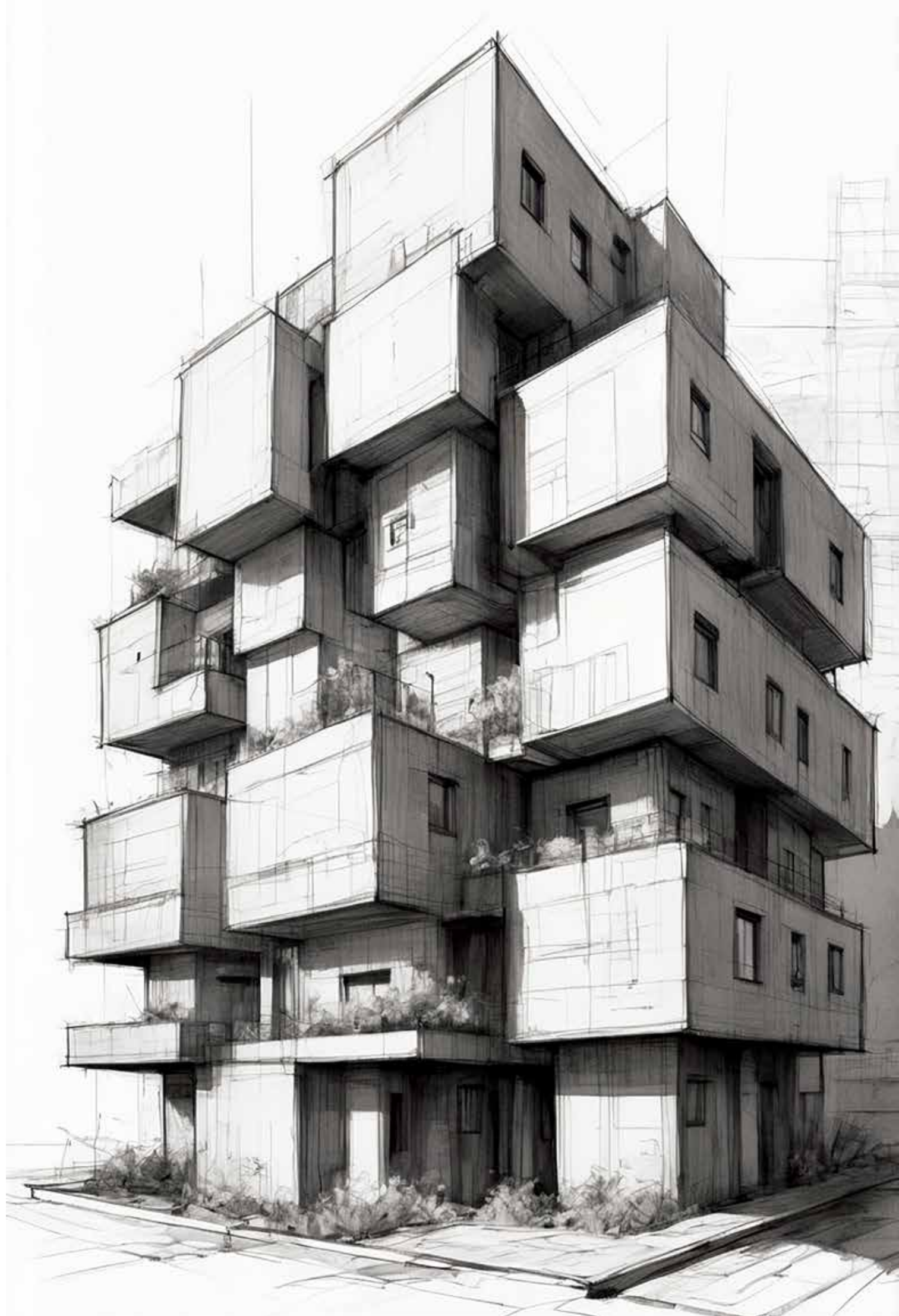
LATOUR, B. Reagregando o social: uma introdução à teoria do ator-rede. Salvador: EDUFBA, 2012.

LEMOS, A. (Org.). Cidade Digital: portais, inclusão e redes no Brasil. Salvador: EDUFBA, 2007.

PORTO, A. G. (Org.). Futuro é das chics [livro eletrônico]: como construir agora as cidades humanas, inteligentes, criativas e sustentáveis. Brasília: IBCIHS, 2020.

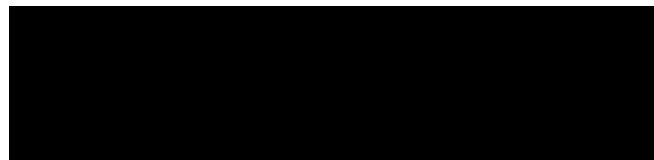
SANTAELLA, L. (Org.). Cidades inteligentes: por quê, para quem? São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.

SENNETT, R. Carne e pedra: o corpo e a cidade na civilização ocidental. Rio de Janeiro: Bestbolso, 2008.



**O papel dos
cinemas na
formação
da Praça
Saens Peña
(Rio de Janeiro-RJ)**

Raquel Gomes de Sousa
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ



Resumo

Partindo-se do princípio que as salas de exibição são objetos fixos do espaço urbano capazes de criar e recriar arranjos espaciais busca-se entender o papel das mesmas na formação da Praça Saens Peña, no bairro carioca da Tijuca entre os anos de 1935 – 1964, período no qual observou-se uma grande efervescência no que se refere a instalação de novos cinemas na região. Essas salas de exibição trouxeram movimentação não só de pessoas, mas atraiu também para a praça a abertura de outros estabelecimentos comerciais, fazendo com que o local mais tarde ficasse conhecido como um subcentro comercial do Rio de Janeiro.

PALAVRAS-CHAVE: cinemas; Praça Saens Peña; Rio de Janeiro; século XX



Faz parte do nosso cotidiano uma variedade de meios de comunicação que são utilizados pela população de maneira mais frequente, como o rádio, os jornais, revistas e a televisão. Como objetivo principal de um meio de comunicação eles pretendem enviar mensagens ao público, seja de forma visual ou sonora. O cinema, apesar de não ser utilizado de maneira tão frequente e sistemática pelo grande público, assemelha-se à televisão porque envia mensagens visual e sonoramente e por isso pode ser considerado também um meio de comunicação. No âmbito da Geografia entende-se o cinema como um meio de comunicação carregado de significados, valores e estereótipos, criando aquilo que Azevedo (2009) nomeou como “geografia do cinema”, ou seja, um ramo da ciência geográfica que pesquisa

como o filme aborda conceitos e problemáticas tratadas em geografia humana. A autora afirma que os filmes que representam ou reproduzem um determinado lugar ou paisagem podem ser alvo de uma investigação geográfica questionando as descrições e retratos estereotipados do mundo e dos lugares representados no filme. Costa (2002) também se posiciona da mesma forma ao cunhar o termo cidade cinematográfica, definida superficialmente como qualquer cidade filmada pela câmera cinematográfica que por sua vez tem o papel não apenas de descrever cidades e lugares, mas de inventar essas cidades, pois como afirmou a autora com apoio em J. Donald, o cinema ajuda o espectador a imaginar a cidade mesmo que parte dele não tenha vivido nela. A autora cita, por exemplo, como D. Harvey usou a

narrativa fílmica presente em “Blade Runner” e “Asas do Desejo” para mostrar como os meios de comunicação tentavam evidenciar a compressão tempo-espço ao mesmo tempo em que eram atingidos pela confusão gerada por tal compressão. Já Alvarenga (2011) ressalta a importância da montagem para compreensão do filme uma vez que essa colagem de imagens pode criar novos espaços, novas espacialidades fílmicas. Segundo o autor não é porque um filme tem como cenário uma cidade real que ele deve retratá-la de maneira rigidamente igual, ou seja, não podemos exigir dos filmes fidelidade à realidade porque os mesmos manipulam os espaços de acordo com os seus interesses. O autor elucida seu ponto de vista analisando a montagem da perseguição do filme “Bullit”, que apesar de durar 10 minutos, foi gravada durante 5 dias em diferentes ruas de São Francisco, na Califórnia (EUA). De acordo com o autor, analisando-se plano a plano, verifica-se que eles foram colados despreocupadamente com a fidelidade à realidade, construindo assim uma nova geografia da cidade.

A perspectiva retratada pelos autores citados acima considera, portanto, os cinemas, ou em outras palavras, os filmes como representação do espaço, do real. Entende-se a importância de tal perspectiva, mas distanciamos-nos dela e consideramos aqui os cinemas, ou melhor, as salas de exibição como fixos do espaço urbano capazes de criar e recriar arranjos espaciais, isto é, são objetos constituintes e formadores do espaço urbano que contribuem para dar inteligibilidade ao mesmo. As salas de exibição possuem uma localidade dotada de intencionalidades seja pela proximidade com distribuidores, fornecedores, com os meios de transporte ou com o público. No entanto, esse conjunto de vantagens locais pode variar no tempo e no espaço, fazendo com que a localização das atividades migre conforme for mais vantajoso para cada uma delas, criando assim uma diferenciação espacial, na qual alguns espaços podem se

tornar mais privilegiados que outros, caso, por exemplo, da Praça Saens Peña no bairro da Tijuca, Zona Norte do Rio de Janeiro, que entre 1935 – 1964 foi palco de uma grande explosão de instalação de cinemas na região (Sousa, 2014), tornando-se assim um distrito de cinemas, antes mesmo de se tornar um lugar central na rede de subcentros comerciais da cidade. Entender o papel dos cinemas como formadores do espaço urbano da Praça Saens Peña é, portanto, o objetivo do presente artigo.

Operacionalmente, a principal fonte de dados para fazer tal análise foi o livro de Gonzaga (1996) que traz uma rica informação sobre as salas de cinema existentes na cidade do Rio de Janeiro entre os anos de 1896 e 1995, com seus respectivos nomes, nomes substitutos, ano de instalação, ano de fechamento e endereços completos, atributos espaço temporais indispensáveis para uma pesquisa em geografia. Uma análise preliminar fora elaborada por Sousa (2014). A autora estabeleceu alguns critérios para validação desses dados, como por exemplo, a contabilização de sala por sala (e não cinema por cinema) e a desconsideração daqueles cinemas sem o endereço completo, para em seguida fazer uma sistematização dos mesmos. Ela também estabeleceu um jogo escalar compatível com os objetivos do trabalho, ou seja, que fosse capaz de analisar com mais precisão os dados referentes ao número de cinemas em funcionamento, seus processos e efeitos na cidade em suas respectivas áreas. Sendo assim Sousa (2014), apoiada parcialmente por Soares (1965) adotou a subdivisão da cidade do Rio de Janeiro segundo as zonas Norte, Sul, Oeste, Centro, Bairros Suburbanos e Barra da Tijuca. Soares (1965) diferencia a Zona Norte dos Bairros Suburbanos, sendo a primeira, composta pelos bairros da Tijuca, Andaraí, Grajaú, Maracanã, Rio Comprido, Vila Isabel e São Cristóvão, onde predominavam residências de classe média, um número significativo de estabelecimentos industriais e um desenvolvimento mode-

rado de estabelecimentos de serviços e o segundo eram os bairros associados a duas características principais, ao trem como meio de transporte e ao predomínio de uma população com recursos escassos, como por exemplo, Olaria, Ramos, Bonsucesso e Madureira. Já a Barra da Tijuca, formalmente pertencente à Zona Oeste, foi analisada separadamente por causa de suas díspares características quanto à história de ocupação, características urbanas e, também, pelas características singulares quanto à ocupação dos estabelecimentos cinematográficos (Sousa, 2014).

Temporalmente o pontapé inicial de sua pesquisa foi o ano de 1905, ano de inauguração da Av. Central, hoje Av. Rio Branco, que segundo Gonzaga (1996) se tornaria um novo endereço para a instalação das primeiras salas de cinema fixas da cidade, já que até então elas eram itinerantes, efêmeras, passavam por vários endereços da cidade não tendo assim uma localidade específica e a data de término 1995 pelos próprios limites que a fonte de dados nos impôs. Os períodos foram estabelecidos segundo uma relativa homogeneidade interna em termos de elementos, processos e acontecimentos que caracterizam aquele período, isto é, que dão certa unidade a ele, sendo assim a periodização ficou estruturada de acordo com o primeiro momento (M1), entre 1905 – 1934, no qual a área central era aquela com o maior número de salas, o segundo momento (M2) entre 1935 – 1984, em que bairros suburbanos apresentavam a maior porcentagem de cinemas e o terceiro momento (M3) entre 1985 – 1994, no qual a Zona Sul se destacou por sua quantidade de salas de exibição (Sousa, 2014). Vale lembrar que como apontou Santos

(1985 [2008]) com apoio em F. Braudel, a periodização é flexível aos olhos do pesquisador, ou seja, essa periodização poderia ser colocada de forma diferente por outra pessoa, sem que na verdade, exista uma periodização melhor que a outra, a priori (Corrêa, 2011). O quadro abaixo ilustra essas infor-

mações numericamente.

Quadro 1: Cinemas em funcionamento segundo os momentos e áreas na cidade do Rio de Janeiro (1905-1994)

ÁREAS	MOMENTOS		
	Momento 1: 1905 – 1934	Momento 2: 1935 – 1984	Momento 3: 1985 - 1994
Rio de Janeiro - RJ	250	310	105
Zona Sul	27	53	37
Zona Norte	41	38	9
Bairros Suburbanos	59	128	22
Centro	110	44	10
Zona Oeste	13	41	10
Barra da Tijuca	-	6	17

Fonte: Gonzaga (1996) apud Sousa (2014).

Conforme exposto no Quadro 1, durante o M1 havia no Rio de Janeiro 250 salas em atividade, no entanto, não necessariamente esses 250 cinemas funcionaram concomitantemente, mas ao longo desses 30 anos o Rio de Janeiro presenciou o funcionamento desse montante de salas. Como afirmado anteriormente e ilustrado no quadro acima, a área com maior número de salas era o centro, com 110 cinemas, ou seja, esse foi o primeiro grande pólo cinematográfico da cidade. Áreas como a Praça Tiradentes, a Av. Rio Branco e a Cinelândia se destacaram por concentrarem uma quantidade relativa de salas 14, 15 e 13 cinemas respectivamente (Sousa, 2014). A Praça Tiradentes e a Cinelândia, por serem praças, concentravam suas salas em áreas especializadas conhecidas como distrito de entretenimento (Berry, 1967), já a Av. Rio Branco, por ser uma grande via de circulação, não apresentou nenhuma concentração específica. De forma geral o M1 relaciona-se com o que conhecemos como o processo espacial de centralização, ou seja, aquele que gera a área central, onde há concentração das principais atividades de comércio e serviços, gestão pública e privada e os terminais rodoviários (intraurbanos e inter regionais) conforme afirmado por Corrêa (1989[2005]). Sobre o assunto,

Sposito (1991) ressalta que a área central não necessariamente é o centro geográfico, antes de tudo, sua principal característica é ser ponto de convergência e divergência. A concentração das salas de cinema nessa área reforça-na como centro da cidade, mas outras atividades terciárias também se concentravam principalmente na área central.

No M2, o Rio de Janeiro chegou ao total de 310 salas, das quais 128 estavam distribuídas pelos 46 bairros que compunham os bairros suburbanos. Madureira, Penha, Ilha do Governador e Méier foram aqueles que mais se destacaram com 11, 8, 6 e 6 cinemas respectivamente, no entanto será na Zona Norte, no bairro da Tijuca onde verificaríamos o bairro com o maior número de salas nesse período, 23 cinemas ao total (Sousa, 2014). Não é por acaso então que a Praça Saens Peña, nosso objeto de estudo, geograficamente pertencente ao bairro da Tijuca, irá se destacar. O M2 é caracterizado de forma geral por aquilo que entendemos como processo espacial de descentralização, ou seja, quando as atividades de comércio e serviços deixam a área central e encaminham-se para áreas até então não centrais (Corrêa, 1997[2011], 1989 [2005]). Essa migração se dá por alguns motivos que Colby (1933) chama de forças centrífugas. Essas forças agem como ações de repulsão ao centro paralelamente às ações de atração em direção a outras áreas não centrais. Para que as forças centrífugas possam agir, as áreas não centrais precisam ser dotadas de qualidades numerosas e variadas, tais como a presença de largas porções de terras não ocupadas que podem ser obtidas por preços relativamente baixos e a proximidade com o serviço de transporte para a locomoção entre cidades. Por meio do número de estabelecimentos cinematográficos percebemos esse movimento de descentralização, já que do M1 para o M2 o montante de salas do centro diminuiu drasticamente e das outras áreas aumentou bastante. Até mesmo a Barra da Tijuca, que não tinha nenhuma sala no M1 passou a ter 06 salas no M2.

Por fim, no M3 tínhamos no Rio de Janeiro 105 salas, com maior concentração na Zona Sul da cidade, mas talvez o mais importante seja destacar que nesse período verificaremos a ascensão dos shopping centers e a cada vez mais migração das salas para esses grandes centros de compra (Sousa, 2014). Os 17 cinemas na Barra da Tijuca, por exemplo, estavam em shopping centers, ao passo que daqueles 37 na Zona Sul, apenas 08 estavam dentro desses centros de compra, mostrando que essa passagem, apesar de parecer inevitável, foi progressiva (Sousa, 2014). O surgimento do shopping center e conseqüentemente do “cinema de shopping center” mostra a capacidade de renovação e crescimento dos estabelecimentos cinematográficos (Sousa, 2014).

Como o objetivo é entender o papel dos cinemas na formação da Praça Saens Peña durante o M2, detalhamos no Quadro 2 as 23 salas em atividade no bairro da Tijuca.

Quadro 2: Cinemas em Funcionamento na Tijuca no Momento 2 (1935 - 1964)

Cinema	Inauguração	Fechamento	Endereço
Cinema Tijuca	01/05/1909	02/01/1966	Rua Conde de Bonfim, 344
Cinema Velo	27/08/1910	31/12/1954	Rua Haddock Lobo, 192
Cine-Teatro América	01/06/1918	?	Rua Conde de Bonfim, 334
Cinema Avenida	31/12/1919	31/12/1962	Rua Haddock Lobo, 91
Cine Teatro Brasil	14/01/1922	29/02/1940	Rua Haddock Lobo, 437
Cinema Paroquial Santo Afonso	1940	31/05/1970	Rua Barão de Mesquita, 287
Cine Teatro Olinda	23/09/1940	20/08/1972	Rua Desembargador Isidro, 51
Cinema Carioca	26/03/1941	?	Rua Conde de Bonfim, 338
Cine Metro-Tijuca	10/10/1941	26/01/1977	Rua Conde de Bonfim, 366
Cine Santa Rita	1953	22/12/1957	Rua São Francisco Xavier, 03
Cine Madrid	26/04/1954	17/05/1970	Rua Haddock Lobo, 170
Cinema Palácio Tijuca	17/01/1960	?	Rua Conde de Bonfim, 406
Cine Roma	28/05/1960	23/03/1976	Rua Mariz e Barros, 354
Cine Rio	09/08/1965	31/10/1978	Rua Conde de Bonfim, 302 A
Cine Comodoro	17/07/1967	02/11/1988	Rua Haddock Lobo, 145
Cine Bruni Tijuca	23/08/1968	?	Rua Conde de Bonfim, 370 (loja 8)
Cinema III	06/09/1975	06/11/1983	Rua Conde de Bonfim, 229 (loja 311)
Cine Coper Tijuca	23/02/1983	13/07/1988	Rua Conde de Bonfim, 615 (loja 105)
Royal Cinema	1909	25/09/1965	Rua Haddock Lobo, 20
Cinema Tijuca I	01/01/1956	?	Rua Conde de Bonfim, 422
Studio Tijuca	27/01/1962	29/03/1981	Rua Desembargador Isidro, 10
Cine Bruni Saens Pena	07/06/1963	02/07/1978	Rua Major Ávila, 455
Cine Tijuca Palace	23/07/1967	14/01/1993	Rua Conde de Bonfim, 214 (loja 20)

Fonte: Gonzaga (1996) apud Sousa (2014) - adaptado

(Cardoso, Vaz e Aizen, 2003; Ferraz, 2012) ou a Segunda Cinelândia Carioca (Ferraz, 2012), fazendo uma alusão à Cinelândia situada à área central do Rio de Janeiro, onde também havia um significativo aglomerado de salas de cinemas, como já ressaltado aqui. Tal fama da Tijuca, e mais especificamente da Praça Saens Peña, atraiu não só as salas de projeção, mas todo tipo de atividades terciárias, reforçando assim, a região como um verdadeiro subcentro onde viam pessoas de vários locais da cidade, assim como afirmou Cardoso et al (1984) e Ferraz (2012):

“Sua posição central no bairro e o fato de ser local de passagem de diversas linhas de bonde e ônibus que ligavam tanto a Tijuca quanto outros bairros ao centro possibilitaram, provavelmente, o desenvolvimento do núcleo comercial na Praça Saens Peña, em detrimento de outros locais. A concentração do comércio na Praça Saens Peña durante muitos anos fez com que ela se tornasse para os tijuicanos “a praça”. Quando um morador do bairro diz que vai “à praça”, certamente vai à Saens Peña.” (CARDOSO et al, p. 138, 1984). “A Praça Saens Peña, apesar de ter sido considerada por muitos anos a Segunda Cinelândia Carioca, nunca se prestou a apenas um único uso urbano. A partir da década de 1940, a variedade de lojas e serviços terciários oferecidos renderam à região o título de subcentro da cidade [...]. Aliado à grande área livre e arborizada da praça, esses equipamentos ajudaram a alargar as fronteiras do bairro, convidando pessoas de outras localidades do Rio de Janeiro a participar da força urbana que lá se engendrava.” (FERRAZ, p. 97, 2012)

Sendo assim, a Tijuca e a Saens Peña eram um grande centro comercial e os cinemas tornaram-se um chamariz para a circulação de pessoas e para a instalação de outras atividades terciárias. Ou como defende Ferraz (2012), era uma relação de mão dupla, de um lado a presença dos cinemas atraía a população para usufruir as lojas locais, e

de outro, a presença das demais atividades terciárias levava as pessoas para dentro dos cinemas. Ainda de acordo com a autora, “a multiplicidade de lojas e demais equipamentos de lazer foi fundamental para que os cinemas transformassem a Saens Peña em Segunda Cinelândia Carioca” (Ferraz, 2012, p. 107). Para além da força motriz dos cinemas, foi também com a chegada de outras atividades terciárias que a Praça Saens Peña ganhou cada vez mais força como um centro funcional. Teoricamente Colby (1933) retrata o assunto chamando atenção para as forças centrípetas, ou seja, as qualidades atrativas da área central e no caso, de novos subcentros, que agem no sentido de manter e atrair novas funções para o local. Segundo um levantamento realizado por Duarte (1974) 16,1% de pessoas procuravam a Tijuca para usufruir de seus estabelecimentos cinematográficos, sendo dessa forma o bairro mais procurado, seguida do Centro com 14% e de Copacabana com 11,6%. Outros serviços como consultório médico, dentista e banco, a Tijuca ainda era bastante procurada, mas outros bairros estavam à sua frente, como Madureira, Méier e mais uma vez Copacabana e o Centro. A mesma coisa acontecia com as atividades comerciais como lojas de roupas, calçados e móveis, a Tijuca tinha uma relativa oferta e procura, mas esses mesmos bairros eram mais procurados. Essa pesquisa, portanto, demonstra que era por meio da procura pelos cinemas instalados na Praça Saens Peña que o título de subcentro comercial se fez no local.

Esses cinemas sobreviveram uma média de aproximadamente 39 anos. Alguns permaneceram por mais tempo na praça, como o América, que ficou aberto por 77 anos e o Cinema Tijuca por 57 e outros ficaram menos tempo, como o Cine Rio, por 13 e o Studio Tijuca por 19, mas de forma geral eles permaneceram nesse papel por muito tempo, reforçando a Tijuca e a Praça Saens Peña, não apenas um subcentro comercial, mas um distrito de entretenimento, que fora,

como aponta Ferraz (2012) completamente inesperado, não planejado. Diferentemente do que aconteceu na Cinelândia, que fora arquitetada para servir ao lazer (Gonzaga, 1996; Lima, 2000; Vaz, 2008; Ferraz, 2012).

Mesmo após anos e anos em funcionamento, nenhum desses cinemas está mais em atividade. Ferraz (2012), com apoio em entrevistas realizadas, atribui o fechamento dos cinemas à violência urbana e a crescente instalação dos “cinemas de shopping centers” (e suas respectivas, e supostas, sensações de segurança), da mesma forma a reportagem que destaca “Assaltos levaram moradores para salas de shoppings, mais seguras e confortáveis.”¹, no entanto, acredita-se que, como apontado por Sousa (2014) é preciso fazer uma pesquisa avançada sobre o assunto, comparando índices de violência, roubos e furtos, por exemplo, não sendo, portanto, algo considerado como verdade no presente trabalho. Por outro lado, sabe-se que o advento dos shopping centers era eminente como uma nova forma de organização do comércio e dos serviços, reproduzindo de uma maneira planejada e sistemática o modelo de economia de aglomeração que gerou lugares centrais em áreas como a Praça Saens Peña, trazendo consigo uma nova centralidade (Sousa, 2014). Esses centros de compra também estão impregnados por outras formas de consumo e lazer e os cinemas, em virtude de seu caráter de lazer e entretenimento, se adequam a essa nova forma de sociabilidade e consumo simbólico. Frequentar o cinema significa não apenas assistir ao filme, mas consumir também o ambiente no qual a sala está instalada. Se antigamente a ida ao cinema estava envolvida pela arquitetura e esplendor das grandes salas (ou pelos antigos e pequenos cinemas conhecidos como “poeiras”), hoje a prática está afetada por outras vivências, tais como passear, fazer compras e lanchar na praça de alimentação. A prática de ir ao cinema continua a mesma, o que mudou foram as ações contíguas ao consumo do conteúdo ofertado pelas salas

de exibição.

Se não podemos afirmar com certeza as razões pelas quais os cinemas fecharam, sabemos hoje de seu fim. A maioria deles foi refuncionalizado. A refuncionalização, ao lado da inércia e da resignificação são processos que garantem a manutenção da forma do passado no tempo presente, segundo Corrêa (Inédito). De acordo com o autor, esses processos estão ligados à manutenção ou ao desaparecimento de características como forma, função e significado. Sendo assim, no processo de inércia há a manutenção das três características, porque o seu conjunto ainda se dá de forma eficiente, seja ela econômica, política ou cultural. No processo de resignificação, como o nome sugere, altera-se seu significado, mas a forma e função são mantidas. Já no processo de refuncionalização, as antigas formas ganham novas funções e significados justamente porque o seu conjunto já não se dá de forma eficiente. Sendo assim, como pista à justificativa de fechamento das salas, não apenas da Praça Saens Peña, mas da cidade do Rio de Janeiro, entendemos que elas já não eram auto-suficientes, seja econômica, política ou culturalmente. No caso das salas na Praça Saens Peña, o Quadro 3 indica as suas atuais funções.

Quadro 3: Atuais funções dos antigos cinemas da Praça Saens Peña

Cinemas	Atuais funções
Cinema Tijuca	Demolido / Prédio Comercial
Cine-Teatro América	Farmácia
Cine-Teatro Olinda	Demolido / Prédio Comercial
Cinema Carioca	Igreja Neopentecostal
Cine Metro Tijuca	Demolido / Loja departamental
Cinema Tijuca I	Prédio Comercial
Cinema Palácio Tijuca	Loja departamental
Studio Tijuca	Igreja Neopentecostal / Prédio Residencial
Cine Bruni Tijuca	Prédio Comercial
Cine Rio	Banco / Prédio Comercial

Fonte: Gonzaga (1996), pesquisa de campo (julho/2015).

Podemos verificar então que, três cinemas tiveram seus prédios demolidos e no lugar foram construídas formas mais adaptadas às suas novas funções. O primeiro a ser demolido foi também o primeiro a ser instalado, o Cinema Tijuca em 1966. Atualmente, na Rua Conde de Bonfim, 344 há o Shopping 344. Um prédio onde no andar térreo tem várias lojas comerciais e nos andares superiores uma gama de atividades de comércio e serviços. O segundo a ser demolido foi o Olinda em 1972, quando começaram a construir um grande prédio comercial nos mesmos moldes do Shopping 344, o Shopping 45, com lojas comerciais e escritórios. Cinco anos depois outro cinema viria a baixo, em 1977 foi a vez do Metro Tijuca ser demolido para dar lugar a uma grande loja departamental, a C&A. Sendo assim, os três primeiros cinemas a fecharem na Praça Saens Peña tiveram o mesmo fim – foram demolidos.

Os próximos cinemas, apesar de fechados, foram todos refuncionalizados. Em 1978 foi a vez do Cine Rio onde há hoje uma agência bancária da Caixa Econômica Federal. O prédio acima do cinema continua funcionando como de serviços e comércio. O Studio Tijuca seria o próximo a ser refuncionalizado, no caso em uma igreja neopentecostal (Igreja do Evangelho Quadrangular), onde acima há o Edifício Britânia, com função residencial. Os demais cinemas foram desmantelados na década de 1990 (Ferraz, 2012). Em 1997 o Bruni Tijuca, que hoje dá lugar há um prédio comercial e o América onde há uma farmácia Pacheco. Já em 1999, foi a vez do Carioca, onde funciona uma Igreja Universal do Reino de Deus, do Palácio, onde encontramos uma loja departamental (Leader Magazine) e o último a ser fechado, o Tijuca I e II que dá lugar a um prédio comercial, que já existia na época de sua inauguração, o Centro Comercial Esky.

Se por um lado, não há mais nenhuma sala de exibição na Praça Saens Peña, o lugar continua sendo um subcentro comercial juntamente com o bairro da Tijuca de forma

geral. Certamente muitas salas fecharam justamente por causa da especulação imobiliária – construir um prédio comercial ou uma loja departamental pode gerar muito mais lucro que uma sala de cinema. Se uma sessão dura em média 2:00 horas e pode comportar até 1.000 pessoas aproximadamente, quantas pessoas não frequentam e consomem nesses prédios e lojas nessas mesmas 2:00 horas? Esse número pode extrapolar as mil pessoas que o cinema comportava.

Considerações Finais

Por meio deste artigo identificamos que o Rio de Janeiro passou por três grandes momentos no que se refere a instalação de salas de cinema. Cada um desses momentos relaciona-se com um processo espacial. O primeiro momento, entre 1905 – 1934 quando ocorre a centralização, não só dos cinemas, mas de uma gama de atividades de comércio e serviços na área central da cidade, o segundo momento, mais longo, entre 1935 – 1984, quando identifica-se o processo de descentralização dos cinemas e das atividades terciárias por bairros como Madureira, Tijuca e Copacabana. E por fim, o terceiro momento, entre 1985 – 1994, quando verifica-se a ascensão dos shopping centers pelo Rio de Janeiro e a consequente migração (lenta e progressiva) dos cinemas para esses grandes centros de compra.

Especificamente ao M2, destacamos o bairro da Tijuca como aquele com o maior número de salas da cidade, 23 ao total, sendo que 10 delas estavam geograficamente concentradas e espacializadas na Praça Saens Peña, fazendo com que a região ficasse conhecida como Segunda Cinelândia Carioca (Ferraz, 2012) ou Cinelândia da Tijuca (Cardoso, Vaz e Aizen, 2003; Ferraz, 2012). Como característica de um subcentro comercial, verifica-se a atração de atividades comerciais e de serviços. Os cinemas agiram como um agente pioneiro para que não só a praça, mas o bairro da Tijuca

se tornasse referência de um subcentro comercial. Na cidade do Rio de Janeiro essa força dos cinemas só foi verificada ali, o que torna a Praça Saens Peña singular.

Entende-se também que é impossível tratar do assunto, qualquer que seja ele, de forma completa, ou seja, estudá-lo segundo diferentes pontos de vista, perspectivas. Portanto, admite-se que existem muitos assuntos relacionados aos cinemas na Saens Peña e no Rio de Janeiro que não foram retratados no presente artigo, como por exemplo, as empresas exibidoras que detinham os direitos dos cinemas, possíveis redes geográficas estabelecidas por elas, os demais cinemas existentes no bairro da Tijuca, a programação exibida por cada um dos cinemas, o público freqüentador etc. Entende-se a relevância e importância de cada um desses subtemas, mas devemos ser fiéis ao nosso objetivo, que aqui era identificar o papel dos cinemas para a formação da Praça Saens Peña como subcentro comercial e aos limites de redação. ♦

¹ “Tijucanos sonham com o retorno dos cinemas de rua que deram forma à segunda ‘Cinelândia Carioca’”, 19/02/2014. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/rio/bairros/tijucanos-sonham-com-retorno-dos-cinemas-de-rua-que-deram-fama-segunda-cinelandia-carioca-11643038> Acessado em: 08/07/2015

ALVARENGA, A. L. de. A geografia criativa do cinema – o papel da montagem na construção dos espaços fílmicos. Espaço Aberto, vol. 1, nº 02, PP. 39 – 54, Rio de Janeiro, PPGG/UFRJ, 2011.

AZEVEDO, A. F. Geografia e cinema. In CORRÊA, R. L. & ROSENDAHL, Z. (orgs.). Cinema, música e espaço. Rio de Janeiro, EdUERJ, 2009.

BERRY, B. J. L. Geography of market centers and retail distribution. Prentice Hall, 1967.

CARDOSO, E. D.; VAZ, L. F.; AIZEN, M.. A Praça Saens Peña através do tempo. In: SANTOS, A. M.; LEITE, M. P.; FRANCA, N. (Org). Quando memória e história se entrelaçam: A trama dos espaços na Grande Tijuca. Rio de Janeiro, IBASE, p. 81 – 94, 2003.

CARDOSO, E. D. et al. História dos bairros – Tijuca. Rio de Janeiro, IDEX Editora, 1984.

COLBY, C. C. Centrifugal and centripetal forces in urban geography. Annals of the Association of American Geographers. Vol. 23, nº 1, p. 1 – 20, 1933.

CORRÊA, R. L. O interesse do geógrafo pelo tempo. In CORRÊA, R. L. Geografia – Caminhos Paralelos e Entrecruzados. (Inédito)

_____. Espaço e Tempo – um tributo a Mauricio Abreu. Revista Cidades. Vol. 08, nº 14, p. 597 – 607, 2011.

_____. Trajetórias Geográficas. 6ª Ed, Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 1997 (2011).

_____. O Espaço Urbano. 4ª Ed, Rio de Janeiro, Editora Ática, 1989 (2005).

COSTA, M. H. B. e V. da. Espaço, tempo e cidade cinematográfica. Espaço e Cultura, nº 13, PP.63 – 76, Rio de Janeiro, NEPEC/UERJ, 2002.

DUARTE, H. S. B. A cidade do Rio de Janeiro: descentralização das atividades terciárias. Os centros funcionais. Revista Brasileira de Geografia. Ano XXXVI, nº 1, jan - mar, p. 53 - 98, 1974.

FERRAZ, T. A segunda Cinelândia Carioca. Rio de Janeiro, Mórula Editorial, 2012.

GONZAGA, A. Palácios e Poeiras: 100 anos de cinema no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, Record, 1996.

LIMA, E. F. W. Arquitetura do espetáculo- teatros e cinemas na formação da Praça Tiradentes e da Cinelândia. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 2000.

SANTOS, M. Espaço e Método. São Paulo, Editora da Universidade de São Paulo, 1985 [2008].

SOARES, M. T. de S. Fisionomia e Estrutura do Rio de Janeiro. Revista Brasileira de Geografia. Ano XXVII, nº 3, jul - set, p. 03 – 58, 1965.

SOUSA, R. G. de. Cinemas no Rio de Janeiro: trajetória e recorte espacial. Dissertação (Mestrado), Rio de Janeiro, PPGG/UFRJ, 2014.

SPOSITO, M. E. B. O centro e as formas de expansão da centralidade urbana. Revista Geografia. São Paulo, 10, p. 01-18, 1991.

VAZ, T. O rei do cinema: a extraordinária história de Luiz Severiano Ribeiro. Rio de Janeiro, Record, 2008.

Jornais:

O Globo, Bairros - "Tijucanos sonham com o retorno dos cinemas de rua que deram forma à segunda 'Cinelândia Carioca'", 19/02/2014. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/rio/bairros/tijucanos-sonham-com-retorno-dos-cinemas-de-rua-que-deram-fama-segunda-cinelandia-carioca-11643038>
Acessado em: 08/07/2015.

**O Rio de Janeiro
no cinema:
entre a “Cidade
Maravilhosa”
e a “Cidade
Partida”, o
sonho de ser
uma “Cidade
Global”**



Rafael Casé

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

Resumo

O Rio de Janeiro, em uma ação conjunta da prefeitura e do governo do Estado, lançou uma ofensiva para conseguir maior visibilidade cinematográfica e, conseqüentemente, a divulgação de seus atrativos. A estratégia visa transformar a cidade em um polo cinematográfico mundial, além de buscar divisas através do investimento dos grandes estúdios e do aumento do turismo decorrente da exposição da imagem da cidade ao redor do mundo. A iniciativa que segue modelos vitoriosos aplicados em outras grandes metrópoles como Paris e Nova Iorque, no entanto, encontra resistência entre alguns profissionais brasileiros. Este artigo tem como objetivo descrever a iniciativa governamental e analisar a imagem do Rio de Janeiro na produção filmográfica mundial.

PALAVRAS-CHAVE: Cinema; turismo; economia e cidade.

Ao redor do planeta existem alguns pontos turísticos clássicos, que simbolizam, sem deixar qualquer dúvida, a cidade em que estão localizados. Ícones como a Estátua da Liberdade, a Torre Eiffel, o Coliseu, a Grande Muralha ou a Acrópole são conhecidos no mundo inteiro. O Rio de Janeiro tem o privilégio de possuir dois símbolos como esses: o Cristo Redentor, no alto do morro do Corcovado e o Pão de Açúcar, com seus bondinhos.

A existência destas paisagens famosas mundialmente, somada a outros locais também muito conhecidos, como por exemplo o Maracanã e as praias de Copacabana e de Ipanema, com sua “garota”, faz com que a cidade seja o cenário para diversos filmes estrangeiros. Mas, se compararmos o número de filmagens com os de outras metrô-

poles como Paris ou Nova Iorque, este parecerá ínfimo.

Sabendo do potencial visual da cidade e aproveitando a visibilidade do Rio de Janeiro com a realização da Copa do Mundo de 2014 e dos Jogos Olímpicos de 2016, prefeitura e governo do estado decidiram investir na captação de produções cinematográficas que usem a cidade como locação principal. Para isso criaram uma Film Comissão, entidade que tem a responsabilidade de facilitar o trabalho dos cineastas em terras cariocas, além de oferecer isenção de impostos e aportes financeiros. Apesar de todos os belos cenários, o Rio de Janeiro está longe de ser um pedaço do paraíso e nada impede que problemas como a miséria e a violência urbana acabem ganhando espaço na telona, ao invés do tripé clássico: praia, samba e fu-

tebol, a que estamos acostumados. Ou seja, a exposição para o mercado exterior pode acabar se tornando uma faca de dois gumes.

Neste trabalho abordaremos a questão do imaginário das cidades e a influência do cinema na transformação das mesmas em símbolos do desejo. E, através da análise de alguns exemplos da filmografia estrangeira sobre a cidade, mostraremos como fica clara a divisão das duas visões do Rio de Janeiro: a Cidade Maravilhosa e a Cidade Partida.

O ponto central é a apresentação da iniciativa governamental para a atração de produções cinematográficas estrangeiras, com seu prós, contras e desafios. Além disso, mostraremos também que, mesmo depois da implantação da Rio Film Commission, dois longas recentes (“Rio” e Velozes e Furiosos 5”) expusera as duas faces da cidade acima citadas.

1 – CIDADES, CINEMA E IMAGINÁRIO

Desde os tempos em que o ser humano começou a se reunir em torno de centros urbanos por uma questão de sobrevivência, as cidades fascinam os estudiosos. As relações humanas e econômicas que surgiram a partir daí e as características que cada uma delas passou a assumir, entre outros aspectos, vêm sendo alvos de pesquisas nos mais diversos campos do conhecimento.

A questão que nos interessa, nesse artigo, é a formação do imaginário que cada cidade leva consigo. Um imaginário que habita as mentes de seus habitantes e de moradores de outros cantos do planeta. Representações que, seguramente, não são as mesmas para todos, como destaca a antropóloga Maria Aparecida Lopes Nogueira.

“A cidade carrega consigo algo de grandioso, porque é aquilo que ela de fato se tornou que proporciona a magia atrativa da recordação, assim como a possibilidade de imprimir as marcas do que não-é na alma de seus habitantes. Em todas as épocas, vão imaginar o que seria dela e deles mesmos caso não tives-

se se tornado a cidade real. Cada um constrói, então, sua cidade imaginada, sua cidade ideal, e dentro dela as relações dão conta de todos os desejos. Podemos supor que há as que dão forma aos desejos, e outras, que são engolidas por eles. Os desejos são os dínamos da cidade, viabilizando a transformação das lembranças no âmago de novas relações com os fatos” (NOGUEIRA, 1998).

A historiadora Sandra Pesavento, em seu artigo “Cidades visíveis, cidades sensíveis, cidades imaginadas”, reitera a força que a construção da imagem das cidades pode adquirir:

“Cidades sonhadas, desejadas, temidas, odiadas; cidades inalcançáveis ou terrivelmente reais, mas que possuem essa força do imaginário de qualificar o mundo. Tais representações foram e são capazes de até mesmo se imporem como as ‘verdadeiras’, as ‘reais’, as ‘concretas’ cidades em que vivemos. Afinal, que chamamos de ‘mundo real’ é aquele trazido por nossos sentidos, os quais nos permitem compreender a realidade e enxergá-la desta ou daquela forma. Pois o imaginário é esse motor de ação do homem ao longo de sua existência, é esse agente de atribuição de significados à realidade, é o elemento responsável pelas criações humanas, resultem elas em obras exequíveis e concretas ou se atenham à esfera do pensamento ou às utopias que não realizaram, mas que um dia foram concebidas” (PESAVENTO, 2007).

Mas o que leva uma cidade a se transformar em um ícone mundial? Sua história, sua cultura, seu povo, seus atrativos naturais? Provavelmente todas essas opções e mais algumas outras. O que se pode ver através da análise da farta literatura disponível sobre o tema é que existem diversos fatores que levam a esta explicação.

A história é um bom ponto de partida. Sociedades antigas como os gregos, os egípcios e os romanos ainda geram interesse e curiosidade. Com isso, cidades como Ate-

nas, Cairo e Roma recebem milhões de turistas, que as visitam em busca dos vestígios dessas grandes civilizações.

“A cidade não conta o seu passado, ela o contém” (CALVINO, 1990, p. 14).

Outro fator muito importante na formação dessa imagem é a literatura. Através dos relatos de grandes autores, cidades tiveram seus perfis delineados, ganharam características próprias e até mesmo uma aura.

“Quem duvidaria, por exemplo, da capacidade de um Balzac, Zola, Maupassant, Eça de Queirós, Charles Dickens, Lima Barreto ou Machado de Assis para falar de suas cidades pela via literária? As tramas são imaginadas, os personagens são fictícios, mas o universo do social e a sensibilidade de uma época se revelam diante do leitor de maneira verossímil, convincente. Uma explicação da realidade, realista ou cifrada, realiza-se em comunhão entre o mundo da escrita e o da leitura. Poder se-ia pensar uma Paris da belle époque, por exemplo, sem que o mundo de Proust fosse ativado? Ou uma São Petersburgo dos czares sem a escrita de Dostoiévski ou Tolstói? E, no terreno da poesia, como não invocar a Paris por Baudelaire, a Buenos Aires por Jorge Luís Borges ou a Porto Alegre por Mário Quintana?” (PESAVENTO, 2007).

Com os avanços tecnológicos e os meios de comunicação eletrônicos, a propagação da imagem das cidades ganhou proporções assustadoras. O rádio, a televisão e o cinema, que particularmente mais nos interessa aqui, levaram informações sobre essas cidades a locais muito além do que, até então, se poderia imaginar. E algumas delas souberam se utilizar muito bem dessas ferramentas para se tornarem sinônimos de desejo a nível mundial.

Um exemplo é Paris. A imagem da capital francesa é analisada pelo sociólogo Michel Mafesoli em um estudo destacado pelo artigo do professor Juremir Machado da Silva:

O imaginário de Paris faz Paris ser o que é. Isso é uma construção histórica, mas também o resultado de uma atmosfera e, por isso mesmo, uma aura que continua a produzir novas imagens (apud SILVA, 2001, p. 76).

Outra cidade-ícone é Nova Iorque, um dos cenários preferidos dos grandes estúdios de Hollywood. Cosmopolita, soube capitalizar esse potencial e se auto proclamou como a “capital do mundo”. Mais que uma cidade, um bem de consumo.

Há cidades que têm trabalhado, como imaginário, a ideia de cultura, outras, com Nova York, se permitem a ousar ao trabalhar a ideia de pecado, na forma da maçã que seduz visitantes e turistas.” (BANDEIRA, 2008, p.47)

No nosso país, a cidade que mais se aproxima deste conceito de ícone internacional é, sem dúvida nenhuma, o Rio de Janeiro. Uma imagem que se construiu, no exterior, desde o primeiro relato, ainda pelos navegadores Gaspar de Lemos e Américo Vespúcio, que, em primeiro de janeiro de 1502, ao se depararem com a Baía de Guanabara, acreditaram se tratar da foz de um grande rio e deram à localidade o nome que ela tem até hoje. Durante os cinco séculos seguintes essa imagem continuou a ser formada por fatos e por versões, mesclando verdades e mitos.

Missões artísticas registraram a cidade em telas e gravuras; fotógrafos a retrata-ram nas mais variadas épocas; escritores a visitaram e tentaram traduzi-la em prosa e verso, com visões mais ou menos otimistas, mas com certeza foi o cinema que, de vez, formatou a imagem da cidade para os olhares estrangeiros. E quando falamos em cinema, estamos nos referindo principalmente à indústria cinematográfica norte americana, embora o Rio de Janeiro sempre tenha atraído cineastas de diversas partes do mundo.

É essa imagem, muitas vezes difusa, exibida no escurinho do cinema que vamos analisar neste trabalho.

2 – CIDADE MARAVILHOSA

Um paraíso tropical, com praias, paisagens estonteantes, belas mulheres e um povo descontraído. Durante muito tempo esse foi o cardápio escolhido pelas produções cinematográficas estrangeiras para representar o Rio de Janeiro mundo afora.

O primeiro filme americano tendo a cidade como pano de fundo foi “The Girl from Rio” (1927). Porém, embora a história se passasse aqui, bem que poderia ter acontecido em qualquer país da América do Sul, já que seus personagens tinham nomes hispânicos e a cidade era retratada apenas como uma pequena e pacata vila.

Com o aumento dos interesses político e econômico dos norte-americanos pelo país e a chamada “Política da Boa Vizinhança”, a capital brasileira passou a ganhar mais destaque nas produções de Hollywood. No filme “Voando para o Rio” (1933) já houve o cuidado de mostrar a cidade como uma metrópole em ascensão emoldurada por lindas paisagens.

Em “Uma noite no Rio” (1940) mais um avanço. Através de Carmen Miranda, nossa música também começava a chegar aos ouvidos do mundo.

“Desde seu estabelecimento industrial, o imaginário de Hollywood corresponde, assim, à dinâmica de imagens que os filmes produzidos pelos grandes estúdios estadunidenses veiculam acerca dos fenômenos culturais mundiais. Tal estética de comunicação pode, eventualmente, combinar-se com a propaganda ideológica, como no caso do filme “Voando para o Rio”, de 1940” (MORENO, 2010).

Todavia, o filme mais marcante dessa demonstração de “amizade” do Tio Sam com o Brasil foi “Alô, amigos”(1942). Na animação realizada pelos Estúdios Disney, o Pato Do-

nald é recepcionado pelo simpático e malandro Zé Carioca, que lhe mostra as belezas do país. Daí em diante esta imagem do Rio e, conseqüentemente, do Brasil, ficaram no imaginário internacional.

Muitas outras produções hollywoodianas se seguiram, como “Os Reis do Rio” (1947), “Meu amor brasileiro” (1953) ou “Feitiço do Rio” (1984). Outros países também passaram a explorar essa versão da cidade, como a França, com “L’Homme de Rio” (1964), interpretado por Jean-Paul Belmondo; Itália, com “Natale a Rio”(2008) e até o Japão, com “Um garotão no Rio”(1968).

Ao que parece, este filão que associa o Rio a belas praias, futebol, carnaval e mulheres sensuais não tem um prazo de validade. E, de certa forma, acabou sendo “comprado” até por nós mesmos, cariocas e brasileiros em geral, como sugere o crítico de cinema Luciano Trigo.

“Como Carmen Miranda, Zé Carioca (Joe Carioca no original) foi um fruto direto da Política de Boa Vizinhança implementada pelo presidente Roosevelt nas décadas de 30 e 40. Mais que um esforço diplomático de aproximação com seus vizinhos do sul num contexto de polarização política planetária, tratava-se, hoje se sabe, de uma estratégia de dominação ideológico-cultural a longo prazo sobre o continente. Havia o interesse declarado em garantir a hegemonia americana não apenas por meio de acordos comerciais, alianças políticas ou planos de cooperação, mas também por meio de uma intervenção cultural, na exportação sutil e sedutora de práticas e valores, desejos e sonhos, maneiras de viver e de consumir (ou de viver para consumir). Foi então que aprendemos a beber Coca-Cola, chupar picolé e mascar chiclete, entre outros hábitos que importamos e hoje consideramos naturais. Da mesma forma, por força de uma dieta vigorosa de conteúdos audiovisuais americanos, aprendemos a nos enxergar com olhos estrangeiros e a vestir a imagem que projetavam em nós. Foi então, desconfio, que viramos um clichê (TRIGO, 2011).

3 – CIDADE PARTIDA

Tal qual uma moeda, com duas faces, o Rio de Janeiro também tem mostrado seu outro lado aos espectadores estrangeiros.

Foi-se o tempo em que os morros da cidade, retratados na tela, eram como o de “Orfeu Negro”, onde a paz reinava, apesar do local ser o abrigo de alguns malandros ou bandidos de pouca periculosidade. Do já distante ano de 1959, quando o filme de Marcel Camus chegou aos cinemas, até hoje, muita coisa mudou no Rio de Janeiro e, conseqüentemente, em sua representação filmográfica.

Até a década de 1980, no máximo, a cidade era vista como um “porto seguro” para criminosos de todas as partes do mundo, e o exemplo do inglês Ronald Biggs só reforçava essa teoria. Só que o aumento da criminalidade e sua propagação através da mídia, fez com que o Rio virasse cenário para tramas bem mais violentas.

Em “Orquídea Selvagem” (1989) não há uma referência explícita à violência urbana, mas as cenas que mostram favelas e crianças de rua revelam que a imagem de paraíso tropical começava a ser desfeita. Porém, nesse filme, especificamente, a preocupação era muito maior com a questão do erotismo do que com a da realidade carioca.

Já em “Kickboxer 3” (1992), a favela deixa de ser pano de fundo e entra na trama como uma locação. É lá que um campeão de artes marciais vivido pelo ator Sasha Mitchell entra em confronto com bandidos cariocas. O filme também mostra pivetes furtando turistas, traficantes e mercadores de escravas brancas. Todos, é claro, derrotados pelo herói americano.

Em “Boca” (1994), o diretor Zalman King buscou a ajuda de dois diretores brasileiros, Walter Avancini e Sandra Werneck, para buscar um retrato mais fiel deste lado obscuro do Rio de Janeiro. Por sinal, cenas do curta-metragem de Sandra, “Guerra dos Meninos”, foram usadas na abertura e no encerramento do filme. Na trama, uma jor-

nalista vem ao Rio em busca de uma reportagem sobre o assassinato de crianças por um “Esquadrão da Morte”. O longa exibe imagens de mendigos, catadores de lixo, travestis, meninos de rua e constantes referências à violência urbana. Contudo, a forma sensacionalista como a questão acabou sendo tratada, impediu que o filme tivesse o mérito de esclarecer o público estrangeiro a real situação da cidade.

“Identificar na pobreza brasileira um valor estético inerente é tendência comum a várias narrativas literárias e cinematográficas produzidas nos Estados Unidos e Europa. As peculiaridades da paisagem carioca e a posição que ocupam como destino turístico fazem com que suas incongruências - iniquidade social, violência e crime - sejam mais suscetíveis a um tratamento estético, trazendo conseqüências importantes para a representação do Rio nos filmes comerciais contemporâneos. Filmadas em locação, estas narrativas tendem a produzir a impressão de que estão oferecendo um retrato acurado da cidade. Mas, se os pobres das favelas e as crianças de rua estão corporalmente presentes, eles são igualmente virtuais e ideais no sentido de que compõem a terra incógnita em que os heróis americanos terão seus limites postos à prova” (NAME e FREIRE-MEDEIROS, 2003).

Mais recentemente, o filme “Turistas” (2006) colocou um grupo de visitantes estrangeiros nas mãos de diversos tipos de marginais brasileiros, inclusive traficantes de órgãos humanos. O filme, capaz de assustar o viajante mais apaixonado por nosso país, não teve como cenário central o Rio de Janeiro, mas as paisagens da cidade são mostradas ao som de um samba intercaladas com manchetes sobre o desaparecimento de turistas por essas bandas de cá.

É em meio a essa dicotomia que o espectador estrangeiro vê o Rio de Janeiro. Uma cidade maravilhosa e ao mesmo tempo partida. E o que é pior, sem uma leitura mais próxima da realidade, tanto de um lado,

como de outro.

4 – CIDADE GLOBAL

No mundo inteiro cidades já descobriram que as produções cinematográficas podem ser uma fonte extremamente rentável, não só pelos gastos que efetuam e pelos empregos que geram nas localidades escolhidas para as filmagens, como também pela questão da imagem que é passada para milhões de espectadores ao redor do planeta.

De alguns anos para cá as FC (Film Commissions) se disseminaram em todos os continentes com o objetivo de oferecer incentivos fiscais e outras vantagens para os grandes estúdios internacionais em troca de lucros e de uma maior exposição na telona. E não estamos falando apenas de grandes centros urbanos ou países de expressão internacional. Com suas belas paisagens naturais, a República Dominicana, por exemplo, se tornou um forte concorrente neste setor.

Mas é claro que algumas cidades são hors concours, como Paris e Nova Iorque, porém mesmo com toda fama, as duas metrópoles tiveram que se estruturar para permanecerem competitivas.

No começo dos anos 2000, a meca do cinema mundial estava preocupada; muitas produções de Hollywood estavam deixando ser rodadas nos Estados Unidos. O vizinho Canadá, até mesmo por sua proximidade, ganhava cada vez mais terreno. Toronto, Vancouver e Montreal tornavam-se os lugares favoritos dos cineastas, não por suas paisagens e seus profissionais, mas pelo baixo custo das filmagens, graças aos chamados incentivos fiscais.

Em 2004, o prefeito de Nova Iorque, Michael Bloomberg e o governador George Pataki deram início a uma campanha para resgatar o interesse da indústria com um conjunto de incentivos e a construção, com ajuda de subvenções, dos Estúdios Steiner, no Brooklyn. O governo estadual passou a oferecer isenção de até 15% para produções

cinematográficas e de TV, no caso de 75% das filmagens serem realizadas em estúdios de Nova Iorque. Já a prefeitura tratou de criar o programa “Made in New York Incentive Program” com incentivos fiscais, isenção do pagamento de impostos municipais na compra de bens e serviços para a produção, descontos em companhias aéreas, hotéis e locadoras de veículos, e até uma ajuda na comercialização do filme.

O investimento vale a pena. De acordo com a Motion Picture Association of America (MPAA), uma produção de filme em locação gera, em média, 200 mil dólares por dia em atividade econômica e receitas públicas.

Na França, o projeto de fomento a produções cinematográficas envolve também a esfera federal, através de um programa de crédito do imposto internacional (TRIP).

Este instrumento atraiu, de 2009 para cá mais de 30 produções estrangeiras, inclusive de renomados diretores norte-americanos como Woody Allen, Clint Eastwood e Martin Scorsese; deste total, 12 tiveram Paris como locação principal. Com isso, o orçamento das produções estrangeiras no país quintuplicou em dois anos, passando de 10 milhões de euros, em 2008, para 50 milhões, em 2010.

De acordo com David Appia, presidente da Agência Francesa para Investimentos Internacionais, o número de dias de filmagens de longas metragens estrangeiros dobrou nesses dois anos. “O dinamismo da indústria cinematográfica francesa, a número um da Europa, é indiscutível, mas o programa que permite que produções estrangeiras se beneficiem de incentivos fiscais representa a oportunidade de mostrar ao público estrangeiro a riqueza, a diversidade e a atratividade patrimoniais de nosso país”, afirma.

A prefeitura da capital francesa, através da Paris Film, desenvolve um plano próprio de incentivo a filmagens na cidade, porém, o “Mission Cinéma” vai muito além e visa o desenvolvimento da sétima arte em todos os segmentos da população. Além de uma política tarifária acolhedora e de todas as

facilidades burocráticas para facilitar a vida das equipes de filmagem que optam pela Cidade-Luz, o poder público desenvolve, entre outras atividades, festivais de cinema, projetos que exibem filmes ao ar livre e de graça e oficinas de cinema, além de um trabalho com 55 mil jovens cinéfilos, nas escolas da capital.

Os resultados têm sido bastante promissores. A cada dia há pelo menos dez filmagens nas ruas de Paris e um em cada dois filmes franceses se passam na cidade. O retorno turístico salta aos olhos. Em uma pesquisa feita pela Paris Film, 60% dos turistas ouvidos disseram que o cinema os incitou a conhecer a capital francesa.

No Brasil, o sucesso das FCs gerou a criação de diversas comissões (em 2008, eram 19, espalhadas de norte a sul do país), no entanto os entraves burocráticos, a dificuldade de conciliar os incentivos fiscais federais, estaduais e municipais e a política cambial, fizeram com que muitos desses escritórios fechassem suas portas. Hoje há apenas duas FC reconhecidas formalmente pela Association of Film Commissioners International (AFCI), referência mundial para produtores de conteúdo audiovisual: Manaus e Rio de Janeiro.

A proliferação de FCs fez com que o Governo Federal criasse, em 2009, um grupo de trabalho com integrantes de 5 ministérios (Cultura, Fazenda, Desenvolvimento, Comércio Exterior e Relações Exteriores), para determinar as ações necessárias para organizar o setor. Após os debates ficou decidido que a Agência Nacional de Cinema (ANCINE) seria incumbida de regulamentar a atividade. Para Steve Solot, presidente da Rio Film Commission, a única chance que o Brasil tem para abrigar mais e mais produções estrangeiras é desenvolver um conjunto de benefícios concretos para compensá-las, “levando em conta a natureza fiscal da produtora estrangeira e todas as possibilidades de incidência em seu orçamento final”. Em um artigo intitulado “Porque o Film Commission não funciona no Brasil”, ele

lista os alguns benefícios necessários:

- Isenção tributária ou rebate compensatório aonde aplicável (ICMS, ISS, IPI);
- Serviços grátis de despachante aduaneiro para importação de equipamento e vestuários;
- Assessoria em legislação trabalhista federal e estadual;
- Workshops de treinamento técnico de mão-de-obra em cada estado;
- Criação de fundo de promoção de filmagens em locações, administrado pelo FC de cada estado;
- Assessoria gratuita de planejamento estratégico de cada filmagem para avaliar os benefícios potenciais da utilização de incentivos fiscais brasileiros nas leis de incentivo à cultura;
- Mecanismo compensatório de variação de taxa de câmbio para compensar eventuais variações do Real em relação às moedas estrangeiras.

É com propostas como estas que Solot pretende vender a imagem do Rio de Janeiro para cineastas e estúdios do mundo todo. Durante 20 anos ele esteve à frente da vice-presidência da Motion Pictures Association (MPA) para a América Latina. O próximo passo é fazer com que a Rio Film Commission se torne uma Organização Social (OS), com contrato de gestão outorgado pelo governo do Estado e pela prefeitura, esferas às quais a FC está subordinada atualmente. A ideia é aproveitar a carona da visibilidade gerada pelos grandes eventos esportivos que acontecerão na cidade (Copa de 2014 e Jogos Olímpicos de 2016) e fechar bons negócios.

Mas nem todos estão satisfeitos com esta postura das autoridades brasileiras. Em um artigo na Revista Piauí, o cineasta Eduardo Escorel fez duras críticas:

“O governo do Estado e a Prefeitura, através das suas secretarias de Cultura, insistem em privilegiar ações voltadas para fazer da cida-

de uma locação, além de fornecedora de mão de obra e serviços técnicos para produções estrangeiras. Distorção que agrava os males que a RioFilme traz de origem por ter sido criada como contratação da Embrafilme apenas para assegurar emprego a alguns ex-funcionários da estatal extinta em 1990... Como fica o “fomento à produção audiovisual, visando o efetivo desenvolvimento da indústria audiovisual carioca” – principal finalidade da RioFilme, anunciada no site da empresa? Isso, sem esquecer a contradição, talvez insanável, da RioFilme ser uma empresa distribuidora municipal quando seria preciso existir um órgão de fomento estadual atuando para fortalecer a criação, produção e distribuição de filmes brasileiros em escala nacional e internacional” (SCOREL, 2011).

Já são 117 produções atendidas desde a criação da Rio Film Commission. Isso fez com que o estado se consolidasse como principal locação para produções internacionais no Brasil. Os exemplos mais recentes foram: “Amanhecer”, da saga Crepúsculo e “Velozes e Furiosos 5”. Porém, de acordo com Steve Solot, para que o Rio realmente se torne uma cidade global em termos cinematográficos, apenas seus ícones mundiais como o Cristo Redentor, o Pão de Açúcar, a praia de Copacabana e a garota de Ipanema não são suficientes. “O recente caso de Velozes e Furiosos 5, sequência da franquia de ação estrelada por Vin Diesel, Paul Walker e Jordana Brewster, é emblemático. Embora o roteiro do filme aponte o Rio de Janeiro como cenário específico, apenas cenas para os trailers e algumas tomadas panorâmicas foram rodadas na Cidade Maravilhosa, enquanto que a maior parte das filmagens foram feitas em Porto Rico, que oferece um crédito fiscal transferível de 40% dos gastos efetuados na jurisdição”.

A revista Veja Rio, em novembro de 2010 fez uma reportagem sobre o assunto:

“A escolha da cidade como cenário de Velozes e a perda da maior parte das gravações para outra locação é, para os produ-

tores, para o turismo e para a imagem da cidade, um sinal de que o Brasil tem falhado na estratégia de atrair produções cinematográficas... No Rio, apenas os tributos estaduais e municipais são deduzidos – já os federais, de tão altos, acabam afastando diretores e autores que se animam a filmar os Arcos da Lapa, o Corcovado e a orla carioca... Nos quatro dias da visita, a produção de Velozes deixará no país 3,36 milhões de reais. É muito pouco, se comparado ao que será gasto no país caribenho que hospedou todos eles nos meses de julho e agosto.” (REVISTA VEJA Rio, novembro/2010)

Para Sérgio Sá Leitão, o presidente da Rio Filme, empresa distribuidora de filmes do município, a cidade precisa enfrentar as concorrentes em igualdade de condições: “Se tivéssemos um incentivo que garantisse que, a cada 4 dólares gastos no país, 1 seria devolvido, seríamos extremamente competitivos nessa disputa”.

Sá Leitão garante que serão destinados 90 milhões de reais para o cinema e o audiovisual cariocas até 2012, além de promover a construção de um polo audiovisual na região portuária da cidade. O primeiro edital, no valor de 5 milhões de reais, saiu no final de 2010. Outra opção para a captação de recursos é o fundo Rio Global para atrair diretores internacionais, com aportes de 3 milhões de reais anuais.

O primeiro filme beneficiado com a verba proveniente dos orçamentos do Estado e da prefeitura, será “Rio, Eu Te Amo”, produção que deverá trazer diversos cineastas conhecidos internacionalmente para filmarem na cidade. O filme faz parte da série Cities of Love, que já produziu os longas “Paris, je t’aime” (2006) e “New York, I love you” (2009). Trata-se de um roteiro coletivo, composto por pequenas histórias, criadas por diretores de diferentes nacionalidades. A cidade enfocada tem suas qualidades e características mescladas com as tramas e com os personagens. Um filme que acaba sendo a síntese dos desejos cinematográficos cariocas de fazer com que o Rio de Ja-

neiro se transforme em um cenário constante e um destino desejado por aqueles que assistam a esses filmes.

5 – “VELOZES E FURIOSOS 5” E “RIO” – UMA CIDADE E DUAS VERSÕES

Qual é a imagem da cidade que a Rio Film Commission quer que a indústria cinematográfica mundial transmita? Duas produções recentes, tendo o Rio de Janeiro como cenário se mostraram diametralmente opostas: “Rio” e “Velozes e Furiosos 5”. Na animação “Rio”, dirigida pelo brasileiro radicado nos EUA, Carlos Saldanha, um casal de araras-azuis tenta escapar de um bando que lida com o tráfico de animais silvestres. A trama, ecologicamente correta, mostra um Rio de Janeiro que continua lindo. A riqueza de detalhes ficou por conta da “imersão” que a equipe de Saldanha fez na cidade. “Eu não tinha desculpas para erros. Podia ter algumas liberdades criativas, mas, em geral, a essência do Rio tinha que estar na história, a energia da cidade e os cartões-postais também.”, afirmou o diretor, em uma entrevista. O filme fez bastante sucesso por aqui e recebeu excelentes críticas:

“Rio, em parte, é como um chapéu de Carmen Miranda ou um desenho de Disney da época da política de boa vizinhança... Mas a combinação do olho informado e íntimo de Saldanha, com diferenças entre o nosso tempo e os tempos do Zé Carioca, faz os clichês de ‘Rio’ parecerem mais com a ‘História Secreta do Brasil’ de Cláudia Bernhardt de Souza Pacheco, do que com ‘Alô, amigos’” (VELOSO, 2011).

“É o Rio visto por olhos brasileiros, com a máxima tecnologia americana. Não poderia haver mistura melhor. O resultado é a visão mítica da cidade, poética, e fiel à realidade com céu, sal, sul e favelas também. Esse filme faz parte do ressurgimento do Rio como a Copa e as Olimpíadas. Ele será um importantíssimo e profundo cartão postal do Brasil. Nós vamos

rever o Rio poético, que vive em nossos sonhos reais. O “Rio”, filme, terá importância política para o Brasil no mundo. É uma UPP do cinema” (JABOR, 2011).

“O Rio não é uma cidade como outra qualquer. O Rio é uma cidade diferente de todas as outras. Uma cidade estupenda. E qualquer filme, de animação ou com personagens e locações reais, que não se dê conta disso, estará passando a si mesmo um atestado de cegueira estética... ‘Rio’ vive dessa mescla de emoção e humor, sem dispensar as grandes sequências que ficarão na memória do espectador. Duas, talvez, em particular: o desfile da escola de samba com seu esplendor realista; e o voo em asa delta (ao som de ‘Mas que Nada’, de Jorge Benjor) sobre a Cidade Maravilhosa – que nunca mereceu tanto este título de cidadania mundial” (ORICCHIO, 2011).

Em compensação, “Velozes e Furiosos 5” traz a reboque em seus carros “tunados” todos os clichês que os filmes americanos já produziram para retratar republiquetas latino-americanas. No filme, o bandido-herói interpretado por Vin Diesel vem para o Rio com sua trupe. Aqui, se associa a um criminoso com nome de “hermano”. Hernan Reyes, vivido por um ator português, é o comandante das ações criminosas na cidade e guarda seu cofre dentro de um batalhão da PM.

A trama dirigida por Justin Lin, através de poucas tomadas feitas em comunidades pacificadas, retrata uma cidade violenta e dominada pela corrupção. A cena-síntese se dá quando o policial americano, na tentativa de capturar Toretto (personagem de Diesel) dentro de uma favela, tem que ouvir o deboche do bandido: “O seu erro é achar que você está nos Estados Unidos. Isso aqui é o Brasil.”

As críticas foram duras. A colunista Cora Rónai disse que para qualquer brasileiro, em geral, e para qualquer carioca, em particular, aquela ambientação era mais falsa do que uma nota de três reais. Já o crítico Ro-

drigo Fonseca afirmou que o filme mostrava o Brasil como uma pátria de arma na mão.

Na coletiva de imprensa os atores declararam amor ao Rio e tentaram minimizar a questão do filme passar uma imagem violenta da cidade. Justin Lin ainda tentou consolar os cariocas dizendo que depois de outro filme da série, passado na República Dominicana, o turismo havia aumentado naquele país, e que, aqui, provavelmente, aconteceria o mesmo. Porém, apesar de todo este discurso, a distribuidora do filme optou por retirar, dos cartazes brasileiros, a imagem do Cristo Redentor, usada nos cartazes dos demais países.

A animação de Saldanha foi distribuída para 100 países. Teve uma verba de divulgação astronômica. Um anúncio do filme foi exibido durante o Super Bowl, maior evento esportivo dos EUA, com audiência estimada em 111 milhões de espectadores. Investimento com retorno garantido. Só nos Estados Unidos “Rio” foi exibido em seis mil e quinhentas salas e o faturamento no primeiro final de semana foi de quase 40 milhões de dólares.

Todos esses números mostram o quanto este filme foi importante para a imagem do Rio de Janeiro, mas também é importante ressaltar que “Veloze e Furiosos 5” faturou mais que o dobro (83 milhões de dólares em seu primeiro final de semana) e que, até mesmo aqui no Brasil, a bilheteria foi bem maior do que a de “Rio”.

6 - CONCLUSÃO

O desejo do Rio de Janeiro de se tornar uma cidade global, filmograficamente falando, pelo que pudemos ver, ainda esbarra em uma série de entraves, tanto burocráticos, quanto sociais. É difícil dissociar a imagem da cidade de seus graves problemas como a violência, a desordem urbana e a corrupção. Não que isso seja um mal exclusivamente carioca. O Rio é apenas uma vitrine ampliada e amplificada de nosso país. E mesmo em termos mundiais, outros tantos grandes

centros apresentam problemas graves.

Com toda certeza não se trata de um caminho sem volta. As recentes iniciativas de ocupação de favelas pelo poder público criaram uma situação que até bem pouco tempo parecia impossível: avançar sobre um território ocupado e dominado há décadas pelo tráfico de drogas. Se esta situação vai perdurar e vingar, se o Rio vai ter uma realidade menos cruel e mais próxima da normalidade, só o tempo dirá.

A mídia assumiu essa parceria e tem festejado a queda de índices de violência mês a mês. Mas ainda estamos longe do ideal. Em abril de 2011, foram registrados 403 homicídios dolosos no estado, o menor número para este mês em 20 anos, mas este índice está muito longe de ser aceitável. A imprensa internacional sabe isso e publica. Em uma recente reportagem no site da rede esportiva norte-americana ESPN, o repórter Wright Thompson comparou o número de assassinatos por ano no estado, cerca de 4.700, com o número anual de assassinatos nos Estados Unidos, aproximadamente 1.200. A matéria, intitulada “Deadly Games” questionou a segurança na Copa e nos Jogos Olímpicos. E, embora o jornalista tenha carregado um pouco nas tintas. A verdade esteve presente em suas linhas.

O Rio tem a chance de mudar sua imagem, mas não apenas através da criação de uma Film Commission. A Copa de 2014 e a Olimpíada de 2016 são oportunidades de ouro. Basta vontade política e comprometimento na busca por uma cidade melhor.

Se isso acontecer, e oxalá aconteça, a cidade, naturalmente, será cenário para muitos e muitos filmes. E de preferência, como Maravilhosa (que ainda é) e não como Partida. ♦

BANDEIRA, Milena Berthier. Cidade e turismo: o imaginário de Nova Iorque na revista Viagem e Turismo. Dissertação (Mestrado) – Universidade de Caxias do Sul – Programa de Pós-Graduação em Turismo, 2008.

CALVINO, I. As cidades invisíveis. Companhia das Letras, São Paulo, 1990. ESCOREL, Eduardo. A cidade e o cinema – sobrevivência e extermínio. Revista Piauí. Rio de Janeiro, maio de 2011.

ESPN. Reportagem “Deadly Games”, de Wright Thompson, publicada no site da emissora. <http://sports.espn.go.com/espn/eticket/story?page=110510/Rio> FIGUEIRÓ, Belisa. Quem não quer filmar aqui. Revista Cena, abril de 2010. FREIRE-MEDEIROS, Bianca. O Rio de Janeiro que Hollywood inventou. Zahar, Rio de Janeiro, 2005.

JABOR, Arnaldo. Comentário para o Jornal da Globo, 22 de março de 2011. MORENO, Carlos A. de C. O Rio de Janeiro do imaginário de Hollywood como instrumento de propaganda ideológica. Revista Contemporânea. Janeiro/fevereiro de 2010.

NAME, Leonardo. Rio de Cinema - Made in Brazil, made in everywhere: o olhar norte-americano construindo e singularizando a capital carioca. Dissertação de Mestrado em Geografia, UFRJ, 2004.

NAME, Leonardo e FREIRE-MEDEIROS, Bianca. Como ser estrangeiro no Rio: paisagens cariocas no cinema brasileiro e norte-americano contemporâneo. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, nU 31, 2003, p. 201-219.

NOGUEIRA M. A. L. A cidade imaginada ou o imaginário da cidade. História, Ciências, Saúde — Manguinhos, V (1): 115-123 mar.-jun. 1998.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. Cidades visíveis, cidades sensíveis, cidades imaginadas. Revista Brasileira de História, vol.27, no.53, São Paulo, 2007. REVISTA VEJA RIO. Novembro de 2010.

RÓNAI, Cora. O Rio no Cinema. O Globo, Segundo Caderno, p.12, 21 de abril de 2011.

SILVA, Juremir M. Michel Maffesoli: o imaginário é uma realidade. In: Revista Famecos, Porto Alegre, n. 15, ago. 2001

SLOT, Steve. Porque não funciona o Film Comission no Brasil. Revista Produção Profissional Cine – outubro/2008

TRIGO, Luciano. Gringos para nós mesmos. O Globo. Segundo Caderno, p.3, 15 de maio de 2011.

VELOSO, Caetano. Alegria. O Globo, Segundo Caderno, p.2, 17 de abril de 2011.



**Palco de
Asfalto:
mídia,
movimento
e cidade em
'Ballerina
Project'**

Ana Carolina Almeida Souza

Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG

Resumo

Com mais de 15 anos de registros fotográficos e em vídeos, que envolvem dança, cidade e viagem, o projeto audiovisual e performático 'Ballerina Project' nos deu a ideia de tratar de um assunto que têm se tornado recorrente em nossas pesquisas: o lugar do espaço nas discussões sobre mídia. Partindo daí, temos o objetivo de tratar de um entrelaçamento entre uma noção de mídia, em relação ao espaço, como possíveis formas de se entender manifestações midiáticas como essas.

PALAVRAS-CHAVE: Ballerina Project, Mídia, Movimento, Cidade

ABRINDO AS CORTINAS

Esqueça o palco enorme, feito de madeira de lei e com rastros de cal espalhados por ele. Esqueça os jogos de luzes sofisticados e a música clássica, ressoando perfeitamente por um teatro construído para ter boa acústica. Esqueça esses elementos, porque eles são esquecidos nessa série de fotografias e vídeos, que se chama 'Ballerina Project'.

Criado por Dane Shitagí, o projeto nasceu em 2000 e continua em produção nos mais variados cantos do mundo, como Estados Unidos, Austrália, Inglaterra, França, Argentina e Alemanha. Segundo o site do projeto¹, "cada aspecto do 'Ballerina Project' é confeccionado e cultivado para que seja transmitido o coração e as emoções das bailarinas. Não se trata de uma típica foto-

grafia de dança" (tradução nossa)². Mas por que não se trata de uma típica fotografia de dança?

Bom, o projeto é todo em cima da ideia do balé clássico fora dos estúdios e palcos de teatros, invadindo espaços urbanos e que, a princípio, não teriam qualquer relação com a dança, principalmente com uma manifestação tão clássica, quanto o balé. Mas Shitagí³ é um fotógrafo que tem um histórico de sair do ambiente controlado dos estúdios, para ir à cidade, explorando suas texturas, seus sons e sua iluminação próprias. Ele dá prioridade para o encaixe que existe entre as sapatilhas, o movimento e o cenário, criando fotografias belas e que, ao mesmo tempo, detêm uma potência midiática que chama a atenção, justamente pela apropriação de um lugar, a partir do balé.

Este sendo o nosso objeto para o artigo, gostaríamos de iniciar sua análise, ressaltando um aspecto que pensamos ser indispensável para termos em mente ao longo desse trabalho, que chamamos de quadro cênico.

Acreditamos que as fotos e os vídeos não são apenas fotografias e vídeos de bailarinas como, talvez, estejamos acostumados. Os registros são feitos ao redor de elementos urbanos, sem música clássica e remetendo a outros elementos que também compõem a imagem, como a dança, a pose, o tipo de registro e onde se compartilha.

QUADRO CÊNICO: MÍDIA(S) E ESPAÇO(S)

Imagem 01 – Colagem de imagens do projeto



Fonte: <https://www.facebook.com/theballerinaproject/>

Em preto e branco, ou em cores, as moças esguias fazem poses com elementos urbanos, sobem em mesas de piquenique, dançam ao redor de postes, dominam a calçada de uma rua pouco movimentada, ou mesmo param o trânsito, estando com, ou sem sapatinhas.

Posando para vídeos, fotografias, livros de dança e até vídeo instalações de arte, as bailarinas fazem parte de um quadro cênico construído para ilustrar o movimento da dança clássica, sem divulgar um espetáculo específico, ou estarem ligadas a qualquer academia de dança em especial. A composição do quadro o qual elas figuram é, normalmente, composto por sua pose, uma cidade, um movimento que o antecedeu e uma edição que lhe dá, ou não, cor.

O que parece, assim, se sobressair no projeto como um todo é uma ligação tríplice bem interessante, composta: pela dança, a cidade e os formatos de divulgação desse projeto. Pensando sobre esses três pilares, estamos iniciando a proposta de uma análise que os leva em consideração, em busca de uma noção de mídia que possa dar conta de projetos como esses.

Todo baseado na divulgação e distribuição digital, o projeto possui perfil em todas as redes sociais digitais mais populares (Twitter, Instagram, Youtube, Pinterest, Facebook e Tumblr) e o seu conteúdo é unificado, de modo que uma postagem feita no Twitter replica a do Instagram, que replica a do Facebook e assim sucessivamente. As diferenças se atêm aos formatos específicos que as redes pedem, a exemplo do Pinterest, que separa as postagens por pastas e do Youtube que é focado em vídeos.

Para tentar apontar para alguns caminhos possíveis, vamos acessar algumas ideias de mídia que não se restringem ao aparato técnico, tendo em mente que ele é complementar ao restante, especialmente considerando que estaremos olhando a mídia como interfaces materiais, situadas nas circunstâncias sociais, históricas, comunicacionais e estéticas (ELLSTRÖM, 2010).

A partir desta visada já descartamos o olhar nesse objeto pela tradição de mídia norte americana, em que “os meios constituem objetos empíricos de uma realidade comum” (BASTOS, 2012, p. 60). Nessa noção, a televisão, por exemplo, se constitui como o objeto televisor e sua mídia seria representada por ela. No entanto, quando levamos em conta a existência de um canal do ‘Ballerina Project’ no Youtube, vemos que essa formulação não é o suficiente para falar de mídia dentro desse contexto, uma vez o vídeo do Youtube não é apenas representado pelo aparelho televisor, mas tem ligações com o celular, o tablet, o computador e afins aparatos técnicos capazes de reproduzir o vídeo. O aparato técnico, nesse caso, não é o que define a mídia. Na verda-

de, podemos considerar, até, que o que define a mídia do ‘Ballerina Project’ é a convergência de um meio sensível com um meio mais concreto, algo que pode ser entendido como Marco Bastos (2012) sugere ser uma leitura do “*Medienapriorismus* germânico” (p. 58): uma movimentação de formas sensíveis em formas concretas.

O conceito de media não faz referência a fenômenos ou objetos da vida real que poderiam ser observados e analisados criticamente – seguindo hipóteses de pesquisa empírica ou eixos de investigação teórica. Pelo contrário, o conceito de media é empregado como um dispositivo teórico que permite incluir diferentes fenômenos artísticos e discursivos – da literatura medieval do século XIX às pesquisas médicas atuais (BASTOS, 2012, p. 63).

Para o autor, em seu texto *Medium, mediação e midiatização: a perspectiva germânica*, existe uma relação entre o que ele chama de médium e a forma que ele toma, de modo que sendo o *médium* sem um desenho específico, ele pode ser aplicado às mais diversas formas, inclusive com ligações ímpares. O que parece ser o caso em ‘Ballerina Project’, em que a dança e os movimentos das bailarinas tomam forma em fotografias e vídeos, que tomam uma nova forma nas redes sociais digitais e suas especificidades.

Com isso em mente, Lars Ellström (2010) nos ajuda a pensar de uma forma ainda mais aplicada tais ideias, já que o autor é responsável por tentar categorizar e sistematizar uma série de divisões que ajudam a colocar em perspectiva que tipo de mídia(s) estamos tratando ao falar de ‘Ballerina Project’.

Ellström (2010) pontua que as mídias são constituídas por Mídia Básica, Mídia Qualificada e Mídia Técnica (p. 12, tradução nossa)⁴ e que esse conjunto é complementar em seus elementos, pois as mídias básica e qualificada ficam restritas ao campo abstrato, sem a mídia técnica. Para o autor essa divisão é proposta para tentar demonstrar

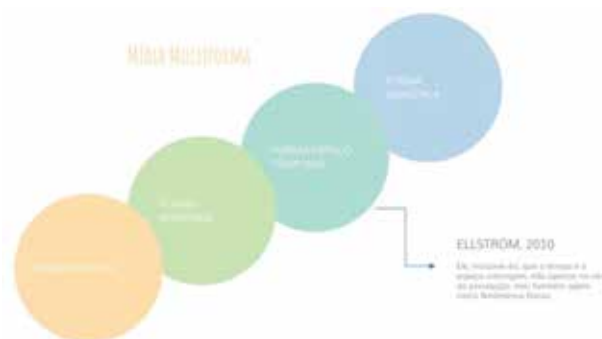
como normalmente a percepção da mídia passa pela percepção material dela. Logo, é possível levar em conta a junção de elementos presentes visivelmente nas fotografias e seus compartilhamentos, assim como alguns elementos que não são tão óbvios assim, ou que atravessam as obras.

Ao trazermos o ‘Ballerina Project’ em questão, veremos que a dança e as poses que compõem os quadros em vídeo e/ou fotográficos conseguem nos apontar para esse universo mais complexo de ser mídia. A exemplo do vídeo Isabella Boylston - Swan Lake in Soho⁵ temos uma bailarina performando uma colagem de partes do clássico balé “Lago dos Cisnes”.

No vídeo, a bailarina usa cores escuras (apenas suas sapatilhas que não seguem essa tonalidade), está de cabelos soltos, não há música e ela dança em uma quadra de basquete, observada por uma plateia silenciosa em um *playground*.

“O segundo problema com as comparações entre as unidades conceituais das artes, é que a materialidade da mídia é geralmente não distinguida da percepção da mídia” (ELLSTRÖM, 2010, p. 15 – tradução nossa)⁶. Aí vem a segunda divisão dele: forma material; forma sensorial; forma espaço-temporal; forma semiótica. (*ibidem*). – Para ele, mídia sempre é descrita em termos de uma, ou mais dessas categorias, pois a mídia tem caráter multiformal.

Esquema 01 – Mídia Multiformal na concepção de Ellström



Fonte: SOUZA, Ana C. A. (2018)

Na ideia do autor, essas categorias servem para perceber que o que determina uma mídia é muito mais a maneira como ela enlaça tais características e se apresenta, do que de fato, ela já vir com a noção de uma mídia dentro da mídia (McLuhan) ou delas serem sempre misturadas (Mitchell). Ele vê que há, sim similaridades e dissimilaridades entre as mídias, sendo elas misturadas em diferentes formas, no entanto não acredita que isso seja dado de início, ou pela forma básica delas.

Para ele, o aspecto *multiformal* das mídias quase pode ser entendido como uma espécie de escadinha, em que você sobe os degraus para chegar a Forma Semiótica, que só é apreendida na compreensão de que há aspectos de cada mídia, que não podem ser tratados como iguais, sempre. Destacando a categoria de espaço-tempo, que é a que nos interessa nesse artigo, temos que:

Consequentemente, pelo menos três níveis de espacialidade em mídia podem ser distinguidos: espaço como uma interface da mídia; o espaço como um aspecto fundamental de toda cognição e o espaço como aspecto interpretativo do que a mídia representa (ELLSTRÖM, 2010, p. 20)⁷

Esquema 02 – Espaço como chave da Análise na construção de Ellström



Fonte: SOUZA, Ana C. A. (2018)

Entendemos que é possível ver as três conjunturas espaciais propostas por Ellström e que, através delas, podemos propor a possibilidade de uma análise de mídia em sua relação com o espaço. Para tal, vamos

partir da ideia de que o aspecto espaço temporal das imagens do ‘Ballerina Project’ são feitas, sempre, em alguma cidade do mundo e que essa cidade é especificada em algum lugar da sua divulgação. Essas características nos fazem ver que o espaço como geolocalização da imagem é uma interface da mídia, assim como se apresenta como um aspecto fundamental da sua compreensão, uma vez que saber onde aquela imagem foi capturada, tem a ver com o sentido que ela toma, da mesma forma como tal divulgação se dar dentro de um espaço virtual, que segundo o autor, é o sinônimo do que ele quer dizer com “aspecto interpretativo do que a mídia representa” (*ibidem*).

Imagem 02 – Colagem de posts geolocalizados Ballerina Project



Fonte: <https://www.facebook.com/theballerinaproject/>

Nas três imagens acima, pegamos duas posadas pela mesma bailarina e com a mesma pose, em lugares diferentes, e uma completamente diferente, para que possamos olhar mais atentamente sobre essa multiformalidade do espaço. Na primeira imagem temos a bailarina identificada como Katie B., marcada em Palermo Buenos Aires, ela está em uma rua e afora a geolocalização da cidade e do local em que está, a rua parece como outra qualquer, especialmente pela sua escuridão noturna. Palermo é um bairro nobre de Buenos Aires, próximo ao Rio de la Plata. Pela foto, no entanto, nenhuma das suas características geográficas ou turísticas aparecem.

Já na segunda foto, a bailarina está de

dia, em um local que parece um telhado e se vê a Torre Eiffel ao horizonte, o que nos leva a crer, mesmo se não tivéssemos a geolocalização na fotografia, que se trata de Paris, França. Mas nessa foto, a geolocalização vai além e fala que foi feita no Palais Garnier, uma casa de ópera localizada em Paris. Ou seja, enquanto na primeira foto de Katie B. ela é marcada como “em algum lugar do bairro de Palermo, Buenos Aires”, na segunda é colocada “especificamente no Palais Garnier”, mesmo que não saibamos, exatamente, se ela está no teto da casa de ópera, ou se a casa está na paisagem, logo atrás.

Indo para um outro lugar, está a terceira foto, intitulada “Lana – Industry City”. A foto foi realizada no Brooklyn, Nova York, numa rua chamada Industry City, em que produtos de artesanato, alimentação, manufatura e peças em geral são expostas e vendidas, assim como é local de eventos de música na região. A foto em si, não nos diz dessas características, mas o fato de ter uma marcação, nos leva a interpretar que há um significado desse quadro cênico ser feito exatamente nesse local.

Assim, passamos a entender que é preciso alguns outros elementos para que o quadro cênico faça mais sentido e, além, para que possamos apreender o que é um sentido de mídia através do espaço. Afinal de contas, o espaço não é (só) absoluto. Certo?

O espaço não é nem absoluto, nem relativo, nem relacional em si mesmo, mas ele pode tornar-se um ou outro separadamente ou simultaneamente em função das circunstâncias. O problema da concepção correta do espaço é resolvido pela prática humana em relação a ele. (...) A questão ‘o que é o espaço?’ é por consequência substituída pela questão ‘como é que diferentes práticas humanas criam e usam diferentes concepções de espaço?’ (HARVEY, 1973, grifo nosso).

E sim, o espaço já foi interpretado de diversas maneiras, já foi pensado apenas

como um cenário e muitas vezes já foi diminuído a onde se dança, mas o que vemos nas fotografias de Shitagí é que o espaço significa e mais, chega a ser ferramenta de construção de uma relação ainda mais forte. Vira palco e dança com a bailarina, em um verdadeiro pas de deux.

Numa concepção bastante relacionável com essa afirmação, o geógrafo Yi-Fu Tuan propõe que toda a nossa estrutura, seja cultural ou sensorial são de ordem geográfica. E vai além, afirmando a existência de uma “perspectiva da experiência” (TUAN, 1978, p. 6), que define “o movimento, presente na postura e deslocamento do homem no espaço; e a cultura, presente nas relações humanas” (ANDRADE, 2015, p. 122). Ou seja, a maneira com que as bailarinas experimentam o espaço, é determinada pelas suas experiências anteriores e, ao mesmo tempo, é determinante para experiências futuras. Seria esta a intenção de captura das lentes de Shitagí?

Esse não é o nosso objetivo de investigação deste artigo, no entanto nos parece importante pensar sobre, já que Tuan também afirma que o movimento pode ser entendido como a essência da compreensão de espaço, uma vez que através da sua experimentação torna-se familiar àquele local. Desta forma, podemos pensar que quando a bailarina é colocada a se movimentar pelo ambiente, ela o está reconhecendo e quando para em uma pose, torna o lugar visível e simbólico para si e para nós, que temos a possibilidade de contemplar o momento de parada dela em forma de fotografia. “Para poder se movimentar, o homem deve rearranjar os lugares dando novas configurações ao espaço” (ANDRADE, 2015; p.125), se tornando uma reconfiguração de elementos.

Apesar de muito defendido por Tuan, essa noção de que o espaço vem do movimento e da interação que ocorre entre esse movimento e o que há de ‘fixo’ no lugar, é muito debatida no meio acadêmico, porque o autor parte do princípio de que o lugar é fixo e apenas se altera quando é reconhe-

cido. Sendo assim, existe uma forte corrente contra, porém pensamos que neste caso, torna-se uma das melhores formas de se compreender, tanto o projeto fotográfico, quanto as imagens em si, uma vez que é pelo movimento das bailarinas e como elas se fundem com os elementos já presentes no local, que as fotos são compostas.

Mesmo assim, Tuan não é o único que pode ser visitado neste trabalho. Para David Harvey, o espaço é “produto das práticas materiais de reprodução da vida social, cujo modo de formação incorpora um agregado particular de conceitos de tempo e espaço” (HARVEY, 1994, p. 189), a partir dessa ideia, Harvey atualiza algumas noções de Lefebvre⁸ e acrescenta que a produção de um espaço está, também, relacionada intimamente com tecnologia, transporte e comunicação. E esta relação é particularmente importante para a compreensão do ‘Ballerina Project’, por causa de dois fatores: I - As fotografias são feitas em diversas partes do mundo e II - elas são distribuídas gratuitamente nas redes sociais digitais, sendo hoje o projeto de balé mais seguido nas redes sociais⁹.

É possível notar que a questão do espaço na contemporaneidade se articula a fatores como tempo e mobilidade, que se manifestam no fluxo da matéria. Nestas bases, articula-se um sistema lógico de relações ao modo de produção típico de cada espaço criado, que é simbólico, livremente vivido e experimentado (ANDRADE, 2015; p. 127).

Então vamos fazer um movimento de relação entre Tuan, Harvey e ainda Félix Guattari, que ressalta o aspecto nômade dos seres humanos contemporâneos, dizendo que eles “não estão mais dispostos em um ponto preciso da terra, mas se incrustam, no essencial, em universos incorporais.” (GUATTARI, 2012; p. 169), quase como um turista que viaja para outros países, mas que visita os lugares que já existem em seus pensamentos e na sua fortuna imagética.

No caso do ‘Ballerina Project’, o que se nota é um movimento de pretensão da soltura desse lugar sem subjetividade, justamente ao viajar o mundo e fotografar as bailarinas em lugares que, sim, podem ter sido feitos em qualquer parte, mas são compartilhados com um marcador em um mapa.

Dizendo de outra maneira, mesmo que o projeto em si parta do fator nômade e des-territorializado, o qual Guattari faz referência, inclusive dando preferência para espaços comuns (como ruas, calçadas, muros, parques, etc), ao fazer o compartilhamento dessas fotografias com a marcação de uma geolocalização, é possível ver um ensejo de subjetividade ali, uma vez que o local não foi ‘qualquer’, ele foi escolhido para uma determinada bailarina, usando um determinado figurino e fazendo uma determinada sequência de dança.

O alcance dos espaços construídos vai então bem além de suas estruturas visíveis e funcionais. São essencialmente máquinas, máquinas de sentido, de sensação, máquinas abstratas funcionando como o ‘companheiro’ anteriormente evocado, máquinas portadoras de universos incorporais que não são, todavia, Universais, mas que podem trabalhar tanto no sentido de um esmagamento uniformizador, quanto no de uma re-singularização liberadora da subjetividade individual e coletiva (GUATTARI, 2012; p. 158).

Então, ao fazer o movimento de compartilhar as fotografias em redes sociais digitais, não se esquecendo de marcar a geolocalização de onde a foto foi tirada, existe um efeito duplo, relativo, primeiro à demarcação territorial como forma de confirmar a importância subjetiva do local e segundo numa espécie de convite ao (re)descobrimto daquele espaço.

A localização para um projeto como esse poderia ser irrelevante, uma vez que eles poderiam utilizar das imagens para criar uma espécie de unidade mundial, quase como se demonstrasse o caráter, muito

criticado por Guattari, que é o das cidades parecerem cada vez mais idênticas entre si, porém no ‘Ballerina Project’, a localização é um dos elementos norteadores da obra, uma vez que a interação da bailarina com aquele espaço específico é o que transforma a foto.

ESPAÇO DE TEXTURAS EM MOVIMENTO

Buscando o canal do YouTube do projeto¹⁰, percebemos que nos registros estão contidos a medida dessa interação bailarina-espaço, a qual nos referimos. São vídeos curtos, que mostram os passos das bailarinas e como elas os adaptam de acordo com o local em que estão. Nessa perspectiva, trazemos o que Tim Cresswell entende por espacialidade, sendo este um espaço de significado, baseado em: “localização, local ou localidade e sentido de lugar” (ANDRADE, 2015 apud CRESSWELL, 2009). Luiz Adolfo de Andrade se aprofunda nas ideias de Cresswell e coloca que “A ‘localização’ refere-se a um ‘ponto no espaço’ (...) uma localidade, relaciona-se à cidade e à configuração material das relações sociais (...) por fim, o sentido de lugar refere-se a todos os simbolismos que podem ser associados a um espaço” (ANDRADE, 2015, grifo nosso).

Para Cresswell, o lugar se adapta à interação que se tem com ele, o que para nós é um gancho ideal para tratar do segundo aspecto da geolocalização desses registros. Não são apenas as imagens que mostram uma reconfiguração de um espaço comum, mas parece realmente ser capaz de redefinir o sentido de lugar, na concepção de Cresswell, uma vez que ao olhar de novo, são dadas novas formas de ver aquele espaço, assim como associar simbolismos a ele, fora o aspecto ‘reterritorializante’ do mesmo. Sendo assim, o metrô não é só o metrô, nem o Central Park é só um parque. Todos os lugares demonstrados nas fotografias se tornam co-autores de uma dança única e subjetiva, tanto para as bailarinas, quanto para o fotógrafo, quanto para o espectador. Eles

acabam se tornando elementos que juntos compõem uma determinada imagem, de um determinado jeito. Ou seja, o local, a dança, a geolocalização, a legenda e a forma como essa imagem é distribuída, são texturas formadoras de uma mídia, altamente influenciada pelo espaço.

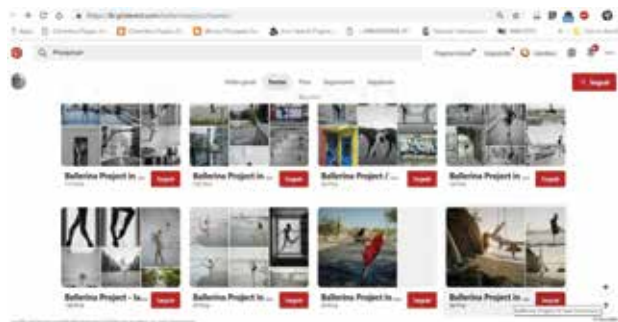
De acordo com André Jansson (2006), as *texturas* estão conectadas à ideia de um conjunto de relações que se (re)forma no espacial, (re)territorializando diversos aspectos da cultura e adquirindo formas de acordo com as suas múltiplas práticas, inclusive as práticas comunicacionais. O autor considera que quando são observados fluxos e padrões de um espaço, é possível perceber a *textura* desse ambiente, que emerge através de diversas (re)estruturas de características formadoras. A *textura* é negociável, muito mais do que dialética e “mostram que práticas espaciais/comunicacionais, dentro de uma determinada região são estruturados de acordo com arranjos e recursos espaciais pré-existentes, assim como de acordo com regulações temporais (mais frequentemente de um modo cíclico)” (JANSSON, 2006, p. 87. Tradução nossa)¹¹.

Pensando nessa perspectiva de *texturas*, nos lembramos da fala de Milton Santos (2004) sobre o espaço ser um conjunto “indissociável, solidário e também contraditório, de sistemas de objetos e sistemas de ações, não considerados isoladamente, mas como o quadro único no qual a história se dá”. (p. 63). Trazemos Santos, principalmente, porque entendemos que as *texturas* são o resultado desses sistemas (objetos e ações), de modo que as *texturas* das imagens aparecem por meio não é rígido e interpela entre as nossas mais diversas faculdades, sejam elas simbólicas, fantasiosas, ficcionais, mediadas, identitárias e afins.

O tempo, apesar de não citado diretamente, se dilui nas fotografias e nos vídeos, a tal ponto, que numa simples pesquisa você não consegue saber quando cada grupo de fotos foi capturada. É preciso tomar um tempo e visitar os arquivos e ver data a data, local a

local. No ‘Ballerina Project’ também não há uma preocupação na linearidade dos projetos, de modo que não conseguimos saber a ordem em que cada foto foi feita. A maior organização é feita no Pinterest¹², que divide o projeto em pastas em cidades, mas não datas.

Imagem 03 – Print ‘Ballerina Project’ no Pinterest



Fonte: <https://br.pinterest.com/ballerinaprject/boards/>

Feita através de uma junção de elementos diversos e tendo a questão do espaço como um importante fator de sentido na sua formação, a forma dessa mídia do ‘Ballerina Project’ está ligada ao desenho de corpo que a bailarina faz, assim como o enquadramento e a construção desse espaço que a imagem promove. O lugar, nesse caso, é físico, porém também da ordem de um onírico que ressignifica o palco e também a cidade, o bairro, a rua...que a cena se dá.

Desse modo, essa colcha de retalhos costurada em trabalho de sentidos da dança, da bailarina, do fotógrafo e da cidade, nos retorna ao sentido de Mídia que estamos emergindo nesse artigo, relacionada diretamente à noção espaço-temporal de Ellström, pois carrega nessas conexões a construção concreta desses sentidos abstratos.

GRAND FINALE

O ‘Ballerina Project’, com os seus quase vinte anos de existência tem sempre aonde ir e pode, até mesmo, ir para os mesmos lugares de novo. Já que em cada nova pirue-

ta, esse(s) lugar(es) será(ão) colocado(s) em estado de ressignificação, será colocado em reuso e por isso levantamos, que essa ação reafirma que “o ser humano contemporâneo é fundamentalmente desterritorializado” (GUATARRI, 2012; p. 169), ao mesmo tempo que busca uma acomodação verossímil, ao reterritorializar o espaço, a partir de um novo elemento significador nele. Esse elemento, no entanto, é passível de forte subjetividade, pois depende de diversos outros fatores perpassando a sua nova face. Sim, o “urbano mudou de natureza” (GUATARRI, 2012; p. 173) e muda constantemente, a cada clique, mas junto com ele, muda também o que o torna mídia e como cada uma dessas texturas importa no seu conjunto maior.

Assim, nosso principal objetivo nesse artigo foi o de apontar um caminho que pudéssemos trilhar, atrás dessa mídia não definida pelo seu suporte técnico, mas que emerge através da sua própria construção cênica e da forma como é distribuída. Para isso colocamos em diálogo o que vimos nas imagens, como essas imagens foram dispostas nas redes sociais digitais e como a questão da geolocalização operaciona como um elemento de textura indispensável para a sua compreensão de mídia. ♦

¹ Every aspect of the Ballerina Project is carefully crafted and cultivated to etching of a ballerinas heart and emotions. The Ballerina Project is not your typical ‘dance photography’. Fonte: ballerina-project.com/about

² Fonte: <http://www.daneshitagi.com>

³ Tradução de: “I will distinguish between ‘basic media’, ‘qualified media’ and ‘technical media’.” (Ellström, 2010, p. 12)

⁴ Veja em: <https://www.facebook.com/theballerina-project/videos/10151068755369949/>

⁵ Tradução de: “The second problem with many comparisons between conceptual units (...) is that the materiality of media is generally not distinguished from the perception of media.” (Ellström, 2010, p. 15)

⁶ Tradução de: “Consequently, at least three levels of spatiality in media can be discerned: space as a trait of the interface of the medium (the material modality considered through the spatiotemporal modality), space as a fundamental aspect of all cognition and space as an interpretive aspect of what the medium represents” (Ellström, 2010, p. 20)

⁷ Para Lefebvre, existe uma tríade relacional, entre espaço e modos de produção. Ele as chama de: “espaço percebido”, “espaço concebido” e “espaço vivido”. Para mais, ver: LEFEBVRE, H. The production of space. Oxford. Blackwell, 1991.

⁸ Fonte: <http://www.daneshitagi.com/>

⁹ Site: <https://www.youtube.com/user/ballerinaprojectYT/videos>

¹⁰ Tradução nossa de: “They also show that spatial/communicative practices within any given region are structured according to pre-existing spatial arrangements and resources, as well as according to temporal regularities (most often of a cyclic character)” (FALKHEIMER, JANSSON, 2006, p. 16)

¹¹ Site: <https://br.pinterest.com/ballerinaproject/>

ANDRADE, Luiz Adolfo. Jogos Digitais, Cidade e (Trans)Mídia: a próxima fase. Editora Appris. 2015.

BASTOS, Marco Toledo. Medium, media, mediação e midiatização: a perspectiva germânica. IN: JUNIOR, Jeder Janotti; MATTOS, Maria ngela; JACKS, Nilda. Mediação e Midiatização. Salvador

ELLESTRÖM, Lars. The modalities of media: a model for understanding intermedial relations. In: ELLESTRÖM, Lars (ed). Media borders, multimodality and intermediality. London: Palgrave Macmillan, 2010. p. 11-50.

GUATTARI, Félix. Espaço e Corporeidade In Caosmose – um novo paradigma estético. Coleção Trans. Editora 34. Ano 2012. p. 153 – 165.

_____, Restauração da Cidade Subjetiva In Caosmose – um novo paradigma estético. Coleção Trans. Editora 34. Ano 2012. p. 169 – 178.

HARVEY, David. Condição Pós-Moderna. 12ª ed. São Paulo. Edições Loyola. 2003.

_____, O espaço como palavra-chave. Revista GEOgraphia. Rio de Janeiro: UFF, v.14, n. 28, p. 8 - 39, 2002.

JANSSON, A. Mediatization and Social Space: Reconstructing Mediatization for the Transmedia Age. In Communication Theory 23. 279–296. International Communication Association. 2013.

LIVINGSTONE, Sonia. On the mediation of everything. ICA Presidential address 2008. Journal of Communication, v.59, n.1, 2009, p. 1-18.

SANTOS, Milton. A natureza do espaço. Editora USP. São Paulo, SP. 2004. 4ª edição

TUAN, Yi-Fu. Space and Place: the perspective of Experience. New York: Batnes & Noble, 1978.





**OTT RJ: da
geografia da
criminalidade
à contenção
territorial**

Bianca E. Antunes

Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Rio de Janeiro, RJ



Resumo

Considerando o papel da cidade como um território da violência em exposição no Facebook, o artigo tem como objetivo discutir de que forma a *fan page* OTT RJ, diante da contingência de uma cidade violenta, possibilita fazer uma geografia irruptiva da criminalidade na cidade, a partir das postagens no Facebook, e discutir se a mobilidade e circulação dos moradores são moldadas pela informação que circula pela internet. Nesse sentido, permite realizar uma cobertura geográfica da criminalidade elaborando uma representação cartográfica do espaço carioca. Para isso, foi feita uma análise das 12 postagens na fan page realizadas no dia 16 de fevereiro deste ano, data da intervenção das Forças Armadas na Segurança Pública do Rio.

PALAVRAS-CHAVE: mídia; violência, geografia; Facebook; Rio de Janeiro.



INTRODUÇÃO

Localizada na América do Sul e com grande visibilidade internacional, a cidade do Rio de Janeiro vem amargando, nos últimos meses, altos índices de criminalidades em função da falência da política de segurança pública do governo do estado. Sob intervenção federal das Forças Armadas, desde 16 de fevereiro deste ano, a cidade vem sofrendo com a violência diária, num processo que vem se intensificando desde o fim do ano passado, com a saída de Sérgio Cabral, do cargo de governador, e em seguida com a sua prisão.

Depois de quase uma década à frente do cargo e motivado pela saída de Cabral e pela falta de recursos para investimentos no setor, o secretário de Segurança Públi-

ca, José Mariano Beltrame, deixou o cargo, em outubro de 2016. Ele foi responsável pela implantação, em 2008, do programa de Unidade de Polícia Pacificadora (UPP)¹. Sua atuação foi marcada pela redução da criminalidade em todo estado em 2012 e em 2014, num período em que o Brasil iria receber os Jogos Panamericanos (2007), a Jornada Mundial da Juventude (2013), a Copa do Mundo (2014) e as Olimpíadas (2016). Durante o evento esportivo, o país recebeu o maior efetivo de profissionais² e o esquema utilizado seria uma espécie de teste para que a cidade do Rio pudesse receber dois anos depois as Olimpíadas, em 2016.

Além disso, passada a euforia com o término dos eventos, o estado do Rio abriu 2017 com um completo caos financeiro. A crise atingiu vários setores, entre eles, a se-

gurança pública, o que fez com que os índices de criminalidade retornassem aos registrados dez anos atrás, criando no cidadão carioca uma sensação de medo e vulnerabilidade generalizada.

Em uma década também cresceu a participação dos brasileiros e nos sites de redes sociais - SRS (Recuero, 2009), em função do avanço tecnológico, formando assim um dos maiores públicos do Facebook, a maior rede social do mundo com mais de cem milhões de usuários somente no Brasil³. Associadas ao crescimento da participação do Facebook, surgiram inúmeras *fan pages*⁴ inspiradas em diversos assuntos, entre eles, a violência. Nesse contexto, iremos analisar a *fan page* OTT RJ (sigla para “Onde Tem Tiroteio”), onde são publicadas por seguidores informações sobre ocorrências de crimes no estado do Rio⁵.

O que espera discutir aqui é se o uso da OTT RJ, diante da contingência de uma cidade violenta, possibilita fazer uma geografia irruptiva da criminalidade na cidade, a partir das postagens que são feitas pelos moradores. O objetivo é, com as informações levantadas, mapear as formas como o crime é percebido e ajuda a elaborar um mapa da cidade – vivida e imaginada -, sob a ótica da violência. do Rio.

Sobre a fanpage OTT RJ

Se de um lado, temos um cenário de falência da segurança pública no estado, do outro temos uma população que, sem poder contar com a autoridade policial nas ruas, buscou na internet uma forma para encontrar informações para fugir da criminalidade. Segundo Sodré (2006, p. 9), esse aumento exponencial da violência nos centros urbanos e primado avassalador dos meios de comunicação teria contribuído para colocar “a mídia – senão, o tipo de organização social afim à mídia no centro das interrogações sobre o fenômeno da violência”.

A OTT RJ possuía até junho 594.959 membros e 562.330 curtidas⁶ e apresenta

como missão salvar os cariocas das balas perdidas, dos arrastões e das *blitz* falsas que amedrontam a cidade maravilhosa e o Brasil e com o objetivo principal de ajudar as pessoas a andar nas cidades brasileiras com segurança, tirando-as das rotas de conflitos armados. Nela, são publicadas informações, fotos e vídeos sobre ocorrências de violência na cidade e no estado do Rio enviadas por seguidores. Trata-se de uma página onde milhares de cariocas mantêm uma participação ativa inserindo informações sobre violência e atuando como um produtor de informações, uma das principais características da Comunicação Mediada pelo Computador (PRIMO, 2003) e da Web 2.0 (O'REILLY, 2005). Uma iniciativa que surgiu frente à falência dos modelos de ordenação e segurança e à necessidade de uma comunicação em defesa dos Direitos Humanos. Pode ser considerada também uma experiência significativa que ocorre no ambiente online onde o indivíduo, na falta de fontes oficiais do estado, cria e recria a informação de forma colaborativa e com auxílio da comunicação mediada pelo computador.

A página surgiu a partir de uma ideia do petroleiro Benito Quintanilha, que já usava o perfil pessoal para postar alertas sobre tiroteios na cidade, e que foi ganhando seguidores. Atualmente, uma equipe de cerca de 90 colaboradores assíduos checa todos os alertas, como o técnico em logística, Henrique Caamaño, de 49 anos, que disse em entrevista ao site Colabora⁷: “Todo mundo quer se proteger e proteger sua família. Queremos evitar que as pessoas corram perigo [...] Não encontramos dificuldades para obter esses dados. Até ladrão ou traficante não quer sua família atingida por bala perdida”. A página da OTT também está no Instagram, no Telegram, no Twitter e no Whatsapp e o objetivo do grupo é formar a maior rede voluntária de segurança do Brasil.

Dessa forma, buscamos aqui apresentar e relacionar as condições tecnológicas disponíveis no Facebook, como conectividade, instantaneidade, interatividade e georrefe-

renciamento, a velocidade do compartilhamento da informação como forma de potencializar a visibilidade do material postado na página analisada e dar indícios dos locais onde a violência está mais presente. Tais condições tecnológicas do Facebook apontam que não é possível mais falar em áreas conflagradas na cidade, já que a criminalidade vem se deslocando e acontecendo em vários lugares e a qualquer momento.

METODOLOGIA

Apropriando-se do ciberespaço como fonte de pesquisa, foi realizada a etnografia na internet (Fragoso, Recuero e Amaral, 2011; Konizets, 2002) como aporte metodológico. Utilizando um método interpretativo e investigativo na *fan page* OTT RJ, iremos verificar se é possível fazer uma geografia irruptiva da criminalidade do Rio e quais as consequências disso na mobilidade e circulação dos moradores do Rio.

Para análise, foi escolhida a data do anúncio da intervenção das Forças Armadas na Segurança Pública do Rio, em 16 de fevereiro deste ano. O recorte dado à análise contempla 12 publicações postadas neste dia na *fan page*. Em função do caráter dinâmico do Facebook que permite a alteração dos dados digitais pelos usuários a todo momento (com a inclusão e exclusão de informações), iremos nos ater a análise de cerca de 50 prints realizados no dia 17 de junho deste ano, dos comentários dessas postagens, trazendo assim um retrato mais atualizado desse material.

O critério de escolha das publicações não foi apenas pelo viés da audiência, mas pela relevância qualitativa do discurso violento na própria postagem. Ademais, os dados quantitativos complementaram as descrições e análises das dinâmicas como, por exemplo, a forma escolhida pelos seguidores para postar informação (vídeo, foto ou texto) e ainda os números de curtidas, comentários, compartilhamento e visualização das 12 publicações. A partir dos rastros

digitais (RECUERO, 2009, p. 24), que são os dados interacionais tão valiosos para o seu funcionamento e que possibilitam visualizar as informações deixadas nas publicações pelos respectivos usuários, poderemos ainda identificar como se estabelece a relação dos seguidores da *fan page* com a cidade. Outro dado importante diz respeito ao tipo e a localização das áreas onde a criminalidade é mais recorrente. Tais elementos irão possibilitar uma discussão sobre a classe em que incide o crime e sobre uma cidade excludente e seletiva, inclusive, na forma como a violência se apresenta e no tipo de cidadão que sofre com ela, trazendo à tona uma geografia do crime das áreas conflagradas do Rio de Janeiro.

Tabela 1: Análise das publicações na fan page OTT RJ do dia 16 de fevereiro de 2018

	Local	Tipo de publicação	Repercussão
1	Complexo da Coruja, em São Gonçalo	Texto	152 curtidas 3 comentários 19 compartilhamentos
2	Manifestação na Padre, em Cascadura	Foto	202 curtidas 26 comentários 40 compartilhamentos
3	Protesto em Brás de Pina, na Penha	Foto	219 curtidas 39 comentários 37 compartilhamentos
4	Assalto em clínica de Niterói	Video	99 curtidas 57 comentários 65 compartilhamentos
5	Tiroteio na Avenida Brasil, em Vila Kennedy	Texto	273 curtidas 57 comentários 58 compartilhamentos
6	Protesto em Cachamorra	Video ao vivo	338 curtidas 78 comentários 122 compartilhamentos 13,9 mil visualizações
7	Protesto em Cachamorra	Video ao vivo	307 curtidas 85 comentários 114 compartilhamentos 12,8 mil visualizações
8	Carros voltando na Ponte Rio-Niterói	Video	898 curtidas 369 comentários 494 compartilhamentos
9	Tiroteio no Caju	Video	2,5 mil curtidas 886 comentários 1661 compartilhamentos 117 mil visualizações
10	Tiroteio no Caju		2,7 mil curtidas 1,2 mil comentários 2425 compartilhamentos
11	Arrastão na Ponte Rio Niterói	Video	1,9 mil curtidas 824 comentários 1827 compartilhamentos
12	Protesto na Gincimário Dantas	Texto	273 curtidas 85 comentários 85 compartilhamentos

Fonte: Facebook, 17 de junho de 2018

A partir das análises, podemos verificar que as postagens permitem realizar uma cobertura geográfica da criminalidade, elaborando uma representação cartográfica do espaço carioca, ao identificar nas fotos publicadas os locais onde a criminalidade estava acontecendo. Isso foi possível graças ao uso do recurso de geolocalização, sendo essa uma das características principais dos dispositivos móveis ao vincular o conteúdo ao local geográfico onde o internauta esteve. Nesse aspecto, Lemos e Josgrilberg (2009) destacam a importância das redes sociais móveis que permitem incluir a geolocalização e, desse modo, a localização de pessoas, criando possibilidades de encontro e/ou troca de informação em mobilidade através de *smartphones* (LEMONS, 2005, p. 95). Segundo o autor, o conteúdo dessas redes sociais móveis acentua-se pelo imediatismo do compartilhamento na rede que, muitas vezes, não faria sentido se fosse publicado posteriormente, através do computador pessoal. Já na visão do autor, com a geolocalização nos sites de redes sociais, a geografia não importa, porque o ciberespaço não corresponde ao espaço físico, mas remete-se a ele por intermédio das informações que traz sobre as cidades e o cotidiano; sendo assim, a mobilidade na rede não é necessariamente um deslocamento no espaço físico das cidades.

Vimos ainda que a violência publicada na OTT RJ não se restringe apenas à cidade do Rio de Janeiro, mas a ocorrências do estado todo, principalmente, de municípios vizinhos como Niterói e São Gonçalo. Nas publicações, há referências apenas a bairros da Zona Norte e Oeste e não da Zona Sul da cidade. Nesse sentido, a *fan page* mostra os efeitos da violência numa dinâmica social excludente que não atinge regiões privilegiadas do Rio. Com relação à intervenção na Segurança Pública do Rio, os usuários da *fan page* fazem várias referências à atuação das Forças Armadas nas postagens (figuras 1, 2, 3 e 4).

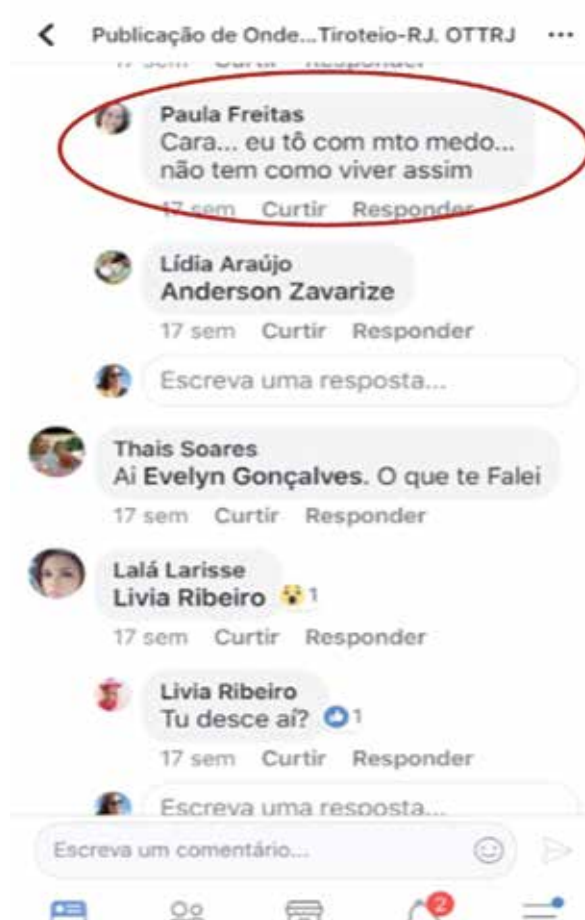




Em outro *print*, é possível constatar como o sentimento de insegurança se reflete nas postagens dos usuários da *fan page*, através do discurso de medo e de insegurança (figuras 5 e 6). As postagens retroalimentam um imaginário do medo que gira em torno da propalada necessidade de “não correr riscos”. Além disso, eles têm a percepção de que estamos nos referindo a uma cidade falida (figura 7 e 8).

Figuras 5, 6, 7 e 8 – O discurso do medo, da insegurança e de uma cidade falida aparece nas postagens





Fonte: Facebook, 17 de junho de 2018

Em outros momentos, constatamos como as informações de criminalidade que são postadas *online*, quase em tempo real na *fan page*, impedem que as pessoas circulem pela cidade, criando assim o controle de acesso a certos lugares pelos cariocas e fluminenses (figuras 9, 10 e 11). Nesse contexto, eles apresentam um discurso sobre a prevenção de eventuais riscos. Eles aproveitaram ainda as postagens para avisar a outras pessoas o que está acontecendo, utilizando a ferramenta do Facebook como a marcação de usuário (figura 12).

Figuras 9, 10, 11 e 12 – Usuários afirmam que deixam de circular por alguns lugares por causa da violência; fazem ainda marcação de outros seguidores

ninguém vai poder sair de casa... que tristeza essa bagunça que está o Rio de Janeiro!

17 sem Curtir Responder

Ana Lucia Abib
Q horas foi isso?

17 sem Curtir Responder

Rosângela Silva
Suely Batista Lucia Helena Eveline
Bruno Julio Cesar Batista Da Silva
De Moura Cristiane Damascena

17 sem Curtir Responder

Sandra Maria de Abreu
Um Estado Falido que perdeu o controle até quando vamos ser prisioneiros do medo sem direito de ir e vir. Senhor nos proteja .

17 sem Curtir Responder

Richard Malta
Rejane Leise por isso estava tudo

Publicação de Onde...Tiroteio-RJ. OTTRJ

17 sem Curtir Responder

Thayna Farias
Thiago Araujo

17 sem Curtir Responder

Thiago Araujo
Eu descí na passarela 9, tava tudo parado, aí peguei o brt na Santa Luzia e peguei o trem em Madureira

17 sem Curtir Responder

Escreva uma resposta...

Matheus Martins
Edinaldo

17 sem Curtir Responder

Cleide Dantas
Olha Avany Dantas

17 sem Curtir Responder

Victor Moraes
Caramba Yhanna Porto que horas foi isso?

Escreva um comentário...

Publicação de Onde...Tiroteio-RJ. OTTRJ

Gabriela Leal
Meu Deus ! Estamos refens ! Graças a Deus vcs não estavam lá

17 sem Curtir Responder

Ariane Câmara
Gabriela Leal Graça a Deus não fui embora de ônibus cedo !

17 sem Curtir Responder

Gabriela Leal
Ariane Câmara

17 sem Curtir Responder

Escreva uma resposta...

Gizelia Tavares
Olha Tobias Bergome

17 sem Curtir Responder

Tobias Bergome
Passamos por cima direto e desceramos na linha direto cada

Escreva um comentário...

Publicação de Onde Tem Tiroteio-RJ. OTTRJ

16 de fevereiro

acabaram de sair daqui. Nem sabia.

17 sem Curtir Responder

Suli Drummond
Leonardo Palmeira
Suliane Martins

17 sem Curtir Responder

Leonardo Palmeira
Foi ontem

17 sem Curtir Responder

Escreva uma resposta...

Elizabeth Estefania
Bom dia

17 sem Curtir Responder

Helena Lemos
Ursula Pedrosa

17 sem Curtir Responder

Escreva um comentário...

Em todas as postagens é utilizado o recurso de # precedida pelo nome da *fan page* OTT RJ. A *hashtag* ou *tag* é uma ferramenta derivada do Twitter, em que palavras-chave são precedidas do símbolo # (jogo da velha). Dessa forma, colaboram para a interação, ao associar a informação de cada postagem a um tema e promover a organização dos conteúdos. Adicionadas nas legendas, elas facilitam a busca pelas fotos que foram marcadas pelo mesmo assunto. Elas ainda organizam e dão visibilidade aos conteúdos e promovem organização e interações.

Geografia irruptiva da criminalidade e tecnologia para controle do território

Ao propor mapear as formas como o crime do Rio se apresenta no Facebook e como isso se desdobra em um mapa da violência da cidade em questão, estamos trazendo uma abordagem geográfica do imaginário sobre a cidade que se transforma a todo momento. Nesse sentido, é primordial apresentar o conceito de geografia que deixou de ser uma simples ciência social e vem ganhando importância e espaço nos debates contemporâneos sobre sociedade e natureza e também em um contexto cultural.

Segundo Haesbaert (2014, p. 37), o termo espaço geográfico apresentado por Milton Santos (1996) é definido a princípio como um conjunto de fixos e de fluxos ou de configuração territorial” e “relações sociais” e depois “como um conjunto indissociável de sistemas de objetos e sistemas de ações”. Ele afirma que podemos considerar o espaço geográfico, partindo de uma premissa relacional, como já apontado, que envolve “tanto o universo dos objetos quanto dos sujeitos e suas ações tanto a dimensão dos elementos fixos quanto móveis, tanto a dimensão material quanto a imaterial”. Segundo ele, na expressão de Lefebvre (1986), “o conceito de espaço denota e conota todos os espaços possíveis, abstratos ou reais, mentais ou sociais”.

Ao abordar o papel da cidade como um

território da violência em exposição no Facebook, deslocaremos os conceitos propostos por Haesbaert para o mundo online.

Desde sua origem, o território apresenta uma dupla conotação: material e simbólica, pois etimologicamente aparece tão próximo de terra territorium quanto terreo-territor (terror, aterrorizar), ou seja, tem a ver com a dominação (jurídico-política) da terra e com a inspiração do terror, do medo - especialmente para aqueles que, com essa dominação, ficam aliados de terra, ou no territorium são impedidos de entrar (HAESBAERT, 2014, p. 57).

Nesse sentido, vislumbramos que o monitoramento geográfico da violência por meio do aparato tecnológico informacional que se dá na *fan page* OTT RJ marca a mobilidade entre os sujeitos contemporâneos, considerando o papel da rede na internet na seleção dos locais que serão habitados. Ao falar da mobilidade moldada pela informação que circula pela internet, estamos nos referindo a uma dimensão tecnológico informacional, em torno do que podemos denominar uma reterritorialização via ciberespaço (Haesbaert, 2014, p. 81).

Considerando a internet como espaço simbólico e o movimento e a mobilidade como elementos centrais no território, as informações que circulam na *fan page* OTT RJ acabam criando um controle não virtual, mas de acesso dos cariocas a certos lugares. De forma ampla, são notícias de violência repassadas no Facebook que têm o poder de controlar a distância a mobilidade e o fluxo de pessoas, a partir do medo. Informações que implicam no direcionamento da circulação ou na mobilidade no espaço da cidade seja como decorrência dos atos de violência em si mesmo, seja como um de seus elementos desencadeadores. Nesse contexto, o poder via tecnologia de informação (Haesbaert, 2004) faz com que se possa obter controle sobre o território a distância, gerando um monitoramento e criando uma cobertura cartográfica, numa espécie de delimita-

ção geográfica.

Fazendo alusão à *fan page*, os seguidores da página e moradores do Rio a utilizam como uma estratégia para reduzir o risco de crime ou diminuir as ameaças à segurança. Para Haesbaert (2014, p. 156), “a preocupação constante como “(não) corre riscos” (ou dentro de um raciocínio de probabilidades, minorá-lo) tornou-se uma das principais características das nossas sociedades de in-segurança”. Para ele, a violência a qual ele se encontra exposto nos sites de redes sociais e que faz com ele mude o destino na cidade do Rio de Janeiro cria um processo denominado contenção territorial. Segundo o autor, ele aparece na sociedade contemporânea não como uma forma de “confinamento ou isolamento, mas de constrangimento e barragem:

Trata-se de conter o fluxo, mas não em um sentido temporalmente definitivo ou espacialmente completo, mas promovendo o controle de circulação sob arremedo de confinamento de ordem simbólica que alia, ao mesmo tempo, aparatos informacionais, constrangimentos físicos e dispositivos no campo simbólico (HAESBAERT, 2014, p. 225).

Neste caso, estamos nos referindo a táticas e estratégias chamadas de contenção territorial da informação, no campo mais propriamente simbólico, enquanto barreiras esporádicas ou temporárias, referido à própria criação de representações sobre violência no espaço urbano.

CONCLUSÃO

Frente à incapacidade do estado no que diz respeito ao combate à criminalidade do Rio, a intervenção das Forças Armadas na segurança pública foi, por um lado, muito criticada, e por outro, defendida. De forma geral, foi um marco importante para os moradores fluminense que estavam em busca de um segurança. Dessa forma, eles buscam na *fan page* OTT RJ as principais informa-

ções sobre violência na região, tomando medidas de precaução para evitar a violência.

Pelos rastros digitais postados por eles, no dia da intervenção, foi possível se chegar às seguintes conclusões: primeiro, as informações postadas trazem as principais notícias de criminalidade, permitindo assim fazermos a identificação das ocorrências de crime mais importantes daquele dia; segundo, a partir da ferramenta do Facebook de geolocalização, foram identificadas as regiões afetadas pela violência, realizando assim uma cobertura geográfica da criminalidade numa representação cartográfica do espaço carioca. Além disso, a partir das funcionalidades da internet que são o imediatismo e a velocidade da publicação, as informações eram postadas quase em tempo real.

A partir disso, foi possível chegarmos também as seguintes conclusões: a violência afetou neste dia classes e grupos sociais de bairros das zonas Norte e Oeste do Rio, não chegando a ter informações sobre a Zona Sul, parte privilegiada da cidade, mostrando assim uma segregação sócio-espacial; além disso, não estavam restritas à cidade do Rio, mas as vizinhas Niterói e São Gonçalo, municípios esses que estão passando a sofrer com a violência que não está mais restrita à cidade maravilhosa.

A partir da criação de uma geografia do crime, os dados apontaram ainda uma delimitação geográfica a partir do cerceamento físico da mobilidade. Foi constatado que a violência interferiu na atividade escolar e funcionamento do comércio, além de gerar a privação do direito à livre circulação, gerando um processo de contenção da circulação dos habitantes das favelas. A sistematização desses dados traduz com clareza uma dialética da mobilidade que marca o espaço urbano a partir de atos de violência no sentido da obstrução da circulação.

Concluimos, segundo esta amostragem, que a OTT RJ funcionaria como um conjunto de ações preventivas que limita a liber-

dade do sujeito, trazendo para ele um medo presentificado, permanente e constante e que a internet modula os espaços urbanos e impõe muros invisíveis. ♦

¹ Disponível em: http://www.upprj.com/index.php/as_upps. Acesso em: 30 de junho de 2018

² As ações de segurança pública, defesa e inteligência para o evento esportivo contou com o investimento de R\$ 1,19 bilhão para a integração das forças policiais dos estados, da União e das Forças Armadas.

³ Disponível em: <https://www.facebook.com/business/news/102-milhoes-de-brasileiros-compartilham-seus-momentos-no-facebook-todos-os-meses>. Acesso em: 30 de abril de 2018.

⁴ Diferente de um perfil pessoal, as páginas de fãs ou fan pages têm como foco marcas, empresas e artistas e elas não têm limite no número de seguidores.

⁷ Consideramos seguidor aquele internauta que curtiu uma fan page no Facebook e que passa a receber atualizações automaticamente da página.

⁸ Disponível em: <https://www.facebook.com/OT-TRJ/>. Acesso em: 30 de junho de 2018.

⁹ Disponível em: <http://projetocolabora.com.br/cidades/onde-tem-tiroteio/>. Acesso em: 30 de junho de 2018.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. Métodos de pesquisa para Internet. Porto Alegre: Sulina, 2011.

HAESBAERT, Rogério. Viver no limite. Território e multi/transterritorialidade em tempos de in-segurança e contenção. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2014.

_____, Rogério. O mito da desterritorialização: do fim dos territórios à multiterritorialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

LEMOS, André. Cibercultura e mobilidade. A era da conexão. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, de 5 a 9 de setembro de 2005.

LEMOS, André; JOSGRILBERG, Fabio (Org.) Comunicação e mobilidade: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil. Salvador: EDUFBA, 2009.


LEFEBVRE, Henri. La production de l'espace. Paris: Anthropos, 1986.

O'REILLY, Tim. What is Web 2.0 – Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. O'Reilly Publishing, 2005. Disponível em: <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>.

PRIMO, Alex. Interação mediada por computador: a comunicação e a educação a distância segundo uma perspectiva sistêmico-relacional. Tese de doutorado. 2003.

RECUERO, Raquel. Redes sociais na Internet. 2. ed. Porto Alegre: Sulinas, 2014. (Coleção Cibercultura).

SODRÉ, Muniz. Sociedade, mídia e violência. Coleção Comunicação 22. Porto Alegre, 2006. 2ª edição.

A young woman with dark hair and glasses, wearing a yellow sweater, is smiling and looking at her smartphone. She has a black strap over her shoulder. The background is blurred, showing yellow and blue elements, possibly a public transport vehicle.

**(Re)Desenhando
a Cidade: o Uso
de Dispositivos
Móveis para
o Estímulo de
Alternativas
de Transporte
Urbano**

Laryssa Tarachucky

Maria José Baldessar

Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC

Resumo

As novas tecnologias de mídia estão moldando a maneira como as pessoas se relacionam com o desenho de suas cidades. Com base nesta constatação, este artigo busca atingir três objetivos. Inicialmente, queremos discutir o avanço do uso de dispositivos móveis enquanto ferramentas para resolver problemas coletivos urbanos. Em seguida, queremos explorar como as novas tecnologias de mídia estão sendo utilizadas a fim de colaborar com o envolvimento e empoderamento dos cidadãos para a resolução destes problemas. E, por fim, objetiva-se investigar a abordagem usada por três iniciativas específicas, criadas para a melhoria da mobilidade no ambiente urbano, nomeadamente, o Walk [Your City], o Walkonomics e o Siga Chile. Os resultados trazem a identificação dos principais efeitos sobre a vida urbana e o envolvimento e empoderamento dos usuários no planejamento dos espaços públicos da cidade.

PALAVRAS-CHAVE: comunidades em redes; tecnologias da informação e comunicação; desenvolvimento urbano; geografias da comunicação; dispositivos móveis.

INTRODUÇÃO

Cidades são sistemas espaciais complexos que atuam, entre outras formas, como contexto para ações, interações e processos de comunicação. Nas últimas décadas as cidades vêm sendo radicalmente reordenadas por redes e sistemas tecnológicos, em especial tecnologias de comunicação móveis e sem fio e uma série de atividades baseadas em localização, que mudaram as dinâmicas de interação social sobre o espaço público, bem como nossa percepção sobre ele (CHARITOS, 2006).

A popularização dos dispositivos móveis de comunicação e o desenvolvimento de novas tecnologias e serviços baseados em localização não apenas intensificou nossa experiência de lugar, como também criou

um ambiente humano totalmente novo, com implicações sobre o próprio entendimento da cidade: a noção de ambiente urbano enquanto envoltório passivo, definido por uma materialidade “durável, visível, pouco mutável” (NETTO, 2014, p. 139), gradualmente deu lugar à ideia de cidade como um processo ativo (JACOBS, 1961; PORTUGALI, 2000; COMUNIAN, 2011), fazendo ressurgir no campo do urbanismo um olhar atento ao cidadão enquanto parte ativa desse processo. Este artigo integra a fase inicial do projeto de pesquisa “A cidade e a nuvem: análise da relação entre as novas tecnologias de informação e comunicação no processo de construção, transformação, apropriação e desenvolvimento da cidade contemporânea”, que objetiva investigar a relação entre as novas tecnologias de infor-

mação e comunicação (TICs) e as mudanças no processo de construção, transformação, apropriação e desenvolvimento da cidade, identificar os usos que vêm sendo feitos das mídias emergentes no sentido de estimular redes colaborativas atuantes na transformação e melhoria do espaço urbano, e reconhecer que condições de infraestrutura urbana, organização pública e de plataformas de mídia digital contribuem para (ou inibem) o processo cocriativo da cidade. Nesta etapa, busca-se discutir o avanço de aplicativos para dispositivos móveis enquanto ferramentas para a resolução de problemas coletivos urbanos, especificamente no que diz respeito às questões de mobilidade urbana e à sua convergência com linhas de pensamento emergentes no campo do urbanismo, explorando a abordagem utilizada por iniciativas como o movimento Walk [Your City], o Walkonomics e o Siga Chile.

As novas TICs e a cidade contemporânea

A configuração urbana está, em essência, ligada à ideia de identificação de lugar: a composição tridimensional da cidade parte do entendimento de suas condições e de seu significado para a designação de seus elementos. Sua dinâmica é influenciada pelas pessoas e atividades que ela acomoda e por processos de comunicação e mobilidade que a estruturam (e são estruturados por ela), pautados em fluxos de territorialização, desterritorialização e reterritorialização cada vez mais intensos. Por sua vez, as atividades humanas são influenciadas e, certa maneira, condicionadas, pelas possibilidades e limitações do conhecimento técnico-científico de uma determinada época. Ou seja, à medida que o conhecimento técnico-científico avança, as atividades humanas tendem a sofrer mudanças que, em seu turno, implicam em mudanças na configuração dos espaços que as acomodam.

As novas tecnologias de mídia somadas à computação ubíqua criaram uma camada digital sobre a topografia das cidades. As

cidades geram dados constantemente tanto em plataformas físicas quanto digitais, e fornecem informações em tempo real que, ao serem acessadas, interferem nos fluxos, ritmos e padrões de atividades incidentes sobre o espaço urbano, gerando impactos na vida social.

A criação de redes de conexão permanente, de “ambientes generalizados de acesso pessoal e móvel à informação” formam o que Lemos (2010, p. 159) chama de “territórios informacionais”.

Por territórios informacionais compreendemos áreas de controle do fluxo informacional digital em uma zona de interseção entre o ciberespaço e o espaço urbano. O acesso e o controle informacional realizam-se a partir de dispositivos móveis e redes sem fio. O território informacional não é o ciberespaço, mas o espaço movente, híbrido, formado pela relação entre o espaço eletrônico e o espaço físico. Por exemplo, o lugar de acesso sem fio em um parque por redes Wi-Fi é um território informacional, distinto do espaço físico parque e do espaço eletrônico internet. Ao acessar a internet por essa rede Wi-Fi, o usuário está em um território informacional imbricado ao território físico [...] do parque, e no espaço das redes telemáticas (LEMOS, 2010, p. 160).

Para Lemos (2010, p. 156), as redes telemáticas¹ “passam a integrar, e mesmo a ‘comandar’ [...] as diversas redes que constituem o espaço urbano e as diversas formas de vínculo social que daí emergem”. Essa mudança nas formas de vínculo social ocasionadas pela emergência e popularização das novas tecnologias de informação e comunicação é descrita por De Waal (2014) como um retorno ao domínio parquial. Quer dizer, o movimento gradativo de transformação da “libertarian city” – baseada no ideal de cidade como mercado, como lugar onde as pessoas levam sua vida individual com liberdade (e sem reciprocidades ou responsabilidades virtuais) e são vistas, antes de tudo, como agentes de uma

plataforma de encontro entre oferta e demanda – para o ideal de “cidade republicana” – uma cidade que também dá liberdade para que as pessoas escolham entre estilos de vida divergentes, mas ao mesmo tempo, configura-se como espaço onde os moradores dividem a responsabilidade pela cidade como um todo.

Em outras palavras, o autor observa ocorrer uma passagem da ideia de *smart city* para a ideia de *social city*, em uma situação em que a *smart city* é aquela cidade cheia de sensores, softwares e redes que otimizam o trânsito e o uso da energia na qual o smartphone é usado para personalizar a experiência urbana (a exemplo de softwares que recomendam restaurantes ou lojas de acordo com o perfil do usuário), enquanto a *social city* é aquela em que as mídias móveis e digitais dão aos habitantes da cidade mais controle sobre a vida urbana, não apenas enquanto consumidores, mas também como cidadãos, reforçando os laços com as comunidades locais. “As TIC permitem que os usuários da cidade compartilhem as suas opiniões com outros usuários conhecidos ou não, caracterizando espaços da cidade, moldando novas relações sociais e reinterpretando o seu próprio significado de cidade” (DARODA, 2012, p. 106).

Entre os conceitos mencionados por López-Ornelas et al. (2014) ao tratar da interferência das tecnologias de informação e comunicação na mobilidade urbana está o de geocolaboração. Segundo os autores, geocolaboração é uma atividade emergente na qual os usuários exploram informação geoespacial por meio de informação georeferenciada no intuito de resolver problemas relativos a lugares específicos. Envolve, em geral, a utilização de navegadores GPS, dispositivos móveis e plataformas web para a geração de dados e criação de mapas temáticos de maneira voluntária.

Mapeamento colaborativo e mobilidade urbana

As últimas cinco décadas são caracterizadas pela expansão urbana e pelo aumento do uso de carros. O urbanismo, de um modo geral, foi fortemente influenciado pelas questões relacionadas ao tráfego de automóveis e voltado a satisfazer as necessidades de pequenas viagens individuais ou de pequenos grupos de pessoas. Como consequência dessa política urbana, López-Ornelas et al. (2014) citam a degeneração dos laços sociais e de vizinhança, uma maior dependência dos carros, jornadas maiores, o aumento no custo do transporte, além da ameaça que a intensificação do trânsito e dos congestionamentos significam para a manutenção de atividades comerciais e culturais no centro e nas áreas históricas das cidades.

O movimento em favor da devolução das cidades para as pessoas, que tem Gehl (2010) entre seus principais defensores recentes, fala do aumento da qualidade de vida nas cidades por meio da resolução de uma série de problemas urbanos, entre os quais, o transporte, o que inclui (além do investimento em transporte público e ciclovias) medidas voltadas ao deslocamento peatonal² - representadas por iniciativas como as que são apresentadas adiante.

Segundo Lydon e Garcia (2015), estão relacionados aos espaços adequadamente projetados para o ato de caminhar ganhos nas esferas econômica, ambiental e na saúde pública. Para estes autores, a caminhabilidade³ traz qualidade arquitetônica, densidade, multiplicidade de usos e a proximidade das pessoas a parques e espaços públicos. Contudo, mesmo quando há estrutura adequada para o pedestre, as calçadas continuam subutilizadas.

Idealizado por Matt Tomasulo em 2012, na cidade de Raleigh, Carolina do Norte, o movimento Walk [Your City]⁴ é um dos exemplos de incentivo ao transporte peatonal em detrimento de outras modalidades. Ele utiliza placas fixadas em lugares públicos para informar pedestres e motoristas sobre o tempo de caminhada para chegar

a destinos populares das cidades nas quais o projeto é implantado, além de conectar transeuntes a uma campanha online a favor do transporte peatonal. Na internet, o projeto possui uma plataforma online e contas no Facebook e Twitter para informar aos usuários sobre seu propósito e sobre as ações que estão sendo tomadas (Fig. 1). No espaço urbano, são utilizados QR codes para fornecer informações ao usuário e seu uso, por sua vez, permite rastrear a quantidade de pessoas que interagem com as sinalizações.

O movimento surgiu de uma observação de Tomasulo de que as pessoas davam prioridade ao deslocamento feito por carros por conta de uma percepção equivocada de distância: em entrevista com moradores de Raleigh, as pessoas justificavam a escolha do automóvel por considerarem seu destino “muito longe”, sendo que estes destinos, em geral, não ultrapassavam quinze minutos de caminhada.

Figura 1: Intervenção Walk [Your City]



Fonte: weburbanist.com

Walkonomics é um site/aplicativo (Fig. 1) que se propõe a encontrar o “caminho mais bonito”, e incorpora elementos de *crowdsourcing* e dados abertos – combinando as opiniões de grandes grupos de pessoas e comunidades com dados públicos – para acessar e revisar rotas de caminhada. Além de informações sobre o objetivo do proje-

to, o site do Walkonomics disponibiliza de maneira visual as informações geradas pelos usuários de seu aplicativo. Ao mesmo tempo, o aplicativo (disponível para plataformas iOS e Android) utiliza mais de 600 mil revisões para informar as condições de caminhabilidade das ruas de

cidades como São Francisco (CA), Nova York, Londres, Washington, Paris, Glasgow, Toronto, entre outras. O aplicativo disponibiliza oito categorias de avaliação, a saber: segurança, facilidade de travessia, pavimentação/calçada, inclinação, navegação, medo de crime, inteligente & bonito e divertido & relaxante. E inclui uma funcionalidade chamada “walkhood”, que indica lugares interessantes para explorar em um tempo máximo de caminhada de cinco minutos.

Figura 2: Interface gráfica do aplicativo Walkonomics



Fonte: walkonomics.com

Segundo informações fornecidas pela página do aplicativo⁴, os dados abertos adicionados a ele incluem questões como a largura das ruas, níveis de tráfego, estatísticas de crime, estatísticas de acidentes com pedestres, relatórios de limpeza e até mesmo quantas árvores há em cada rua. Estes dados são complementados com análises de residentes locais e visitantes e geram um mapa que indica por cores o índice de caminhabilidade de cada rua, de acordo com a categoria selecionada pelo usuário (Fig. 3).

Figura 3: Mapa de caminhabilidade de Londres – categoria “divertido & relaxante”



Fonte: walkonomics.com

López-Ornelas et al. (2014) propõem uma versão similar para a Cidade do México em que, ao solicitar uma sugestão de rota de um ponto a outro, o usuário receba três indicações de caminho: a mais rápida, que é o resultado tradicional dos sistemas de navegação; a mais segura, que identifica, verifica e evita pontos de recomendação negativa; e a mais agradável, que leva em conta as recomendações positivas e negativas para definir a rota.

Outra iniciativa que vem recebendo atenção mundial é o SIGA Chile (Sistema de Informação Georreferenciada Acessível). O SIGA Chile é um projeto criado e administrado pelo Laboratorio de Medios da Escuela de Periodismo da Universidad Diego Portales. De forma semelhante ao sistema utilizado pelo Walkonomics, este projeto usa plataformas web e móveis para identificar e qualificar quão acessíveis são os espaços públicos para cidadãos com mobilidade reduzida. Além de avaliar os lugares, a plataforma permite que os usuários discutam como eles poderiam ser melhorados. Para o usuário, o acesso ao mapeamento disponibilizado no aplicativo (disponível para plataformas iOS e Android) e no site possibilita saber previamente se os espaços são acessíveis e buscar por lugares específicos ou por categorias de lugares, tais quais

museus, restaurantes, hospitais, parques, etc. As informações são construídas a partir de relatos de experiências e conhecimentos dos usuários, tratando de cinco critérios de acessibilidade: estacionamento (indica se o lugar ou seus arredores tem estacionamento para deficientes); entrada (se há presença de rampa ou elevador); interior (se possibilita a livre circulação dentro do lugar e seus respectivos pavimentos); banheiros (aponta a existência de banheiros equipados para pessoas com deficiência); serviços de comunicação (indica se o lugar possui indicações em braile ou intérpretes de línguas de sinais). Além disso, a plataforma permite denunciar qualquer ação ou situação que atentem contra a construção de uma sociedade inclusiva.

Discussão

Quando caminhamos pela cidade, estamos aprendendo constantemente. As pessoas que andam por ela entendem melhor seu ambiente e estão inseridas em uma dinâmica de interações de natureza e intensidade diferentes daquelas que se deslocam pela cidade em automóveis particulares. Assim como as novas TICs criaram novas possibilidades de orientação no trânsito (a exemplo do surgimento dos dispositivos GPS para automóveis e, mais tarde, de aplicativos como o Waze⁵ e TomTom⁶), é possível observar iniciativas voltadas para o incentivo e modificação da experiência de caminhar pela cidade, tanto em termos funcionais quanto de lazer.

As iniciativas acima relatadas partem de fontes distintas. A primeira, Walk [Your City], pode ser considerada uma ação de urbanismo tático, no sentido mais radical do termo: uma iniciativa conduzida de forma independente por cidadãos, de maneira *bottom up*, cuja atuação traz benefícios reais para a cidade (LYDON; GARCIA, 2015). Esse tipo de iniciativa, em geral, está baseado em ferramentas de baixo custo (como as placas de Tomasulo) e utiliza o ambiente virtual

como plataforma para comunicação e engajamento da comunidade local em ações no ambiente real.

Nos demais casos apresentados, o Walkonomics e o SIGA Chile, acontece a atuação de uma equipe executora e gestora do projeto fazendo a ponte entre informações oficiais e as informações geradas colaborativamente.

Impactos positivos dessas iniciativas podem ser vistas tanto na esfera social quanto em termos de planejamento urbano. Para o processo de planejamento urbano, o conjunto de informações fornecidas contribui para a etapa de levantamento em campo, proporcionando um entendimento mais aprofundado da realidade da cidade e ajudando a identificar as áreas carentes de intervenção, as necessidades e desejos do usuário. Entre os benefícios para a esfera social, está a reaproximação do indivíduo com o outro. “Por décadas, a dimensão humana tem sido um tópico do planejamento urbano esquecido e tratado a esmo”, diz Gehl (2015, p. 3). A valorização do espaço do pedestre parte da ocupação do espaço público. E a ocupação do espaço público reforça a dimensão humana – necessária ao novo planejamento. As viagens de automóvel criam bolhas de isolamento e distanciamento na vida urbana: o tempo do caminhar de vários indivíduos no espaço público reforça a potencialidade de a cidade tornar-se mais viva e mais segura (GEHL, 2015).

Ao cidadão, nota-se que aplicativos tais quais o Walkonomics ajudam a encontrar a rota mais agradável, mais segura, e mais confortável, ou mesmo encontrar a rota de acordo com os interesses ou necessidades individuais para aquele momento (diversão, rapidez, ...). “O usuário do espaço urbano ao se deslocar, na maioria das vezes, baseia suas decisões em informações estáticas, as quais não refletem o estado real de sistemas e dinâmicas em sua cidade” (DARODA, 2012, p. 100). O SIGA Chile, por sua vez, possibilita antecipar caminhos problemáticos (seja por conta de congestionamento ou mesmo

de insegurança ao transeunte).

Mas, segundo Mondschein (2010; 2015) ainda não sabemos como a navegação por mapas digitais interativos em dispositivos móveis vai afetar nossa habilidade de formar mapas cognitivos. O autor sugere que as pessoas que encontram destinos e direções por meio das novas tecnologias de informação estão mais propensas a ir além das fronteiras de seus mapas cognitivos – os esquemas mentais que todos temos sobre os ambientes que nos são familiares. O fato de poder carregar consigo informação e acessá-las facilmente parece fazer com que as pessoas se sintam mais seguras para se aventurar por novos lugares. E isso contribui para dar vitalidade aos espaços da cidade. No entanto, questiona se conforme ficamos mais dependentes da realidade aumentada, podemos entrar em um modo passivo de locomoção e perder nossa capacidade de orientação dentro do espaço urbano.

Considerações finais

A maior parte das cidades existem em um estado de constante transição e, quanto maiores, maior sua complexidade e maior a necessidade de apoiar-se em uma espécie de planejamento cocriativo, alinhado com as necessidades e anseios de sua comunidade; um urbanismo capaz de reconhecer as enormes mudanças estruturais que estão acontecendo no ambiente humano.

As tecnologias de mídia interferem no processo de desenvolvimento da cidade de pelo menos três formas: no processo projetual da cidade, no desenho da cidade e no desenho da vida urbana. Esta terceira forma de interferência diz respeito não tanto à configuração da cidade em si, mas na influência que certos programas, aplicativos, jogos, etc., na formação dos processos sociais dentro da cidade.

Observa-se a emergência de novas formas de comunicação bem como de novos ambientes de comunicação, apoiados pela

integração de novas tecnologias de mídia móveis e locativas, com impactos sobre diferentes aspectos da vida urbana, entre elas um movimento de retorno ao mais antigo meio de transporte humano. Os *smartphones*, os aplicativos desenvolvidos para dispositivos móveis, os territórios híbridos e informacionais, parecem poder fazer com que a caminhada urbana seja novamente desejada, embora, talvez, ao custo de nossa cognição espacial tradicional. ♦

¹ Leia-se: um conjunto de tecnologias que possibilitam a convergência de tecnologias da informática e das telecomunicações.

² O movimento smart city, por exemplo, sugere que as cidades devem ser planejadas tendo em vista centralidades nas quais o cidadão tenha acesso a trabalho, estudo, lazer e conveniências dentro de um raio de no máximo uma milha, facilitando as jornadas a pé ou de bicicleta, reduzindo o uso de opções de transporte motorizado individual e reduzindo os custos com transporte coletivo.

³ O termo “caminhabilidade” é definido por Speck (2013) como um índice relacionado à facilidade que o caminhante tem de percorrer uma distância específica a pé, tanto para propósitos funcionais quanto recreacionais. Segundo o autor, para favorecer as viagens a pé, quatro condições principais devem ser satisfeitas: utilidade, segurança, conforto e atratividade.

⁴ <https://walkyourcity.org/>.

⁵ <http://walkonomics.com/blog/android-app-press/>

⁶ www.waze.com

⁷ www.tomtom.com

CHARITOS, Dimitris. Spatialising the internet: new types of hybrid mobile communication environments and their impact on spatial design within the urban contexts. In: Communicating space(s): Proceedings of the 24th eCAADe Conference, 2006, p. 160-167.

COMUNIAN, Roberta. Rethinking the creative city. The role of complexity, networks and interactions in the urban creative economy. Urban Studies, n. 48, p. 1157-1179, 2011. DE

GEHL, Jean. Cities for people. Washington: Island Press, 2010.

JACOBS, Jane. Death and life of great american cities. Nova York: Random House, 1961.

LEMOS, André. Celulares, funções pós-midiáticas, cidade e mobilidade. Revista Brasileira de Gestão Urbana, v. 2, n. 2, p. 155-166, 2010.

LYDON, Mike; GARCIA, Anthony. Tactical Urbanism. Island Press/Center for Resource Economics, 2015.

LÓPEZ-ORNELAS, Erick; ABASCAL-MENA, Rocío; ZEPEDA-HERNÁNDEZ, J. Sergio. A Geo-collaborative Recommendation Tool to Help Urban Mobility. In: International Conference on Human-Computer Interaction. Springer International Publishing, 2014. p. 466-472. MONDSCHHEIN, Andrew; BLUMENBERG, Evelyn; TAYLOR, Brian. Accessibility and cognition: the effect of transport mode on spatial knowledge. Urban Studies, v. 47, n. 4, p. 845-866, 2010.

_____. Five-star transportation: using online activity reviews to examine mode choice to non-work destinations. Transportation, v. 42, n. 4, p. 707-722, 2015.


NETTO, Vinicius M. Cidade & sociedade: as tramas da prática e seus espaços. Porto Alegre: Sulina, 2014.

PORTUGALI, Juval. Self-Organization and the City, Springer Series in Synergetics. Heidelberg: Springer-Verlag, 2000.

SPECK, Jeff. Walkable city: how downtown can save America, one step a time. São Francisco: North Point Press, 2013.

WAAL, Martjin. The city as interface: how new media are changing the city. Rotterdam: nai010 publishers, 2014.





**Revisitando “a
cidade letrada”:
comunicação
e escrita na
metrópole
contemporânea**

José Cardoso Ferrão Neto

Thiago Mendes de Oliveira

Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Rio de Janeiro, RJ

Resumo

A escrita, seus usos, práticas e textualidades presentes no espaço público da metrópole contemporânea é o tema deste artigo. O centro do Rio de Janeiro, território de estruturas de sentimento de cidade e nação, torna-se o espaço privilegiado de construções narrativas calcadas no encontro entre o material e o simbólico, onde se forjam paisagens comunicacionais, inscritas tanto na herança da modernidade quanto nos novos tribalismos urbanos. Propõe-se analisar de que maneira a gramática do processamento escrito da informação atravessou fronteiras espaço-temporais de uma cultura citadina e hoje se transmuta nessas territorialidades. A pesquisa se baseia em trabalho de campo, com observação participante, que permite buscar as materialidades e as práticas ligadas às escrituras urbanas, e deve sua inspiração ao estudo de Angel Rama.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; escrita; cidade; oralidade

O pórtico da escrita: geografias letradas do urbano

Numa crônica-crítica publicada no *Correio Mercantil*, Machado de Assis diz assistir, nos idos de 1852, a mais uma revolução do espírito, consequência do que os franceses tinham experimentado, décadas antes, com a “explosão do pensamento humano” iluminista. O cenário é o Rio de Janeiro da “época das regenerações”, que antecede a Deodoro e a Pereira Passos. Em meados do século XIX, ainda não se chegara à *Belle Époque* tropical carioca, mas o escritor, que se coloca na condição de sacerdote e guardião da memória, o “derradeiro dos levitas da nova arca”, já sentia os ventos da mudança. “Sou filho deste século”, afirma um Machado antenado com o seu tempo de “fogo intelec-

tual”, de novas esperanças, de expectativas de futuro e progresso, do dinheiro e da indústria; tempo também de uma modernidade amparada na técnica, no movimento e na agilidade. Enfim, uma “época que passa”.

O Rio, embora ainda na condição de capital da única monarquia das Américas, já se tornava, na visão do literato, a sede de uma outra república: a república das letras. A revolução em curso na cidade se devia ao que ele chama de “sintoma” da “época de ouro”: as folhas impressas cotidianas. Apesar de, no fim do texto e bem no estilo que o caracteriza, o escritor informar ao leitor que seu argumento não é “uma idolatria pelo jornal”, afirma, algumas linhas antes, que “o jornal é o povo, é a consciência, é a esperança, é o trabalho, é a civilização”. Numa defesa da mídia que faz lembrar o entusiasmo

messiânico de Edgar Roquette Pinto quando da chegada do rádio no Brasil¹, o intelectual do Novecentos constrói uma síntese teórico-histórica dos meios de comunicação, em escala evolutiva e progressiva, para, enfim, exaltar “este grande molde do pensamento”. A diferença do jornal para os *media* que o antecederam estaria na incorporação do popular nos processos de produção e circulação da informação, no que o autor chama de “literatura comum, universal, altamente democrática, reproduzida todos os dias”, capaz de engatilhar uma “revolução [que] não é só literária, é também social, é econômica, porque é um movimento da humanidade abalando todas as suas eminências...”. Era preciso, naquele momento e com a ajuda de um novo *medium*, extirpar da escrita o que ela tem de “bastarda” e degenerada: seu uso exclusivista, seu caráter exógeno. Entretanto, com fina ironia, o escritor termina a crônica antevendo a institucionalização da “imprensa-jornal”, em que “o titão popular, sacudindo por toda a parte os princípios inveterados das fórmulas governativas, talha com a espada da razão o manto dos dogmas novos” (ASSIS, 2011, p. 44-53). O jornal poderia sacudir um poder para legitimar outro em seu lugar.

Um século e três décadas depois de Machado de Assis ter escrito sua análise do surgimento da imprensa na capital do Império do Brasil, o crítico e ensaísta uruguaio Angel Rama passa em revista “os comportamentos intelectuais da modernização no final do século [XIX]” na América Latina (1984, p. 19), e produz uma grande obra sobre o sistema cultural que imperou no Novo Mundo ibérico, com suas contradições, paradoxos e tensões de uma região que já nasceu periférica. *La ciudad letrada* torna-se, então, a chave de leitura para compreender nossa formação social e histórica sob o signo da palavra escrita e sua intrincada relação com o poder.

Fruto de um processo racional, ordenador do espaço, planejado para modelar a experiência humana e submetê-la à servidão,

a urbe moderna na América luso-hispânica herda sua concepção da cidade barroca dos séculos XVI e XVII, “que se prolongou praticamente até os nossos dias”. Uma cidade que se fez *neoplatônica*, porque se origina da razão letrada e preexiste ao espaço, gestada na abstração de linguagens e métodos, para então ganhar materialidade e fixidez. É *ordenada*, porque faz transplantar a ordem reguladora desse espaço geometricamente pensado e igualmente subjugadora das mentes e dos corpos. Esta cidade é letrada, uma vez que é regida por uma casta de intelectuais ligados às funções política, econômica, militar, sacerdotal e cultural da administração, constituindo-se no “habitat natural” para a articulação e reprodução da estrutura hierárquica, urdida na palavra escrita, e para o “manejo dos instrumentos de comunicação social”. A urbe é ainda *escriturária*, produto da distância entre a letra e a palavra falada, entre um olimpo letrado e o povo comum; é o *locus* de exclusivismo canônico, especializado, distintivo e coercitivo, amparado na retórica e na oratória como instrumentos da separação sígnica entre a realidade comum e os códigos manejados pelos burocratas, intelectuais e arrivistas da escrita (RAMA, 1984, p. 23-75).

No que diz respeito à intenção ordenadora do espaço no Novo Mundo, Rama credita esse processo que se deu nas cidades às monarquias absolutistas fundadoras e seus tentáculos de poder – a Igreja, o Exército e a Administração –, como também aos indivíduos e instituições reprodutores da intenção e da mentalidade colonizadoras. O caráter simbólico da operação estaria no uso da escrita como instrumento alienador, que separa, classifica, concentra, coloca, desloca e dispõe. A palavra-chave, diz ele, é a ordem (RAMA, 1984, p. 26). O antropólogo Darcy Ribeiro dialoga com o crítico uruguaio quando analisa o “estilo barroco de colonização” e seus reflexos na *terra brasilis*:

(...) O que se estava fazendo era gestar a nós brasileiros tal qual fomos e somos em essên-

cia. Uma classe dominante de caráter consular gerencial, socialmente irresponsável, frente a um povo-massa tratado como escravaria, que produz o que não consome e só se exerce culturalmente como uma marginalia, fora da civilização letrada em que está imersa (1997, p. 163).

As cidades letrada e escriturária fizeram nascer, tanto na América hispânica quanto no Brasil, um tipo de intelectual que flutua numa espécie de não-lugar, entre os centros metropolitanos irradiadores do saber e do conhecimento e o espaço urbano em que estão plantados. É a figura do letrado afeito às referências e aos modismos importados, “desterrado nas fronteiras de uma civilização cujo centro animador (cujo leitor também) encontra-se nas metrópoles europeias” (RAMA, 1984, p. 63). A relação centro-margem fica evidente na cópia dos modelos de consciência e pensamento, o que, no Brasil, inicia-se com os primeiros indivíduos educados sob a batuta da Companhia de Jesus; continua com os expatriados da Colônia e do Império que se submetiam ao exílio acadêmico na Universidade de Coimbra; atravessa a modernidade com a imitação da alta cultura letrada francesa e chega aos nossos dias com a repetição de fórmulas já gastas e estranhas à realidade do país.

Gregório de Matos, no século XVII, e Olavo Bilac, na Belle Époque, são dois homens de letras inconformados com o que alegavam ver na barbárie da vida na cidade periférica, tão distante dos centros produtores e difusores do conhecimento. Disse, uma vez, o Boca do Inferno:

Era eu em Portugal sábio, discreto, entendido, poeta, melhor que alguns, douto, como meus vizinhos. Mas chegando a esta cidade logo não fui nada disto, porque um direito entre tortos parece que anda torcido... mal entendido de todos, de nenhum bem entendido (MATOS, 2004, p. 85).

O que encontra seu correspondente, dois séculos e poucas décadas mais tarde, num Bilac embasbacado com o cenário da Avenida Central, o *boulevard da Belle Époque*, que se abria a seus olhos e tornava real o sonho da cidade letrada e civilizada, modelada desta vez na prancheta do arquiteto e não mais atrelada ao conhecimento empírico dos mestres de obra dos tempos coloniais:

E eis que, de repente, alguém lhe tapa os olhos [do carioca], e leva-o assim vendado a um certo lugar, e retira-lhe a venda, e mostra-lhe uma avenida esplêndida bordada de palácios, e cheia de ar e de luz... E o povo... não acaba de perguntar a si mesmo se tudo aquilo é realmente seu, e se aquele paraíso não é uma cenografia de papelão e gaze, que o primeiro pé-de-vento vai esfarrapar e destruir. Mas, no dia 15, foi como se um velário se abrisse, descobrindo uma região de sonho (BILAC, 2005, p. 171-172).

A descrição poderia muito bem se aplicar, ainda, ao chamado “sorriso da sociedade”, designativo da vida boêmia e intelectual do Rio de Janeiro do início do século passado. A expressão refere-se também a um tipo de literatura que, a exemplo da cidade com suas ruas e avenidas bem ordenadas, buscava o culto à forma, o equilíbrio e o respeito às regras de linguagem e composição. À elegância da disposição arquitetônica e urbanística correspondia o “purismo idiomático” dos frequentadores dos cafés, das livrarias da moda e das páginas dos impressos. Nos espaços públicos e privados do centro da cidade, circulava um letramento cosmético, de aparência, confeccionado para impressionar e causar efeito, produto da cultura do bacharelato e de um uso das palavras escrita e impressa que insistia em encarnar a herança barroca. Imperava “conservar a ordem dos signos”, como diz Rama (1984, p. 65), ou melhor, da “separação sígnica”.

Ao analisar o sistema intelectual brasileiro, Luiz Costa Lima (1981, p. 6) fala de

um *letramento auditivo* que o caracteriza, de herança jesuítica e base retórica, antiteorista, colonialista e causador de impressões e sensações. O conceito não se confunde, entretanto, com a oralidade e sua “racionalidade” própria, ou seja, com os modos de processamento da informação e de estruturação do saber e do conhecimento ligados às mentalidades e às práticas orais. O termo *auditivo* lembra, aqui, a verbosidade que, menos preocupada com a reflexão, o questionamento e a problematização da realidade, ou até mesmo com a comunicação no sentido de intercâmbio de consciências, prefere se destacar pelo brilho e sensibilizar a audiência.

Rio de Janeiro, século XXI: a comunhão sígnica

“Vamos dar princípio hoje a um passeio pela cidade do Rio de Janeiro? É um convite que faço aos leitores do *Jornal do Comércio*”, diz Joaquim Manuel de Macedo, nos idos de 1862 e 1863 (2009, p. 29). Na narrativa do folhetim, o escritor se imagina caminhando ao lado do leitor, conversa com ele, para e descansa para observar um monumento, um estabelecimento público ou uma instituição, conta sua história, relembra casos pitorescos de bastidores e analisa o que lhe é dado a ler nas paisagens da cidade. Sem dúvida, a crônica que mistura realidade e ficção é também um trabalho etnográfico.

Hoje, retoma-se a ideia de perambular pelo centro da antiga capital do Reino Português, território emblemático de estruturas de sentimento de cidade e nação. Em pouco tempo de caminhada, a cidade letuada dos tempos áureos de popularização da imprensa, na virada do XIX para o XX, se transfigura numa cidade midiática, em que a letra e a voz, a imagem e o som compõem uma paisagem de cimento, pedra, árvore e gente. A cidade é aqui entendida não apenas como lugar da produção das culturas urbanas, mas também local eivado dos mais

diversos elementos midiático-eletrônicos que passam a “transformar, de fato, a relação entre sujeito e território” (DI FELICE, 2009, p.160). Passa-se, inclusive, de uma territorialidade a outra, do real ao virtual e vice-versa, das plataformas dos trens, ônibus e embarcações para as plataformas digitais, em que a cidade permanece viva na experiência e também nas construções de memória.

Por todo lado, as *performances* dos artistas de rua lembram personagens lendárias de epopeias clássicas e de romances baratos. Mentalidades e práticas ligadas à palavra escrita estão por todo lugar, reapropriadas pelos modos orais de percepção de mundo e de representação do real. A Avenida Rio Branco, o *boulevard* moderno que atravessa a região tal como uma linha impressa numa página, ainda possui a “rigidez e a permanência” da escrita e perpetua “o sonho de uma ordem” (RAMA, 1984, p. 32). Ali, homens sanduíches que há um século apregoavam as últimas novidades das folhas matutinas e vespertinas, hoje caminham sobre pernas de pau anunciando em seus corpos a compra e venda do metal precioso, a oferta de postos de trabalho e cartões telefônicos. No encontro com o Largo da Carioca, vendedores gritam ofertas de cópias dos mais variados programas para computador. Na entrada da estação do metrô, são expostos livros usados a custo inferior a 10 reais.

No calçadão da Rua Uruguaiana, paralelo à Avenida, e no Largo da Carioca, que faz a interseção dessas duas paisagens, homens e mulheres distribuem pequenos volantes ilustrados de propaganda de produtos tão diversos quanto antiguidades e pratarias, “cautela da Caixa Econômica” e as irresistíveis “princesinhas realizando suas fantasias”. Estas, diga-se de passagem, fazem ponto próximo ao Real Gabinete Português de Leitura, a famosa biblioteca ultramarina lusitana nos trópicos. Na Avenida 13 de maio, passantes do sexo masculino são convidados, por meio dos ditos panfletos, a

conhecer o mais novo ponto de “puro prazer” – um local descrito como “seguro”, com ar-condicionado e “lindas gatas”, localizado em uma sala de um prédio comercial. Em contraposição à fixidez dos livros nas estantes do espaço legitimado de letramento, as pequenas folhas circulam da gráfica impressora aos bolsos dos transeuntes, aos cestos de lixo e às próprias calçadas, dizem o essencial em textos manchetados, acrescentam ilustrações para reforçar o efeito retórico publicitário e convidam ao movimento.

A alguns metros dali, nas imediações do Paço Imperial, duas chapas de metal sustentadas por vigas de madeira fornecem informação escrita sobre o “Programa Paisagem Urbana” da Prefeitura do Rio, que visa à “recuperação do calçamento e mobiliário urbano do centro”. Na lateral da Igreja de Nossa Senhora do Carmo da Antiga Sé, o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, do Ministério da Cultura, anuncia em dois banners pendurados sobre os muros de pedra a restauração da Capela Senhor dos Passos. Por esses painéis, o cidadão-contribuinte toma conhecimento acerca do valor da obra, da empresa que ganhou a licitação pública e dos arquitetos e engenheiros responsáveis pelo projeto. Misto de propaganda governamental e prestação de contas à população, antes mesmo da materialização de projetos, os painéis se espalham pela cidade, na época em que ela se prepara para sediar dois grandes eventos esportivos mundiais. Ainda que não se vejam as obras públicas, estas existem na escrita que lhes dá legitimidade e também à autoridade pública, para fazê-las acontecer. Na circularidade do tempo e do espaço, o neoplatonismo traz de volta a cidade barroca, como bem soube alinhar Angel Rama:

Uma cidade previamente à sua aparição na realidade, devia existir numa representação simbólica que obviamente só podia assegurar os signos: as palavras, que traduziam a vontade de edificá-la na aplicação de normas e,

subsidiariamente, os diagramas gráficos, que as desenhavam nos planos, ainda que, com mais frequência, na imagem mental que esses planos tinham os fundadores, os que podiam sofrer correções derivadas do lugar ou de práticas inexperatas. Pensar a cidade competia a esses instrumentos simbólicos que estavam adquirindo sua pronta autonomia, que os adequaria ainda melhor às funções que lhes reclamava o poder absoluto (1984, 29).

Naturalmente, uma cidade não se pensa nem se re-constrói apenas pelos mecanismos e homens do poder político, econômico ou simbólico. A escrita, também, há muito deixou os ambientes palacianos, adentrou múltiplos espaços, ergueu e reconfigurou novas paisagens e tornou-se objeto de negociação, na urbe. Por mais que a iniciativa da produção de significação se trame numa ordem hierárquica, quando se transforma em narrativa e é dada a ler, a autonomia do texto se choca com práticas de leitura, usos diferenciados e apropriações das mais diversas.

Na semana que antecede o Carnaval de 2012, uma estrutura de andaime com fotos, pinturas e documentos reproduzidos em grande formato chama a atenção dos que passam pelo Largo da Carioca. É a exposição aberta “Cordão da Bola Preta: nove décadas animando o carnaval carioca”, que apresenta em texto, imagens e gráficos as origens da comemoração, a linha do tempo da folia no Rio de Janeiro e a história do mais importante bloco de rua dos festejos de Momo na cidade. O formato de labirinto permite que os visitantes da mostra ao ar livre percorram, em pé, quatro corredores internos de informação do projeto “Memória do Bola”, numa rede de interconexões entre a palavra escrita, fotos, charges, pinturas e design gráfico. Cada uma das linguagens cumpre a função de remediar a outra: oferece uma experiência mais imediata, supre a falta, completa o sentido e cria, no conjunto, um ambiente tátil de percepção e entendimento multissensorial.

A materialidade da estrutura de andaimes permite estabelecer trajetórias diferentes de leitura, dependendo da escolha do visitante de uma das quatro entradas (e saídas) possíveis do mini-labirinto. Há muita informação escrita e impressa, talvez impossível de ser percorrida na totalidade, caso se considere o fato de a visita se dar em pé e numa temperatura que oscila entre os 30 e 40°C. O texto, entretanto, atrai pelos índices de oralidade, ao incorporar expressões do cotidiano e um estilo dialógico que imita uma conversa descompromissada de rua ou de botequim. Talvez por isso, seja fiel ao “jeito Bola de ser”², descontraído, meio irreverente e propício a uma leitura fluida e rápida no espaço público. Alguns visitantes seguem a linearidade de cada um dos tópicos, acompanhando com os olhos a sequência dos dados expostos. Outros optam por uma leitura entrecortada, facilitada por uma hipertextualidade gerada na confluência entre as linguagens. Há quem leia tomando certa distância do *banner* em forma de quadro; há também quem incline o corpo e aproxime os olhos do texto, tocando-o com as mãos. Há quem se incomode quando outro corpo se aproxima e reclama a divisão do espaço de leitura. Há, ainda, quem se deleite em compartilhar a leitura e a apropriação do hipertexto em voz alta com um desconhecido que acabou de chegar, como diariamente acontece nas bancas de jornal da cidade, em frente às capas dos exemplares abertos e pendurados em varal. Na exposição da Bola Preta, a logomarca do poder público se dilui no carnaval icônico, belo e atraente aos olhos e ouvidos, uma vez que a imagem parece reproduzir o som das marchinhas, dos gritos, da algazarra que enche as ruas da cidade nos dias de folia. A escrita *das ruas e nas ruas* tem *tactilidade*, como diz McLuhan³: consegue um alto grau de envolvimento de um ou mais sentidos conjugados no ato interpretativo, que lhe dá significação.

É assim que as letras compõem a paisagem urbana do Rio de Janeiro da contempo-

raneidade: pregam-se em andaimes, inscrevem-se nas pichações, nos cartazes colados e nos outdoors dos muros. As ruas, praças e avenidas formam peças de um labirinto em que as palavras escritas e impressas, dessacralizadas, já se tornaram propriedade comum. Atravessam o caminho de transeuntes letrados e oralizados, uns mais, outros menos intelectualizados; todos, entretanto, perpassados por uma tecnologia que tanto determina a organização da sociedade quanto estrutura formas de pensamento, de saber e conhecimento, em alguns momentos mais, em outros menos consonantes com o universo oral.

A alguns passos do andaime carnavalesco, do outro lado do Largo da Carioca que encontra a Rua Almirante Barroso, um quiosque abriga uma extensão do sebo Mania Antiga, também disponível *online* para o comércio de livros novos e usados. O espaço interno é reduzido, mas os livros estão dispostos por toda parte, no fundo, na frente e nas laterais da estrutura de zinco. Os exemplares ficam expostos em prateleiras fixas que lembram a organização dos volumes nas lojas e bibliotecas. Em pé, na frente do estabelecimento, o livreiro acolhe com simpatia os fregueses. Mas a maioria das pessoas que se aproxima da banca o faz para pedir qualquer tipo de informação: itinerário dos ônibus, dicas de trânsito e localização das ruas. A palavra impressa demarca o lugar da troca de mensagens, um microcentro nervoso de interseção entre a abstração da letra e a concretude do espaço. Camelôs da vizinhança, em frente ao ponto de ônibus contíguo ao sebo, fazem da banca sua biblioteca pública: vêm, pegam algum exemplar, lêem e depois devolvem. Jovens e adultos trazem listas de livros técnicos, científicos e didáticos e perguntam pela disponibilidade. Uma mulher busca legislação de trânsito; uma estudante de ensino médio quer saber se “tem alguma coisa de matemática”; um senhor de cabelos brancos procura por compêndios de contabilidade. Percorrendo a estante no fundo da

banca, um leitor de quarenta e poucos anos, que se apresenta como pesquisador, diz gostar das histórias paralelas que vê construídas, no espaço público, em torno de um livro. Acredita que a maior visibilidade que a rua confere às obras impressas incentiva a circulação de pessoas. Além disso, na banca, ao contrário das livrarias fechadas “que servem a um público muito restrito dentro de um público já restrito de leitores, não há uma vigília ostensiva. O lugar do povo é a rua”, afirma Alexandre Teixeira, para quem as livrarias são “ambientes de refinamento de alta cultura [e] templos do saber, do ungido. Ainda vivemos muito uma Belle Époque”, continua. “A livraria para mim é a Confeitaria Colombo. Se ela saísse um pouco do pedestal, seria mais atraente e o povo não ficaria ausente”⁴.

Na Mania Antiga da rua, um freezer com refrigerantes e água ainda disputa o espaço com Agatha Christie, Sidney Sheldon, romances espíritas e *best-sellers* – os mais vendidos, segundo o livreiro. “É o café daqui”, diz o freguês. Aliás, todo o entorno se constitui como verdadeira praça de alimentação. Pode-se pegar um livro, sentar na mureta da grade que cerca o Largo ou em uma das cadeiras de plástico dos camelôs, ler e devolver, ou adquirir e levar para casa, a preços bem mais modestos. Do lado interno da grade de proteção, uma aleia de pedra portuguesa liga a banca de livros à estação do metrô. É a hora do *rush*. Fregueses começam a consumir salgadinhos e bebidas das barracas dos camelôs que ocupam o trajeto. Na parte inferior da fachada de uma delas, um *banner* de plástico chama a atenção: “Barraca do Guaraná Atômico Bomba”. Sob a bancada, onde o ambulante colocou o liquidificador e as especiarias utilizadas na fabricação do coquetel milagroso, a peça publicitária é uma bula em letras garrafais: descreve a “composição” (guaraná, catuaba, cipó cravo, nó de cachorro, ginseng etc.) e as “indicações” (tônico energético, anemia, desgaste físico e mental, impotência sexual etc). Este é o padrão das tendas: as letras

que listam os produtos à venda são repetidas em voz alta pelos camelôs. Um passeio pelo centro do Rio de Janeiro é sempre uma viagem no jogo das remediações midiáticas, no “labirinto das ruas que só a aventura pessoal pode penetrar e um labirinto dos signos que só a inteligência raciocinante pode decifrar, encontrando sua ordem” (RAMA, 1984, p. 53).

A cidade digitalizada: extensões escriturárias na metrópole

A cidade de entrelaces labirínticos e extensões midiáticas também se encontra na convergência entre plataformas analógicas e digitais. Principalmente nos períodos de trânsito pela cidade, os sujeitos se conectam a dispositivos móveis propulsores de leituras e escritas hipertextuais. Ouve-se música no celular enquanto se lê um livro no metrô. Isso ao mesmo tempo em que uma mensagem SMS ou um bate-papo *online* acionam mecanismos de escrita rápida, na velocidade do atraso e do aviso sonoro de chegada à estação de desembarque ou baldeação. “Ante o monitor, a leitura é uma leitura descontínua, segmentada, mais ligada ao fragmento do que à totalidade” (CHARTIER, 2010, p.9). Nesse trajeto, a cidade também compõe os textos, não apenas como cenário, mas também como parte da narrativa que é contada e lida nos percursos.

Ao chegar à estação Maracanã, da linha 2 do metrô Rio, às vésperas da Copa das Confederações, em junho de 2013, os passantes se veem diante de sinalizações não convencionais impressas sobre os muros e caminhos da cidade. Novas cores e formatos decorativos anunciam a marca de refrigerantes patrocinadora do evento; novas texturas no solo – uma espécie de tapete verde, imitação de um campo de futebol – agenciam hipersensorialidades e fazem lembrar que se está chegando ao estádio reformado, “templo do futebol arte” / “temple of football”, como explica uma das

várias placas bilíngues coladas na passarela que dá acesso ao local. Na estação, a mídia analógica do cartaz fornece as direções correspondentes aos portões de entrada do estádio, tanto para quem a atravessa de dentro da composição, quanto para aqueles que ali desembarcam. Mas a leitura não se esgota no suporte material do papel; ela começa na estação e completa-se em qualquer outro lugar, numa extensão espaço-temporal. É possível fotografar um *QR Code* digital, uma espécie de código de barras em duas dimensões, com um *smartphone* e ser “linkado” a novas informações disponíveis em páginas do evento nas redes sociais ou a um mapa da localização do estádio. Trata-se de uma leitura hipertextual, simbiótica e migrante, de uso comum nas cidades entre possuidores de tecnologias móveis de celular. André Lemos defende que a internet vai produzir “espacialização na relação dos lugares e nas movimentações pelas conexões de tudo e todos” (2013, p. 57). Leitura e escrita se deslocam, portanto, articulando diferentes territorialidades.

A rede de dispositivos de alta tecnologia que povoam as espacialidades urbanas, gerenciam o tempo e reorganizam a memória individual e social, tem suscitado a emergência de novos letramentos, típicos de organizações mais complexas do território, como é o caso das metrópoles. Desponta uma nova economia da comunicação que, além de alterar a escala e o ritmo das associações e sociabilidades, levanta igualmente a questão acerca dos papéis das formas emergentes de escrituração na e da cidade. Ao liberarem o polo receptor e potencializarem as oportunidades de intervenção nas textualidades midiáticas, as tecnologias digitais que estendem os corpos e com eles atravessam a geografia desestabilizam muitas das formas antes hierárquicas atribuídas à escrita, como também fazem surgir novas dobras e desvios da própria linguagem. São escriturações fragmentadas, construídas no imperativo da aceleração do tempo e da cadência do movimento. Intrigas individuais

e coletivas, monológicas e coautorais são tecidas em retalhos de textos, construídos nos intervalos entre uma travessia e outra do espaço, nos veículos de transporte públicos e particulares, nos horários de almoço e de espera e no imprevisto das urgências. Redes hipertextuais e textualidades eletrônicas próprias ao ciberespaço remediaram os circuitos de comunicação analógicos que integram as grandes aglomerações urbanas em rede e, ao mesmo tempo, transferem para a cidade concreta o imediatismo e a transparência dos caminhos hipertextuais, alterando, com isso, as percepções, os usos e as apropriações dos próprios espaços da metrópole. Ao dilatarem os lugares de letramento para além dos livros, das folhas impressas, das livrarias, bibliotecas e cartórios, historicamente ligados tanto à sacralização quanto à democratização das letras, os novos *gadgets* têm suscitado o desejo e a necessidade de acesso às palavras escrita e impressa, despertando e exigindo diferentes habilidades de leitura e inscrição. Usos criativos e diferenciados do padrão linguístico, acrescidos de imagens, sons, infográficos e recursos audiovisuais apelam para um tipo de escrita cada vez mais tátil e operante em regimes de oralidade. A senha para a locomoção e a apropriação das territorialidades urbanas na contemporaneidade passa, cada vez mais, pelo acesso a essa velha e nova tecnologia.

Considerações finais

Os fenômenos da contemporaneidade suscitam uma revisão hermenêutica das narrativas escritas que circulam pela cidade, ela própria uma composição sígnica híbrida, polimorfa e polifônica. Embora as afirmações do intelectual que frequenta o sebo da rua ainda careçam de problematização, uma observação atenta de um trecho da Travessa do Ouvidor mostra a localização de uma livraria da moda ao lado de uma papelaria de luxo que, por sua vez, é vizinha de um dos inúmeros cartórios de

tabeliães, que estão por toda parte no centro do Rio. Uma cartografia simbólica, que tenta desvendar as materialidades, práticas, usos e apropriações da escrita numa dada paisagem urbana, amparada por um referencial crítico acerca de como se constituiu, na longa duração, a cidade das letras, pode identificar, ainda, alguns de seus remanescentes na geografia dos tempos atuais. Mas, além das lojas refinadas de livros que “[acompanham] a exclusividade letrada com a exclusividade de seus canais de circulação” (RAMA, 1984, p. 65), herança do tempo das rodas literárias dos intelectuais do sorriso da sociedade, bancas populares, posicionadas estrategicamente em áreas de grande circulação, atraem um público leitor numeroso, anônimo e desconhecido, cujas práticas de leitura ainda precisam ser desvendadas. O cartório, sucursal da ordem, ainda é o vetor de uma escrita impostora (RAMA, 1984, p.63), reguladora das identidades e das movimentações humanas, compulsória e autoritária como o selo que comprova a veracidade daquilo que é preciso ser impresso e autenticado, para legitimar-se como documento.

Em frente à Igreja do Rosário, no calçadão da Rua Uruguaiana, uma senhora negra de cabelos brancos costuma sentar-se toda tarde, lendo o Evangelho silenciosamente, enquanto, a sua volta, o barulho dos gritos dos camelôs enche a paisagem sonora, e os fiéis adentram o templo para cantar e rezar. Reconhece-se autodidata e diz ter aprendido a ler sozinha, no interior do Nordeste, antes de emigrar para o Rio de Janeiro, na década de 1970. O exemplar da Bíblia que tem em mãos está com as margens das páginas marcadas por observações e palavras de ordem, produto de uma leitura intensiva, algumas vezes sussurrada, acompanhada do movimento dos lábios. A poucos metros dali, um camelô munido de um microfone auricular e de um pequeno alto-falante preso à cintura anuncia uma antena de televisão milagrosa, vendida por R\$ 20, capaz de transformar qualquer chuva em imagem

de cinema. Na embalagem do produto, nenhuma informação escrita, apenas uma foto da antena. O manual de instruções está na boca do ambulante: ao mesmo tempo em que convoca os fregueses, fornece as especificações, o modo de usar, as condições de troca e os termos da garantia.

Nas barcas que atravessam a Baía de Guanabara, leitores de impressos consomem avidamente as notícias de periódicos que se propõem a fornecer os acontecimentos do dia anterior num caldeirão de letras, imagens, cores e sensações. Salpicados entre a multidão sentada e em pé, que enche o veículo flutuante, empresários fecham negócios em conversas telefônicas, turistas fotografam a decolagem de aviões no Santos Dumont e internautas conferem as novidades das redes sociais, ao mesmo tempo em que acrescentam dados e impressões do deslocamento ao hipertexto digital. A embarcação é uma metonímia da cidade e suas paisagens midiáticas: um micromundo de plataformas, atores, usos e apropriações da escrita.

A leitora crente, o vendedor de rua e o transeunte conectado são signos de uma nova ordem das letras. Parafraseando Machado de Assis, são eles sintomas de nosso tempo e nossa nova geografia urbana. Dão a ler o poder da escrita de, não apenas se restringir a espaços privilegiados, como também de transmutar-se em materialidades e práticas da comunicação que os sujeitos históricos reinventam continuamente, no encontro com a oralidade. Atestam, todavia, “a diglosia característica da sociedade latinoamericana” (RAMA, 1984, p. 52), mas com um diferencial: no lugar de uma “separação sígnica”, essas figuras urbanas, corpos escritos pelo processo histórico que pensou a cidade do Novo Mundo ibérico, são também escreventes de tensões e porosidades constantes entre a língua erudita dos impressos, aparentemente silenciosos, e a língua popular e cotidiana das relações sociais, carregadas de gestos, imagens e sons.

Angel Rama “não acreditava nos mitos

que tentam manipular consciências, nem nos mitos que mentem sobre a realidade, mas naqueles e só naqueles que são fundamento de nossa realidade cultural”, nos conta Hugo Achugar no prólogo da edição brasileira de *A cidade das letras*. “A realidade, com toda sua carga contraditória de monstros e maravilhas que a América Latina oferece diariamente” (1984, p. 15-16). ♦

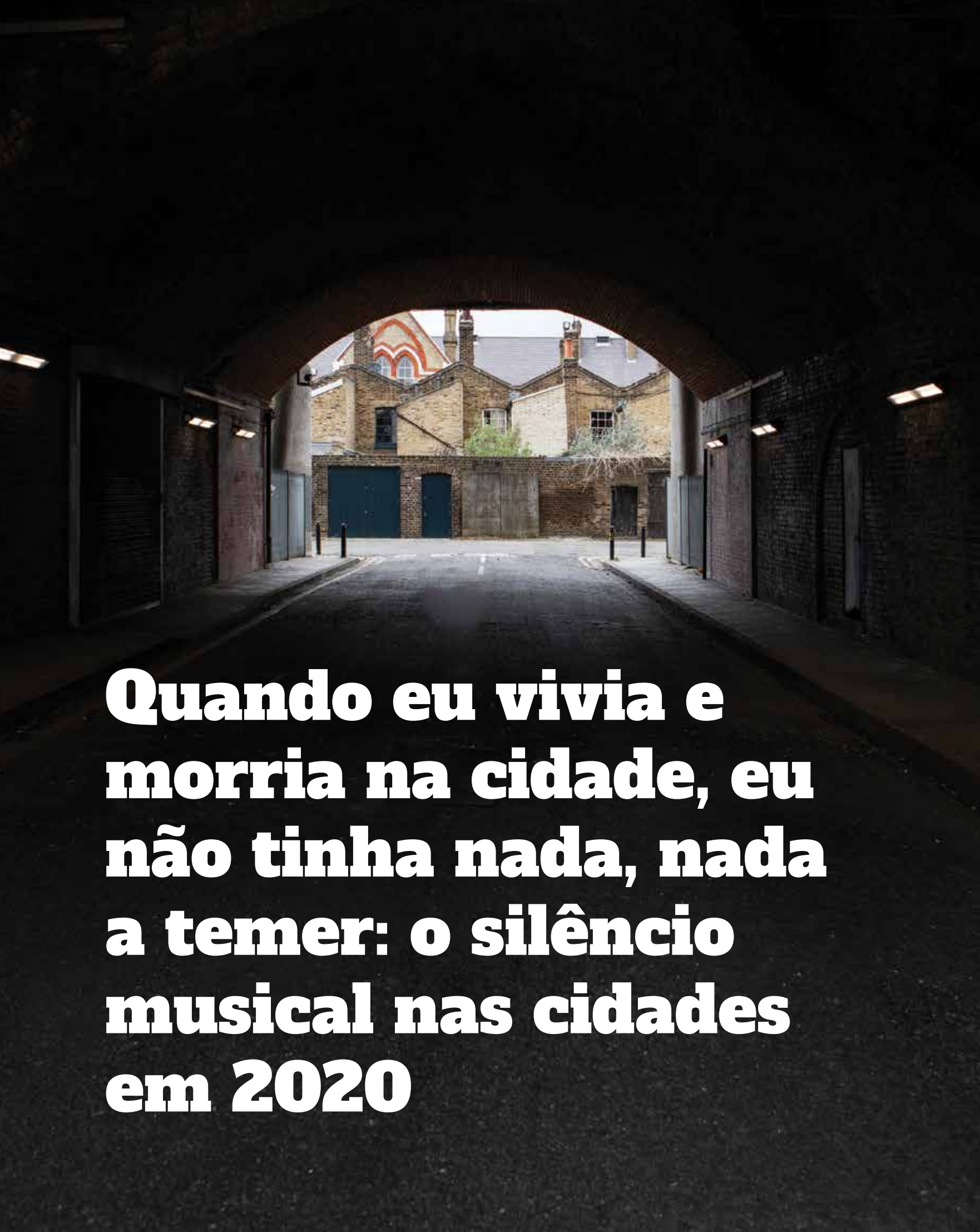
¹ “O rádio é o jornal de quem não sabe ler; é o mestre de quem não pode ir à escola; é o divertimento gratuito do pobre; é o animador de novas esperanças; o consolador do enfermo; o guia dos sãos, desde que o realizem com espírito altruísta e elevado”. In: FERRARETTO, Luiz Artur. 2.ed. Rádio: o veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001, p. 97.

² Expressão utilizada pelo site do Cordão da Bola Preta para falar da mostra ao ar livre. Cf. www.cordaodabolapreta.com.br/memoria-do-bola. Acesso em 15.02.2012.

³ Cf. GLOSSARY OF McLuhan TERMS AND CONCEPTS. Toronto: The McLuhan Program in Culture and Technology, University of Toronto. Disponível em: <<http://www.utoronto.ca/mcluhan/marshal.htm>>. Acesso em 09.12.2009

⁴ Depoimento oral fornecido em 13.02.2012.

- ASSIS, Machado de. O jornal e o livro. S. Paulo: Cia. das Letras, 2011.
- BOLTER, Jay David & GRUSIN, Richard. Remediation: understanding new media. MIT Press, 1999.
- CHARTIER, Roger. Escutar os mortos com os olhos. In: Revista Estudos Avançados / USP, n.69, (2010), pp. 7-30.
- FERRÃO NETO, José. Mídia, oralidade e letramento no Brasil: vestígios de um mundo dado a ler. Tese (Doutorado). Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social, 2010.
- FERRARETTO, Luiz Artur. 2.ed. Rádio: o veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.
- DI FELICE, Massimo. Paisagens pós urbanas: o fim da experiência urbana e as formas comunicativas do habitar. São Paulo: Annablume, 2009.
- GLOSSARY OF McLUHAN TERMS AND CONCEPTS. Toronto: The McLuhan Program in Culture and Technology, University of Toronto. Disponível em: <<http://www.utoronto.ca/mcluhan/marshal.htm>>. Acesso em 09 dezembro 2009.
- HAESBAERT, Rogério. Territórios alternativos. Niterói, São Paulo, Ed. UFF e Contexto, 2002.
- LEMOS, André. Espaço, mídia locativa e teoria Ator-Rede. In: Galáxia. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica. PUC-SP, v. 13, n. 25 (jun. 2013), pp. 52-65.
- _____, André; LÉVY, Pierre. O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.
- LÉVY, Pierre. As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática. São Paulo: Editora 34, 1993.
- LIMA, Luiz Costa. Dispersa demanda: ensaios sobre literatura e teoria. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1981.
- MACEDO, Joaquim Manuel de. Um passeio pela cidade do Rio de Janeiro. Brasília: Senado Federal, 2009.
- MATOS, Gregório de. Poemas Satíricos. São Paulo: Martin Claret, 2004.
- NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em História da PUC-SP, São Paulo, 1993.
- RAMA, Angel. A cidade das letras. S. Paulo: Brasiliense, 1985.
- RIBEIRO, Darcy. O povo brasileiro. São Paulo: Cia. das Letras, 2006.

A dark, arched tunnel leads to a courtyard with brick buildings and a church in the background. The scene is dimly lit, with light coming from the opening of the tunnel and from small lights on the walls. The text is overlaid on the lower half of the image.

Quando eu vivia e morria na cidade, eu não tinha nada, nada a temer: o silêncio musical nas cidades em 2020

Paulo Celso da Silva
Míriam Cristina Carlos Silva
Universidade de Sorocaba, São Paulo, SP

Resumo

Fevereiro de 2020. As cidades europeias começam a sentir os primeiros sinais da pandemia. O que parecia ser restrito às cidades asiáticas, rapidamente espalha-se e em poucas semanas pelo mundo. Cidadãos e cidades despreparados refugiam-se em suas casas, então a única maneira de conter a propagação, ainda maior, do vírus Covid19. O silêncio toma conta das ruas, praças, avenidas que, solitárias, algumas são tomadas por animais. Este trabalho, misto de experiência pessoal, contribuição de músicos com seus depoimentos, teorias, ensaia uma reflexão do cotidiano urbano e sua sonoridade. Apropria-se da canção de Albert Plà, ¿Os acordais? para uma reflexão poética do momento vivido e uma releitura gráfica da canção.

PALAVRAS-CHAVE: Cidade; Pandemia; Silêncios; Cotidiano; Albert Plà.

Neste ensaio, tomamos a liberdade de utilizar cores diferentes para as diversas vozes que nele se apresentam. Assim, em marrom serão citações literárias; em roxo as musicais; em azul as fílmicas.

O cotidiano

O ano de 2020 nos traz lembranças de cifras de contágio, estatísticas diárias de mortes por lugares, países e a soma global. Não importa a escala, há números para acrescentar. Um ano a nos ensinar que a vida é finita para todas as espécies vivas, mesmo que a espécie que se autointitula racional, queira acreditar na sua imortalidade ou na não factibilidade desse acontecer natural.

Um ano para retornar coisas que ficaram distantes em nosso cotidiano. Como o caos original, o qual nos conta Hesíodo em sua Teogonia, afirmando que foi o primeiro a nascer, “é uma figura totalmente delineada, pouco personificada (já que pelo menos tem descendência), e que não consiste naquele turbilhão de matéria informativa que costumamos imaginar” (CAOS). Ou seja, originariamente não havia caos no Caos, mas o vazio. Assim, o Caos

É um termo educado, mas inteligente, que povoou densamente nossa literatura e linguagem desde Dante: a impressão do caos como desordem universal, suas origens nobres como só uma ancestralidade grega pode ser, junto com seu nome quase pessoal, paradoxalmente conseguem dar-lhe uma ordem, uma identidade. É aí que reside o seu poder: é uma palavra que consegue (ou talvez pretenda alcançar) sustentar o que é totalmente sem padrões, imprevisível, impenetrável e de vitalidade original - muito acima da desordem burocrática, a mera confusão (CAOS).

Vivemos dias de introspeção física e, em muitos casos, mental. Reclusos em casa e mergulhados nesse Caos, no vazio a ferir nossa racionalidade, sedenta de ter domínio e explicar tudo e não conseguir. Ao mesmo tempo, colocou-nos diante de nossos entes em tempo integral que, até então, eram momentos reservados e específicos dos dias de rotina que, talvez erroneamente, víamos como nosso normal e passamos a querer um

“novo normal”. Outra vez na ânsia e desespero de racionalizar e retornar o controle, o qual acreditamos ter.

O cotidiano, pela sua repetição, sua rotina, nos consola no presente e, nos remete à metafísica de Schopenhauer em que

“toda a nossa existência é fundamentada tão somente no presente – no fugaz presente. Deste modo, tem de tomar a forma de um constante movimento, sem que jamais haja qualquer possibilidade de se encontrar o descanso pelo qual estamos sempre lutando” (SCHOPENHAUER).

O autor prossegue refletindo seu momento do século XIX e, diante dos acontecimentos, identificamo-nos com suas palavras, na sensação de que nos foram ditas propositadamente. As palavras já não nos consolam mais e ferem a mente:

“Nossa existência é marcada pelo desassossego. Num mundo como este, onde nada é estável e nada perdura, mas é arremessado em um incansável turbilhão de mudanças, onde tudo se apressa, voa, e mantém-se em equilíbrio avançando e movendo-se continuamente, como um acrobata em uma corda – em tal mundo, a felicidade é inconcebível” (SCHOPENHAUER).

Mas, não queremos acreditar que

“Nenhum homem jamais se sentiu perfeitamente feliz no presente; se acontecesse, isso o envenenaria” (SCHOPENHAUER).

Conforme os dias transcorrem, o silêncio toma conta dos lugares. Então, sinônimo de identidade das pessoas com seus espaços. No Caos -Vazio, reflete-se a possibilidade de que o silêncio das cidades seja o silêncio das identidades. Telejornais informam, assustados, de animais silvestres a passear pelas cidades de nosso orgulho globalizado: macacos pelas ruas de LopBuri (Tailândia); um puma em Santiago (Chile); Javalis em

Barcelona (Catalunha, Espanha); búfalos e pavões em Nova Deli e 150 mil flamingos em Mumbai (Índia); ovelhas em Sansum (Turquia); cabras em Llandudno (país de Gales); um urso pardo em Oruense (Galícia, Espanha); água-viva nas límpidas águas dos canais de Veneza (Itália). E Arnaldo Antunes (1996) cantava ao longe:

...antes de existir a voz existia o silêncio
o silêncio
foi a primeira coisa que existiu
um silêncio que ninguém ouviu...

Nós contemporâneos, crenes na dualidade barulho – silêncio. E o silêncio soava negativo e para ser negado. Para ser considerado, como sugere Orlandi, o espaço entre falas, aquele em que “o silêncio escorre por entre as tramas da fala” (ORLANDI, 2002, p.34). Pois essa autora quer que a fala organize o silêncio, já que ele é disperso. Ou seja, não sabemos, ou não queremos usar o silêncio para além do mero ato de falar. Seja esse falar em artigos, facebook, whatsapp, Twitters. E no auge da pandemia que nos assola, ainda era necessário organizar o silêncio? Organizar animais que passeavam pelas ruas despreocupados com a busca, com a voz, com os sons dos maquinários humanos? O canto e a guitarra flamenca de Vicente Amigo (2000) cortam o ar, povoado de sons de ambulâncias e bombeiros:

ciudad de las ideas
donde paso algunas noches
encerrado en el silencio de los monjes.
ciudad de las ideas
yo me baño por la tarde
y me empapo de la sal de tus detalles.
si es que las palabras se las lleva el aire
que las mias se la lleve hasta tu calle.

Os monges remetem ao filme de Philip Gröning, *El gran Silencio*, no qual repetição, ritmo e silêncio agridem o espectador pela sutil leveza do cotidiano dos Monges no Couvent de Grande Chartreuse (França).

“Em 1984 o diretor Philip Gröning pediu autorização da Ordem dos Cartuxos para rodar. Dezesesseis anos depois recebeu um telefonema. Havia chegado a hora” (GRÖNING, 2005).

Aqueles que vivem perto do mar, ouviram o mar, a voz do planeta Terra com o Cosmo. Lembrando que

“ao rugido do abismo, nada é comparável. É a imensa voz bestial do mundo” (HUGO, 2019, pág. 109).

Dessas referências do cotidiano, músicos perguntados e perturbados, pelo silêncio das cidades, nos oferecem uma amostra do seu [sobre]viver a ele. Por meio digital nos contaram:

Falas do silêncio – PSIA5 – PSIU!

Thífani Postali - Guitarrista e Professora em Sorocaba/SP

De repente tudo parou e o silêncio da cidade apareceu. Pela manhã os pássaros parecem cantar com mais força, mas a verdade é que seus sons deixaram de ser ofuscados pelos barulhos dos carros, das obras e do vai e vem de pessoas apressadas. À noite, outros sons surgiram, esses nunca percebidos e ainda não identificados...

É possível ouvir o barulho das folhas das poucas árvores que resistem à paisagem de concreto, que balançam alegremente com o vento, e até mesmo do vento que sopra a sujeira da cidade vazia.

A vida humana está em alguns locais específicos da cidade, entendidos como essenciais. Nos hospitais e nos supermercados, a vida parece ter acelerado ainda mais; nas casas, dependendo da rotina, é possível ouvir os sons dos relógios, dos eletrodomésticos e dos computadores que se tornaram essenciais para o trabalho de muitos e as janelas para a vida lá fora. Os sons das teclas, por vezes, substituem os sons das vozes. Na cidade, o silêncio que prevalece é o provo-

cado pela cultura humana, do resto, os sons da natureza parecem ganhar mais vida.

Ao contrário do que se imagina, o silêncio da urbe provoca mais tensão a quem sempre foi acostumado com o barulho frenético da cidade. Carros e motos em alta velocidade, buzinas e, especialmente, sons de ambulância fazem o coração acelerar, sendo possível ouvi-lo. O movimento de pessoas, tensas, nas ruas, também faz os batimentos acelerarem. Sinto falta das reuniões de pessoas sorrindo, ao final do dia, nas ruas badaladas ou parques.

Os significados dos sons da cidade mudaram, pelo menos em tempo de pandemia.

Henrique Autran Dourado - Regente e Professor em São Paulo

O som é prata, o silêncio é ouro”, disse Beethoven, repetindo um dito popular alemão. Não tenho problema com o silêncio, admiro-o como à natureza. Mesmo porque não há um silêncio absoluto, se nos isolarmos em uma câmara à prova de som, ouviremos um grave, nosso sistema circulatório e batimentos cardíacos, e um agudíssimo, do sistema nervoso. Como tenho uma moderada perda auditiva (PAIR) por causa de orquestras, levei de prêmio o tinnitus, que é um som agudíssimo que só eu ouço, e no silêncio. Temo apenas sons automotivos, das ruas, o trânsito, gente gritando nos ambientes, que causam lesões neurossensoriais.

Maurício de Gusmão Nogueira - Violonista e Professor em Sorocaba/ SP Durante esse período de pandemia, que a gente presenciou o silêncio na cidade, nas ruas, em todos os lugares, me senti bastante ruidoso em meu interior pelos muitos questionamentos que surgiram, porque eu via que o silêncio que se formava na matéria, nos espaços físicos era apenas o reflexo do silêncio existencial interno de cada ser, da aceitação passiva sobre nossa função social que de repente ficou anulada. Realmente

temi meu silêncio, algo que de início senti, mas acho que inconformados que somos logo essa revolução sonora, de todos os lados começou a brotar dentro não só de mim mas de muitos que estavam em minha volta e acabou se refletindo em nossos meios comunicantes. Acredito que a resposta de todos foi muito imediata e está sendo muito positiva. A poesia, o lirismo, a técnica para a expressão de do sentimento sobre essa realidade que estamos vivendo tem sido ferramentas muito importantes para mim, até para conseguir viver em harmonia diante de tanta contrariedade.

Voilá Marques – contrabaixista, Sinfônica no Rio de Janeiro

Parabéns pela ideia do texto, Paulo Celso! Infelizmente, não estou podendo assumir um compromisso de escrever ou de qq coisa, pq tenho andado muuuito enrolada... Na realidade, estou trabalhando mais e recebendo menos, agora na pandemia. Essa semana, por exemplo, tenho que gravar e entregar 11 vídeos, e ainda revisar 3 textos que escrevi, fora burocracias que precisam ser resolvidas essa semana de as jeito, e mais os afazeres da minha casa e da dos meus pais... Pra piorar, tive uma subida linda de pressão essa semana. Olha, pra muitos músicos, essa pandemia está sendo um momento de experiências novas com os programas de edição e, às vezes, uma movimentação ansiosa de não deixar a Música ser esquecida ou ser tragada e deixada de lado, com tantas preocupações. Por outro lado, quem já lidava de alguma forma com recursos da Internet, talvez estejam preferindo ficar mais em off, ou usar o tempo também fazendo outras experiências ou desenvolvendo outros projetos. Mas nunca se ouviu tanto contra-baixo pela Internet, como nessa pandemia, e isso é ótimo, pq relaxa pra quem precisa relaxar, acrescenta experiências novas pra quem procura por elas, e faz refletir sobre a

vida, sobre a Música ou sobre o contrabaixo, pra quem se pega pensando num sentido pra vida nesse momento. Boa sorte, sucesso e abraços contrabaixísticos pra você!!!

André Caraméz – Guitarrista em Sorocaba/SP

Não sou bom nisso , mas sei que tenho saudade do silêncio de antes , embora me faz bem essa diminuição da velocidade da vida, o coração amorna mais nosso corpo . Tenho positividade nesse novo momento, sinto que temos mais oxigênio limpo pra respirar , as vezes sinto coisas que né apertam o peito e aí não dá outra, vou buscar no som das músicas acalmar os meus sentimentos.

Arturo Blasco – Guitarrista e Profesor en Barcelona (Cataluya/ES)

Los 87 pasos en silencio

Los 87 pasos en silencio en el terrao del edificio, dando vueltas como un preso, oyendo y hablando con los mirlos... Blackbirds... Recordando Beatles, el cuarteto de John Coltrane, silencio de rutina de submarino, solo el sonar, el metronomo que pongo de vez en cuando para acostumbrarme a los tiempos muy lentos.

Meditar, leer y más silencio de paseo en el terrao... 2 largos meses... Tras tres meses paseo diario con mascarilla cada día y tocar los temas de vez en cuando, mios o de otros, para automatizar la musicalidad, tocar, jugar, oír poco y muy muy bueno... Coltrane. Ahora cuesta salir de esta rutina, pero iremos saliendo... Me alegro de que se acabe la musica de los putos balcones para amenizar y animar, la verdad yo no lo necesitaba, salgo cada dia a las 8 de la tarde a aplaudir a los sanitarios y a los 4 minutos padentro y silencio maravilloso y terrorificas noticias *in my fuckin tv set.*

Figura 1: Discografia de Arturo Blasco para a pandemia



[Sobre]viver ao silêncio da cidade, confinado em espaços, por vezes reduzidos, nos traz outras perspectivas sonoras. Quando o silêncio é proposital, como no caso de John Cage na câmara anecóica em 1952 na qual pode ouvir três sons: o agudo de seu sistema nervoso e o grave do seu sangue em circulação e o silêncio ou o “13º som”, ou ainda em 4’33”, peça na qual um pianista entra no palco, senta-se em seu piano de calda e permanece em silêncio e parado. A música é feita pela plateia que ri, tosse, boceja, bufa, enfim, expressa-se: “ Nenhum som teme o silêncio que o extingue e não há silêncio que não seja grávido de som” (CAGE, 1985, pág. xiv). Espantados, nos perguntamos:

Quantas vezes já usamos essa mesma passagem em nossas conversas, artigos e aulas? Silêncio múltiplo. PSIA!!

Conversando e re-lendo as notas das amigas e amigos, sentimos a geograficidade em suas palavras e sensações. Ou seja, “a própria essência geográfica do ser-e-estar-no mundo. Enquanto base da existência,

a associação entre geograficidade, lugar e paisagem” (DARDEL, pág. xii). Desde o seu confinamento no lugar, construíram uma paisagem própria, aquela à qual Lô Borges/Fernando Brant nomearam de “Paisagem na Janela” (1972):

Da janela lateral do quarto de dormir
 Vejo uma igreja, um sinal de glória
 Vejo um muro branco e um voo pássaro
 Vejo uma grade, um velho sinal
 Mensageiro natural de coisas naturais
 Quando eu falava dessas cores mórbidas
 Quando eu falava desses homens sórdidos
 Quando eu falava desse temporal
 Você não escutou
 Você não quis acreditar

E tal paisagem é a própria totalidade que os colocou no mundo, concluiu uma existência e, dessa forma, foi o momento que os colocou como habitantes da Terra. Não era uma paisagem para se olhar mas “a inserção do homem no mundo, lugar de um combate pela vida, manifestação de seu ser com os outros, base de seu ser social” (DARDEL, pág. 32).

O olhar-viver confinado manifestou o Ser com e para os Outros, pudemos descobrir-nos reconhecendo as dificuldades de todos. Talvez, por isso, a insistência das mídias em reforçar o fato da união na distância.

¿Os acordáis?

Das inúmeras canções que apareceram durante a pandemia, a do músico espanhol Albert Plà possibilitou nosso reconhecimento nas palavras, nas propostas. “Esta canção foi feita durante a pandemia do Covid19 e é tão comprida como o tempo que durou o confinamento. Albert Plà reflexiona com ironia o impacto que teve a crise do corona vírus mundialmente” (PLÀ, 2020).

No total essa canção dura 10:21 minutos e foi lançada no dia 01 de julho de 2020 pela plataforma Youtube. Desde então, estão registradas 76.562 visualizações, para 2500

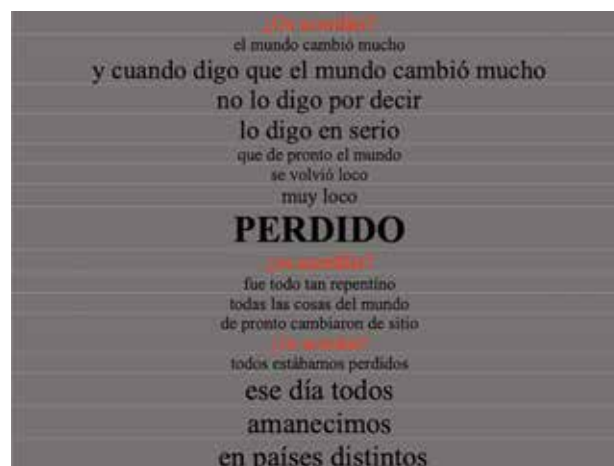
‘Gostei’ e 62 “Não Gostei”; 232 comentários, sendo o primeiro imediatamente a publicação e o mais recente no dia 8 de outubro de 2020. Isso pode ter rendido, aproximadamente de US\$ 76,56 a US\$ 383, caso o músico tenha configurado a monetização do seu canal. Entretanto, não nos parece importante esses números, uma vez que são meras curiosidades de uma obra. Uma vez que por 70 € é possível agendar pelo whatsapp um show com duas músicas, ao vivo, do cantor. A agenda de setembro 2020 esteve completa e, no dia 10 de outubro, tínhamos apenas 16 horários disponíveis.

“Albert Pla da un paso más allá del streaming, un gran paso para él y ningún paso para la humanidad”,

informa o site do músico.

Da canção ¿Os acordáis? fizemos uma releitura gráfica, com base na ênfase das palavras cantadas e sua distribuição no clipe oferecido pelo Youtube. Ao todo foram 14 páginas para toda a poesia. Mas aqui “escolhemos”, aleatoriamente, partes dela colocando o word em layout de impressão reduzido a 10 % para não sabermos exatamente o que estava escrito e eliminamos as 9 páginas.

A amostragem gráfica da canção ficou assim:



PAISAJES INAUDITOS

LUGARES REMOTOS

QUÉ INSIGNIFICANTES SOMOS

NOS
CAMBIARON
LAS COSAS
DE SITIO

CON NOSOTROS
DENTRO

¡Oh mundo!
HUBO CONFUSIÓN E HISTERIA
PARECÍA MENTIRA
Nadie lo comprendía

éramos como
hormiguitas
cuya cabecita
no explica
el pie que las pisa
somos tan
PEQUEÑITAS

ESO NO
SE ENTENDÍA

¡Oh mundo!
BERLÍN ESTABA EN LA CHINA
LAS PERSONAS
DE SEVILLA

AMANECIERON
EN HUNGRÍA
ROMA ESTABA
EN KATMANDÚ

Y HELSINKI
EN IGUAZÚ

Y MOSCÚ...
ESO NO LO SABES NI TÚ...
ESO NO LO SABES NI TÚ...
Y MOSCÚ...
ESO NO LO SABES NI TÚ...

¡Oh mundo!
el mundo cambió mucho
y cuando digo que el mundo cambió mucho
no lo digo por decir

lo digo en serio
PORQUE DE PRONTO
EN
KYOTO

UN vikingo
en Malibú

y ALBURquERquE
EN TUCBUCTÚ

Y EL PERÚ...
ESO NO
LO SABES
NI TÚ...
Y EL PERÚ...
ESO NO
LO SABES
NI TÚ...

SE PENSABAN
LOS HUMANOS
QUE SI SE PONÍAN
DE ACUERDO
SI LUCHABAN
TODOS JUNTOS
PODRÍAN DOMINAR
EL MUNDO

¡Oh mundo!
Fue un completo fracaso

ese mundo
que antes era todo nuestro
ESE MUNDO
DEL QUE NOS CREÍAMOS
LOS DUEÑOS
SIMPLEMENTE
SEGUÍA GIRANDO
SIN NUESTRO PERMISO

RAZONAR ES DE TONTO
Y NOSTROS TAN LOCOS

LOS reyes
quedaron
sin
REINO

LOS SABELOTODO
HUMILLADOS

LOS CIENTÍFICOS
MAS LISTOS
PARECÍAN
TONTITOS

NO

NO SOMOS NADA

NO

NO SOMOS NADA

NO

NO SOMOS NADA

NO SOMOS NADA
NO SOMOS NADA
CANTABA
UNA
CANTANTE
nacida
en Alicante
En Alicante

que la culpa era de ella

**VAYA MIERDA
DE PLANETA**

otros simplemente dijeron:
LA TIERRA ESTÁ ENFERMA

no era
un simple planeta
relleno de
pedras
y lava
y de fuego
y arena

¿Os acordáis?

El mundo cambió mucho
 Y cuando digo que el mundo cambió mucho
 No lo digo por decir, lo digo en serio
 Que de pronto el mundo se volvió loco, muy loco, perdido
 ¿Os acordáis?
 Fue todo tan repentino
 Todas las cosas del mundo de pronto cambiaron de sitio
 ¿Os acordáis?
 Todos estábamos perdidos
 Ese día todos amanecimos en países distintos
 Paisajes inauditos, lugares remotos
 Y qué insignificantes somos
 Nos cambiaron las cosas de sitio con nosotros dentro ¿Os acordáis?
 Hubo confusión e histeria
 Parecía mentira, nadie lo comprendía
 Éramos como hormiguitas cuya cabecita
 No explica el pie que las pisa
 Somos tan pequeñas
 Eso no se entendía
 ¿Os acordáis?
 Berlín estaba en la China
 Las personas de Sevilla amanecieron en Hungría
 Roma estaba en Katmandú y Helsinki en Iguazú
 Y Moscú, eso no lo sabes ni tú
 Y Moscú, eso no lo sabes ni tú
 ¿Os acordáis?
 El mundo cambió mucho
 Y cuando digo que el mundo cambió mucho
 No lo digo por decir, lo digo en serio
 Porque de pronto los continentes y los mares
 Los desiertos y los glaciares
 Las montañas y ríos y bosques y selvas
 Y valles, pantanos y estepas
 También se sumaron al caos
 Y eligieron cambiarse de sitio
 No hubo terremotos ni ningún cataclismo
 Fue todo suavcito, fue como un susurro
 suspirado al oído
 ¿Os acordáis?
 París estaba en el Congo
 Las personas de Estocolmo amanecieron en Kyoto
 Un vikingo en Malibú y Albuquerque

en Tombuctú Y el Perú, eso no lo sabes ni tú
 Y el Perú, eso no lo sabes ni tú
 ¿Os acordáis?
 ¿Recordáis el Everest?
 Algunos nos adaptamos, algunos más que otros
 Unos más y otros menos, unos poco, otros mucho
 Y otros como buenamente pudieron
 Los que algún día fueron dueños de algo
 Fueron desvalijados
 Los que alguna vez se sintieron muy de algún sitio
 Lo pasaron peor que ninguno
 Los líderes del mundo perdieron el rumbo
 Los charlatanes se quedaron mudos
 Los falsos profetas fueron desenmascarados
 Se cayeron sus dioses de barro
 Los reyes quedaron sin reino
 Los sabelotodo, humillados
 Los científicos más listos parecían tontitos
 No, no somos nada
 No, no somos nada
 No, no somos nada
 No somos nada
 No somos nada, cantaba una cantante
 Nacida en Alicante
 Pues nuestra querida Tierra nos guardaba otra sorpresa
 De repente las personas éramos de otra manera
 La gente cambió de forma
 Ya no eran como eran
 ¿Os acordáis?
 Niños con dos cabezas
 Otros con el pie en la oreja
 Y otro el pito entre las cejas
 Una mano en Malibú y el corazón en Tombuctú
 ¿Qué harías tú? Eso no lo sabes ni tú
 ¿Qué harías tú? Eso no lo sabes ni tú
 ¿Os acordáis?
 Fue un gran galimatías
 Que se alzaba como un dios en frente de Jerusalén
 Faltaba fe, faltaba fe para entender
 ¿A dónde vamos? ¿De dónde venimos?
 De donde veníamos todos parecíamos tenerlo muy claro
 Pero hacia dónde vamos ya era un asunto un poquitito mucho más delicado
 ¿Os acordáis?
 Fue todo tan asombroso

A algunos nos pareció realmente gracioso
 Incluso divertido, ver el mundo tan cambia-
 do Y nos reímos un poco
 Pero pronto nos dejamos arrastrar por el
 pesimismo Y nos juntamos al resto de hu-
 manos
 Pa' poder resolver el maldito misterio
 ¿Os acordáis?
 Éramos tan vanidosos
 Se pensaban los humanos que si se ponían
 de acuerdo
 Si luchaban todos juntos, podrían dominar
 el mundo ¿Os acordáis?
 Mejor voy a repetirlo
 Se pensaban los humanos que si se ponían
 de acuerdo
 Si luchaban todos juntos, podrían dominar
 el mundo ¿Os acordáis?
 Fue un completo fracaso
 A ese mundo que antes era todo nuestro
 A ese mundo del que nos creíamos los
 dueños Simplemente seguía girando sin
 nuestro permiso Razonar es de tontos y no
 nosotros tan locos Exprimiendo los sesos muy
 serios
 Tozudos y muy conciencizados
 Levantando las manos suplicándole al cielo
 Y pidiendo socorro
 ¿Os acordáis?
 Cómo gritábamos socorro
 Como pide socorro piando un pobre pajarito
 Como pollos descabezados profundamente
 humillados Estábamos desubicados, 'tába-
 mos desparramados Todos desordenados
 errando por el globo terráqueo Sin razón ni
 motivo, sin sentido ni rumbo
 Sin meta ni destino, ni objetivo ninguno
 Sin ton ni son, sin ton ni son
 Sin ton ni son, sin ton ni son
 ¿Os acordáis?
 Washington estaba en Japón
 El Titicaca en Arabia y el Danubio en Groen-
 landia Los cosacos en Kabul y pigmeos en
 Cancún Y Estambul, eso no lo sabes ni tú
 Y Estambul, eso no lo sabes ni tú
 ¿Os acordáis?
 El mundo cambió mucho
 En lo alto de los Andes

¿Qué es una persona sin la gente que ama?
 ¿Qué es el futuro si de tu pasado ya no que-
 da nada? ¿Qué es un político sin un guar-
 daespaldas? ¿Qué es un militar sin sus ar-
 mas?
 ¿Qué es un científico sin vacuna?
 Recitaba un poeta bajo la luz de la luna
 ¿Os acordáis?
 Fue una auténtica tragedia
 Un gran drama en clave de comedia
 Una farsa donde la gente interpreta el pa-
 pel De aquel que siempre tropieza dos veces
 Con la misma piedra
 Siempre pasa lo que no te esperas
 Nada sale como uno desea
 Nunca sabes dónde te equivocas
 Pero eso ya a nadie le importa
 Porque todo se puede volver en tu contra
 sin darte ni cuenta
 ¿Os acordáis?
 Se nos cortó la mayonesa
 A pesar de que algunos pidieron perdón a la
 Tierra Pachamama, Mama Tierra
 Otros dijeron que no, que la culpa era de
 ella Vaya mierda de planeta
 Otros simplemente dijeron la Tierra está
 enferma No era un simple planeta relleno
 de piedras Y lava, y de fuego y arena
 Era un pobre ecosistema que tenía sus pro-
 pios problemas
 ¿Cómo estaba el planeta?
 Estaba majareta
 ¿De qué sirven los medicamentos si nadie
 comprende el prospecto?
 Cuidado que esto se acaba (¿De qué sirve
 una noche de invierno?)
 Cuidado que esto se acaba, se acaba, se aca-
 ba (¿De qué sirve una noche de verano?)

Haverá pós pandemia, novo normal, um novo Nós?

“Sabendo que era proibido deitar na gra-
 ma, deitou e rolou. Afinal, se este é o nos-
 so único mundo, caralho, vamos viver com
 alegria. Estou sentado no hospital público
 tentando me curar de um V.D.” (BARROSO,
 2019, pág. 49).

O silêncio musical na cidade em 2020 trouxe possíveis reflexões, nem sempre levadas adiante pelo cansaço dos dias. A paisagem que nos coloca no mundo como ser e-estar-no-mundo, também nos satura com seus detalhes, antes invisíveis. A alegria de viver proposta por Júlio Barroso remete ao viver sem querer controlar tudo, mas deixando a vida fluir e levar seu curso.

Aqui, para um final necessário, as perguntas continuam abertas e as respostas esperadas no longo dia-noite da quarentena. Quem puder... fique vivo. O novo normal, [A]normal será ser/estar. a pós pandemia, dialeticamente a nova pré-pandemia.

Que o silêncio nos ensine e não nos cale ainda mais. Milton Santos dizia que espaço virtual era só uma metáfora, “pois se é espaço, não é virtual”, mas “o uso da metáfora, da imagem, não pode ser vetado. Será bom, todavia, no mundo que é movido por tantos enganos e percepções fragmentadas, que isto seja claramente entendido”. E completa: “uma coisa é a importância dessas formas de ser da informação, tão úteis à construção cotidiana da história, cuja aceleração autoriza, como é o caso do espaço virtual. Outra coisa são suas denominações” (SANTOS, S/D).

Resta-nos viver cidades, espaços, paisagens, lugares não apenas virtuais. ♦

AMIGO, Vicente. Ciudad de las Ideas [CD], BMG Music Spain, 2000. ANTUNES, Arnaldo. O Silêncio [CD], BMG Music Brasil, 1996.

ANTUNES, Arnaldo. Psia. São Paulo: Expressão, 1986.

BARROSO, Júlio. A nossa onda de amor não há quem corte. São Paulo: Selo Demônio Negro, 2019.

BORGES, Lô, BRANT, Fernando. Paisagem na Janela IN Clube da Esquina [CD], EMI, 1972. CAGE, John. De segunda a um ano. Novas Conferências e Escritos. Trad. Rogério Duprat, São Paulo: Hucitec, 1985.

CAOS (verbetes) . Disponível em: https://unaparolaalgiorno.it/significato/caos?rm=_ acesso em 06 out. 2020.

DARDEL, Eric. O homem e a terra: natureza da realidade geográfica. São Paulo: Perspectiva, 2011.

GRÖNING, Philip. El gran Silencio (Die Große Stille) [DVD], KARMA films, 2005.

HUGO, Victor. O Homem que ri. São Paulo: Martin Claret, 2019. ORLANDI, Eni P. As formas do silêncio: no movimento dos sentidos. Campinas SP: Editora da Unicamp, 5ª edição, 2002.

PLÀ, Albert. ¿Os Acordais? Disponível em <https://youtu.be/tpbShHWenNI> Acesso em 09 out.2020

SANTOS, Milton. Há mesmo um espaço virtual? Disponível em:
http://www2.fct.unesp.br/docentes/geo/bernardo/BIBLIOGRAFIA%20DISCIPLINAS%20POS%20GRADUACAO/MILTON%20SANTOS/H%C3%A1_mesmo_um_espa%C3%A7o_virtual__Milton_Santos.pdf . Acesso em 10 out. 2020.

SCHOPENHAUER, Arthur. O Vazio da Existência. trad. Rudolf Dircks. Disponível em <http://abdet.com.br/site/wp-content/uploads/2015/01/O-Vazio-da-Exist%C3%Aancia.pdf> Acesso em 06 out. 2020.

Ilustrações gentilmente cedidas:

31: Otávio Machado - @saruyama_8
41: Adão Iturrusgarai - @aiturrusgarai
51: Inteligência Artificial (Leonardo.ai)
87: Inteligência Artificial (Leonardo.ai)
109: Inteligência Artificial (Leonardo.ai)

Fotos:

Capa - https://www.freepik.com/free-photo/concrete-building-with-pillars_9899336.htm#fromView=search&page=2&position=6&uuid=a0d7227b-ee93-4388-b14f-283cf069bfcc

4 - https://www.freepik.com/free-photo/full-shot-man-jumping-outdoors_42620847.htm#fromView=search&page=1&position=16&uuid=2810a6b8-2b70-48a5-88c6-0f4bf402e654

6 - https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/9/9a/Centro_de_Gramado_-_RS.jpg

16 - <https://images.pexels.com/photos/14059770/pexels-photo-14059770.jpeg>

30 - https://www.freepik.com/free-photo/young-man-jumping-while-out-city_24022927.htm#fromView=search&page=5&position=20&uuid=cea58db0-4cdf-4cc9-a4ee-d68d0bc68ec9

40 - https://www.freepik.com/free-photo/busy-highway-traffic-light-trails-night_1119481.htm#fromView=search&page=1&position=2&uuid=69ebb474-7a6c-4466-92bb-b97ef-cac046b

50 - https://www.freepik.com/free-photo/close-up-film-texture-details_25054195.htm#fromView=search&page=4&position=23&uuid=e1ea5c7c-ba36-487f-b06b-027026c7972f

62 - https://www.freepik.com/free-photo/sugarloaf-mountain-cable-car-sunset_14702954.htm#fromView=search&page=1&position=15&uuid=3cd-c2a3f-ff14-428a-a8c6-2e8f1e72e6b2

74 - https://www.freepik.com/free-photo/ballerina-dancing-pointe-shoes_30222088.htm#fromView=search&page=7&position=41&uuid=b81cf98b-40e6-4dea-a776-328b341df6f5

86 - https://www.freepik.com/free-photo/anonymous-man-black-uniform-carrying-short-barrelled-handgun-firearm-lowered-down-crop-view_136230638.htm#fromView=search&page=1&position=1&uuid=0ff6a802-b353-4d95-89da-7ecf986f6db9

98 - https://www.freepik.com/free-photo/young-black-woman-aun-tram-station-uses-smartphone_27496622.htm#fromView=search&page=1&position=12&uuid=703e2f21-afe2-4769-9123-0063be554c75

108 - https://www.freepik.com/search?ai=excluded&format=search&last_filter=query&last_value=old+book&orientation=portrait&query=old+book&selection=1&type=photo

120: https://www.freepik.com/free-photo/beautiful-london-streets-cityscape_25272130.htm#fromView=search&page=1&position=24&uuid=91f973ce-8b90-422f-b8c3-d5dc-de3b68d5

Tipografia:
PT Serif
Alfa Slab One
Bummer Condensed

Feito em São Roque/SP.

