

Israel José de Oliveira

COMUNICAÇÃO E ESPAÇO URBANO

Patrimônio, memória e identidade territorial no Rio de Janeiro

Escola de Comunicação /UFRJ
Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura

Rio de Janeiro – RJ
2012

Israel José de Oliveira

COMUNICAÇÃO E ESPAÇO URBANO

Patrimônio, memória e identidade territorial no Rio de Janeiro

Volumes: Único

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Doutor em Comunicação e Cultura.

Orientador: Professor Doutor Mohammed ElHajji

Rio de Janeiro
2012

OLIVEIRA. Israel José de.

Comunicação e Espaço Urbano: patrimônio, memória e identidade territorial no Rio de Janeiro/ Israel José de Oliveira. - - Rio de Janeiro: UFRJ/Escola de Comunicação, 2010.

XIII, 159 f.: il.

Orientado: Prof. Dr. Mohammed El Hajji

Tese (Doutorado) Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ – Escola de Comunicação e Cultura – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, 2011

1. Patrimônio. 2. Cidade 3. Comunicação. 4. Espaço. 5. Marketing Territorial. Título. I. El Hajji, Mohammed. II. Universidade Federal do Rio de Janeiro / Escola de Comunicação. III. Título.

COMUNICAÇÃO E ESPAÇO URBANO

Patrimônio, memória e identidade territorial no Rio de Janeiro

Israel José de Oliveira

Orientador: Prof. Dr. Mohammed ElHajji

Tese de Doutorado submetida ao Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Doutora em Comunicação e Cultura.

Rio de Janeiro, 16 de março de 2012

Professor Dr. Mohammed ElHajji
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

Professor Dr. Muniz Sodré de Araújo Cabral
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

Professora Dra. Ana Paula Goulart Ribeiro
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

Professor Dr. Eduardo Guerra Murad Ferreira
Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM)
Universidade Federal Fluminense (UFF)

Professor Dr. João Luis de Araújo Maia
Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ)

Ao Rio de Janeiro que, há 17 anos, me acolheu
e se transformou em patrimônio de minha história.

A Ibadan (Nigéria) que me fez conhecer a segredos de Ifá.

AGRADECIMENTOS

Agradecimento aos meus amigos e irmãos com quem compartilho o que tenho de melhor e pior na vida. Especialmente a Hiller Soares que aceitou compartilhar comigo o pouco que tinha, quando cheguei ao Rio de Janeiro, sem dinheiro para ficar ou voltar para a Bahia, no final do carnaval de 1994, numa tarde de verão que se tornou noite, às 15h, com uma chuva de raios e trovões. Ele mais do que me acolher, aceitou a me apresentar a cidade que já conhecia das novelas, mas que se mostrou muito mais bonita pessoalmente, com suas noites embaladas pelos espetáculos e pelas canções dos palcos. Não posso me esquecer de que foi Luiz Miguel quem me acolheu no seu quarto, quando, com apenas quatro meses aqui, fui roubado e fiquei apenas com a roupa que usava e aprendi que o Rio tinha outras faces que eu não queria conhecer. Minha gratidão!

Agradecimento mais que especial aos meus pais que me liberavam da labuta da roça, às 11h da manhã, para dar tempo de tomar banho, almoçar e seguir para a casa de Dona Elza, com quem aprendi as primeiras letras e descobri que o conhecimento tinha me achado no meio do sertão baiano. Patrimônio maior não há, do que pessoas como essas que – com quase nada – tinham a vida como companheira e me fez transformar o sofrimento em motivos para gostar dos livros, a lê-los em voz alta para descobrir a beleza das palavras e a copiar as suas páginas para aprender a escrever como seus autores. Nunca vou me esquecer do dia que me tornei o escrevedor de cartas da comunidade e o leitor mais “natural” da missa de São Félix, comemorada em 14/01.

Imensa gratidão a todos os professores que me ajudaram a tirar de mim a melhores partes e a oferecê-las ao mundo, especialmente, ao meu anjo da guarda, Ronaldo Helal, que me fez ter esperança quando eu já estava quase desistindo.

Agradecimento aos personagens que povoaram meus dias nos Polos Gastronômicos e Culturais da cidade e me possibilitaram conhecer e gostar ainda mais de cada canto do Rio de Janeiro e a realizar este estudo. Ao SEBRAE, nas pessoas de Louise Nogueira e Mariângela Rosseto, que abriram novas janelas para meu exercício de cartógrafo sentimental, numa cidade que tem Rio no nome. Luxo só!

A Escola de Comunicação da UFRJ, casa de conhecimento e sabedoria, e a todos os grandes mestres que ela abriga para nos deixar mais sábios e prontos para tirar da vida a poesia da pesquisa. A Moha Hajji, meu orientador no mestrado e no doutorado, minha dívida imensa pela sabedoria, paciência e generosidade, que me ajudaram a tornar realidade meus exercícios de pensamento.

Ao CNPq/Capes os agradecimentos pelo custeio de parte desta pesquisa com a bolsa de estudo ao longo do doutorado.

*O homem que cavalga longamente por terrenos selváticos
sente o desejo de uma cidade.*

Ítalo Calvino – As cidades invisíveis – p. 12

RESUMO

OLIVEIRA. Israel José de. **Comunicação e Espaço Urbano**: patrimônio, memória e identidade territorial no Rio de Janeiro. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.

Tomando a cidade com o centro gravitacional da cultura contemporânea, este estudo busca compreender o patrimônio como elemento primordial da preservação das memórias sociais, mas também como conceito central das formas como as cidades constroem e reconstróem os seus espaços, redefinindo suas funções na urbanidade atual. Tomando como objeto de estudo os Polos Gastronômicos e Culturais do Centro Histórico e de outras regiões da cidade do Rio de Janeiro, procurei apresentar um panorama das formas como as micro e pequenas empresas funcionam como agentes estratégicos do desenvolvimento dos territórios e como o patrimônio funciona como alegoria identitária em seus projetos de melhoria da qualidade de produtos e serviços, bem como, ações voltadas para externalização de afetos, de modo a atrair o público consumidor e melhorar as cadeias produtivas, num complexo planejamento de ações desenvolvidas a partir dos usos de técnicas da comunicação e do marketing territorial.

Palavras-chave: 1. Patrimônio. 2. Cidade. 3. Comunicação. 4. Espaço. 5. Marketing Territorial.

ABSTRACT

OLIVEIRA. José de Israel. Communication and Urban Space: heritage, memory and territorial identity in Rio de Janeiro. (Doctorate in Communication and Culture) School of Communication at the Federal University of Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.

Taking the city with the gravitational center of contemporary culture, this study seeks to understand the heritage as a major element of the preservation of social memories, but also as a central concept of the ways in which cities construct and reconstruct their spaces, redefining their role in urban life today. Taking as an object of study, the Polos Gastronomical and Cultural History Center and other areas of the city of Rio de Janeiro, tried to present an overview of ways in which micro and small businesses act as agents of the strategic development of territories and how the assets works as allegory of identity in their projects to improve the quality of products and services, as well as actions for externalization of feelings in order to attract the consumer public and improve supply chains, in a complex plan of actions developed from the use of techniques communication and marketing planning.

Keys word: 1. Heritage. 2. City. 3. Communication. 4. Space. 5. Marketing planning.

SUMÁRIO

Ponto de partida	14
Estabelecendo roteiros e definindo linhas	24
Primeira Estação - Cosmovisão: o campo e o patrimônio	45
1.1. Um passeio pelo Corredor Cultural	45
1.2. Praça XV passo a passo	54
1.3. Cosmologia: âncoras como repertório simbólico do espaço	60
Segunda Estação - Questões de tempo e espaço	68
2.1. Em relação ao tempo	68
2.2. Em relação ao espaço	77
2.3. Patrimônio: poética e retórica	81
Terceira Estação – Revitalização: metamorfoses dos espaços e reinvenções das memórias	88
3.1. A memória e semiótica do espaço	88
3.2. Revitalização do Centro Histórico do Rio de Janeiro	93
3.3. Práticas atuais de memória	100
Quarta Estação - Ocupar a cidade	109
4.1. Roteiro: entre o venerável e o habitável	109
4.2. Acompanhando roteiros	116
4.3. O roteiro e difusão do patrimônio	130
Quinta Estação - Comunicação e atratividade: reinventando os territórios	133
5.1. O Marketing Territorial aplicado aos polos	133
5.2. Os consumidores do território	140
5.3. Estabelecendo os vetores de desenvolvimento territorial	147
Outras Estações	153
Bibliografia	162
Anexos	166

Siglas utilizadas

ABL – Academia Brasileira de Letras

ACCRA - Associação dos Comerciantes do Centro do Rio Antigo

BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento

CADEG – Centro de Abastecimento do Estado da Guanabara

CEPAC – Certificados de Potencial Adicional de Construção

FECOMERCIO – Federação do Comércio

IAB – Instituto de Arquitetos do Brasil

IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

RIOTUR - Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro

SEBRAE – Sistema Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SENAC – Serviço Nacional do Comércio

SINDRIO – Sindicato de hotéis, bares, restaurantes e similares do Rio de Janeiro

UCAM – Universidade Cândido Mendes

UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Cultura, Ciência e Educação

CRÉDITOS DE IMAGENS

Imagem 01 - Mapa Artístico do Polo Praça XV (sem escala). Autoria: Estúdio Olho (2008). Acervo: Polo Praça XV (particular). Página 21.

Imagem 02 – Visitantes do roteiro Lido Art Déco. Autoria: Israel Oliveira (2011). Acervo: Israel Oliveira (particular). Página 31.

Imagem 03 – Mapa do Corredor Cultural do Rio de Janeiro. Instituto Municipal de Arte e Cultura – Rio De Janeiro (2002). Página 46.

Imagem 04 – Palácio Monroe. Acervo: Biblioteca Municipal (digital) – http://bndigital.bn.br/-icon46391_03.tif. (público). Página 49.

Imagem 05 – Evento “Se corsando pelo Rio Antigo”, comemoração do Polo Novo Rio Antigo ao Dia Internacional da Cultura. Fotógrafo: não identificado. Acervo: Israel Oliveira (particular). Página 102.

Imagem 06 – Mercado Cultural do Polo Praça XV. Foto: Carolina Amorim (2008). Acervo: Israel Oliveira. Página 103.

Imagem 07 – Estátua do poeta Carlos Drummond de Andrade. Foto: Carol Matos (2011). Acervo: Carolina Amorim (particular). Página 105.

Imagem 08 - Roteiro Animando a Rua Larga. Fotografia: Israel Oliveira (2011). Acervo: Israel Oliveira (particular). Página. 118.

Imagem 09– Varal fotográfico do clube de fotografia RioFotográfico. Fotografia: RioFotográfico (2011). Acervo: RioFotográfico (particular). Página 121.

Imagem 10 - Detalhe do pórtico de entrada do Edifício Guahy, no formato de cocar indígena. Foto: Israel Oliveira (2011). Acervo: Israel Oliveira (particular). Página 125.

Imagem 11 – Portão de entrada do edifício Itahy. Foto: Helena Andrade. Acervo: Polo Lido (particular). Página 126.

Imagem 12 - Detalhe da arte marajuara presente no edifício Itaoca. Foto: Israel Oliveira (2011). Acervo: Israel Oliveira (particular). Página 126.

Imagem 13 – Máscara carnavalesca faz parte do pórtico de entrada do edifício Ophir. Foto: Israel Oliveira (2011) . Acervo: Polo Lido (particular). Página 127.

Imagem 14 - Encontro da “Velha Guarda” do Lido Foto: Israel Oliveira (2011). Acervo: Israel Oliveira (particular). Página 146.

Imagem 15 – Diagrama dos Vetores de Desenvolvimento dos Polos Gastronômicos e Culturais do Rio de Janeiro. Página 148.

Imagem 16 – Marca do Polo Praça XV (2007). Designer: Estúdio Olho. Página 151.

Imagem 17 - Marca do Polo Novo Rio Antigo (2006). Designer: Manifesto Visual. Página 151.

Imagem 18 – Marca do Polo Barra de Guaratiba (2011). Designer: Lú Brezinski. Página 152.

Imagem 19 – Mapa do Polo Lido (2011). Designer: Rodrigo Noronha. Pagina 152.

Ponto de partida

O calendário da cidade é regulado de modo que trabalhos e ofícios e cerimônias se disponham num mapa que corresponde ao firmamento daquela data: assim os dias na terra e as noites no céu se espelham.

Italo Calvino. Cidades Invisíveis. p. 143

As inspirações que compõem as reflexões que apresento neste trabalho tiveram início em 2005, ano que me mudei do bairro da Glória para a Lapa, ambos localizados na cidade do Rio de Janeiro. A distância que separa um bairro do outro é muito pequena, mas as implicações foram consideráveis. Para início, um apartamento de dois quartos na Lapa custava um pouco menos do que um conjugado na Glória, pois, embora já estivesse em franca recuperação, a Lapa ainda guardava consigo o estigma de território abandonado, reduto de travestis, pobres, ladrões e drogados. Os vestígios da antiga boemia de meados do século XX foclorizavam um pouco o bairro, mas o fato é que a pouca intensidade da iluminação e os imóveis abandonados davam o lugar um aspecto sombrio. Para se ter uma ideia das lembranças que o Rio de Janeiro tinha de sua velha Lapa, a recepção que ofereci para comemorar a compra do apartamento precisou mudar das 19h para as 13h, pois os meus amigos se recusavam a vir à região à noite, com medo da fama de violência que ainda ocupava o noticiário da cidade a respeito do bairro.

Logo que passei a viver na região, pude perceber que o local não correspondia aos estereótipos costumeiros, geralmente mediatizado pelos meios de comunicação, afinal, além dos notívagos que vinham para a Lapa apenas para diversão e lazer, um grande número de pessoas tinha fixado residência e muitas famílias se orgulhavam de ter morado e criado os seus filhos ali, desde sempre. Com o passar dos dias, fui me inserindo no cotidiano do bairro e, ao passar pelas suas ruas, era inevitável a soltura da imaginação que procurava ligar a paisagem que estava à minha frente com o Rio de Janeiro antigo imortalizado em personagens

retratadas pela literatura de Machado de Assis ou mesmo pelas músicas chorosas de Aracy de Almeida. A paisagem urbana local ainda guardava vestígios de outrora, com forte presença de botequins chamados de “pé sujo”, uma alusão ao fato de serem reduto de trabalhadores braçais de obras e por comercializar bebidas, café e alguns tira-gosto expostos e servidos no próprio balcão. Esses aspectos locais eram as marcas evidentes de uma parte da cidade que parecia “parada no tempo”, enquanto a outra se desenvolvia e evoluía acompanhando a direção do mar da Zona Sul, tida como sinônimo de progresso e iconografia para sustentação da imagem pública do Rio de Janeiro, como Cidade Maravilhosa¹.

A Lapa ainda guardava as marcas do tempo em que era o território da sedução onde os “homens de bem” – sejam eles políticos ou empresários – se juntavam aos simples mortais e se divertiam à vontade, encontrando na “rua aquilo que suas esposas não lhes ofereciam em casa”: sexo com diversão. Aliás, esta parte da história da Lapa pouco se vê registrada, já que o segredo faz parte do pacto de cordialidade de quem as viveu, e as histórias locais costumam adormecer junto com seus autores, quando morrem. Mas basta ficar algum tempo em um dos antigos botecos locais, que as histórias logo voltam à tona com toda força.

Junto com minha mudança para a Lapa, em 2006, fui contratado pelo SEBRAE e pelo SENAC para uma consultoria pontual junto aos empresários da região que tinham acabado de criar o Polo Novo Rio Antigo, instituição que substituíra a Associação dos Comerciantes do Centro do Rio Antigo (ACCRA), com a missão de contribuir para a revitalização da região, com a ocupação regular do casario com comércios formalizados, investir na melhoria da qualidade de vida e trabalho, intensificar a segurança pública, melhorar o asseio urbano, entre outras ações emergenciais, capazes de dar à região da Lapa um novo rumo, como já vinha acontecendo com outros centros históricos brasileiros, sendo o Pelourinho, na cidade de

¹ Pouco ou nenhum investimento do poder público para a promoção do Centro Histórico como atrativo turístico da cidade do Rio de Janeiro, enquanto que as praias são referências constantes nas ações promocionais da cidade e são sinônimo do que se convencionou chamar de Cidade Maravilhosa.

Salvador (BA), tido como o maior expoente de reutilização de áreas nobres das cidades que estavam abandonadas, até então.

Minha função era ajudar os empresários a formularem um Plano de Marketing que contribuísse para dar maior visibilidade aos negócios associados ao Polo e ao mesmo tempo possibilitasse para fortalecer o associativismo, como forma de as micro e pequenas empresas investirem em qualificação de seus produtos e serviços, melhorando assim a potencialidade produtiva dos negócios, de modo a gerar trabalho e renda e, por consequência, aumentar a atratividade da região, fazendo com que se criasse as condições necessárias para uma revitalização sustentável do território em questão. Ou seja, o trabalho consistia em gerar os meios de indução produtiva, fazendo com que os setores econômicos se apropriassem do Polo Novo Rio Antigo como território produtivo.

Isso era imprescindível para evitar que acontecesse com a Lapa o mesmo que vinha se dando com outros centros históricos, onde as intervenções aconteceram por interesses governamentais, mas com pouca adesão das empresas ou negócios capazes de manter a atratividade necessária para garantir a inserção produtiva dos territórios revitalizados na dinâmica social da cidade. Além disso, o trabalho tinha como meta ajudar as empresas a utilizarem as características urbanísticas locais a favor da modelagem de produtos e serviços, ao invés de verem o casario antigo como empecilho para o desenvolvimento de suas empresas, já que muitas vezes se instalavam em imóveis não projetados para tal fim, o que implicava em investimento de recursos extras na adaptação e conservação dos mesmos.

O Polo era formado por um grupo de empresas, artistas e produtores culturais interessados no que chamavam de “revitalização cultural” do Rio Antigo, empreitada que visava a fortalecer a região da Lapa, Cinelândia, Praça Tiradentes e Largo de São Francisco, entre outros, como um destino de cultura e lazer. Ali já se encontravam várias empresas voltadas para a cultura como o Teatro Rival, o cinema Odeon BR, na Cinelândia, os teatros

Nelson Rodrigues, Carlos Gomes, João Caetano, na Praça Tiradentes, e o Real Gabinete de Leitura, no Largo de São Francisco. Mas, sobretudo, estava fortalecendo o viés cultural da região, com a chegada do Circo Voador e Fundação Progresso e de novos empreendimentos de cultura e lazer, como a casas de show Rio Scenarium, que se transformou numa referência da revitalização local, junto com o Carioca da Gema, o Sacrilégio, Teatro Odisseia e o Centro Cultural Carioca, todas voltadas para shows ao vivo de música brasileira, como o chorinho e o samba. Junto com o levante cultural, a região também passou a investir nos vestígios da boemia que ainda pairava na região e houve uma proliferação de bares, botecos e restaurantes interessados no público atraído pelas atividades de cultura e lazer, bem como, nos funcionários de grandes empresas instaladas na região, como a Petrobras e o BNDES, e outras que estavam chegando, como o Tribunal Regional do Trabalho (TRT), que passou a atrair de forma compulsória um grande público diariamente para a Rua do Lavradio e fez dinamizar a economia local.

Ao reunir os agentes locais, o Polo foi aos poucos investindo no fortalecimento da relação com os poderes públicos e no aprimoramento do empresariado para que, juntos, pudessem investir na melhoria da qualidade de vida e trabalho da região. Nesse contexto, foi imprescindível a aplicação de técnicas de comunicação, para o desenvolvimento de ações e produtos capazes de promover o desenvolvimento territorial, já que esta parecia ser a forma mais rápida e eficiente para o reposicionamento da região, fazendo com que o público se interessasse ainda mais pela Lapa e as empresas passassem a investir na região. Embora a Lapa aparecesse como maior destaque, devido o seu apelo histórico e cultural, na verdade ela sintetizava uma grande região, envolvendo, como já citei - a Cinelândia, a Praça Tiradentes e o Largo de São Francisco - e a sua revitalização era a forma de também promover a melhoria das demais regiões.

O processo engenhoso de promoção da revitalização do Polo Rio Antigo colocava a região em sintonia com a chamada economia criativa, voltada para atividades culturais, gastronômicas e turísticas como forma de possibilitar a ocupação e o desenvolvimento de territórios revitalizados.

A revitalização desse conjunto de regiões procurou devolver à cidade uma área considerada importante para a formação da “alma carioca”, já que o “verdadeiro carioca” carrega em si os distintivos da malandragem pinçados do jeito de ser do frequentador da Lapa que, misturado com o molejo dos amantes de praia, forma um tipo de sujeito que - a despeito de toda e qualquer dificuldade que a vida possa oferecer - não se deixa vencer pelo excesso de trabalho e sempre encontra os meios de diversão e lazer na cidade.

Ainda hoje é fácil perceber que, mesmo com a decadência sofrida ao longo do século XX e da mudança dos sentidos do termo malandragem, a Lapa mantém o poder de oferecer aos cariocas e moradores do Rio elementos afetivos para a construção da identidade dominante do “nato”, isto é, aquele que é filho da terra e inegavelmente tem a condição de ser o representante legítimo dela. Nesse sentido, vale registrar que na Lapa está localizada uma casa de show chamada “Carioca da Gema” e na web existe um site de memórias do Rio de Janeiro que se chama “Alma Carioca”², no qual são publicadas fotos e crônicas a respeito do cotidiano da cidade, especialmente do Centro Histórico, tido como espaço fundador da identidade do povo local.

No contexto da revitalização, podemos tratar da modalidade de comunicação que acontece relacionada a instrumentos e formas de intervenção de grupos sociais constituídos no cotidiano cultural e político da cidade³, seja com criação de sites, eventos, geração de matérias

² <http://www.almacarioca.com.br/> (pesquisa realizada em 19/12/2011)

³ Vem desta forma de concepção da comunicação a inspiração para a criação do Laboratório de Comunicação Social Aplicada (LACOSA), da Escola de Comunicação da UFRJ, no qual são investigados os processos de apropriação da comunicação como este dos Polos, bem como de grupos comunitários ou estrangeiros que desenvolvem formas de promover a socialização de saberes e, por consequência, de apossamento dos territórios.

jornalísticas, lançamento de guias, desenvolvimento de roteiros turísticos etc. Esta modalidade de comunicação/marketing é transdisciplinar, podendo requerer e utilizar instrumentos de múltiplos conhecimentos capazes de atender às necessidades e demandas do grupo social se inserir nos contextos produtivos do território, como demonstraremos na quinta estação deste texto.

Em 2007, fui convidado para orientar o Polo Praça XV que estava passando por uma fase de desmobilização, depois de já ter feito o seu Alinhamento Estratégico, que consiste numa atividade coletiva na qual o grupo de empresários define a missão e a visão do Polo a ser criado, bem como as áreas de interesses em que querem atuar. Esse passo é de profunda importância para o grupo, pois é neste momento que as empresas percebem que compartilham de problemas reais com os seus vizinhos e que, sem a união de todos, fica mais difícil superá-los. Embora o Polo seja criado na intenção de as micro e pequenas empresas⁴ conseguirem atuar primordialmente na melhoria da qualidade de seus produtos e serviços, os empresários precisam dedicar grande parte do tempo ao Polo para encontrar soluções para a melhoria da ambiência externa das empresas, especialmente no Centro Histórico, onde perdurou por muito tempo uma realidade de abandono.

Dessa forma, os empresários se configuram como agentes locais na observação das reais situações do território e nas negociações com os poderes públicos ou mesmo com outras

⁴ Segundo o Estatuto da Micro e Pequena Empresa, de 1999, o critério adotado para conceituar micro e pequena empresa é a receita bruta anual, cujos valores foram atualizados pelo Decreto nº 5.028/2004, de 31 de março de 2004, são os seguintes: Microempresa: receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 433.755,14 (quatrocentos e trinta e três mil, setecentos e cinquenta e cinco reais e quatorze centavos). Empresa de Pequeno Porte: receita bruta anual superior a R\$ 433.755,14 e igual ou inferior a R\$ 2.133.222,00 (dois milhões cento e trinta e três mil duzentos e vinte e dois reais). Vale ressaltar que o regime simplificado de tributação – (SIMPLES), que é uma lei de cunho estritamente tributário, adota um critério diferente para enquadrar micro e pequena empresa. Os limites, conforme disposto na Medida Provisória 275/05, são: Microempresa: receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais); Empresa de Pequeno Porte: receita bruta anual superior a R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 2.400.000,00 (dois milhões e quatrocentos mil reais). Conforme SEBRAE em texto disponível no site <http://www.sebrae.com.br>. Pesquisa realizada em 08/12/2011

empresas da iniciativa privada que estejam agindo de forma irregular. Geralmente, o primeiro passo da observação resulta num registro fotográfico das condições do entorno, realizado por empresários orientados por um consultor, que posteriormente se transforma em um documento chamado

de “Relatório de Requalificação Urbana”, que é encaminhado para a prefeitura e utilizado como suporte para o embasamento das demandas junto aos poderes públicos da cidade. Os três pontos que mais aparecem como impactantes nas condições de ocupação dos espaços da cidade, segundo esses relatórios são limpeza, segurança e infraestrutura urbana⁵.

Esse trabalho associativo dos agentes locais segue o princípio da administração de empresas denominado de *stakholder*, termo cunhado pelo filósofo Robert Edward Freeman para nomear as partes interessadas numa determinada organização. Os *stakholders* do território são importantes porque juntos dão a verdadeira dimensão das condições da qualidade de vida e trabalho locais, e apontam com mais rapidez e eficiência a melhor forma de solucionar os problemas encontrados. Os *stakholders* ou agentes locais dos polos podem ser divididos em dois principais grupos: a) as micro e pequenas empresas e b) as grandes empresas e instituições públicas, que são também chamadas de âncoras, por já possuírem um público consumidor bem definido e já serem capazes de atrai-lo independente dos pequenos negócios e instituições do seu entorno.

O Alinhamento Estratégico resume os anseios e procura definir a plataforma de ação dos empresários reunidos em torno do Polo, que logo se transforma numa instituição de interesse público, isto é, uma Organização Não Governamental (ONG), devido ao fato de necessitar de recolhimento financeiro dos associados, além de ser a representação

⁵ Essa trilogia de problemas aparece com bastante peso em outros polos da cidade do Rio de Janeiro e é motivo de muitas negociações com o poder público que, muitas vezes, não consegue atender de forma eficaz as solicitações dos empresários.



Imagem 01 - Mapa Artístico do Polo Praça XV com localização de empresas (associadas em 2009) e âncoras, como centros culturais, galerias e igrejas locais. A área verde corresponde à abrangência geográfica do Polo, que contempla grande parte do Sítio Histórico da Praça XV, envolvendo áreas povoadas pela Família Real Portuguesa que passou a ocupar o espaço a partir de 1808.

juridicamente constituída para captação de recursos para projetos e para representação dos agentes perante as instituições públicas e privadas constituídas.

Em linhas gerais, tracei até aqui a forma de minha inserção no tema proposto para reflexão nesta tese e os principais agentes que serão recorrentes neste trabalho. Trata-se, portanto, de um texto reflexivo produzido a partir de uma inserção experiencial, pautado nas condições em que as demandas surgiram e as dificuldades que precisaram ser superadas ao longo do processo, tornando-me parte do enredo dos processos que observava. Os sujeitos envolvidos nessas linhas se constituem como autores implicados do texto final, já que permanecem vivos e operando sobre a conduta do pensamento do autor.

São empresários, artistas, produtores, consumidores, turistas, moradores, visitantes, mendigos e tantos outros, que atuam como personagens num regime de dialógica, constituídos como verdadeiros sujeitos do conhecimento ao modo bakhtiniano (2004), por entender que definitivamente não os estudei como instâncias distanciadas de mim, pelo contrário, ao longo desses anos, estudamos e procuramos soluções juntos, e o texto que agora apresento constitui-se uma síntese de uma rica e nem sempre harmônica convivência. Logicamente, sem perder de vista que todas as posições são vivas e diferenciadas em um texto, por certo, até aqueles não nomeados encontrarão em alguma esquina destas linhas um jeito para posicionar a sua bússola e requerer uma maneira de recontar as observações que grafo aqui. Não tem problema, o texto é nosso.

Outros sujeitos deste trabalho estão relacionados a atividades oferecidas no território que são imprescindíveis a sua constituição como tal e sobre eles falaremos no momento adequado.

A problemática que motivou esta pesquisa está relacionada especificamente com os atuais usos da comunicação no espaço urbano da cidade, onde estão as memórias e estabelecem as relações sociais a partir da ideia de preservação do patrimônio e da definição

de identidades locais. Daí a proposta refletir sobre os agentes envolvidos com os negócios localizados no chamado Centro Histórico da cidade do Rio de Janeiro, onde estão as principais ações destinadas à revitalização, termo utilizado para definir os restauros e usos do mobiliário urbano que se encontrava abandonado em decorrência do avanço do capital para outras regiões da cidade, provocando um abandono em massa de negócios e moradias nas partes velhas da cidade, causando uma ocupação desordenada e irregular dos imóveis que outrora serviram ao avanço do capital⁶. Isso nos coloca uma questão, a meu ver muito importante, o fato de a cidade não poder ser pensada como um agente totalizado, mas como partes que agem integradas pela dinâmica social e cultural do território. Seja como forma de ordenamento urbano, seja pela maneira de se tornar mais entendível e referenciada, é comum os moradores tomarem a cidade por partes, que podem ser os bairros, mas também grandes e pequenas regiões que facilitam a indicação e a circulação nos vastos sentidos que uma grande cidade abriga.

O Centro da Cidade, como costumam tratar uma extensa área do Rio de Janeiro, concentra uma multiplicidade muito grande de perfis de agentes, afinal o coração financeiro da metrópole está localizada nessa emaranhada tessitura de interesses, ainda que, muitas vezes, o capital não se prenda às delimitações territoriais para fazer a sua circulação. Contudo, para circular, os negócios demandam uma vasta gama de serviços que estão localizados especialmente ao longo da Avenida Rio Branco e em ruas paralelas, que ainda conservam grande parte de sedes e sucursais de empresas. A Avenida Rio Branco, antiga Avenida Central, batizada assim em 1912, em homenagem ao diplomata brasileiro, barão do Rio Branco (José Maria da Silva Paranhos Júnior) é uma importante via que marca bem a forma

⁶ Embora, possa esta escolha parecer óbvia ou cômoda, minha intenção foi trabalhar com elementos indiciais, isto é, ações, atitudes e produtos que parecem isolados, mas que apontam para uma questão bem mais geral da cultura produzida na cidade. Isso se confirmou, quando passei a desenvolver trabalho com outros polos da cidade e encontrei anseios de resgate de memórias e patrimonialização de bens e áreas, bastante parecidas com as que acontecem no Centro Histórico.

como o Centro Histórico da cidade se configurou ao longo dos anos, conjugando ajustes necessários ao desenvolvimento do capital com a preservação de casarios e bens tombados remanescentes do império e não atingidos pelas reformas sofridas pela cidade.

Em outros polos, para onde fui levando um pouco da experiência do Centro, a história continuou se repetindo e sempre a comunicação e o Marketing servindo como instrumentos para a busca da distinção dos grupos e promoção dos territórios, por meio do resgate das memórias locais. Posteriormente, passei pelos polos de Santa Tereza, Botafogo, Tijuca, Leblon, Lido, Barra de Guaratiba e Região Portuária e oportunamente trarei para o texto alguns aspectos dessas experiências.

Estabelecendo roteiros e definindo linhas pensamentos

O trabalho etnográfico que utilizo neste estudo está no “entrelugar” das disciplinas e isso acontece por um desejo absoluto de não tentar simplificar a realidade por exigências da escrita. Não tive a intenção de produzir um texto com palavras pinçadas de um manual metodológico, por entender e comungar com Ricoeur (1996) que toda escrita é uma forma de ficção e, portanto, o rigor passa pelo uso dos vocábulos que mais traduzem a realidade que motiva o autor no exercício de recriação do observado. Aliás, toda escrita é uma forma de observação e não um mero registro daquilo que os olhos conseguiram registrar. Desejaria imensamente escrever um texto com entretextos e subtextos por um impulso primário de que somente na multiplicidade de vozes se alimenta o manancial de representações da realidade da escuta, mas está longe do formato de uma pesquisa a possibilidade disto se concretizar.

Procuo neste trabalho interpretar o patrimônio como pretextos da cultura da memória, cujas expressões são negociadas não somente pela sua condição estética, mas também pela sua obrigatoriedade de representar de forma consolidada a identidade de um determinado grupo e das formas como os sujeitos se apropriam dos espaços públicos.

Logicamente, este tema pode ser abordado de diferentes ângulos, mas como tive como leitura de cabeceira, ao longo da pesquisa, o provocante livro de Italo Calvino “Cidades Invisíveis” (2003), tomei para mim a o ofício de encontrar entre o sentido que paira entre as cidades construídas nas lembranças de viagem, como parece ter sido o caso de Calvino, e a cidade que se constrói para ser vista, como é o caso dos Centros Históricos. Esse processo de busca de visibilidade territorial tem possibilitado a crítica da urbanidade que tem como objetivo dar conta das formas como o espaço público é concebido, produzido e gerido pelos governos.

Mas, há que se perceber certa metamorfose nos conceitos de patrimônio que vai além dos bens tombados. Devido ao seu interesse histórico e cultural, o patrimônio ganha, cada vez mais, o poder de dar contorno a nichos de bens com altíssimo valor agregado, transformando objetos e territórios em elementos de fetiche. Com isso, a posse do patrimônio implica em produzir diferenciações que privilegiem certos grupos em relação a outros, criando uma espécie de especulação das falas e do direito de narrar os acontecimentos que conjugam a história.

Em termos espaciais, a valorização do patrimônio produz uma diferenciação identitária dos territórios que os coloca na posição de lugar de consumo, isto é, os bens e conjuntos arquitetônicos, por exemplo, são restaurados e “devolvidos” à sociedade porque ganham grande apelo cultural e garante a ampliação de seu valor de uso. Mas, o que fazer com os territórios que não possuem apelo patrimonial? Como estruturar um lugar de consumo e garantir a atratividade de público, mesmo quando não há nenhum rastro histórico capaz de criar e promover um apelo identitário? Embora as respostas para estas questões possam parecer preocupações secundárias, em termos de gestão espacial e promoção da sustentabilidade dos territórios, elas se mostram centrais e absolutamente pertinentes ao lado de temas como infraestrutura, segurança, qualidade de vida e mobilidade, entre outros. As

diferenças que costumam marcar essas questões é que no Centro Histórico a diferenciação é feita em nome do patrimônio, enquanto que no território sem este apelo ela é produzida em nome da identidade. E, se o patrimônio tem como meta a produção de um discurso capaz de servir como narrativa de um grupo ou de uma nação, a identidade prima por construir uma história local, capaz de zelar pelas falas e memórias difusas, porém presentes e vivas.

A chave para compreensão da centralidade da problemática patrimônio/território está no fato de que ela se dá na arena da cultura, onde as transformações sociais são sentidas com maior velocidade. Trata-se, portanto, de uma culturalização da gestão dos espaços da cidade, a partir do regime de visibilidade que exige que cidades, regiões bairros ou mesmo ruas se mostrem de forma singularizadas. Assim, os espaços se travestem de distintivos singulares e se oferecem como objetos de consumo e, com isso, procuram oferecer ao consumidor experiências capazes de marcar a relação que estabelecem entre si. Até a cadeia produtiva costuma se organizar em torno das identidades territoriais porque disso depende o tipo de público que será atraído para cada parte da cidade. Visível e invisível parecem paradoxais, mas são interstícios de um sítio chamado lembranças, onde os lugares vistos e imaginados permanecem sendo constantemente reconstruídos na subjetividade dos moradores/consumidores dos espaços/culturas da cidade.

Para este estudo, guio-me encorajado pelas pesquisas de Certeau e outros (2009), prevenido de que, assim como a dele, a minha análise “não depende tanto da descrição, mas, sobretudo da *interpretação*⁷”. Esta forma de apreender as relações, diz Certeau e seus companheiros, aparece de maneira parcial na “forma como caminha” e, na maneira mais geral, na forma como “consome” o espaço público. Ao procurar estudar os bairros e as relações que se estabelecem neles, para tentar compreender as urdiduras linguísticas do cotidiano, Certeau indica que, ainda que a cidade possa comportar uma grande densidade de

⁷ Grifo de Certeau.

pessoas, as relações que nela se constroem são estruturadas em microrregiões⁸. Inspirado pelo tema patrimônio e sua condição permanente de discurso exposto ao voyeurismo de ideias, afetos, ideologias, chamamos essas subdivisões da cidade de roteiros.

É próprio da condição do roteiro apresentar – propondo ou impondo – uma maneira de conduzir a apreensão de sentido daquilo que é exposto. Seja numa forma de fazer o fichamento de um livro, na maneira de apresentar uma ideia, um projeto ou uma tese, passando pela forma como nos conduzimos no espaço público, o roteiro é uma forma estruturada de condução e um mapa mental permanentemente estruturado e estruturante das formas de percepção.

Talvez a economia do turismo tenha entendido isso bem antes de outras áreas da economia, ao edificar monumentos, estabelecer vias de acesso como maneiras de satisfazer o desejo do visitante acessar aquilo que ele considera como sendo o mais importante para a sua apreensão de uma cidade ou mesmo de um país. Esse sentido prático de definir o que ver, implica num mapa pessoal do que sentir e do que pensar em meio a um universo de possibilidades que o mundo nos oferece cotidianamente.

Uma metrópole como o Rio de Janeiro, por exemplo, comporta muitas outras cidades dentro dela, todas com ritmos e relações diferenciadas, que é o que costumamos chamar de identidade dos bairros, por exemplo. Seja Ipanema com a sua garota símbolo, a Lapa com o seus malandros, a Barra com as suas emergentes, a Tijuca com seu apelo aos valores familiares e o bairrismo em torno do orgulho de serem tijucanos etc., há sempre uma busca por uma identidade própria, capaz de diferenciar os grupos que ocupam a cidade. Mas, há também aí o desejo de posse do espaço, para tirá-lo do anonimato da urbe e trazê-lo para mais

⁸ E mesmo quando o discurso é produzido pelas mídias massivas, ainda aparece uma intimidade simulada entre autor e receptor, seja pela familiaridade com a figura pública do enunciador, seja pela forma como ele procura aproximar o tema das possibilidades remotas ou reais de suas personagens serem os próprios leitores de seus enunciados.

perto, onde se dá a vizinhança, se localiza a escola, a padaria, o supermercado, o boteco e o restaurante da preferência do morador.

A isso as redes empresariais que demandam a necessidade de gerar atração chamam de “destino de consumo”. O destino de consumo é caracterizado por singularidades que fazem atrair o interesse do consumidor, a partir da identidade territorial. São as marcas da identidade territorial que indicam as posturas e comportamentos e isso pode criar possibilidades variadas de experiência nas cidades. É esse desejo de individualizar os territórios nas grandes metrópoles que fazem os governos investirem volumosos recursos na diferenciação na tarefa de distinção. No caso da cidade do Rio de Janeiro, além de a prefeitura ter lançado uma coleção de livros chamada de “Cantos do Rio”, na qual expoentes de cada bairro biografam as principais histórias e personagens que contribuíram para a sua identidade cultural, muito investimento é feito para realçar as marcas territoriais das regiões da cidade. Só no caso do projeto do Porto Maravilha, o recurso investido ao longo de 15 anos deve passar de 3,5 bilhões de reais, comercializados na forma de CEPAC, operação na qual a Caixa Econômica Federal foi a única a apresentar proposta de aquisição, para posterior comercialização em forma de lotes, na Bolsa de Valores⁹. A cidade, como estrutura civilizatória constitui um objeto complexo com grande convergência simbólica que a transforma no objeto de atenção científica da atualidade, cabendo a cada pesquisador delimitar um pouco as fronteiras daquilo que pretende abordar.

Optei por obedecer aqui a premissa da escrita de reportagem, procurando, sempre que possível, apresentar as minhas reflexões permeadas por olhares de outros pesquisadores, mas sem comprometer fluidez textual típica da retórica jornalística. Procurando respeitar os princípios básicos da reportagem a partir da proposição de Sodré e Ferrari (1986) de garantir: “a) predominância da forma narrativa; b) humanização do relato; c) texto de natureza

⁹ Fonte: <http://www.portomaravilha.com.br/web/esq/detalheNoticia.aspx?id=ea043531-62f0-43c9-be85-60fd3e8ec915>

impressionista; d) objetividade dos fatos narrados”, procurei dar ao texto uma identidade pessoal, procurando na produção da tese fazer um exercício de escrita autoral pouco comum neste tipo de trabalho.

Como pondera Caiafa (2007), é próprio tanto da etnografia quanto do texto jornalístico a necessidade de conviver com depoimentos e a necessidade de transcrição da fala do outro. E talvez o ponto central tanto da pesquisa etnográfica quanto da reportagem seja o de manter o exercício de escrita como ponto culminante do encontro entre o objeto empírico e o esforço teórico, cabendo ao autor procurar manter o máximo possível a pulsação viva da experiência narrada, para que a escritura permaneça fruindo em busca de novas indagações.

A tão sonhada objetividade nada mais passa de um exercício de escrita e um compromisso com as fontes. Como exercício de escrita, estando os verbos conjugados na primeira ou na terceira pessoa, sempre se saberá que ali está implicado um “sujeito situado” que indica o caminho que irá percorrer e a forma como pretende fazer-se entendido na transmissão das impressões e dos conhecimentos colhidos ao longo do trabalho empírico. E vale advertir que o lugar do objeto empírico é determinado no esforço literário, pois a sua compreensão está onde repousa o pensamento em busca do contraponto, que é a base mais confiável do entendimento. No campo da cultura não existe distanciamento que sobreponha a circularidade de saberes e afetos que enlaçam pesquisador, pesquisado e as práticas que suas identidades lhes impõe, situando-os não em pontos opostos do mesmo objeto, mas em múltiplas formas de apreensão da riqueza da realidade empírica.

O respeito com as falas das fontes talvez seja a parte mais sensível e que exige mais acuidade por parte do pesquisador, pois lhe é exigido uma grande habilidade de escuta, na tentativa de entender o dito e o não dito presentes na performance de transmissão das experiências. Nesse sentido, acredito que deve haver uma sensibilidade da escuta para fazer uma mixagem entre as falas que podemos classificar como “oficiais” e aquelas tidas como

subjetivas. As falas “oficiais” geralmente dão conta de colocar o tema mobilizador da fala da fonte no patamar do discurso e da agenda de sentido dominantes da sociedade. Já as falas subjetivas traduzem a maneira como o sujeito-fonte se situa em meio aos papéis sociais pressupostos pelo regime de observância dos sentidos e não-sentidos no grupo social que faz parte ou na sociedade a que integra.

Sem a singeleza de ouvir com calma e aceitar a urdidura artesanal dessas falas, o texto final pode até alcançar um patamar de grandeza importante, mas certamente a empiria estará absolutamente corrompida por um desbravamento promovido por um ouvido prevenido pelas regras do saber metrificado pela retórica científica. Por isso, tenho grande interesse por textos relacionados ao campo da memória, nos quais se pode “ouvir” a voz da empiria, do sujeito-fonte que é a razão principal de se buscar a flexibilização da fala constituída da historiografia.

É próprio da pesquisa da memória, ou pelo menos deveria ser, o exercício de audição capaz de manter a tensão constante do sentido estabelecido. Sendo assim, acredito que os roteiros culturais, arquitetônicos, gastronômicos etc. cumprem uma função primordial para pensar o lugar do patrimônio a partir das marcas e escritas que os monumentos produzem no espaço público. Veja na Imagem 02, por exemplo, uma visitante tentando contrastar o roteiro escrito com a realidade das fachadas dos imóveis construídos em estilo Art Déco na região do Lido, na cidade do Rio de Janeiro. A visita *in loco* dá ao sujeito não só a possibilidade de rever o texto escrito, como buscar outras leituras do monumento ou dos equipamentos urbanos expostos, procurando contextualizá-las com as condições do entorno, além de informações de bastidores a respeito de antigos moradores ou ocupantes que não foram escritas em livros oficiais, mas que são conservadas para a transmissão por vias orais ao longo dos anos.

Frequentei vários roteiros oferecidos em diferentes pontos da cidade do Rio de Janeiro e, em todos eles, pude perceber o interesse das pessoas pelas histórias de bastidores,

especialmente aquelas relacionadas à realza que habitou as áreas da cidade, hoje definidas como território pratrimonializado. Mas também pude observar o grande interesse dos moradores, turistas e visitantes por conhecer elementos simbólicos das culturas, especialmente aquelas presentes na arquitetura da cidade do Rio de Janeiro, como poderemos conferir nos próximos capítulos.

No Centro Histórico, cada conjunto de bens acaba virando um roteiro em si. O visitante pode escolher conhecer apenas igrejas, ou museus, ou centros culturais, ou cafés, ou bares, tudo vai depender de que tipo de perspectiva cultural que ele deseja ser provocado, já que em todos existem distintivos culturais e sociais “materializados” em construções, objetos de arte, ou ainda em detalhes de pórticos, lavabos etc.



Imagem 02 – Visitantes do roteiro “Lido Art Déco” identificam as marcas do estilo, em prédios localizados na região Lido/Copacabana

Mas a cidade é um manancial de expressividades que não se resume apenas ao Centro, onde se deu o povoamento concentrado no entorno dos palácios e do quintal da realeza portuguesa em terras brasileiras. Na medida em que o patrimônio histórico passa a se definir como um instrumento de valorização dos territórios, os moradores e empreendedores de outros bairros e regiões da cidade passam a também buscar seus patrimônios, isto é, singularidades locais, capazes de se transformar em identidades coletivas. Desta forma, os territórios se diferenciam e criam novas oportunidades de atrair o público, gerar atratividade e destinos de consumo especializados. Com isso, ao invés de ser um instrumento de limitação e redução de bens específicos, o patrimônio alarga-se para abranger outras formas e arranjos de memórias e identidades singulares, constituídas de atrativos oferecidos apenas naquele local.

Esse esforço de alongamento do alcance dos parâmetros que definem o patrimônio, seja ele histórico, artístico ou cultural (caso do tombamento de expressões imateriais), possibilita o investimento das empresas na melhoria dos territórios, transformando-os em aliados ao desenvolvimento institucional de seus negócios. Esse processo tem tornado o território cada vez mais um fator cultural, subjetivo e afetivo, através do qual, instituições, sujeitos e comunidades buscam restabelecer vínculos de pertencimento. A cidade aparece aí não apenas como um ordenamento humano em torno de formas de produção de bens e serviços, mas também como inspiração e motivos para a produção das artes, da literatura, do cinema e da televisão, das feiras e dos festivais, entre outras formas de expressão. Nesse sentido, é possível observar a urbanidade não como sinônimo de distanciamento e exclusão, mas, sobretudo, como o termo que pluraliza os sentidos da cultura, oferecendo aos agentes que abriga como laboratório para o exercício das convergências, divergências, críticas etc. Ou seja, a cidade em si já é um elemento catalizador dos interesses de seus usuários.

O cosmopolitismo como posicionamento cultural aparece nesse processo como a potência de aceitação da simultaneidade de múltiplas formas expressivas das identidades.

Vale destacar, contudo, que a proximidade cultural aventada nesse processo se dá em grande parte pela forma discursiva, sendo o discurso o pretexto de nascimento, fecundação e morte de sentidos culturais, que geralmente se dão suspensos de práticas fecundas nas experiências cotidianas. Cabe à comunicação ser esse “lugar” capaz de comportar, transportar e expressar as tendências mais vanguardistas da etnologia atual, já que é a ela que estão relacionadas as formas mais impactantes na conformação social do sujeito contemporâneo no tempo-espaço atual, que são os medias.

Estabelecer novas experiências do real que complementa e/ou tensifica a vida vicária dos discursos midiáticos implica em criar condições reais de reposicionamento dos corpos no campo da visão, já que o nexo moderno, ao mesmo tempo em que parece possibilitar a simultaneidade das diferenças, exige constantes enquadramentos culturais, sem os quais tornaria a pulsão comunicativa uma tarefa inviável. Ou seja, comunica melhor aquilo que pode mais facilmente ser enquadrado num contexto simbólico específico, daí vem a motivação dos projetos de Cidade da Música, Cidade do Samba, além de condomínios com projetos especiais de contato com a natureza etc.

Os bairros das metrópoles não fogem a essa regra e todos tendem a sofrer as consequências do excesso ou da ausência da visibilidade midiática. O enquadramento territorial para a sua participação no concorrido espaço midiático, implica no uso da comunicação e do marketing como instrumento e ferramenta de estruturação das diferenças espaciais no seio de uma cidade-marca construída pelos agentes credenciados para tal, como é o caso das prefeituras, secretarias e ministérios de turismo ou áreas congêneres.

A diferenciação das cidades gera um fenômeno interessante que procura transformá-las em museus a céu aberto, através do mapeamento e sistematização de seus monumentos - obras produzidas por artistas para cumprirem funções estéticas e informativas, ou mesmo peças funcionais que, ao longo dos anos são transformadas em bens de contemplação - e seus

elementos urbanos – que são edificações e elementos decorativos que não foram feitos para servir como monumento, mas que, devido ao seu interesse histórico, ganham status de patrimônio. Estátuas, arcos, colunas triunfais, mausoléus e obeliscos são alguns dos tipos de monumentos presentes nas cidades, enquanto os equipamentos urbanos são constituídos por conjuntos de moradias ou edificações públicas, logradouros, praças ou outro tipo de território que conserva bens de interesse do patrimônio. Na ausência de equipamentos que singularizem o território, costuma-se edificar imóveis autorais, capazes de redefinir as formas de uso do lugar em questão, tais como museus, centros culturais etc.

Os melhores exemplos da transformação de imóveis destinados à utilidade pública, como moradia, abastecimento ou comércio, por exemplo, e que, posteriormente, são transformados em monumentos, são os chafarizes, que existem em grande quantidade na cidade do Rio de Janeiro, como forma de prover o abastecimento de água à população. Tinha o da Carioca, da Glória e Mata-cavalos, das Marrecas e Lagarto, entre outros construídos com o objetivo de levar a água de vários rios das serras do Rio de Janeiro, para os moradores da cidade. O chafariz do Mestre Valentim, na Praça XV, continua sendo um atrativo importante nos roteiros culturais da cidade, o mesmo acontece com o da Cinelândia que ainda pode ser apreciado em pleno funcionamento, como monumento, na Praça Mahatma Gandhi. Aliás, a presença de água nas praças, especialmente sendo vertida sobre os monumentos, é uma constante, o que demonstra o grande volume de rios e nascentes nas proximidades dos locais escolhidos para fundação de vilas e cidades brasileiras. Vale desatacar, por exemplo, que os nascidos na cidade do Rio de Janeiro são chamados de cariocas devido a grande presença de uma espécie de peixes de nome cari no rio Carioca que abastecia o chafariz do atual Largo da Carioca. O termo carioca advém do fato de o cari preferir as ocas como moradia, surgindo assim o termo carioca (CORREA, 1939 p. 14).

O volume 170 da revista do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro, publicada em 1939, pelo escritor Magalhães Correa, traz uma relação completa dos chafarizes da cidade, cheio de detalhes como projetos arquitetônicos e preços cobrados pelos executores, demonstrando, desde então, o interesse público pela patrimonialização de bens da cidade.

O mesmo impulso de museificar para singularizar também é o de tornar as cidades em espaços-espetáculos, isto é, elas são refeitas para servirem de cenários para negócios turísticos, o que, por consequência, as deixam, cada vez mais parecidas entre si. Esse nexo produtivo está muito presente, por exemplo, nos investimentos feitos em centros históricos das cidades, especialmente no que se refere às zonas portuárias, onde os governos vêm fazendo altos investimentos. A este respeito, vale o registro. Ao ter que justificar cultural, social e economicamente o projeto Porto Maravilha, no Rio de Janeiro, a prefeitura publicou um livro (de acabamento artístico) que demonstra, antes mesmo de ficar pronto, que o investimento de tamanha envergadura tinha a função de colocar a capital fluminense no mesmo nível de igualdade de Inner Harbor (Baltimore - Maryland - EUA), Port Vell (Barcelona/Espanha), Victoria & Alfred Waterfont (Cidade do Cabo), Puerto Madero (Buenos Aires), Kop van Zuid (Roterdã) e Wes Kowloon Reclamation (Hong Kong), onde os portos já estão funcionando e atraindo turistas.

As justificativas para a temática que pretendo abordar neste estudo são diversas, mas, em resumo, procurei fazer uma análise objetiva de um jeito específico da ligação entre cidade, memória e comunicação, a partir dos traços que unem patrimônio, revitalização e identidade territorial na cidade do Rio de Janeiro. Com isso, preciso dizer que, apesar de ter o patrimônio como pano de fundo do cotejamento temático, meu interesse está concentrado nos atuais usos dos “lugares de memória” e na forma como os agentes locais de desenvolvimento da cidade lidam com o patrimônio e com as identidades territoriais onde estão situados. Para tanto, procuro demonstrar que o interesse pelo patrimônio é investido do desejo de museificação dos

espaços que não se restringe ao Centro Histórico, pelo contrário, está presente em bairros localizados nas partes novas da cidade, mas que investem esforços e recursos na configuração de destinos pautados pelo resgate das memórias dos acontecimentos políticos, históricos e culturais locais. Ou seja, ocupei-me muito dos atuais agentes de condução e operação das memórias e que utilizam a comunicação consorciada com o marketing como ferramenta de modelagem de produtos destinados a realçar identidades e produzir diferenciações. Fiz isso na tentativa de dar uma maior materialidade ao relacionamento desenvolvido entre os micros e pequenos empreendedores com as questões do patrimônio.

Parto da hipótese de que:

a) Já se encontra em execução um processo de gestão compartilhada da cidade, onde as autoridades políticas não só reconhecem que, sozinhas, são incapazes de dar conta da cidade, como já estão estruturando formas de atuação em conjunto com os agentes locais, especialmente empresas e ONGs, para manterem a efervescência cultural e social do espaço público.

b) Os agentes locais já perceberam a impossibilidade de terem uma cidade “pronta” onde possam exercer as suas funções produtivas e já estão mais sensibilizados do papel que lhes cabe na melhoria da qualidade de vida e trabalho no espaço público.

c) Está havendo um grande interesse da população pela volta da ocupação corporal do espaço público, o que tem colocado os territórios como fator decisivo de suas escolhas, seja pela proximidade de suas residências ou pela facilidade de acesso, seja pela visibilidade que ele ocupa na agenda pública da cidade ou pelas tecnologias de serviços, cultura e lazer que abriga, por exemplo.

Para tanto desenvolvi as minhas reflexões em cinco estações. Na primeira, eu convido o leitor para uma visita imaginária a alguns monumentos e elementos urbanos que compõem o Corredor Cultural do Rio de Janeiro, na tentativa de estabelecer um ponto de partida para as

questões teóricas a partir da provocação do lugar do monumento como elementos da narrativa do patrimônio. Pelo viés da cosmovisão, procuro demonstrar a estrutura de intersubjetivação que existe entre sujeito e espaço, para formarem um único corpo do qual resultam os sentidos possíveis da circulação na cidade, especialmente entre os equipamentos urbanos tidos como âncoras, que são aqueles que marcam e tipificam a espacialidade, formando o território onde estão inseridos.

Continuando na construção de um arcabouço teórico acerca do tema, na segunda estação, procuro problematizar questões relacionadas a tempo, espaço e patrimônio. Tomando esses termos como elementos da narrativa, minha intenção foi pensar sobre aspectos relacionados à importância atribuída à preservação de bens simbólicos. Ao que se percebe, a atual cultura da memória traz para a cena social a importância de o sujeito estabelecer afecção em relação aos acontecimentos práticos, diferenciando-os do *ethos* tecnológico que sistematicamente gera experiências virtuais distanciadas do cotidiano e de utilidade na vida prática. Paradoxalmente, no entanto, é justamente o aparato tecnológico que possibilita o resguardo das memórias e possibilita a animação necessária à sua utilização como sendo parte da vida prática. Há um grande interesse especialmente no que se refere ao tempo, tido como desenfreado, já que está orientado para uma linearidade imaginada. Mas, enquanto é tido como irrecuperável, já que não se pode voltar atrás, é visto como preservado quando apreendido nos aparatos de registros memoriais, como a fotografia e o vídeo, entre outros, que visam a dar materialidade ao resguardo do passado no tempo presente. Faz parte, portanto, do cotidiano das pessoas a preocupação com as melhores formas de lidar com a passagem das horas, mesmo sendo a sua mensuração recoberta de absoluta incomensurabilidade, por isso, busco na filosofia e nas ciências sociais, algumas reflexões produzidas com o objetivo de contribuir para uma reflexão crítica da temática.

Na terceira estação, já encaminho para a observação da aplicação da comunicação na revitalização territorial e os usos da memória pelos atuais agentes do Centro Histórico do Rio de Janeiro. Apresento a partir deste ponto elementos da observação de campo realizada em alguns polos que fazem parte do Programa Polos do Rio, especialmente nas formas como procuram utilizar a memória, através de seus monumentos e elementos urbanos como forma de produzir uma comunicação focada no espaço, como instrumento de agregação empresarial em torno das necessidades imediatas das empresas e da promoção dos polos como destino de consumo especializado.

Minha intenção com isso é aprofundar um pouco como a cultura da memória, que coloca o chamado “resgate histórico” e a “preservação das tradições” no centro das questões sociais e econômicas, bem como os agentes estratégicos da cidade procuram se apossar do território onde estão inseridos para tornarem-se “condutores de memórias”. Essa condução de memória é feita pela inserção da comunidade produtiva, isto é, empresários, artistas, produtores culturais e consumidores de bens e serviços ofertados nos chamados “lugares de memória” da cidade, bem como, das formas encontradas por eles para celebrarem e promoverem os monumentos que referenciam o território, que são as âncoras, mas também a criação de novos eventos amparados pela paisagem urbana local, marcada por edificações que dão aparência de antiga à região.

Estar na rua é o tema da quarta estação, onde permaneço, para apresentar especificamente alguns casos de roteiros oferecidos e como eles possibilitam formas de estudar e compreender o espaço urbano, onde o sentido do tempo orientado pelos medos dificulta a ocupação fruída da cidade. Aqui procuro apresentar o roteiro como ordenamento espacial e como cartografia simbólica da cidade, sendo, portanto, ponto chave para apreensão cultural do espaço urbano. A roteirização procura espacializar a cultura ao longo de um perímetro urbano, assim como o Corredor Cultural, apresentado na visita virtual a ser feita na

primeira estação e em outros roteiros que acompanhei durante a pesquisa. O roteiro possibilita uma trajetória afetiva e educacional pelo simbolismo da cidade, seja através dos monumentos e imóveis remanescentes do passado, seja pelas ausências sentidas em lugares onde antes existiam bens que foram imortalizados, especialmente através da fotografia e da escrita, o que demonstra a simbiose existente entre o espaço, a subjetivação, para a consciência histórica do sujeito.

A quinta estação tem como tema o Marketing Territorial, onde faço uma leitura das formas de comunicação desenvolvidas por alguns Polos do Rio e como esta maneira de gestão territorial está alinhada com as transformações sociais ocorridas na modernidade. Trata-se de um modelo de gestão absolutamente atual, quando as autoridades estão se apercebendo da importância de parceria com os agentes estratégicos, para uma melhor gestão da cidade.

Em outras estações, onde apresento as considerações finais, trata-se de um esforço nostálgico de não chegar nunca, quando o tema é a busca do conhecimento. Por isso, mais do que concluir, prefiro apresentar novos roteiros para que outros procurem fazer novas trilhas, que nos possibilitem segurança para curtir a paisagem e incentive devaneios suficientes para inventá-las como convém tudo que se relaciona à memória, para que o tempo não se perca no desejo incessante da verdade porque, como escreveu João Cabral de Melo Neto, “tanta lucidez dá vertigem”. Com isso, procuro aproximar as questões aqui suscitadas do estudo da comunicação que, por sua vez, é o mesmo da cultura, já que ter cultura e expressar-se dá no mesmo, o que demonstra uma interlocução cabal entre um termo e outro.

Ao longo do século XX, a cultura teve seu apogeu metodológico e tornou-se sinônimo da condição humana, isto é, uma totalização simbólica que tem o sujeito como conceito composto por uma teia de relações que fazem com que ele seja um representante da realidade psicossocial do conjunto e o grupo o resultado da interação de seus membros. Seja na aceitação do homem como fruto do meio, por parte de Freud, ou como um animal social,

como propôs Marx, o fato é que o projeto de sujeito está estabelecido nas relações que configuram os grupos sociais de pertencimento. Ou seja, o sujeito não pode ser tomado como um elemento fora do campo cultural, já que as formas de ocupação e interação com o mundo são decorrentes das maneiras como a cultura é constituída e continua a se construir através dele. E a forma mais evidente deste vínculo grupal é a comunicação, isto é, as formas como este sujeito expressa ou, de outra maneira, como ele se coloca no mundo e exige que o mundo interaja para ele.

Na prática, grande parte dessas mudanças está relacionada às formas de produção de bens no ocidente, quando, após o período colonial, a produção deixa de acontecer dentro de um grupo predominantemente estruturado por redes de sociabilidade primárias, tendo a hierarquia familiar como marco civilizatório. A circulação das pessoas entre aldeias e cidades, promoveu novas formas de sociabilidade e fez com que a mistura das experiências familiares gerassem novos modelos subjetivação e, por consequência, as nações estabeleceram novas cartografias sentimentais.

Chegou-se ao ponto de achar que tudo seria cultura, como uma solução para compreensão de sua importância na prática cotidiana e simbólica do sujeito. Mas isso não resolveu a questão, pois quando algo é aventado como sendo “tudo” imediatamente cai na condição de também não ser “nada”, de modo que jamais poderíamos deixar este termo tão rico e necessário para compreensão do mundo nesta encruzilhada complexa. Então, começou-se a tomar a cultura não no singular, com alto totalizante, mas no plural, para tentar realçar a multiplicidade de formas de suas expressões, como apresenta Coelho (2008), quando faz um relato consistente desde as obras de Taylor (1871) com a busca do conceito a partir da concepção do Iluminismo, anterior à Revolução Francesa, até o momento atual, quando a cultura é tomada como bem/capital.

Com isso a cultura caminhou para um termo que aponta para o dissenso e já é lugar comum aceitar não um, mas vários significados para cultura, ou mesmo tê-la não como uma, mas várias culturas que ocupam e interagem entre si. Tomada no contexto da cidade, especialmente no seu aparato imagético e relacional entre os atores estratégicos, como é o caso deste estudo, tomamos o termo como práticas culturais, como propõe Muniz Sodré (2005). A prática cultura é “um processo de produção de expressividade simbólica e de distinções sociais pela sensibilidade individual”, define Sodré (p. 11). Como sustenta o autor, as práticas sociais dispõem de “um espaço estruturado ou sistematizado por regras próprias e com conteúdos claramente definidos” (Idem) e, por isso desfrutam de autonomia relativa em seu inter-relacionamento.

Logo, o trabalho de uma pesquisa consiste numa crítica das práticas culturais e tomadas desta forma, procura desvencilhá-las das armadilhas que o tema geralmente impõe ao pesquisador, como a tentação de tornar o sujeito etnográfico um lugar de figuração do exótico, distanciando-o da cadeia de relações que as múltiplas práticas culturais mantêm entre si.

Num caminho similar, a comunicação pareceu, num primeiro momento, ganhar voos solos, com o intuito de se constituir como uma disciplina independente, para tratar apenas das epifanias oriundas das narrativas em massa, mas logo percebeu que jamais conseguiria tamanha proeza sem ter consigo os elementos que constroem e definem a cultura. Isso tornou os dois termos irmãos gêmeos e fez do ofício da crítica de um, ser sinônimo de ambos. Isto é, no ofício da crítica, é impossível tratar da comunicação sem estar absolutamente referendado e imbuído de construir meios de pesquisa da cultura, seja em que forma de expressão ela for tomada.

Por conseguinte, os estudos da cultura e da comunicação por questões tangenciais tornaram-se referências para a compreensão das cidades e dos hábitos de vida do sujeito

contemporâneo. Isso acontece porque, desde a sua gênese, a cidade configurou-se como o *locus* intrínseco do *modus operandi* das economias e, por conseguinte, da condição humana, oferecendo os padrões de referências dos modos de vida de quem está dentro ou fora do perímetro urbano. Com isso, no entanto, não queremos dizer que a cidade é totalizante, mas, sobretudo que ela contribui para as formas de sociabilidade e do projeto de sujeito que se estabeleceu na chamada pós-modernidade, que prima por construir uma vida (útil) estruturada pelo conceito de tempo linear e orientada para o consumo.

Quanto à memória, não resta dúvida de que se trata, em primeiro lugar, de um desejo imensurável de conseguir apreender os acontecimentos do mundo, subtraindo do passar das horas, marcas temporais capazes de perdurar. Mas, como ponderou Santo Agostinho, é fácil saber o que é a memória, mas é difícil explicá-la quando nos indagam a seu respeito. Contudo, a memória continua sendo um conceito importante para o projeto de sujeito, ao longo da história da humanidade, que começa com o reconhecimento das diferenças grupais, os cultos e os ritos das tribos e prossegue sendo um artefato necessário à condição de sociabilidade e socialidade do homem contemporâneo, naturalmente, com outras formas de interação e armazenamento dos códigos e aprimoramento do simbolismo que referencia o momento histórico do sujeito.

Esse modelo de sujeito tem suas bases fortalecidas pela Psicanálise freudiana que estabelece como condição essencial para manutenção das lembranças dois polos: o inconsciente, tido como sombrio, mas de profunda importância para o entendimento das emoções; e o consciente, onde estabelecem as evidências e possibilita a decodificação. No inconsciente, adormece um exuberante manancial de sentimentos compreendidos apenas por aqueles que aceitam as sensações como respostas definitivas às indagações. Já no consciente, estabelece a arena de construção e disputa de sentidos, onde o mundo prático ganha comunhão e partilha.

Não obstante, o modelo cognitivo freudiano de percepção do mundo continua tendo as suas bases na sabedoria grega, que estabeleceu o espírito redundante da sujeição histórica do homem, dividindo o devir-sujeito entre a tragédia e a comédia. Aristóteles reserva à tragédia o lugar primordial da transformação humana e elemento necessário para entronização dos valores superiores necessários à formação dos homens de bem. E, à comédia deixa como sendo a condição que seduz e desvia o sujeito de seu caminho evolutivo, à procura do bem maior: a sabedoria. Dor *versus* alegria continua sendo, portanto, a base emocional do sujeito e condições essenciais para conceituação do mundo.

Coube a Mikhail Bakhtin (2008) lograr à comédia uma posição de destaque na literatura, ao enxergar nas festividades populares as possibilidades de reversão dos códigos estabelecidos e aceitar a superação linguística como sendo onde de fato gravita os gêneros literários e, por conseguinte, a psique e as questões da subjetividade. Explicitar a linguagem como sendo o lugar da catarse, como fez Bakhtin (2004), devolve ao sujeito um lugar privilegiado no posicionamento em relação à dor e à alegria, dando-lhe os elementos que lhe garantem tirar da experiência aquilo que melhor lhe aprouver. Se a linguagem se dá na intersubjetividade como propôs Bakhtin (Idem) e a memória é sempre coletiva, como postulou Halbwachs (2006), a narrativa é a morada por excelência do sujeito.

Nesse contexto, a comunicação se coloca como sendo a poética da partilha, ponto convergente do acontecido, já que guarda para si a potência máxima da narração. É narrando que o fato se constrói e ganha objetividade, já que a enunciação demanda o sentido de sucessão temporal. Nas sociedades primitivas a sucessão temporal estava cravada nas transformações da natureza e seus ciclos climáticos, mas também na partilha das histórias familiares, sendo os anciãos aqueles detentores dos conhecimentos mais importantes e necessários a uma vida mais fecunda. Para acessá-los era necessário que o novo ente familiar passasse por ritos que lhe conferia um lugar na hierarquia grupal. Com a evolução

tecnológica, no entanto, há uma inversão de papéis e os mais novos passam a deter conhecimentos que os mais velhos não conseguem dominar. Para Benjamin (1994) o romance suplanta de vez a narrativa, porque tira dela a condição de transmissão oral, para segregá-la numa individualidade isolada que retira da partilha a potencialidade do conselho e da sabedoria.

Ao ler Benjamin, no entanto, parece que só nos restou uma condição de experiência vicária, como se um mundo bom tivesse nos abandonado e que, ao contrário de nutrir para com ele uma experiência viva de memória, permanecêssemos presos às nostalgias pré-tecnológicas. Diante disso, talvez valesse a pena perguntar ao sujeito que é de fato a instância onde o mundo se faz mundo, qual é o sentido do mundo. E talvez sejamos surpreendidos não com um, mas com vários mundos, onde um acontecimento histórico muda a experiência, mas não transforma radicalmente o posicionamento do sujeito ser e estar, já que o tempo continua sendo uma pergunta em aberto e a memória a forma de tatear a paisagem que ele ajuda a construir.

Por isso, além de ser um objeto de estudo que tipifica as mudanças sociais que dão conta de novas formatações para os sujeitos, a comunicação também é um campo aberto de possibilidades para a sua reinvenção. Tratar dos medias é estudar a comunicação, mas certamente isso não esgota as inúmeras vertentes que o campo oferece.

Narrar e comunicar guardam consigo uma irmandade que não se perde com facilidade, por isso neste trabalho eles estão a serviço da memória para dar conta das formas como as cidades e os territórios se reinventam.

Bom passeio!

Primeira Estação - Cosmvisão: o campo e o patrimônio

*O olhar percorre as ruas como se fossem páginas escritas:
a cidade diz tudo que você deve pensar, faz você repetir o discurso,
e, enquanto você acredita estar visitando Tamara,
não faz nada além de registrar os nomes com
os quais ela define a si própria e todas as suas partes.*

Italo Calvino in *As Cidades Invisíveis*

1.1. Um passeio pelo Corredor Cultural

Nossa viagem começa com um passeio pela Cidade do Rio de Janeiro, ou melhor, pela parte velha desta cidade, que atende pelo nome de Centro Histórico. Nessa viagem, você passará por entre ruas bucólicas e avenidas frenéticas, casarios centenários e prédios contemporâneos que, à primeira vista até podem causar algum estranhamento, mas se confiar na narração que as velhas construções oferecem logo você perceberá que se trata de uma extensa região marcada por edificações que ajudam a compor os “lugares de memória” da cidade e dar “materialidade histórica” ao Brasil. Com isso, ainda que o espaço lhe seja familiar, sugiro que adote um espírito de estrangeiro para render-se a esse discurso-memória que é esta região da cidade, onde os monumentos e casarios estão marcados feitos tatuagem no corpo-cidade para constituir o patrimônio e oferecer sentido à vida. O roteiro apresentado é o chamado Corredor Cultural, um projeto da prefeitura da cidade com a finalidade de preservar o acervo, resquícios e trilhas que revelam as marcas de como a cidade se fez ao longo dos séculos, conforme imagem 03.

A visita começa pela Cinelândia que já foi uma espécie de Broadway¹⁰, quando era um dos principais ícones da Cidade do Rio de Janeiro, no início da República, juntamente com a

¹⁰ Cf. SEARA, Berenice. Guia de Roteiros do Rio Antigo. Rio de Janeiro: O Globo, 2004.

Hoje, apenas o Odeon permanece funcionando, sendo o último sob os auspícios da Petrobrás. O prédio é datado de 3 de abril 1926, foi idealizado pelo empresário espanhol do setor turístico, Francisco Serrador, que sonhava em transformar o local na "Broadway dos trópicos", pois aqui existiam outros cinemas e teatros de sua propriedade. Os elementos arquitetônicos do início do século XX foram recuperados em todos os seus detalhes: o lustre central, o teto em estilo neoclássico, os elementos *art nouveau* do palco e da sala de exibição, as escadarias em mármore, as colunas gregas na entrada do cinema e a varanda que ficou décadas escondida sob o seu letreiro. Também foi recuperado um dos camarotes no andar de baixo, semelhante ao projeto original do cinema.

Além de satisfazer os cinéfilos, a Cinelândia tornou-se um reduto de manifestações políticas, dentre elas, está a Marcha dos 100 mil, manifestação popular que reuniu estudantes, intelectuais e artistas, em 26 de junho de 1968, contra o Regime Militar do Presidente Costa e Silva, resultando, posteriormente, no endurecimento dos militares contra a sociedade civil, com prisões de centenas de estudantes.

O primeiro edifício oficial a ser inaugurado na Avenida foi o Palácio Monroe, destinado à Exposição Internacional de Saint Louis (Estados Unidos), em 1904, que também o premiou pelo projeto e pela beleza, tornando a primeira obra de arquitetura brasileira a ser reconhecida internacionalmente. Após a exposição, ele foi reconstruído e reinaugurado em 1906 com a abertura da 3ª Conferência Pan-Americana. O responsável por seu projeto é o general Francisco Souza Aguiar (FRIDMAN, 2011). Até 1914, continuou a exercer função de pavilhão de exposição, quando, então, passou por reformas para abrigar a Câmara de Deputados, que permaneceu até 1922. De 1925 a 1930, passou a ser ocupado pelo Senado Federal até 1960, quando em 14 de abril acontece a sua última sessão. Mas parece que o Monroe tinha mesmo nascido para morrer, pois, apesar das palavras de enaltecimento de seus ocupantes a respeito de sua condição de guardião dos ecos dos imortais republicanos, além de

sua visível importância arquitetônica, sem falar dos valores públicos investidos em sua construção, nos anos seguintes, começou uma campanha sistemática pela sua demolição, especialmente pelo jornal O Globo, que o atacava veementemente através de editoriais. Do outro lado, o Instituto de Arquitetos do Brasil (IAB) e o Clube de Engenharia, através do Jornal do Brasil, tentavam de todas as maneiras preservar o edifício, até que, em 1976, foi iniciada a sua demolição. Contudo, isso não se deu devido às obras do Metrô como comumente se costuma divulgar, já que, segundo Fridman (2011), desde o projeto inicial, o traçado do metrô já tinha a preocupação de não provocar danos ao Monroe.

Atualmente, no local onde ficava o Monroe está localizado o Chafariz do Monroe, monumento que impressiona por seu tamanho, com mais de 10m de altura e pelos efeitos visuais das quedas d'água, além de figuras decorativas, como anjos de mármore, estátuas sustentando taças, carrancas de tritões de longas barbas, guirlandas de flores e estátuas de meninos representando a América, a Europa, a Ásia e a África.

Fundido em 1861, foi adquirido, anos depois, pelo imperador D. Pedro II, que o viu em uma exposição em Viena, e decidiu adquiri-la. Inicialmente foi instalado na Praça XV, mas em 1960, quando da construção da Avenida Perimetral, foi transferido para a Praça da Bandeira e, em 1979, finalmente, afixou-se no local onde existiu o Palácio Monroe, atualmente chamada de Praça Mahatma Gandhi¹², em homenagem a este líder espiritual indiano e onde também tem uma estátua sua de autoria do escultor hindu Sankho Chanduri, esculpida em bronze e inaugurada neste local em 1949.

¹² Mohandas Karamchad Gandhi nasceu na Índia, a 02 de outubro de 1869 e foi assassinado por um fanático, em 31 de janeiro de 1948, quando dirigia preces públicas em Nova Delhi. Seu corpo foi cremado e as cinzas lançadas no rio Ganges. Fonte: http://www.brasilcult.pro.br/rio_antigo2/esculturas/esculturas04.htm. Pesquisa realizada em 03/02/2011.



Imagem 04 - Vista do Palácio Monroe, ainda celebrado como ícone da perda do patrimônio histórico na cidade do Rio de Janeiro. Acervo: Biblioteca Nacional (digital) – <http://bndigital.bn.br/> - icon46391_03.tif. (público).

Voltando o olhar para o conjunto de bens tombados que ainda estão presentes nas cercanias da Praça, logo avistamos o Museu Nacional de Belas Artes, prédio projetado pelo arquiteto Adolfo Morales de Los Rios em estilo eclético e que, desde 1938 abriga um dos mais importantes acervos no qual é possível “transitar” pela história da arte no Brasil, do

período pré-colonial até o contemporâneo. Atualmente, o museu oferece ao público obras de grandes nomes das artes plásticas nacional, como: Vitor Meirelles, Pedro Américo, Djanira e Eliseu Visconti, entre outros.

Logo mais à frente, encontra-se a Biblioteca Nacional, construção projetada em estilo eclético com detalhes neoclássicos e *art nouveau* e que é considerada a oitava mais importante do mundo e a maior da América Latina e que foi inaugurada em 1910, seguindo a tendência de outras edificações da mesma época. Seu interior repousa o olhar do visitante sobre lindas esculturas, detalhes de escadarias e luminárias, entre outros trabalhos feitos por grandes nomes das artes plásticas, além de abrigar mais de nove milhões de títulos no acervo.

Bem na cabeceira da Praça está o Teatro Municipal que foi inaugurado em 14 de julho de 1909. Por ser uma das maiores casas de espetáculos da América do Sul, recebe visitas guiadas ao seu interior e bastidores, proporcionando momentos de encantamento pela sua majestade arquitetural. As fachadas são recobertas por mármore Carrara e granito. Lampadário de bronze e bilheterias protegidas por grandes de ferro juntam-se a figuras delicadas feitas para encantar também fora do palco. Esculturas trabalhadas por Rodolpho Bernardelli ornaram o alto do prédio, reverenciando a poesia, a música, a dança e o canto, bem como os gêneros teatrais tragédia e comédia¹³. Uma estátua do maestro brasileiro, Carlos Gomes, que ficava localizado à frente do teatro como se estivesse regendo uma ópera, atualmente está localizada à sua direita, depois de ter passado por reformas juntamente com o Municipal, como é carinhosamente chamado o teatro¹⁴.

¹³ <http://www.theatromunicipal.rj.gov.br/historia.html>. Consulta realizada em 28/10/2009.

¹⁴ É comum se imaginar que os locais onde estão localizados os monumentos terem relação direta com algum acontecimento histórico, contudo vale ressaltar que os monumentos podem ser transferidos de lugar, de acordo com a necessidade de reconfiguração territorial. O Chafariz Monroe, esculpido por Mathurin Moreau, na França, na segunda metade do século XIX e adquirida no ano de 1878 por Dom Pedro II, em Viena, Itália, atualmente está localizado na Praça Mahatma Gandhi (local do antigo Palácio Monroe), mas ao longo de seus 126 anos, já esteve em vários pontos da cidade: na Praça XV de Novembro (Largo do Carmo), Praça XI de Julho, Praça da Bandeira.

Outra imponente escultura localizada na Praça Cinelândia é o Monumento a Marechal Floriano¹⁵, de autoria de Eduardo Sá, inaugurado em 1910, por iniciativa do Clube Militar. O monumento tem 15 metros de altura, tendo em seu topo o Marechal Floriano Peixoto quase todo coberto com a bandeira do Brasil, em atitude marcial, espada em punho. Na base, existem quatro esculturas: o Caramuru, Anchieta, um indígena e um africano que juntos representam a composição étnica e cultural do povo brasileiro.

Seguindo em direção ao Obelisco localizado na cabeceira da Avenida Rio Branco. Trata-se de uma obra do escultor Eduardo de Sá que mede 28m de altura e possui uma agulha de 11,4m, feito de granito extraído do Morro da Viúva. Trata-se de uma doação à cidade pela construtora a empresa Januzzi & Irmão, responsável pela obra da Avenida Central, hoje Rio Branco, por ocasião da inauguração da Avenida, em 1906¹⁶.

Bem próximo, vamos encontrar o antigo prédio do Supremo Tribunal Federal, reaberto no dia 4 de abril de 2001 como Centro Cultural Justiça Federal (CCJF). O processo de restauração respeitou as características históricas da construção, conforme orientação do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). Com patrocínio da Caixa Econômica Federal, a coordenação do restauro esteve a cargo do Instituto Herbert Levy, com apoio do Tribunal Regional Federal da 2ª Região. A obra dotou o edifício de uma moderna infraestrutura predial em termos de refrigeração, instalações elétricas, telefonia, sistema hidráulico etc. Atualmente, o CCJF dispõe de 14 salas de exposições, teatro, biblioteca, lojinha e cafeteria. Há ainda uma sala destinada à instalação de um cinema. O edifício foi

¹⁵ Nasceu em Maceió (AL), 30 de abril de 1839 e morreu em Barra Mansa (RJ), 29 de junho de 1895. Foi um militar e político brasileiro, sendo primeiro Vice-Presidente e segundo Presidente do Brasil. Presidiu o Brasil de 23 de novembro de 1891 a 15 de novembro de 1894, no período da República Velha. Devido ao combate enérgico às insurgências do início do período republicano, ganhou dos conservadores que lhes eram opositores a alcunha de "Marechal de Ferro", mas, pelo mesmo motivo também foi chamado de "Consolidador da República". http://pt.wikipedia.org/wiki/Floriano_Peixoto. Pesquisa realizada em 10/01/2012.

¹⁶ <http://rio-curioso.blogspot.com/2008/10/obelisco-da-av-rio-branco.html>. Pesquisa realizada em 10/01/2012.

projetado pelo arquiteto sevilhano Adolpho Morales de Los Rios, sendo um dos mais belos exemplares da arquitetura eclética, em voga no Brasil desde o início do século XX. Sua construção, iniciada em 1905, destinava-se à Mitra Arquiepiscopal do Rio de Janeiro, mas foi adquirida pelo Governo Federal, e tornou-se sede do Supremo Tribunal Federal (STF) de 1909 a 1960. Com a mudança do STF para Brasília, o prédio foi ocupado, sucessivamente, por varas de Fazenda Pública e pela Justiça Federal¹⁷.

Indo em direção à Lapa, passamos pelo Passeio Público, considerado o primeiro parque ajardinado do Brasil, foi concebido pelo Mestre Valentim da Fonseca e Silva, tido como um dos maiores artistas do período colonial brasileiro, em 1783, servindo de ponto de encontro da sociedade carioca, especialmente nos séculos XVIII e XIX. No seu interior, além de variadas espécies da flora nacional, existem obras de arte do Mestre Valentim, como o Chafariz dos Jacarés onde fica uma fonte composta por um largo tanque de cantaria e por peças em bronze, que era abastecida no passado pelo Chafariz da Carioca, por intermédio de canos subterrâneos¹⁸.

Seguindo em frente, vamos encontrar a Igreja Nossa Senhora do Carmo da Lapa do Desterro inaugurada em 1775, tendo sido seu altar-mor produzido pelo Mestre Valentim, que também deu forma a muitos outros monumentos que integram o casario da Lapa. Ao lado, encontra-se a Sala Cecília Meireles, espaço inaugurado em 1965, atualmente dedicado à música de concerto e cujo nome homenageia a poetisa brasileira, Cecília Meireles. Indo em frente, vê-se o monumental Aqueduto Carioca, um dos principais ícones do Rio de Janeiro. Também chamado de Arcos da Lapa, foi construído em 1750 para distribuir à população as águas do Rio Carioca vindas de Santa Teresa. Suas arcadas duplas medem 64

¹⁷ <http://www.ccjf.trf2.gov.br/espac/histor.htm>. Consulta realizada em 05/05/2011

¹⁸ Conforme www.passeiopublico.com.br, em pesquisa realizada em 08/12/2011.

metros de altura e 270 metros de comprimento. Hoje, ainda é possível cruzá-lo de trem de ponta a ponta como, aliás, faziam os moradores indo e vindo de Santa Teresa, desde 1896.

Ao atravessar os Arcos da Lapa, a gente entra na centenária Rua do Lavradio, que nos leva até a Catedral de São Sebastião do Rio de Janeiro, uma construção moderna projetada por Edgar de Oliveira, erguida entre os anos de 1965 e 1976. Seus detalhes são mais bem apreciados pela parte interna, pois enquanto por fora tem forma de cone escamado, o interior revela um delicado e majestoso templo, exibindo faixas de vitrais com motivos religiosos que vão do chão ao teto formando no ponto mais alto uma cruz quadrada, tendo sido projetados pelo padre Paulo Lachen Maier¹⁹.

Já na Praça Tiradentes está localizado o Centro de Artes Hélio Oiticica, construído em estilo neoclássico entre 1863 e 1872, tendo abrigado o Conservatório Dramático Brasileiro que, na época, era frequentado por poetas e escritores, como Olavo Bilac e Vitor Correa, entre outros. Depois de um longo tempo desativado, em 1995 foi reformado pela prefeitura do Rio para receber as obras do artista plástico Hélio Oiticica, além de exposições temporárias. Rumando para o Largo de São Francisco, avista-se o Real Gabinete Português de Leitura, projetado pelo arquiteto português Rafael da Silva e Castro e inaugurado em 10 de setembro de 1887, com a presença da Princesa Isabel. É de estilo manuelino, típico do século XV e XVI, e possui peças preciosas, tais como: as primeiras edições de “Os Lusíadas”, de Camões, entre outras. Assíduo frequentador, o escritor Machado de Assis promoveu nesse local as primeiras reuniões para fundação da Academia Brasileira de Letras (ABL), que se deu em 20 de julho de 1897. Atualmente, a ABL está localizada no bairro do Castelo (Av. Presidente Wilson 203), próximo à Cinelândia. Nas cercanias, está a Igreja de Nossa Senhora do Rosário e São Benedito, cuja construção começou em 1639, quando os devotos de Nossa Senhora do Rosário e São Benedito – negros em sua maioria - que frequentavam a Igreja de São Sebastião

¹⁹ Outros dados podem se encontrados no site <http://www.catedral.com.br/historia.php>. Pesquisa realizada em 13/12/2011.

no Monte do Castelo, resolveram se unir em torno de uma confraria. Mas, após brigar com os cônegos do Rio, a Confraria resolveu retirar a Santa daquela igreja e criar um templo só para ela. Em 1725, após duas décadas e meia de trabalho, o templo foi inaugurado, servindo, inclusive como sede (em 1733) dos cônegos, já que a Igreja de São Sebastião estava em mal estado de conservação. Foi, ainda, sede do Senado da Câmara. Estamos passeando há cerca de uma hora, em mais uma hora e trinta minutos terminamos o roteiro, portanto, vamos seguir para a Praça XV.

1.2. Praça XV passo a passo

Para chegamos à Praça XV a gente atravessa por ruas apertadas como a do Rosário onde, com a atenção apurada é possível apreciar antigas construções dos séculos XIX e XX ou mesmo atravessar a Avenida Rio Branco, considerada o marco da entrada da modernização no Centro Histórico. A Praça XV preserva um importante conjunto histórico e arquitetônico ligado à história e à cultura do Brasil. Começamos pelo Convento do Carmo que foi, por muitos anos, a principal referência em edificação do Rio de Janeiro, então uma província de Portugal, no início do século XVII. Aliás, foi justamente a tal construção iniciada em 1619 que possibilitou a região alagadiça tomar fôlego e, aos poucos, ganhar forma. E, devido a essa imponente construção, a atual Praça XV, cujo nome homenageia a Proclamação da República, acontecida no dia 15 de novembro de 1889, já foi chamada de Largo do Carmo e Rossio do Carmo. Na época do Império, chamou-se Largo do Paço.

O Convento também já foi residência da família real, quando a corte se transferiu de Portugal para o Brasil e as carmelitas foram obrigadas a ceder seus aposentos para abrigar a rainha dona Maria, a Louca, que ali viveu até 1857. Com o hábito de, todos os dias à tarde, ir tomar as "águas da rainha" numa bica de Cosme Velho, sempre rodeada de mucamas, logo surgiria a curiosa expressão “Maria vai com as outras”, ainda tão em voga nos dias atuais.

Hoje, o Convento do Carmo pertence à Universidade Cândido Mendes (UCAM), que, embora tenha construído um arranha-céu no local, preservou as suas fachadas²⁰.

Mas a tradição de imponentes construções religiosas não se restringe apenas ao Convento do Carmo. Já em 1648, os ricos negociantes da corte criaram a Venerável Ordem Terceira de Nossa Senhora do Carmo. Embora dividissem com o Convento a mesma capela, um desentendimento fez com que a Ordem construísse sua própria igreja no mesmo terreno, resultando num dos mais majestosos espaços religiosos com obras de arte do teto ao chão. Seu interior é recoberto por ricos detalhes em ouro, tornando-se referência para apreciadores da obra de Mestre Valentim, um dos cinco artistas plásticos que ajudaram a dar beleza e relevo arquitetônico ao templo. Em 1761, a capela do Convento do Carmo foi transformada na Igreja de Nossa Senhora do Monte Carmo, tornando-se a primeira catedral do Rio de Janeiro. Foi também a Capela Real e Capela Imperial, de 1808 a 1809, oficiando não somente a missa de coroação de D. Pedro I, mas também o batizado e o casamento da princesa Isabel. Parte das cinzas de Pedro Álvares Cabral, descobridor do Brasil, também estão guardadas numa urna ali abrigada, desde 1903. A decoração interna e a dos sete altares são opulentas, principalmente a talha dourada em rococó, feita pelo Mestre Inácio Ferreira Pinto, mesmo autor da capela-mor da Igreja de São Bento. A igreja foi catedral metropolitana até 1977, quando foi inaugurada a atual Sé, a Catedral Metropolitana de São Sebastião, na Avenida Chile²¹. Em 2008, foi reaberta ao público depois de passar por uma obra de restauro, com um espetáculo denominado “Som e luz”.

Logo à frente está o Paço Imperial, rico de curiosidades históricas, ele foi inaugurado em 1743, para ser residência governamental e para sediar os governos de Rio de Janeiro e Minas Gerais. Foi também Tribunal da Relação e Casa da Moeda, mas, com a chegada da

²⁰ Dados disponíveis em: <http://www.ucam.com.br/ver.php?id=1244&secao=3>. Pesquisa realizada em 02/01/2011.

²¹ Este e os demais monumentos da Praça XV foram descrito de acordo com SEARA (2004)

Família Real portuguesa, em 1808, a casa foi transformada em Paço Real, depois de ser reformada e ampliada, acrescida de mais um andar. O Paço Imperial foi testemunha de importantes acontecimentos da História Brasileira, como o Dia do Fico (9 de janeiro de 1822), quando o príncipe regente, Dom Pedro declarou, perante a um público reunido na rua, sua determinação em ficar no Brasil, contrariando as ordens de Lisboa e iniciando um processo que resultou na Independência. Foi ali também que a princesa Isabel assinou a Lei Áurea e, de suas janelas, acenou para o povo reunido ao redor do Paço. Algumas festas importantes aconteceram em seu interior, como as coroações de D. Pedro I e D. Pedro II. Atualmente, o Paço é um centro cultural com restaurantes, exposições, shows e salas de cinema.

Pertinho do Paço, avistamos uma das capelinhas mais antigas do Brasil, embora não se saiba precisar o ano de sua construção, já que seus documentos foram perdidos quando o francês Duguay-Trouin saqueou a cidade, em 1711. Sabe-se, porém, que a capela da Irmandade do Glorioso Patriarca São José já era construída em 1630. A atual Igreja São José começou a ser construída em 1808 e foi inaugurada em 1842. Ao lado, está o Palácio Tiradentes, atual sede da Assembléia Legislativa. Seu nome se deve ao fato de ter sido construído entre 1922 e 1926, no local onde funcionou a Casa de Câmara e Cadeia, na qual, em 1792, ficou preso Joaquim José da Silva Xavier, o Tiradentes, enquanto aguardava o momento de ser executado. Inteiramente relacionado à arquitetura eclética, sua frente é ornada por seis colunas de 12 metros de altura e, no seu interior, conta com amplas galerias decoradas ao estilo Luís XVI, com piso de mosaico francês, que serve para circulação. Um lindo painel de Eliseu Visconti, retratando o momento de Constituição Republicana, promulgada em 1891, ocupa o fundo do plenário. Com 12 metros de altura e 350 toneladas, a cúpula também reverencia a república. Seus vitrais de Chamberland representam o céu brasileiro no momento de Proclamação da República, às 9 horas do dia 15 de novembro de 1889. Bem em frente, fica uma estátua de Tiradentes, marcando o local exato de sua cela.

A Praça XV abriga ainda o Chafariz de Mestre Valentim ou Chafariz da Pirâmide, construído a mando do vice-rei Luís de Vasconcelos, em 1789, para receber água do Rio Carioca, que descia do Morro de Santa Teresa, através do aqueduto, atual Arcos da Lapa, e era desviada por meio de canos de pedra por toda a Rua do Cano (atual Rua Sete de Setembro), chegando ao Largo do Paço para abastecer os navios que ali atracavam.

No centro da Praça está a estátua do General Manuel Luiz Osório, o Marquês Herval (1808-1879), que organizou e comandou as vitoriosas tropas brasileiras na Guerra do Paraguai. Trata-se de uma obra encomendada ao escultor Rodolfo Bernardelli, em 1887, e fundida em Paris com o bronze de canhões tomados dos paraguaios na referida guerra. Foi inaugurado em 12 de novembro de 1894, dois anos depois da Proclamação da República no Brasil, em reconhecimento à importância militar da Tríplice Aliança, acordo que unira Brasil, Argentina e Uruguai contra seu inimigo comum na Guerra do Paraguai (1864-1870), levando o trio de aliados à vitória²².

Ao lado da praça está o Arco dos Telles, último de um conjunto de três iguais e contínuos que formavam o palacete dos Telles de Menezes, em estilo colonial. Diga-se de passagem, o arco que dava acesso à Rua do Ouvidor foi o que restou, depois de um incêndio que consumiu tudo, em 1790. Atualmente o arco serve de entrada em um dos recantos mais aconchegantes do Centro Histórico do Rio de Janeiro, com um conjunto de casarios com altíssimo pé direito e ruas calçadas de pedras, sendo a de número 13, uma das casas onde morou a cantora Carmen Miranda. Na Rua do Ouvidor, está localizada a Igreja de Nossa Senhora da Lapa dos Mercadores, construída em 1753, considerada uma joia barroca, com

²² Após a sua morte, em 1879, o corpo foi embalsamado e levado para o Asilo dos Inválidos da Pátria, na Ilha do Bom Jesus, Baía de Guanabara. Porém, durante a colocação da escultura, os restos mortais do militar foram transferidos para os alicerces do monumento, numa urna. Em 19 de novembro de 1993, providenciada exumação e os despojos foram levados para o Parque Histórico Marechal Manoel Luís Osório, no município de Tramandaí (RS), onde se encontra preservada a casa simples em que o militar nasceu, em 10 de maio de 1808. Conforme Vera Dias, em artigo publicado no site [www. http://ashistoriasdosmonumentosdorio.blogspot.com](http://ashistoriasdosmonumentosdorio.blogspot.com). Pesquisa realizada em 10/01/2012.

todo o seu interior revestido de talha do século XIX. Seguindo pela Rua Primeiro de Março, encontramos a Igreja de Santa Cruz dos Militares, construída entre 1780 e 1811, sobre os restos de um forte que ali existia para defesa da Baía da Guanabara. Sua fachada segue modelo da Igreja Gesù, de Roma, com quatro nichos, 12 pilastras e estátuas dos Evangelistas, e o interior, todo branco, é recoberto com talha e estuque com frisos dourados.

Estendendo um pouco mais o passeio é possível chegar à Igreja Nossa Senhora da Candelária, um dos principais símbolos da Cidade Maravilhosa. Sua história começa com uma inusitada curiosidade. Em 1600, o casal de portugueses Antônio Marins de Palma e Leonor Gonçalves, após se salvar de um naufrágio e conseguir chegar até ali com vida, decidiram erguer no local uma capelinha em homenagem à Nossa Senhora da Candelária. Em 1775, construíram uma igreja, cuja obra só foi concluída em 1877. Do projeto inicial – decorridos 277 anos – só restou a fachada. Com projeto de Daniel Pedro Ferro Cardoso, sua cúpula é composta de 1422 pedras, totalizando 630 toneladas e é rodeada por oito estátuas de mármore branco, esculpidas por José Cesário de Sales, em Lisboa. As portas de bronze, fundidas em Bruzy, na França, reproduzem alegorias do Santíssimo Sacramento. Seu piso é feito de ladrilho decorado com arabescos, flores e desenhos geométricos.

Bem perto está o Centro Cultural Banco do Brasil (CCBB), cujo edifício fora construído entre 1880 e 1906, por Francisco Joaquim Bethencourt da Silva, como sede na Praça do Comércio, uma espécie de Bolsa de Valores. Em 1923, passou a ser propriedade do Banco do Brasil, para saldar dívidas da Associação Comercial do Rio de Janeiro (ACRJ). Desta feita, o banco construiu mais quatro pavimentos para abrigar sua diretoria, que aqui permaneceu até 1960, quando foi transferida para Brasília. Depois de passar 27 anos sendo apenas uma agência bancária, e após dois anos em reforma, em 1989, passou a ser o atual centro cultural, com café, restaurante, livraria, cinemas, teatros, sala de exposições e vídeos. Além da rica oferta de cultura e arte, no interior do prédio o visitante pode ter uma visão rara

de beleza, exibindo paredes revestidas de mármore, colunas caneladas de pedras de lioz português e cúpula de vidro, num exemplo raro de preservação..

Logo ao lado está a Casa França-Brasil, em um prédio neoclássico, projetado por Grandjean de Montigny, em 1819, com a função de ser a primeira Praça do Comércio do Rio de Janeiro, embora a destinação tenha durado apenas dois anos. Depois da insurreição, denominada de “Açougue dos Bragança”, em 1821, o local foi reformado e reaberto em 1824, como Alfândega, até 1944, quando foi fechado até ser ocupado pelo II Tribunal do Júri, entre 1951 e 1978. Em 1990, foi reaberto para abrigar um centro cultural temático sobre o intercâmbio do Brasil com a França.

Outro nobre vizinho é o Centro Cultural dos Correios que também fica ali pertinho. Construído no início do século para sediar a escola do Lloyd Brasileiro e abrigar por 50 anos a diretoria dos Correios, foi desativado na década de 80 e reaberto em 1993, como centro cultural. Com três andares que podem ser visitados por um elevador panorâmico, o Centro Cultural dos Correios abriga galerias de arte, salas de exposição e vídeo, café, teatro e uma área verde bastante agradável, compartilhada com a Casa França-Brasil. Logo à sua frente, com entrada pela Rua Primeiro de Março, está a Agência Central dos Correios, um prédio em estilo eclético, com esplendores pilares e arcos com linhas severas e clássicas.

Voltando à Praça XV, o passeio fica completo com uma visita ao Museu Naval, um prédio em estilo eclético, construído entre 1898 e 1899, sendo inaugurado em 1900 como sede do Clube Naval e transformado em museu no ano de 1972, reunindo um rico acervo relacionado a obras de arte, objetos da navegação. Do outro lado da Praça, encontra-se uma atração digna de destaque - o Museu Histórico Nacional, formado por três prédios históricos, construídos com finalidades diferentes e transformados em museu em 1922, por Epitácio Pessoa, então Presidente do Brasil. Para chegar ao Museu da Imagem e do Som não é preciso andar muito. Trata-se de um edifício ao estilo Luís XVI, construído em 1922, para sediar o

Pavilhão da Administração, depois Distrito Federal e a Exposição Internacional do Centenário da Independência do Brasil.

Já na Baía da Guanabara, um dos mais famosos cenários do Império, a Ilha Fiscal também está aberta a visitas guiadas. O local abrigou o último baile da corte de Dom Pedro II, realizado seis dias antes da Proclamação da República.

1.3. Cosmologia: âncoras como repertório simbólico do espaço

Roteiros como esses que acabamos de fazer têm se tornado quase que obrigatório nas cidades em todo o mundo e isso acontece devido a uma demanda muito frequente de turistas e visitantes, ou mesmo moradores, pelos chamados centros históricos com forma de conhecerem os espaços fundadores dos povos que visitam. Isso tem colocado o patrimônio numa posição de destaque nas representações culturais dos espaços e tornado o processo de museificação das cidades um programa quase obrigatório dos governos. Mesmo instituições transnacionais, como é o caso da UNESCO, se preocupam com a temática e estabelecem instrumentos e acordos para a implementação de uma política humanitária para preservação de patrimônios culturais e naturais em todo o mundo.

Para a UNESCO o patrimônio é classificado como cultural e natural. Pela Convenção para Proteção do Patrimônio Mundial, Cultural e Natural, de 17/10 a 21/11 de 1972, o patrimônio cultural²³ é dividido entre três grupos:

- a) Monumentos: obras arquitetônicas, de escultura ou de pintura monumentais, elementos de estruturas de caráter arqueológico, inscrições, grutas e grupos de elementos com valor universal excepcional do ponto de vista da história, da arte ou da ciência;
- b) Os conjuntos. – grupos de construções isoladas ou reunidas que, em virtude da sua arquitetura, unidade ou integração na paisagem têm valor universal excepcional do ponto de vista da história, da arte ou da ciência;
- c) Os locais de interesse. – Obras do homem, ou obras conjugadas do homem e da natureza, e as zonas, incluindo os locais de interesse arqueológico, com um valor

²³ Por não ser objeto deste estudo, não descrevo aqui os parâmetros de convenção do patrimônio natural.

universal excepcional do ponto de vista histórico, estético, etnológico ou antropológico²⁴.

A Lei número 13/1985, que define o patrimônio no Brasil sintetiza o Patrimônio Cultural como sendo o “conjunto de todos os bens, materiais ou imateriais, que, pelo seu valor próprio, devem ser considerados de interesse relevante para a permanência e a identidade da cultura de um povo.”²⁵

Na mesma linha de pensamento, para Choay (2001 p. 11) o patrimônio histórico é uma expressão que “Designa um bem destinado ao usufruto de uma comunidade que se ampliou a dimensões planetárias” que foi constituído “pela acumulação contínua de uma diversidade de objetos que se congregam por seu passado comum: obras e obras-primas, das belas-artes e das artes aplicadas, trabalhos e produtos de todos os saberes e savoir-faire dos seres humanos”.

Considerado como o elemento estruturador do conceito de patrimônio, o monumento constitui o arcabouço semântico daquilo que é elevado ao posto de representativo da condição histórica de um grupo social ou mesmo de uma nação inteira. O monumento, no sentido original, vem do latim *monumentum* que, por sua vez deriva de *monere* que corresponde a “advertir”, “lembrar”, sendo, portanto, aquilo que nos traz à lembrança a história de algum acontecimento (CHOAY, idem). O conjunto monumentos configura um acervo (*acervus* em latim), que situado num determinado espaço se define como um sítio histórico, arqueológico e cultural.

De qualquer forma, o patrimônio aparece como termo genérico para valoração das expressões culturais e, por consequência, é aquele que estrutura as representações sociais no contexto da disputa do direito de significar e, portanto, de ser o porta-voz oficial dos

²⁴ O texto completo da convenção pode ser acessado em <http://whc.unesco.org/archive/convention-pt.pdf>. Pesquisa realizada em 02/07/2011.

²⁵ Disponível em <http://dre.pt/pdf1sdip/1985/07/15300/18651874.PDF>. Pesquisa realizada em 03/04/2011.

acontecimentos culturais. Naturalmente sua função extrapola a condição de guardião da memória e constitui-se como uma escrituração dos poderes no tempo-espço social.

Para que isso aconteça, no entanto, essa memória, além de ser preservada, precisa ser celebrada, o que já acontece com a própria presença do monumento no espaço urbano, mas também com as manifestações culturais, celebrações e ritos, sendo os feriados locais, nacionais ou mundiais a sua forma expressiva, tendo em vista que obrigam o rompimento da rotina cotidiana, inserindo nela um calendário próprio.

Em termos turísticos, os acervos ajudam na localização das memórias e resultam em corredores, roteiros etc. que dão visibilidade aos espaços e os coloca em posição de destaque na concorrência pela atratividade de consumidores. Trataremos melhor sobre isso na Quinta Estação, quanto nosso assunto será a roteirização da cidade.

A ideia de monumento parte do sentido de monumental, majestoso, para definir obras e artes que se destacavam em meio a outras expressividades humanas. Era, portanto, um termo que servia para restringir determinadas obras, tornando-as objeto de culto e rito, pois somente desta forma elas se mantêm viva e é capaz de reacender as condições emocionais, sociais, políticos e culturais do fato acontecido. Ainda hoje o patrimônio histórico continua a merecer a rendição de culto por parte da sociedade, porém não como um culto ou rito direto, mas como uma celebração midiática em dimensões planetárias, como destacou Choyai (op. Cit).

Além disso, ele não aparece apenas como o resultado de tempo acumulado e resguardo de traços culturais, mas, sobretudo como um repositório simbólico de discursividades. O exemplo mais emblemático disso é o Marco Zero de Nova York, onde foi construído um lençol de água no lugar onde ficavam as torres gêmeas destruídas pelo ataque de 11 de setembro de 2001. Monumentos como esses se inserem no contexto de rupturas temporais para marcação dos movimentos chamados “nunca mais”, que primam por manter atual

acontecimentos tidos como traumáticos. Mas, bem antes de ser edificados, a divulgação em massa, feito pelos medias e diferentes formas de narrativas, dentre elas o uso de máquinas fotográficas com divulgação em redes sociais, transformam os locais em amuletos iconográficos e os tornam em locais de peregrinação constante.

No contexto ideológico e político, o patrimônio cumpre a função de dar forma e espacializar os projetos de sociabilidade do poder. No contexto econômico, social e cultural ele produz uma espécie de visibilidade merecida, dando aos grupos a ele relacionados posição de destaque. Isso resulta num alargamento de sua abrangência por disputa de diferentes grupos sociais, procurando as suas relações com os seus usos no espaço urbano.

Não tenho a intenção de traçar um panorama completo, historiográfico ou genealógico do termo. Procuro apenas seguir um pouco a temática até onde me for possível extrair algumas vertentes que possibilitem pensar o espaço urbano enquanto preocupação da comunicação social. Seguindo um pouco as vertentes da Escola de Chicago, tomo a disciplina como aquela se que ocupa das maneiras como se configuram a cultura da sociedade contemporânea, mais especificamente nas relações estabelecidas nos interstícios do patrimônio histórico, bem ali onde estão os transeuntes, turistas, moradores, trabalhadores e empreendedores, configurando os sentidos da cidade.

Nesse sentido, procuro tatear o patrimônio histórico, pela sua ambivalência, ou seja, por aquilo que está escrito na forma, mas também pelo que reverbera para além dela. Acredito que o seu significado anda alicerçado no anseio de constituição de identidades coletivas, mas que, na maioria dos casos, possui como status primordial a preservação de valores dominantes que procuram indicar, fazer reconhecer e fazer cumprir uma coerência ideológica da dominação de grupos sociais diversos.

No contexto das cidades o patrimônio é, sobretudo, a forma de conceber e reconhecer valores, de modo a delimitar grupos e expressões culturais, procurando fixar identidades e/ou

traços identitários, capazes de gerar diferenciações socioespaciais. Por essa razão, como procuraremos demonstrar neste estudo, seu entendimento passa pela problematização da cosmologia construída a partir das relações de poder e as disputas pelo direito de significar e oferecer sentido. Para tanto, o patrimônio estabelece uma relação dialógica entre passado e presente e vice-versa, sendo o senso de transposição histórica, mas também formando a ecologia moderna das cidades.

A ecologia humana das cidades passa por elaborações de políticas de preservação, mas também por novas estratégias de diferenciação territorial marcada pela especulação imobiliária, ou mesmo pela alegoria de volta às origens, numa espécie de arqueologia de conceitos relacionados a tempo, espaço e memórias.

Jeudy (2005) metaforiza essa questão de forma muito apropriada ao chamá-la de “espelho das cidades”, pois afinal, é justamente da busca de espelhamento que sobrevive o anseio patrimonial. Mas, para além da simples espelhação no qual “uma sociedade se veja o espelho de si mesma, que considere seus locais, seus objetos, seus monumentos reflexos inteligíveis de sua história e cultura”, como o próprio autor adverte, “o sentido mais coerente atribuído à conservação patrimonial é o da manutenção da ordem simbólica das cidades modernas” (p. 19).

No caso do Corredor Cultural da Cidade do Rio de Janeiro, em que começamos este capítulo, trata-se de um espaço delimitado, marcado e protegido, contendo um conjunto de edificações com imóveis de diferentes estilos, que servem de âncoras na conformação de um roteiro muito utilizado como referência ao que se configurou como sendo o Centro Histórico, território de acontecimentos diversos que marcaram a história da cidade e do Brasil – amplamente documentado – e que, hoje, oferece ordenamento e sentido ao tempo presente da cidade.

Trata-se de um espaço semiotizado por âncoras, que são construções com alto poder simbólico, quer seja pela sua perenidade e estilo arquitetônico, quer pela função de medidoras de sociabilidades. Mesmo existindo construções atuais e tendo as antigas passado por reformas e atualizações²⁶, ainda permanecem como sendo um repertório simbólico que define, orienta e ordena a espacialidade territorial. Conforme Eco, o repertório, “prevê uma lista de símbolos, e eventualmente fixa a equivalência entre eles e determinados significados” (ECO *apud* FONSECA, p. 42, 2009). Ou seja, as âncoras ordenam o sentido da cultura relacionada ao território em que está contido ao mesmo tempo que promove valores e sentidos civilizatórios, como a valorização da arte e dos artistas, de personalidades da política ou mesmo resguarda monumentos que tipificam estilos de vida, como é o caso dos chafarizes que, outrora serviam para levar água à população e que hoje ornaram os espaços públicos da cidade.

Vale destacar, no entanto, que a patrimonialização de um determinado espaço não se dá à revelia. Pelo contrário, o espaço-patrimônio é fruto de sucessivas incursões de saberes edificadas que formam e constroem as possibilidades de significação das múltiplas expressões do poder civilizatório. Esse espaço é composto por um enquadramento de edificações que circundam, ancoram e orientam o imaginário das representações que não se dão de forma aleatórias. Logo, as âncoras são construções simbólicas, mas também simbolizantes, que servem para ordenar o espaço e oferecer as linhas de fuga necessárias à constituição de sua função patrimonial. São elas que atraem e distribuem o olhar a partir de um ponto específico, de modo que continuem representando as memórias espacializadas, mesmo quando compõem a paisagem com outras edificações. É o narrador, enfim. Por isso, as âncoras são iconográficas, ou seja, possuem elementos únicos que os tornam indispensáveis para a

²⁶ As reformas abrangem reparos em diversos itens ou na totalidade dos bens patrimonializados. As atualizações abrangem intervenções pontuais para aprimorar o conforto e/ou facilitar o acesso, na maioria dos casos para atender a exigências legais estipuladas em leis, como rampas de acessos para portadores de necessidades especiais, entre outras.

compreensão de determinados contextos históricos, formação estética e legitimação de gosto, o que lhes dá status de acervo.

O acervo é, sobretudo, uma reserva de valores destinados à sociabilização do sujeito. Essa sociabilidade tende a ser irrefutável, já que é desenvolvida a partir do nexos entre o passado e o presente, expresso nas marcas históricas do espaço. Tal relação entre simbolismo e espaço é o que estabelece a cosmologia, um dos tripés da constituição do sujeito na filosofia do linguista russo, Mikhail Bakhtin.

Em sua filosofia da linguagem, Bakhtin (2004) propõe uma forma do sujeito do conhecimento, logo o sujeito que indaga sobre si e sobre o outro, baseada em três pilares: consciência, autoconsciência e cosmovisão. A autoconsciência, como descreve Bakhtin, se relaciona às atitudes que revelam a personalidade de uma personagem/sujeito de uma narrativa. Já a consciência resulta da “interação” entre a consciência individual, que é considerada como “um fato sócio-ideológico”, estabelecido num “terreno interindividual”, no qual os signos se manifestam. A cosmovisão procura dar conta da capacidade do reconhecimento de um sujeito pelo outro. Ou seja, o sujeito do conhecimento é produzido a partir das relações construídas por ele, sendo o dialogismo um processo de interação ativa, que toma a linguagem num sentido concreto de existência, da qual resulta todo sentido produzido.

A rigor, o dialogismo é o ponto central das disputas de sentidos, na busca da versão que configurará os acontecimentos. Nesse sentido, o monumento é polivalente, mas sua função principal é oferecer uma “narrativa oficial” do acontecido. Uma memória estabelecida na qual o sujeito se coloca em contato não para mudá-la, mas para adaptar-se às correntes de sentido ali afixadas.

E é pela criação do sentido que o sujeito se orienta, tendo sempre que partir de um ponto para chegar a outro. Sendo este ponto físico ou imaginário, é sempre por meio da

produção de códigos linguísticos que o sentido se faz, já que toda orientação é, sobretudo, uma descrição, e descrever é dar forma ao mundo. A forma é uma espacialidade discursiva que prima por partir de um princípio, estabelecer um meio e concluir com um fim. É da natureza da linguagem, portanto, o sentido de espaço. E essa forma de acionar a produção de sentido é denominada de imagem por uns e paisagem por outros. A linguagem é uma forma de conformação do mundo, ou seja, é por ela que o sujeito isola unidades de sentido e as relaciona com outras de modo a compor a cosmovisão, ainda que na cosmovisão muito se escape do controle de seus sentidos. Esse relacionar constante de seres e coisas se faz bem mais pela lógica imaginativa regida pelos afetos do que pela racionalidade lógica. E, ainda que os bens patrimonializados sejam, em muitos casos, frutos de experiências afetivas, a patrimonialização (tombamento) em si tem o mérito de resguardar os discursos que corroboram a importância dessas experiências, de modo a garantir que um número determinado de historicidades seja perpetuado para as gerações futuras.

Segunda Estação - Questões de tempo e espaço

*A cidade não conta o seu passado,
ela o contém como as linhas da mão,
escrito nos ângulos das ruas, nas grades da janelas,
nos corrimãos das escadas, nas antenas dos para-raios,
nos mastros das bandeiras, cada segmento riscado por arranhões,
serradelas, entalhes, esfoladuras.*

Italo Calvino – Cidades Invisíveis – p.18

2.1. Em relação ao tempo

A busca de compreensão sobre tempo, a partir do patrimônio, passa essencialmente por tratar das formas de produção dos acontecimentos resguardados pelos monumentos, que representam simbologias necessárias para diferentes “leituras” do imaginário que reina implícita ou explicitamente na espacialidade pública. Com isso, o tempo é um elemento simbólico primordial para a produção de sentido e ordenamento espacial.

É pelo esforço de busca para a materialidade do tempo – através de construções e marcas simbólicas, como os monumentos, por exemplo - que se dá a reelaboração espacial das memórias nas cidades. Mas isso não deve ser simplificado apenas por um retorno ao passado movido pela saudade ou desejo de rememoração, mas, sobretudo, pela necessidade de oferecer sentido à existência atual e orientar a produção do futuro. Além disso, não se pode perder de vista que a memória é cada vez mais produzida, devido a ampliação da capacidade de armazenamento de registros visuais, orais etc., bem como de tecnologias que facilitam mapeamento e restauro de obras, colocando objetos do passado em condições de uso no presente. Vivemos, por exemplo, um momento em que os equipamento de produção e processamento de imagens oferecem recursos para envelhecimento de paisagens que imitam um retorno ao passado, num simulacro perfeito de um arquivo de memória.

No que se refere ao tempo como ordenador de sentidos, outro aspecto que merece ser destacado é o desejo da ciência em controlar a natureza e oferecer mais segurança à vida, o que tem levado à produção de especializações virtuais para aprofundamento de pesquisas e desenvolvimento de conhecimentos capazes de fazer mensuração temporal, que esmiúça todos os aspectos relacionados à sucessão dos acontecimentos, tais como, movimento das chuvas, mudanças climáticas, fluidez das relações, entre outras. Outro aspecto é mais existencial e está relacionado à angústia de se conviver com a falta de utopias e perspectivas positivas, capazes de dotar o momento presente de sentido e potencialidades mágicas, numa espécie de “desencantamento do mundo”.

Fora de matriz produtiva, onde a ocupação ritma o tempo, o presente é fugaz e absolutamente desprovido de materialidade, principalmente porque é atravessado por acontecimentos diversos construídos por regras capitalistas que pautam aquilo que está dentro ou fora do tempo útil.

Parte desta angústia contemporânea relaciona-se ao ócio e à escassez de tempo, pautado na lógica do “*time is money*”, creditado aos americanos, mas extensiva a todo o ocidente. Ela prima pelo sentido de tempo orientado para o futuro, embasado principalmente pela velocidade tecnológica que é “vendida” culturalmente como uma modalidade de evolução, exigindo dos sujeitos, cada vez mais, maior empenho e dedicação e, por consequência, a cristalização da necessidade de uma existência produtiva, já que tanto o trabalho quanto o ócio estão mapeados pelo poder e relacionados ao lucro.

Com uma breve observação logo se percebe que, em nenhum outro segmento da economia moderna, o tempo ganhou tanto relevo quanto no da indústria de narrativas, caracterizada como aquela que utiliza as mais diversas tecnologias para traduzir o mundo para o mundo, ao modo dos ofícios artísticos, jornalísticos, cenotécnicos etc. Esse esforço de tradução do mundo contemporâneo passa pela velocidade e fluidez dos processos que

resultam em “um novo tipo de ideologia planetarista capaz de perpassar as instâncias econômicas, políticas, sociais e culturais”, como defende Sodré (2002, p. 14).

Oscilando entre o sentido mítico cristão – que tem o tempo como uma instância extra-humana, que orienta e consome a vida – e o sentido moderno – em que aparece controlado, ordenado e orientado –, a atual cognição de temporalidade é construída primordialmente pelas diversas mídias da indústria de narrativas que traduzem o capital (o senso produtivo) como sendo o motor do espírito do sujeito contemporâneo.

No lugar da fala intergeracional utilizada no modo de transmissão do tempo vivido de outrora, na atualidade, a indústria de narrativas, isto é, os media, insere a informação, uma espécie de voz especializada, padronizada e autorizada capaz de capitular os sentidos que o tempo possa adquirir nas artes, ciências ou religiões. Desta forma, manter-se informado é condição indispensável à configuração como sujeito contemporâneo, pois disto resultam a cidadania, a política, o saber etc., como demonstra Sodré (2002), em seu livro *Antropológica do Espelho*, ao sintetizar no termo *bios midiático* os diferentes conceitos utilizados por variados autores que se esforçaram em dar conta da complexidade da cultura atual. Aos postulados aristotélicos, a exemplo do que fizera Platão no *Filebo*, ao descrever os três *bios*: *bios theoretikos* (vida contemplativa), *bios politikos* (vida política) e *bios apolaustikos* (vida prazerosa, vida do corpo), que advém de um “gênero qualitativo, um âmbito onde se desenrola a existência humana” para promover o vínculo comunitário balizado pela aspiração do bem e da felicidade, Sodré promulga o quarto *bios* (pouco explorado por Aristóteles, por ser relacionado ao mundo dos negócios) para dar conta da “midiatização” que consolida como “tecnologia de sociabilidade” da atualidade.

Na midiatização social, o sujeito se constrói social, cultural e politicamente, na interação com as marcas temporais da “tecnocultura”, que não prima pelo vínculo grupal, nem pela interação presencial que são necessários à mediação simbólica, como demonstra Sodré

(idem). Por isso, trata-se de modalidades de vidas e temporalidades vicárias que são geradas pela máquina para “espelhar” a realidade, que se constitui como uma quarta dimensão sem existência, fundamento de arkhé, ou troca simbólica comunitária, no sentido de tempo-espço vivido.

Nesse contexto, o tempo surge tendo como marcas a aceleração e a instantaneidade, o tempo atual aposta no volume informacional, de modo a promover um sujeito “bombardeado de informações” produzidas em diferentes partes do mundo numa rapidez estonteante, pela indústria de narrativas e, desta forma, o *bios midiático* se apresenta como aquele capaz de produzir a “ordem do dia”, a “vida em tempo real”, o “último segundo”, o “ao vivo”, entre outras “marcas” de tempo vivo, veloz e inapreensível, ainda que controlado, que dá ao sujeito a noção de deslocamentos.

Com isso, mundo é constantemente re-espacializado cada vez que a informação se produz e, com isso, ela se torna o lugar próprio do tenso sujeito contemporâneo. Inteirar-se do acontecido é condição imprescindível para o sujeito contemporâneo considerar-se como pertencente ao conjunto de fatores que tematizam os nexos produtivos da existência.

A forma de concepção da existência da tecnocultura cria um modelo de interação com a cidade que parece traduzi-la de forma integral para os seus moradores, ao trazer para eles todos os dias, os acontecimentos que são mais importantes no contexto do espaço urbano. Acontece, entretanto, que esta totalização é idealizada justamente para dar ao sujeito a sensação de que ele está tendo acesso àquilo que é mais importante no contexto dos acontecimentos. Pior do que isso, é que a cobertura midiática geralmente faz uma seleção das partes do espaço urbano que lhe interessa, sendo a sua cobertura a narração de fragmentos da cidade, especialmente das partes mais nobres onde se concentram os mais abastados. Isso sem falar do conteúdo e das modalidades estéticas com que relacionam a cada parte da cidade, criando e realçando complexos estigmas sociais.

Observado na sucessão dos acontecimentos, a categoria “tempo” é um dos principais axiomas das estruturas narrativas, servindo de condutor para marcar o caráter vivo, dinâmico e espiritual dos fatos. Ou seja, ele é o senhor que “*mange la vie*”, como destacou Baudelaire, e, ainda que o tempo de narrar possa se diferenciar do tempo narrado, eles coexistem em relação de tensão e reflexividade na construção de modalidades de sentido para a existência humana. Sendo assim, ao mesmo tempo em que as novas tecnologias ampliam as possibilidades de apreensão do real e do imaginário, também configuram novas modalidades do tempo social, religioso e político. Isso se dá principalmente a partir da emancipação do tempo narrativo, ou seja, das formas de construir as enunciações dos fatos sociais no *bios* midiático.

Logicamente, a arquitetura temporal produzida pela mídia não acontece à revelia da vida social. Pelo contrário, se ela dá desta forma porque está inserida numa corrente de significação das mais sólidas, que é a crença na materialidade do tempo. A certeza de que o tempo possui uma natureza própria é tão grande que um cronista brasileiro, na tentativa de relativizar o valor verdade das matérias jornalísticas, chegou a postular que “às vezes, a única coisa verdadeira num jornal é a data”, como se a datação do tempo não fosse também uma versão do simbólico como tantas outras necessárias ao crepúsculo de sentidos do mundo. Na corrente da crença de um fluxo contínuo, construímos os sentidos da tríplice temporal de passado, presente e futuro, de modo a ordenar a sucessão de fatos acontecidos, como se houvesse uma unidade de medida capaz de precisar os acontecimentos.

Na tentativa de problematizar a materialidade do tempo, Elias (1988) propõe que as reflexões sobre o tema partam sempre da experiência real com o mundo. Ou seja, fazer com que os pressupostos de tempo ratificados pela religião, pela ciência e pela sociedade (leia-se senso comum) possam ser encontrados nas nossas relações com a realidade, caminho que, aliás, também é tomado por Santo Agostinho.

Conceituar e definir o lugar do tempo na relação do homem consigo mesmo, com o mundo e com Deus é o que Santo Agostinho procura fazer no livro XI, de suas confissões, intitulado “O homem e o tempo”, no qual ele faz uma arquitetura temporal que se relaciona diretamente ao discurso fundador da ideia de tempo, advinda de uma cisão entre o tempo divino – tido como uno, imóvel e infinito – e o tempo dos homens – consensuado como fragmentário, movente e finito.

Acreditando possuir uma instância temporal volitiva do sagrado, localizada fora da temporalidade profana dos homens, Agostinho mergulha na natureza do tempo à procura de algum sentido capaz de dar razão própria ao tempo dos homens e encontrar nela a transmutação da alma errante do sujeito. Essas premissas, alimentadas no modelo temporal religioso, configuram os discursos fundadores da ideia de tempo em que o céu e a terra ainda formavam uma unidade que era regida pelas leis do tempo divino.

Na mitologia grega, este momento acontece quando Kronos (Crono) atira os testículos de seu pai Urano (Céu) ao mar causando um grande volume de espuma que o separa de Géia (Terra) concretizando assim o ato fundador, ou seja, produzindo uma explicação para a gênese ou o princípio de todas as coisas. Também nas mitologias religiosas romanas e yorubana, no princípio não havia separação entre o Céu/Orum e Terra/Aye, e Deus ou Olodumare são os criadores e provedores dessa cisão entre o tempo humano e o tempo uno do sagrado.

Tratando dos homens que não acreditam na obra de Deus, diz Agostinho “que eles vejam que nenhum tempo pode existir sem a criação e deixem essa linguagem oca. Que entendam também o pensamento por aquelas coisas que estão antes e entendam que Vós sois, antes de todos os tempos, o eterno Criador de todos os tempos” (1988, p. 295).

Embora tanto a categoria temporal sagrada quanto a profana sejam frutos da representação simbólica, como se pode ver, é visivelmente mais fácil atribuir sentido ao

tempo divino, pois ele é tomado como “aquele que é”, “a eternidade”, ou seja, não depende de nenhuma busca de sentido, pois ele é a razão primordial e provedora de todos os sentidos²⁷. Essa condição cria uma categoria temporal sobre-humana que produz um continuum, que não é abalado pelos revezes da condição fragmentária do sujeito em que o tempo, pelo contrário, não dá conta de si mesmo e age orientado para o erro, se preso apenas às coisas terrenas, ou para o acerto, se guiado para a busca da eternidade ou o retorno tempo divino.

Na tradição yorubana - ao contrário da romana, na qual a redenção se dá no pós-morte com a ressurreição - há uma permanente relação entre o tempo do Orum e do Aye, possibilitada pela troca de Axé, o sopro vital, adquirido nos rituais em que o panteão sagrado é invocado e vem ao encontro do humano. O ajuste entre o tempo sagrado e o humano, que para a tradição católica se encontra nas escrituras sagradas, na cosmologia yorubana está contida no segredo dos Odus (os caminhos) guardados por Orùnmilá e revelados através do oráculo de Ifá.

É, justamente, quando adentra a arquitetura temporal humana que Santo Agostinho se depara com a insolúvel problemática da duração e o desejo humano de ordenar a seqüência temporal a partir dos conceitos de passado, presente e futuro. Diante da tríplice temporal, conformada em nossa consciência, em que o passado nomeia algo sucedido, o presente traduz o que acontece aqui e agora, e o futuro o que virá, ele se depara com a impossibilidade de estipular unidades de medida que comprovem tais assertivas e, por não ser capaz de medir nenhuma dessas condições temporais - já que elas estão sempre em processo de representação - defini-las também é impossível. “Se ninguém me perguntar, eu sei; se quiser explicá-lo a quem me fizer a pergunta, já não sei”, resume Agostinho.

²⁷ “Os Vossos anos são como um só dia, e o Vosso dia não se repete de modo que possa chamar-se quotidiano, mas é um perpétuo hoje, porque este Vosso hoje não se afasta do amanhã, nem sucede ao ontem. O Vosso hoje é a eternidade. Por isso gerastes coeterno Vosso Filho a quem dissestes: “Eu hoje te gerei” (SANTO AGOSTINHO, 1988, p. 278)

O presente, ao contrário do pretérito e do futuro, talvez seja o que mais se aproxima da vontade de Santo Agostinho em estabelecer uma sintonia entre o tempo humano e sagrado, pois, diz ele (1988, p. 284): “o que agora transparece é que nem há tempos futuros nem pretéritos. É próprio afirmar que os tempos são três: pretérito, presente e futuro. Mas talvez fosse próprio dizer que os tempos são três: presente das coisas passadas, presente das presentes e presente das coisas futuras”. Em seguida, ele faz questão de relacionar as formas pelas quais tomamos parte dessa realidade: “lembrança presente das coisas passadas, visão presente das coisas presentes e esperança presente das coisas futuras”.

Lembrar, ver e esperar são, portanto, os sentimentos experimentados pelo homem quando se relaciona com o tempo. A principal motivação para apreender essa sensação de temporalidade está relacionada à duração. Assim, mesmo quando Santo Agostinho postula a dificuldade de aferição de medida em qualquer uma das instâncias da tríplice temporal, a duração ainda permanece como foco de atenção devido à constante busca de relação entre o tempo biológico (o ciclo da natureza) e o tempo social (sucessão histórica).

Parece óbvio que para compreendermos o tempo seja preciso que reconheçamos e aceitemos a ideia de sucessão. Assim, o tempo seria uma síntese dos processos transcorridos, mas nunca algo intrínseco a eles, já que sua natureza é dependente da capacidade de representação do sujeito. A linearidade do tempo que conforma minutos, horas, dias, meses, anos, séculos etc. é fruto de uma armadura simbólica construída como forma de ordenar a vida produtiva dos grupos humanos. E nem precisa ir muito longe para saber que o significado de tempo não é universal, já que ele é constituído nos contextos e nas condições sociais próprias de cada grupo.

É nesse sentido, que Elias (1998) chama atenção para a “naturalização” que o tempo adquire em nossos dias. Refutando concepções de que o tempo é uma condição *a priori* da condição humana, como propunha Kant e Descartes, ele nos apresenta argumentos que

procuram demonstrar a fragilidade de tal assertiva. A aceitação de um *a priori*, diz-nos Elias, dá a sensação de que todo homem é dotado de tal analogia, o que não se confirma, já que o simbólico é adquirido a partir da aprendizagem e da experiência. O que aparece como apriorístico advém do fato de que os conhecimentos e experiências que chegam até um sujeito não se relacionam a alguém ou grupo em particular, pois os códigos e as linguagens advêm de sucessivas gerações nas quais são transmitidos e concatenados.

A busca da origem do tempo, nas sociedades antigas, esbarra em um conjunto de práticas relacionadas à labuta com a terra, principalmente, à indicação das condições climáticas ideais para o plantio e a colheita. Ao contrário da marcação feita por medidas fixas, como acontece hoje, tudo se dava a partir da observação dos ciclos do Sol, da Lua e das Estrelas e suas influências na vida prática das tribos e comunidades, feitas pelos sacerdotes e ratificadas pelos reis. Além disso, as noções de cada etapa do tempo diferiam das nossas, podendo o “sono” marcar o que chamamos de “noite” e da “lua” quando falamos de “mês”, e de “ceifa” ou “colheita”, quando falaríamos de “mês”, e a da “ceifa” ou “colheita” quando falaríamos de “ano” (ELIAS, 1998, p.34-35).

Ainda hoje é comum, no sertão nordestino, por exemplo, o ano ser dividido em duas únicas estações: “as águas” – que coincidem com primavera e verão, no restante do Brasil - para designar a estação chuvosa destinada ao plantio, e “a seca” – outono e inverno - para referir-se à estação em que o sertanejo não conta com a providência dos céus em forma de chuva. Mesmo nos locais providos de aparelhos de televisão, pouco importa ao sertanejo o “tempo” transcorrido fora deste campo utilitário marcado a olhos nus pelas condições de suas lavouras. Junto com este tempo relacionado à labuta cotidiana, há o tempo religioso, no qual o sertanejo confia seus tempos utilitários, em forma de rezas e oferendas, principalmente quando a natureza, por alguma alteração, não dá os sinais necessários para a certificação de bonança no futuro, como o florescer dos mandacarus, interpretados como presságios de

longos períodos de chuva, cuja chegada pode ser saudada por um canto saudoso do pássaro acauã e a despedida marcada pelo zunido ensurdecido das cigarras.

Com isso, podemos afirmar sem medo de errar que o tempo vivido é constituído de irregularidades, cabendo-nos perguntar como se pode utilizar um único termo para nomear uma série de acontecimentos díspares. Certamente, a nomeação destes acontecimentos como sendo tempo obedece ao desejo de estabelecer uma síntese que ordene os acontecimentos e, portanto, a vida das pessoas, num discurso ancorado na força da aceleração, por um lado, e de desejo de perenidade, por outro, ou seja, a ânsia da vida é durar sempre mais.

2.2. Em relação ao espaço

Bachelard (2008) em sua “Poética do Espaço”, toma a imaginação como a faculdade humana de produzir imagens. Retomando Bergson, ele pondera que a imagem não é uma metáfora, mas uma matéria que não é produto direto da imaginação, mas a própria “imaginação criadora”. As lembranças são perpetuadas na forma de imagem, e é justamente por isso que Bachelard antepõe o imaginário às qualidades que as coisas parecem ter quando estabelecemos contato com elas. Para o filósofo, são os sentidos psicológico, afetivo e utilitário que impregnam, limitam e marcam o espaço.

Nesse sentido, a análise do espaço como fator determinante da poética dos sentidos precisa preocupar-se não apenas com o que parece ter maior teor de realidade, mas também com aquilo que é tido como subjetivo, pois ambos participam de um complexo sistema de classificação e entronização simbólica que configuram e formam os sentidos, dando a orientação das relações entre sujeitos, unindo sua autoconsciência, consciência e cosmovisão. É por essa modalidade de classificação que a poética bachelardiana toma para si o objeto e a metáfora como formas de compreensão do espaço, pois ambos estão intrinsecamente racionados. Este é o princípio da poética dos sentidos ou da orientação, já que a busca do

espaço é por excelência a delimitação de campos e estabelecimento de rotas de circulação. Retomaremos esta questão na Quarta Estação.

Assim como em Bachelard, a casa, por exemplo, toma forma de aconchego, abrigo primário e necessário, numa multiplicidade de afetos e devaneios; em Da Matta (1997), é o local preservado, cultivado e mantido para ser ponto de centramento que se contrasta com a rua, lugar da dispersão. Esse sistema de classificação se estabelece a partir da “negociação” simbólica que define os espaços, com suas poéticas, estruturas e matemas.

A enunciação é projeção imaginativa numa dada espacialidade que também se configura a partir do impulso de projetar. Ou seja, ao se injetar no espaço, o sujeito projeta, arregimenta formas e compõe suas espacialidades próprias, dialogadas e significadas. Como aponta Lefebvre (1974) “os corpos, os desdobramentos de energia, produzem os espaços e se produzem, como sendo movimentos, segundo as leis do espaço”. Logo, vale ratificar, o espaço é sempre dialogal, portanto, constituído a partir os fluxos de interesse dos sujeitos e de suas possibilidades imaginativas.

Uma modalidade espacial que Lefebvre chama como sendo topos merece atenção, pois nela transparece algo que seria, em sua opinião, considerado como o “espaço em si” existente que anteciparia o logos, quando o espaço já aparece construído a partir da interação do homem com ele. Esse espaço anterior seria o “Lugar topos” quando o objeto pode ser tomado a partir de suas características que constituem sua singularidade, ou seja, um conjunto de traços próprios que somente ele possui.

Para compreender essa assertiva de Lefebvre é necessário estabelecer uma pequena diferenciação entre espaço e espacialidade. Espaço é o conteúdo que pode ser entendido como edificação ou formalização primada pela solidez, que ganha grande status perante os sentidos do sujeito por ser marcada pelas leis de atração que a força de gravidade exerce entre o homem e as coisas. Ou seja, o sentido de espaço advém do que oferece limite, já que é

definido a partir da forma que, sem se oferecer ao movimento aparente, invoca a importância do sujeito se guiar. Já a espacialidade consiste justamente nas manobras requisitadas ao sujeito movente para orientação de seu fluxo. Sendo assim, só é possível “a produção do espaço”, como sugere Lefebvre, porque existe a espacialidade. Logo, a idéia de um espaço que se antepõe ao “eu” é também um esforço de produção de sentido impossível de ser concebida se esse “eu” não necessitasse de um ponto de partida capaz de tornar os passos seguintes uma sucessão espaço/temporal plausível e apreensível. Como se percebe, a linguagem é o primeiro limite para o esforço científico sobre o espaço.

O esforço conceitual sobre espaço e espacialidade repousa no próprio sentido de existência dos sujeitos e das coisas, já que a materialidade da consciência sobrevive das consistências táteis, na maioria dos casos tomadas como provas da imaginação humana. As coisas em si funcionam mais como licença poética de um engenho de imaginação e elaboração simbólica processada nas tessituras da linguagem, já que a forma concretiza apenas fragmentos de uma elaboração constante de espacialidades subjetivas que passam pelas coisas, mas vão além delas. A imaginação é um manancial constante de palavras, gestos e fruições que primam por oferecer sentido, portanto, espacialidade para o que é tido como detentor de sentido ou da falta dele. Ou seja, a consciência é criadora de realidade.

Como bem pondera Jung (2000), antes de se questionar a tipologia dos arquétipos e mitos erigidos ao longo da história da humanidade, há que se pensar as consciências que foram capazes de produzi-los. Um mito, um arquétipo, assim como uma mesa ou outro objeto qualquer, é diferenciado pelas relações que são capazes de produzir, logo pela espacialidade que estabelecem na relação com o sujeito.

São nos interstícios dessa espacialidade que emerge a realidade simbólica e conformam as relações sociais, econômicas e culturais, ainda que nem sempre essa micro relação seja tomada como fator determinante nas análises científicas. Por isso, o espaço ou

aparece muito difuso ou profundamente marcado por um *a priori* apoiado como algo que, mesmo não sendo neutro, “aí está”.

Para Harvey (2008), a conclusão a que se deveria chegar a respeito de tempo e espaço é que nem a um nem a outro podem ser “atribuídos significados objetivos sem se levar em conta os processos materiais”, pois só nos damos conta da “materialidade”, ou mesmo da presença do tempo/espaço, quando estamos tratando de uma dada materialidade, ou seja, “somente pela investigação destes (processos materiais) podemos fundamentar de maneira adequada os nossos conceitos daqueles (tempo/espaço)” (p. 189). Essa perspectiva de análise, por sinal, como chega a destacar Harvey, não é nova nos estudos científicos, podendo ser destacado, dentre seus adeptos, o filósofo Durkheim.

Para Santos (2008), o estudo do espaço não pode ser realizado distinto da técnica, pois ele resulta exatamente da interação tecnológica que o forma, molda e transforma. As técnicas, aponta Santos, “são um conjunto de meios instrumentais e sociais, com os quais o homem realiza sua vida, produz e, ao mesmo tempo, cria espaço” (p.29). Firmando os conceitos essenciais da Geografia Humana, nessa obra, Santos pondera com veemência a importância da incorporação do estudo da técnica como fator de compreensão do espaço geográfico e traça um panorama de estudos importantes que deixaram de fora a análise da técnica como elemento constituinte do espaço geográfico.

Sodré (2002) faz uma genealogia do conceito de espaço para demonstrar a sua complexidade. Retomando o conceito de Topos, apresentado por Aristóteles no Livro IV da Física, o espaço constitui-se como sendo o lugar marcado, ou seja, “uma porção de espaço assinalado por um nome, que vem de um corpo material” (p. 21). O espaço aparece aí, então, como sendo aquilo “que faz caber num limite”.

É por meio da marcação que se dá a fixação de uma identidade, que nomeia e caracteriza um espaço, transformando-o em um território. O território constitui-se pelo

estabelecimento de limites capazes de diferenciá-lo em relação aos demais espaços que o circunda. O território, aponta Sodré (2002) “é o lugar marcado de um jogo, que se estende em sentido amplo como a protoforma de toda e qualquer cultura: sistema de regras de movimentação humana de um grupo, horizonte de relacionamento com o real” (p 23).

Como se percebe, o quadro conceitual apresentado é essencial para o estudo que pretendemos apresentar neste trabalho. É próprio de o patrimônio atuar em três aspectos em relação à produção territorial: a) ele materializa um território primado pelo resguardo de valores sociais, ideológicos e artísticos geralmente atribuídos aos antepassados; b) exprime as técnicas e práticas utilizadas na sua produção e conservação simbólica; c) funda uma nova modalidade de relação que se estabelece entre aquilo que é preservado e sua função social em meio ao sistema simbólico atual. Esse esforço, no entanto, é justificado como sendo o resguardo das marcas temporais que se exprimem por meio das edificações; ou seja, em linhas gerais o patrimônio se constitui por uma deferência ao tempo que marca o espaço.

2.3. Patrimônio: poética e retórica

Os conceitos de espaço e tempo estão implicados no desejo de produção do patrimônio histórico na contemporaneidade, porém o contexto mais evidente da patrimonialização está relacionado à culturalização das relações humanas e das cidades por consequência²⁸.

O espaço urbano é ordenado a partir do processo de formação política e desenvolvimento econômico não só dos seus habitantes e usuários, mas também das formas produtivas globais que interferem diretamente na conformação social dos territórios. Por isso, progressistas ou conservadores, os discursos recorrentes sobre a cidade são pautados nas

²⁸ Cada vez mais as cidades têm se transformado num grande laboratório de estudo do comportamento humano. Com isso, mesmo quando não se explicita de forma clara, o sujeito-modelo para as análises produzidas tem suas relações estabelecidas nas cidades, logo, trata-se de um sujeito urbano.

formas de apropriação dos espaços construídos de modo a inseri-los nas lógicas de produção e circulação de mercadorias e serviços. Para tanto, são utilizados conhecimentos técnicos relacionados ao chamado marketing territorial, de modo a criar diferenciações entre territórios e investir meios adequados à sua valorização.

Essas lógicas dos diversos manuseios do espaço criam as suas cartografias, que consistem em conjuntos de elementos simbólicos que têm relação direta sobre a poética e a retórica utilizadas na arrumação cultural da cidade. As cartografias são premissas de orientação, assertiva primordial do ordenamento de fluxos que estruturam e subordinam os lugares, realçando alguns aspectos e camuflando outros, de modo a compor um discurso coeso – que é o que costumamos chamar de identidade - que serve para identificar e, por consequência, ordenar o espaço e os sujeitos.

Aos aspectos relativos à utilidade prática do espaço podemos dar o nome de poética, que, desde Aristóteles, se ocupa das diferenciações de gêneros literários na análise do discurso, com a finalidade de produzir elementos de identificação capazes de persuadir o interlocutor e fazê-lo interagir com os conteúdos propostos de modo a tornar a obra em questão elementos de sua subjetivação. É pela poética, portanto, que o sujeito não apenas se identifica com o discurso emitido, como se apossa e se metamorfoseiam com ele.

Na cartografia utilitária da cidade, a poética está contida na forma como o monumento é inserido no cotidiano das pessoas, tornando-se parte do sentido de ser e estar do sujeito, até que a familiaridade entre ambos os transforma em um único corpo-espaço intrincado dos valores transmitidos pelo patrimônio.

Essa metamorfose ocorre a partir do valor mimético, como propunha Ricoeur (1996), pois é dessa imersão que surge a idéia de passado e presente, estabelecendo, portanto, a sucessão temporal como elemento necessário à dinâmica das transformações sociais e

subjetivas. Sem isso seria impossível imaginar a idéia de fruição, fator importante ao patrimônio, como demonstraremos mais à frente.

É pela poética que se estabelece o sentido de autoria, ou seja, o forjamento de diferentes modalidades de discursos capazes de cotejar novas semânticas, fazendo destacar identidades outras que não aquelas que já se encaminham para o esgotamento. Para introduzir o novo, no entanto, o autor se apossa de retóricas que, em linhas gerais, consistem em formas diferenciadas de contar ou recontar o acontecido.

A imagem do caminhante ajuda a compreender melhor essas questões. Ao adentrar ao espaço e tomar contato com sua arrumação, o caminhante logo se situa, ou seja, produz um espaço próprio pelo qual ele localiza e dialoga com o entorno. Adaptando a teoria de Ricoeur, poderíamos chamar este momento de Mimese I como sendo o estado em que o espaço está para o sujeito. A Mimese II se dá assim que o sujeito se movimenta, se localiza e se apropria do que vê e sente, ao mesmo tempo em que se deixa ser envolvido pela paisagem circundante. O passo seguinte já está inteiramente marcado pelas ebulições subjetivas, nas quais acontecem o manuseio interno e a fruição, ou a Mimese III ou o estágio-devir, quando se dá a catarse, ou seja, a geração de novos códigos, diferentes direções e novos fluxos. Voltaremos ao tema na quarta estação, aplicando os conceitos de Ricoeur aos roteiros da cidade.

Por esta razão é que não se pode tratar o teor estético que compõe a morfologia das cidades como unidade autônoma. Para tanto, é necessário ir além da naturalização e da relação simétrica que o espaço dado como construído *a priori* faz evocar.

No espaço-patrimônio, se constrói uma paisagem singular que se apóia no suporte visual, ora trabalhando com autorias diretas, ora com autorias difusas. As autorias diretas são aquelas creditadas aos projetistas e construtores dos bens tombados. As autorias difusas estão relacionadas aos administradores e seus contextos biográficos que resultaram em bens de

interesse público. Em ambos os casos prevalece o nexo histórico e cultural dos bens tombados como elemento formador de identidades coletivas de interesse social.

Priorizando a poética em alguns casos e a retórica em outros, os bens tombados corporificam diferentes semânticas e compõem um quadro museal em meio às demais edificações. O relicário que se forma, longe de ser mera reprodução do passado, na verdade passa a conjugar diferentes temporalidades. Aliás, o passado que só seria de fato “sentido” caso fossem mantidas as marcas temporais, parece apavorar os administradores de bens tombados, quando prevalece a tônica do restauro que, em nome da reconstituição, atualiza a obra, muitas vezes até com elementos atuais que imitam nuances e elementos de materiais que já não são mais produzidos. Essa modernização ganha maior relevo ainda com as adequações necessárias, principalmente para facilitar a acessibilidade ou para oferecer maior conforto aos frequentadores, como aparelhos de ar-condicionado, sistema de vigilância e luminárias, entre outras conveniências não contidas nos projetos originais, fazendo crer que o sujeito atual até aceitaria estar no passado desde que lhe fossem garantidos confortos e regalias do tempo presente.

É recorrente também o uso de espetáculos grandiosos de tecnologias para antagonizar o momento presente com os vestígios de passado que restam dos restauros²⁹, numa demonstração cabal das múltiplas temporalidades de que são feitos os espaços híbridos dos patrimônios e uma vontade de construção de cidades-museus que, na essência, buscam no patrimônio sua forma de visibilidade.

A relação entre museu, consumo e espetáculo é de ordem genealógica – que remete ao próprio processo de emergência da esfera civilizacional moderno-ocidental e consolidação de contornos específicos de seu formato atual. Prática museológica (considerada tanto na ponta

²⁹ Um bom exemplo disso é o Show de Som e Luz realizado na Igreja Nossa Senhora do Monte Carmo que, após ter sido restaurada, passou a abrigar um espetáculo produzido com altíssima tecnologia, trazendo para o espaço das igreja ações culturais que fogem da destinação religiosa inicial do espaço.

de sua concepção, elaboração e emissão como na sua recepção, ressignificação e múltiplas estratégias de uso e reapropriação por parte do público), consumo (enquanto ato ativo e produtivo e não apenas o resultado de uma alienação mercadológica) e espetacularização da sociedade (como prática ética-estética inerente à civilização ocidental, mas particularmente exacerbada no contexto moderno) são arranjos organizacionais constitutivos de uma composição discursiva maior, cujas coordenadas significantes refletem a morfologia cognitiva das cidades. A conjugação desses três referenciais históricos oferece, portanto, um desenho apropriado para decifrar os mecanismos de regulação de nossas cidades e dos modos de produção de sentido por suas instâncias normativas.

Assim, há de considerar, primeiro, o paralelo quase homotético entre os planos de consumo e de espetáculo enquanto quadros conceituais de nossas práticas sociais contemporâneas. A sociedade moderna, notoriamente definida com relação a seus aspectos espectrais/espetaculares é, antes de tudo, uma arena de consumo ou consumos; tanto de natureza material como simbólica e imaginária. Ou melhor, necessariamente simbólica e imaginária, na medida em que, para o ser social e sujeito histórico, o concreto e material só adquirem valor e sentido em função da carga afetiva, subjetiva, mítica e/ou ideológica neles investida. Pode-se afirmar que, de certo modo, não existe consumo material ao estado natural ou puro – da mesma maneira que o nosso acesso ao real tangível é, inevitavelmente, intermediado por (re) elaborações discursivas e simbólicas que possibilitam a transição do sensível ao inteligível.

A sociedade do espetáculo, na forma como foi consagrada pela teoria social, especialmente por Debord (1997), destaca e enfatiza, justamente, a dimensão fetichista consumptiva deste momento histórico-civilizacional e a sua reificação no objeto espetáculo. Dimensão que não se limita à consagração do consumo e do espetáculo midiático como instâncias de ordenamento político e mediação social (um “conjunto de imagens” que

representariam as relações sociais), mas sim enquanto “relação social mediada por imagens”, um continuum subjetivo-cognitivo onde o espetáculo do consumo e o consumo do espetáculo constituem o quadro conceitual geral que sustenta a totalidade de nossa cartografia existencial.

Quadro conceitual geral que está, por outro lado, na base do forte e cada vez mais acentuado duplo movimento de politização do espetáculo e espetacularização da política e a adequação de ambos ao consumo. O resultado é que, hoje, o político é um espetáculo destinado a ser consumido e o consumo um espetáculo destinado a ser político, através do qual se luta pelo direito à fala e se disputa o poder simbólico. *Bios midiático*, *simulacro* ou *tautismo* são outros nomes do mesmo fenômeno de encerramento do fato social na sua representação, a precedência da representação ao fato, a auto-referência da representação ou, ainda, a passagem da cena [*scène*] (social e política) ao obsceno [*obscène*] (midiático). Ou seja, um excesso de representação que transborda sobre o real e o recria na ordem do sensível e do desejo.

E se o processo originário dos museus passa pelo reconhecimento do valor simbólico dos bens humanos, bem como a produção e reprodução de axiologias socioeducacionais e culturais, seu edifício conceitual também deve ser examinado à luz de todo o processo histórico de implantação do cenário político-espetacular, tal como o conhecemos na modernidade ocidental. O fato é que, desde a introdução da perspectiva e a proliferação de artefatos escópicos que marcaram a ecologia cognitiva da era renascentista até o atual estado panóptico de *screeny* ou “tela total” que ordena o nosso real contemporâneo: telescópio, microscópio, janela, para-brisa, monitor, relógio, vitrine etc. o mundo vem sendo literalmente enquadrado, emoldurado, projetado, refletido e representado para ser reconhecido e entendido visualmente.

Uma boa ilustração dessa realidade espectral pode ser encontrada na medicina que passou das tradicionais técnicas táteis ao atual aparato cromático e digital gráfico, no qual a competência do médico não consiste mais em detectar o mal na entidade corporal do sujeito paciente, mas sim em dominar as técnicas de leitura da representação digitalizada de partes isoladas deste corpo. Aliás, a própria concepção de corpo tem passado por uma transfiguração na qual se delineiam modalidades de formas e estereotípias de enquadramento pautadas em medida, peso ideal, distribuição de massa (volume de seios, pernas, nádegas etc.), passando pelas modalidades de hábitos de cuidados corporais, vestimenta apropriada para realçar ou disfarçar formas, bem como estilos de consumo, entre outras, cuja base está na possibilidade de geração de imagens simulativas que a tecnologia permite.

Museu, consumo e sociedade do espetáculo constituem, portanto, um verdadeiro trivium semântico a partir do qual se pode ler criticamente o roteiro de nossa condição contemporânea, na qual se insere o patrimônio, seja ele material ou imaterial, que conformam uma cultura visual baseada numa iconosfera, onde alguns elementos se destacam e revertem em visibilidade para as cidades que precisam cada vez mais, ser competitivas entre si.

Ao concentrar na cultura, especialmente na visual, os sentidos que promovem a visibilidade das cidades, os meios de comunicação re-espacializam os territórios e promovem entre eles uma concorrência que se torna imprescindível para a garantia da qualidade de vida, trabalho e lazer, no seio das grandes metrópoles.

Terceira Estação – Revitalização: metamorfoses dos espaços e reinvenções das memórias

*E mesmo para mim, que gostaria de conservar
as duas cidades na mente, não resta alternativa
senão falar de uma delas, porque a lembrança da outra,
na ausência de palavras para fixa-la, perdeu-se.*

Italo Calvino in As Cidades Invisíveis- p. 68

3.1. Memória e semiótica do espaço

O primeiro exemplo de Halbwachs (2006), em seu esforço de realçar o sentido coletivo da memória, é um passeio a Londres, onde o autor procura associar sua relação presente com o espaço com um manancial de saberes, lembranças e sentimentos adquiridos em outros contextos e participação de outros sujeitos, de modo a concluir que nunca estamos sós, ainda que estejamos desacompanhados, pois nossa memória sempre envolve outrem. Embora o autor não se detenha especificamente sobre o patrimônio que compõe o espaço, já que está empenhado em contextualizar a produção da memória, é quase impossível pensar nesse tema sem relacioná-lo, de alguma forma, a um determinado espaço onde algum acontecimento ocorreu.

Quando nos deparamos com certos lugares antigos, logo os relacionamos a um território marcado por uma série de acontecimentos singulares que podem estar relacionados à singeleza e à simplicidade dos seus ocupantes ou a fatos históricos, acervos arquitetônicos e toda espécie de imagens que ajudam a inserir a nossa experiência num contexto de patrimônio. Simples ou sofisticado, o conjunto de bens antigos ressurge à nossa frente como algo que venceu o tempo e está ali a oferecer-nos formas de ter acesso a formas e hábitos de vida dos antepassados. A estrutura estética do monumento antigo – quase sempre maior do que o corpo de origem que representa –, dá aos feitos ou aos próprios antepassados uma dimensão sobre-humana que os credencia a permanecer “vivos” no tempo presente. Assim, a

imagem da tradição, do ancestral, do antepassado, e tudo quanto é referencial, capaz de ser teatralizado, ritualizado, revivido, enfim, se afunda em nosso espírito dando-nos exemplos de apogeus, ápices e superação.

A construção do monumental caminha na direção de produção de domínios simbólicos nos quais um grupo se “inscreve” como significado de um determinado tempo-espço. Seguindo a função mitológica, que se ocupa em oferecer ou fundar sentidos para o tempo primordial que orienta a não-resposta das origens, o monumento imprime, de certa forma, uma dada verdade nem sempre revelada, mas constantemente celebrada, já que sua permanência tempo-espacial exige certos rituais e celebrações que recriam e recontam seus domínios. Assim, o monumento congrega em si imagens e lembranças que o transformam em amuleto, uma espécie de força totêmica que faz reacender no seio da comunidade os laços que unem o presente e passado.

O esforço de entendimento do patrimônio, portanto, é sempre o de leitura semiótica não só da imagem, mas, sobretudo, da ocupação territorial e da escritura do poder nos domínios cognitivos da cidade. Internalizado pela sua força-celebração sacralizada como amuleto ou totem do passado, o patrimônio cultural costuma surgir alheio a críticas ou juízo de valor nas cidades modernas e dado como indispensável à conjuntura socioespacial contemporânea.

Contudo, como aponta Canclini (2000), é preciso ver no saber patrimonial bem mais do que uma sacralidade, pois ele postula interesses políticos muito importantes para conformação social dos sujeitos. A mobilização icônica dos monumentos, nos alerta o autor, é uma forma de fornecimento de imagens para uma população altamente analfabeta, como é o caso da América Latina. A “construção visual e cênica” que se dá nos Centros Históricos, onde se encontram grande parte do patrimônio cultural, promove um saber que se adquire a “olho nu”, que se ritualiza pela simples circulação com eles no cotidiano da cidade.

O esforço de decupagem da cultura do memorial com seus ritos e suas imagens, esculturas, sacadas, santuários ou mesmo vazios, demanda muita acuidade intelectual, pois para o patrimônio convergem esforços políticos, econômicos e sociais importantes e, ao mesmo tempo, muito sutis. Mas, de modo geral, mesmo representando a tensão de diferentes interesses, em muitos casos, a valorização do patrimônio ressurgiu desligando-o de seu valor social e econômico, de modo a neutralizar a instabilidade social, como aponta Canclini (Idem).

No caso do Centro Histórico do Rio de Janeiro, os monumentos primam pela celebração das conquistas e bravuras humanas, destacando homens, cavalos e armas, como General Manuel Luiz Osório (Praça XV), Dom Pedro I (Praça Tiradentes), ou as artes e os saberes, representados por artistas como Carlos Gomes (na Cinelândia), João Caetano (na Praça Tiradentes), José Bonifácio (Largo de São Francisco), entre outros.

Outrora desmoralizado diante da emergência de novos hábitos e interesses econômicos, o patrimônio cultural de cidades antigas, como é o caso do Rio de Janeiro e Salvador, por exemplo, foi deixado para trás enquanto as cidades se modernizavam e apostavam em outros espaços para sua expansão.

Além da cultura de memória que se consolidou em meados do século XX, como procura demonstrar Huyssen (2000), com as demandas comemorativas em torno do nazismo, e Sarlo (2007), com o advento do “nunca mais” promovido pela sociedade civil sobre as ditaduras na América Latina, a retomada dos Centros Históricos, na sociedade contemporânea, está relacionada ao papel exercido pela cultura na configuração das novas formas de produção do capitalismo e pela industrialização de narrativas das mídias em geral, que buscam ancoragem no simbólico e no imaginário cotidiano para tornar o nexo produtivo o mais orgânico possível no espaço-tempo que conformam os sujeitos. Para perceber isso, basta pensar que a revitalização do patrimônio das cidades de origem históricas, como Rio de

Janeiro, Salvador, Fortaleza e São Paulo, entre outras, acompanha as demandas turísticas, um dos segmentos econômicos que mais crescem em todo o mundo.

Com tamanha competição no chamado movimento de retorno aos centros das cidades, tem se procurado alargar cada vez mais os centros históricos, e por consequência a relevância deles para a promoção da memória coletiva dos povos, já que preservam acervos e marcas do passado com as quais é possível construir relações com acontecimentos culturais e políticos nacionais.

Devido à tensão entre o esforço de preservar e de modernizar a cidade, seu território ficou caracterizado pela ocupação horizontal, formada pelo casario antigo, enquanto a arquitetura moderna e contemporânea ficou marcada pela verticalidade dos grandes edifícios. Suas ruas apertadas, monumentos públicos e referenciais arquitetônicos em estilo barroco, rococó, colonial, entre outros, formam os principais atrativos do acervo.

Além dos evidentes interesses econômicos, o atual movimento de preservação do patrimônio cultural e arquitetônico dos centros históricos certamente se alimenta na sedução da memória, numa época em que o real e o imaginário vivem em permanente articulação na conformação dos sujeitos no espaço urbano das grandes cidades. Como Huyssen (Idem) adverte, a “volta ao passado” cria uma “cultura de memória” que busca combater o medo do esquecimento de fatos acontecidos (traumáticos ou não) e oferecer certa solidez em meio às transformações sociais que nos parecem deixar sem base.

Nesse contexto, o velho, o tradicional, o primitivo, o ancestral, o germinal, o comunitário, o monumental e toda espécie de retórica que compõe o repertório cultural dos tempos idos são evocados para dar certificação da extensão de nossas raízes. As cidades não fogem à regra e também se articulam para tombar, museificar, espetacularizar e controlar o acesso a seus amuletos do passado, para que continuem a irradiar sensações. Ou seja, é um desejo quase esquizofrênico de fazer com que, tanto as praças públicas quanto as obras de arte

possam formar uma espécie de totens que reificam nossos espíritos para que não nos percamos em meio ao trivial da sociedade contemporânea.

Todos esses esforços capitulam imaginários urbanos que procuram dar suporte à ocupação dos espaços públicos, o que é acentuado nos monumentos, esculturas e mobiliários que nos oferecem vestígios do passado, como é o caso do Centro Histórico do Rio de Janeiro. O conceito de imaginária urbana, apresentado por Knauss é oportuna para pensar a forma como o patrimônio constitui uma esfera de sentido que interfere nos agentes e nas maneiras de como será tratado. A imaginária urbana é “uma unidade de significantes, um suporte de mensagem no contexto da sintaxe urbana”, que é produzida “como inscrição na paisagem edificada” na qual “participa de uma estrutura de significação do território da cidade, operando uma articulação entre a ordem espacial e a ordem temporal, revelando conteúdos históricos acerca da sociedade” (KNAUSS apud COLCHETE FILHO, 2008). Ou seja, a na dimensão produtiva dos territórios históricos o simbólico não pode ser apanhado como aleatório, mas como unidades de sentido articuladas entre o espaço público e os agentes sociais que dele participa.

No sentido mais morfológico, a articulação entre imaginárias, espaços e agentes aparece como um texto estruturado em narrativas, ou seja, tudo no espaço público – estando presente ou ausente – demanda um esforço enunciativo e a predisposição dos sujeitos para narrar. Ou seja, a cidade é constituída de arquivos (ruas, praças, parques, jardins, edifícios, casas etc.) nomeados por ancestrais considerados importantes para a ordem simbólica do espaço e dos homens que a habitam.

Embora eu tenha desenvolvido melhor esta questão na quarta estação, quando trato dos roteiros, acredito que vale destacar desde já que a estruturação das narrativas sociais contemporâneas passa necessariamente pelas formas de produção de sentido da mídia. Sendo assim, ao mesmo tempo em que as novas tecnologias ampliam as possibilidades de apreensão

do real e do imaginário, também configuram novas modalidades do tempo social e político. Isso se dá, principalmente, a partir da emancipação do tempo narrativo, ou seja, das formas de construir as enunciações dos fatos sociais.

Na relação com as cidades, a mídia caminha na mesma direção do capital, ora iluminando o que considera essencial, ora abandonando o que não encaixa na lógica produtiva do momento. Com isso, a arquitetura temporal produzida pela mídia não acontece à revelia, pelo contrário está inserida numa corrente de significação das mais sólidas, que é a nossa crença na materialidade do tempo que faz erigir a cultura da memória.

Os patrimônios, ao seu modo, desfrutam deste privilégio temporal, já que sua edificação tem como princípio a louvação da condição humana “incomum”, ou seja, daquele que conseguiu vencer sua finitude e se inscrever entre as marcas de duração sociocultural do espaço-tempo presente para orientar o presente e o futuro da sociedade.

3.2. Revitalização do Centro Histórico do Rio de Janeiro

Já virou de uso comum o termo revitalização, como sinônimo de bens e territórios reconstruídos. Na base desta questão, está um movimento “definido como um esforço deliberado, organizado e consciente dos membros de uma sociedade para construir uma cultura mais satisfatória”, como pondera Wallace (1956)³⁰. Com isso, no centro das questões relacionadas ao restauro, estão incutidas demandas culturais, tidas com insatisfatórias no contexto de permanente atualização simbólica das sociedades que exigem condições de uso de acervos materiais e imateriais.

A valorização do Centro Histórico do Rio de Janeiro apoia-se no desejo de devolver à sociedade em versões atualizadas não apenas monumentos, como elementos urbanos que

³⁰ WALLACE, Anthony F. C. Movimentos de Revitalização, in *American Anthropologist*, volume 58 em abril de 1995, disponível em <http://missao.info/wp-content/uploads/2007/11/wallace.pdf>. Pesquisa realizada em 12/10/2011.

servem para garantir suporte material à história. Esse esforço é feito em nome da cultura, não apenas porque revitalizar é considerado um serviço prestado em nome da preservação das culturas, como as ocupações dos espaços preservados acabam sendo feitas por agentes que investem em cultura, gastronomia, artes etc. Isso acontece porque as áreas revitalizadas se tornam paisagens glamurosas, devido aos contornos dos estilos de edificações nelas presentes que se contrapõem com as novas ocupações, consideradas mais utilitárias e desprovidas de elementos singularizantes.

O processo de revitalização do Centro Histórico do Rio de Janeiro teve início em 1979, na gestão do então Prefeito Israel Klabin, quando foi criado o Corredor Cultural para “preservação paisagística e ambiental das áreas consideradas de interesse histórico e arquitetônico localizadas no centro da cidade.”³¹ Na mesma época, foi instituído o Conselho Municipal de Proteção do Patrimônio Cultural do Rio de Janeiro.

Como se pode perceber, desde então, o Centro já ressurgia como uma importante referência identitária da cidade, que estava se deteriorando com a emergência de outros bairros destinados à moradia, como era o caso da Glória, do Catete e dos bairros da Zona Sul, especialmente Copacabana, que tivera seus acessos facilitados pela reformas urbanas engendradas pelas autoridades.

Especialmente em Copacabana, estava entrando em cena, por exemplo, o estilo Art Déco, considerado tido no Brasil como símbolo da entrada da modernidade na cidade, marcada pelo aumento da densidade demográfica e transição do estilo de moradias em casas e mansões para edifício de apartamentos (CONDE e ALMADA, 1997). Voltaremos ao tema.

Além disso, havia um esforço de modernização positivista da recém-proclamada República Federativa Brasileira, que via nos futuros espigões exemplos irrefutáveis de

³¹ Conforme *Relatório Macrofunção – Habitar o Centro*. In Rio Estudos, número 105 (2003), disponível no portal Armazém de Dados da Prefeitura da cidade do Rio de Janeiro (www.armazemdedados.rio.rj.gov.br). Consulta realizada no dia 13/07/08.

modernidade, o que fez com que poucas edificações permanecessem livres das demolições iniciadas em 1900, pelas reformas do então Prefeito Pereira Passos. Para sermos mais precisos, do conjunto arquitetônico da antiga Avenida Central, atual Avenida Rio Branco, apenas a Biblioteca Nacional, o Museu Nacional de Belas Artes, o Teatro Municipal e o Supremo Tribunal Federal permaneceram intactos e, hoje, participam da iconosfera da história, como já destacamos anteriormente.

O desmonte do Morro do Castelo, iniciada em 1920, com o objetivo de tornar a cidade mais plana pôs abaixo a rica arquitetura do Centro, que não era histórico, mas sim um empecilho ao estilo de desenvolvimento julgado necessário naquele momento. Isso também contribuiu para inchar as favelas que já ganhavam forma em alguns morros da cidade. Mas, foram os propósitos da Revolução de 30, que levou Getúlio Vargas ao poder, que ensejaram a importância do Centro tomar ares de uma grande metrópole, aos moldes americanos, deixando de lado o jeito bucólico da Velha República, quando a cidade era vestida por uma arquitetura francesa. De 1937 a 1945, o governo de Henrique Dodsworth promoveu importantes mudanças na malha urbana da cidade. Só para construir a Avenida Presidente Vargas, por exemplo, foram demolidas as igrejas de São Pedro dos Clérigos, Bom Jesus do Calvário, São Domingos e a Capela da Imaculada Conceição, além do Hospital do Bom Jesus, a Praça Onze e vários outros imóveis coloniais.

Criado em 1937, o Instituto de Patrimônio Histórico Nacional (IPHAN) é resultado da inspiração modernista pela preservação de monumentos históricos. A instituição é um esforço da União para fazer cumprir um princípio normativo, atualmente descrito pelo artigo 216 da Constituição Brasileira, que define patrimônio cultural:

Suas formas de expressão, de seus modos de criar, fazer e viver; das criações científicas, artísticas e tecnológicas; das obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais; e dos conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico,

artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico”³².

Em termos mundiais, o documento normativo mais importante é a Carta de Veneza³³, publicada no II Congresso Internacional de Arquitetos e de Técnicos de Monumentos Históricos, realizado de 25 a 31 de maio de 1964, na cidade de Veneza (Itália). No documento, são descritas as noções de monumento, de conservação e restauração que passaram a orientar as ações de preservação dos patrimônios históricos e culturais. Já na Carta de Veneza, há uma evocação para a ocupação utilitária dos monumentos, desde que se garantisse a preservação dos elementos que o compõem. Em relação às escavações arqueológicas, a Carta de Veneza adota as normas definidas pela UNESCO, em 1956, que assegura o agenciamento de ruínas, as condições necessárias para conservação e proteção, além da exclusão do trabalho de reconstrução dos sítios, exceto a *anastylose*, que consiste na recomposição de partes existentes do monumento que forem encontradas desmembradas.

No alargamento da concepção de patrimônio para caber as expressões culturais e territoriais consideradas periféricas nos quadros de memórias oficiais, o Brasil parece disposto a um movimento memorialista não só com tombamento e revitalização de edificações e monumentos, considerados como patrimônio material³⁴, mas também de expressões culturais, como o samba de roda do recôncavo baiano, o choro carioca, a capoeira, só para ficarmos em alguns, pois, com isso, espera-se preservar modalidades do patrimônio imaterial³⁵ que caracterizam comunidades, saberes e fazeres que possam tipificar

³² Cf. pesquisa realizada no site www.iphan.gov.br, em 19/07/08.

³³ São muitas as cartas patrimoniais que não citaremos neste estudo, apenas faremos alusão a algumas delas, quando isso for necessário ao entendimento do tema tratado. Quem se interessar em conhecê-las poderá fazê-lo através do livro “Cartas Patrimoniais”, editado pelo IPHAN.

³⁴ Ou seja, “um conjunto de bens culturais classificados segundo sua natureza nos quatro Livros do Tombo: arqueológico, paisagístico e etnográfico; histórico; belas artes; e das artes aplicadas. Eles estão divididos em bens imóveis como os núcleos urbanos, sítios arqueológicos e paisagísticos e bens individuais; e móveis como coleções arqueológicas, acervos museológicos, documentais, bibliográficos, arquivísticos, videográficos, fotográficos e cinematográficos” (Cf. www.iphan.gov.br. Consulta feita em 28/07/08).

³⁵ Refere-se “as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas - junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados - que as comunidades, os grupos e, em alguns casos,

identidades culturais e suas produções simbólicas significativas. A tensão entre o tradicional e o moderno que justifica esses tombamentos ainda merece um estudo mais sistemático.

A revitalização do Centro Histórico do Rio de Janeiro aponta para duas linhas de intervenção bastante consolidadas na imaginária da cidade: a progressista e a culturalista (RIO ESTUDOS 105, 2003). Priorizando os veículos (símbolos da vanguarda industrial) aos pedestres, a lógica progressista primou pelo aplainamento do Centro, de modo a deixar a cidade mais linear. Com isso, vários morros foram postos abaixo e, com eles, todo tipo de construção, como já pontuamos. Além disso, foi decretado o fim de várias ruas-corredor destinadas a pedestres, para dar lugar a pistas de velocidade e viadutos que pudessem acelerar a passagem pelo local. Vários prédios, como os do Banco Nacional de Desenvolvimento (BNDES), Petrobrás e, até mesmo, a atual Catedral Metropolitana, são frutos deste modo progressista de apropriação do espaço público (RIO ESTUDOS, *idem*). Já os culturalistas aplicaram seus esforços na ocupação territorial motivados pela importância de preservação que, geralmente, começava pelo tombamento do patrimônio por órgãos governamentais constituídos para este fim.

Diante da destruição empreitada pelos “progressistas”, que acabaram privilegiando alguns eixos centrais da cidade e abandonando grande parte do Centro Histórico, como a região portuária, que ganhou viadutos que passam *sobre* o local, sem falar nos bairros da Cidade Nova, Saúde e Gamboa, para ficar só em alguns bairros que sofreram com a desordem urbana que se abateu sobre o Rio Antigo que restou das demolições³⁶. Diante disso, o poder público começou a dar sinais de preocupação e, em 1982, a Prefeitura Municipal criou o Escritório Técnico do Corredor Cultural, que passou a coordenar as obras

os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural”, definidas pela UNESCO (Cf. www.iphan.gov.br. Consulta feita em 28/07/08).

³⁶ Em 2010, teve início o projeto Porto Maravilha com o objetivo de revitalizar a Zona Portuária que compreende vários bairros da região.

que resultaram na reabilitação do casario das primeiras ruas centrais, servindo como gestor e orientador das restaurações, de modo a manter escalas e tipologias do acervo.

Isso foi fundamental para outros atores ganharem segurança e fazerem investimentos necessários na restauração e ocupação do casario, como fora o caso da Praça XV, em que as reformas transformaram uma antiga Alfândega, na Casa França-Brasil; o Paço Imperial, num importante centro cultural; a antiga sede do Banco do Brasil, no Centro Cultural Banco do Brasil (CCBB), um dos mais atuantes e efervescentes indutores de cultura do Rio de Janeiro; a antiga sede dos Correios, no Centro Cultural dos Correios; e, mais recentemente, foi implantada a Escola de Audiovisual Professor Darcy Ribeiro, e a Antiga Sé foi completamente reformada para marcar as comemorações dos 200 anos da chegada da Família Real Portuguesa ao Brasil, comemorada no ano de 2008.

Dentre os vários projetos empreitados para o desenvolvimento econômico do Centro Histórico carioca, desde 2005, acontece o Programa Polos do Rio, que começou como Projeto Unir e Vencer³⁷, destinado a promover o associativismo dos empresários da região para a atuação conjunta em prol da melhoria interna dos produtos e serviços oferecidos e da geração de “externalidades positivas” (GORZ, 2005), ou seja, a melhoria das condições de segurança, transporte e qualidade de vida do entorno.

Para viabilizar o associativismo e as experiências de trocas entre os empresários, o projeto da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro dividiu o Centro Histórico em dois Pólos: o Polo Novo Rio Antigo, que envolve as regiões da Cinelândia, Lapa, Praça Tiradentes e Largo de São Francisco e o Polo Praça XV, envolvendo a Praça XV de Novembro e seu entorno³⁸. A etapa inicial do trabalho consistiu em uma consultoria especializada desenvolvida junto ao

³⁷ O Projeto Unir e Vencer é desenvolvido pelo SEBRAE RJ, Senac Rio, FECOMERCIO, SINDRIO e Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. Atualmente são 22 polos espalhados pela cidade do Rio de Janeiro, que procuram desenvolver ações voltadas para as melhorias dos territórios onde estão situados, cujas ações procuram desenvolver num capítulo específico sobre o tema.

³⁸ Atualmente, além desses polos, o Centro Histórico conta com o Polo Nova Rua Larga, envolvendo a região localizada nas proximidades da Central do Brasil e Palácio Duque de Caxias, formando um eixo empresas, em sua maioria, do segmento gastronômico; e o Polo Comercial Cidade Nova, que congrega de empresas de vários segmentos, sendo considerado multisetorial.

grupo com a finalidade de fazer um Alinhamento Estratégico³⁹, contendo um levantamento da realidade do território e as melhorias necessárias para aumentar a sua atratividade econômica e social.

Após essa fase, o grupo foi dividido em comitês de modo a facilitar o desenvolvimento das atividades e agilizar a execução das tarefas. Uma vez por semana, no Polo Praça XV e, quinzenalmente, no Polo Novo Rio Antigo, todos os integrantes se encontram para uma plenária coletiva, na qual cada comitê presta conta do que foi desenvolvido ao longo do período e aprova as medidas que exigem votação dos associados para serem executadas.

Os integrantes dos Polos são dos segmentos de cultura, gastronomia, arte, comércio varejista, serviços etc., o que caracteriza uma grande heterogeneidade de interesses e expectativas em relação à ocupação e aos usos do território do Centro Histórico e outras partes da cidade. Porém, uma particularidade é mantida e aceita por todos: a preservação do “lugar de memória” da gênese da Cidade Maravilhosa, alcunha turístico-afetiva do Rio de Janeiro muito usada pelos empresários que atuam nestas regiões. Como as principais dificuldades se relacionam à insegurança, ao aumento da população de rua e, conseqüentemente, a mendicância, além de sujeira das vias públicas etc., os poderes públicos, especialmente, a Sub-Prefeitura do Centro Histórico e o Batalhão da Polícia Militar são sistematicamente convocados para encontrar soluções cabíveis para cada situação. Com isso, geralmente buscam estabelecer uma relação mais direta que resulta em parcerias importantes para a gestão destes territórios, podendo a solução sair das autoridades públicas ou dos próprios empresários⁴⁰.

³⁹ Nesse contexto, estratégica configura-se como um plano para o futuro, projetado a partir da realidade presente, porém, mirando as potencialidades ainda não exploradas da questão, no caso o território.

⁴⁰ A este respeito, está em fase de implantação na região o Projeto Jogue Limpo proposto pelos empresários e desenvolvido em parceria com os parceiros dos Polos, com o objetivo de fazer coleta seletiva e educação socioambiental nas empresas e instituições locais, além de uma campanha pública denominada de “Dia Padrão”,

3.3. Práticas atuais de memória

Na medida em que nos aprofundamos nas práticas cotidianas dos atuais ocupantes do Centro Histórico, é possível perceber os esforços dos empresários para promoção de seus próprios “arquivos de memória”, seja a exibição de correspondências que atestam o fato de estarem localizados em imóveis outrora ocupados por nobres, como a Marquesa do Flamengo, Carmen Miranda etc., seja por retomada de hábitos antigos como serenatas nas sacadas do casario, ou mesmo de publicações, como *O Pharol da Medicina*, editado por uma empresa do segmento de cosméticos, entre os anos 1887 e 1940, e retomado agora, como sua revista institucional. Isso sem falar no resgate de rótulos, cartazes, panfletos e anúncios publicitários antigos para ornar os produtos atuais. Alguns cardápios de bares e restaurantes, por exemplo, são recobertos de sinais de pertencimento ao passado, seja pelo uso de fotografias antigas, seja pelos textos que fazem referências históricas das edificações que ocupam ou mesmo da região como um todo.

Mesmo estando ancorado na idéia de que o Centro Histórico oferece um meio de resgate do passado, essa busca do lugar de memória nem sempre obedece aos ensejos ritualísticos, como estuda Nora, ou seja, o “reviver” atual não busca refazer trajetórias míticas e/ou históricas do passado, mas, sobretudo, oferecer razões para estar na cidade antiga, contemplando-a e usando-a. Mais do que lembrar, os atuais ritos de memória têm a função de celebrar, no sentido de ser motivo para festejar e brincar com as coisas ditas retrô, ou seja, algo que permanece com características relacionadas ao passado e que continua útil no momento presente.

O esforço atual de lembrar expande o sentido de museificação, e por isso, se levantam novos pórticos, placas de identificação ou mesmo novas situações de lembrança dos

quando se realiza um grande evento em praça pública para convocar os transeuntes para usar lixeiras públicas e diminuir o volume de lixo anônimo, aquele jogado nas ruas e praças locais e que custa cerca de 40% mais caro para ser coletado. Além disso, busca-se diminuir o volume de água utilizado para lavar as ruas do Centro Histórico, que atualmente fica em torno de 65 mil litros de água tratada por dia.

antepassados famosos, como a indicação da casa de número 32 da Travessa do Comércio, na Praça XV, onde morou a cantora Carmen Miranda ou a Praça Emilinha Borba, localizada no entroncamento da Rua do Lavradio com a Rua Pedro I. As situações de lembrança procuram juntar o novo e o antigo num mesmo contexto rememorativo. A data mais significativa para isso no Polo Novo Rio Antigo é o Dia Internacional da Cultura, comemorado em 05 de novembro, data em que são organizados grandes cortejos, corsos, desfiles etc. pelas ruas da cidade, com presença de artistas, empresários e personalidades, para celebrar monumentos que não existem mais, como é o caso do Palácio Monroe e Convento da Ajuda, entre outros, e ao mesmo tempo afirmar a força dos atuais atores como condutores de memória.

É bastante sintomático o fato deste acontecimento se dar exatamente no dia em que se comemora a cultura, já que o motivo cultural funciona como o *locus* de celebração, reverência e entronização socioespacial da cultura da memória, mas também como lugar de disputa de novos sentidos e negociação de pertencimentos dos sujeitos no tempo presente, ou seja, o sentido vivo da cultura também é o da memória, na revitalização do Centro.

Os eventos Feira do Rio Antigo e o Mercado Cultural da Praça XV, realizados respectivamente no primeiro e segundo sábado de cada mês, também são ações interessantes de ocupação dos espaços públicos locais. Embora, a primeira seja focada em antiguidades e a segunda em artesanato brasileiro, ambas oferecem oportunidades raras para ocupação voluntária do Centro Histórico que contrasta com a ocupação compulsória diária motivada pelo grande volume de postos de trabalho e órgãos oficiais ali localizados. Nas interpelações voluntárias feitas nos eventos, percebe-se uma apreensão diferenciada da cidade que é muito importante para a sua humanização e revitalização, pois isso diminui a sensação de insegurança e, logicamente, promove a fruição pela relação real e direta com o patrimônio histórico e cultural local.



Imagem 05 – Fotografia do evento “Se corsando pelo Rio Antigo”, no qual, mesmo tendo sido demolido, empresários relembram o Palácio Monroe, em evento comemorativo do Dia Internacional da Cultura, comemorado em 05 de novembro. A comemoração acontece dentro da Feira do Rio Antigo, evento criado por comerciantes e antiquários, para promover a revitalização da Rua do Lavradio

Em geral, a ocupação do casario se dá por empresas, atividades e projetos que têm certa relevância para sustentar a cadeia da memória que o patrimônio arquitetônico e cultural evoca. No caso da Lapa, por exemplo, o casario foi ocupado por casas de shows, lojas de antiguidades, bares e restaurantes que procuram reviver o tempo da boemia com alto investimento na música popular brasileira, em especial o samba e o choro, tendo sido chamada de “cidade da música”⁴¹.

Mas em que consiste este esforço de lembrar, que dá a tônica das atuais justificativas políticas e econômicas dos programas de revitalização dos Centros Históricos, tanto no Brasil quanto no exterior? A primeira razão está clara: a memória vende. Segundo, é possível ver aí um novo processo cognitivo pautado no retrô, no antigo, no memorável. Isso acontece devido

⁴¹ Para conhecer a influência da música na revitalização da Lapa, ver HERSCHMANN, Micael. *Lapa cidade da música*. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

a certo descrédito em relação ao afã futurista com que a modernidade foi vendida às últimas gerações que nos antecederam. Ou seja, ao contrário de nossos avós, para quem a redenção estaria no futuro trazido pela maquinaria racional do ocidente, para nós ela está no passado de onde não deveríamos ter saído sem ter a certeza de que algo nos prenderia no meio do caminho, ou no “entrelugar” (*in-between*), este ponto de passagem apontado por Homi Bhabha (1998), para nos situar social e culturalmente na contemporaneidade. Ou seja, como sugere Huyssen (2000, p. 32), “quanto mais rápido somos empurrados para o futuro global que não nos inspira confiança, mais forte é o nosso desejo de ir mais devagar e mais nos voltamos para a memória em busca de conforto”.



Imagem 06 – Fotografia do Mercado Cultural do Polo Praça XV, evento destinado a convencer moradores e turistas a “testarem” o Centro Histórico, para voltarem a ocupá-lo em programas voluntários de cultura e lazer informativo e educativo sobre o patrimônio da região que é considerada um Sítio Histórico. Foto: Carolina Amorim. Acervo: Israel Oliveira

Logicamente, os lugares de memória não se restringem às destinações dadas ao casario; aliás, isso, muitas vezes, funciona apenas como pretexto e ação necessária à preservação. Talvez seja oportuno pensarmos os atuais usos do Centro Histórico não mais como um lugar de memória, motivado, conforme aponta Nora (1984), pelo desejo de reencenação de fatos acontecidos, pois nem sempre o alcance histórico do patrimônio é acessível nem o acontecido narrado é evocado. Motivados pela teoria bergsoniana (2006), seria mesmo possível pensar o Centro Histórico e seus usos como lugar de afecção.

Isso está presente também com a horizontalização dos monumentos atuais feitos em homenagem a artistas e personalidades da cidade, na qual, se busca uma aproximação maior do visitante com o vulto retratado, que é o contrário dos monumentos horizontais, nos quais os vultos são colocados em pontos altos, distantes e acima de quem os contempla, numa condição de superioridade, pelos feitos a eles atribuídos.

A horizontalização do monumento permite a interação entre o visitante e o homenageado, que permite uma familiarização maior com o patrimônio exposto nas vias da cidade, mantendo um ambiente de afecção para registros, já que o vulto não parece fora do cotidiano, pelo contrário permanece ali em permanente diálogo com os transeuntes. Isso é o caso, por exemplo, de Carlos Drummond de Andrade, em Copacabana.

O lugar de afecção é constituído por uma série de atividades que fazem aguçar a experiência, por dois fatores. Primeiro, porque o patrimônio se constitui pela sua força estética que comunica a “imagem de um tempo”, com suas retóricas, imaginárias e práxis, e, segundo, pela capacidade de mobilizar afetos e promover a fruição. Ou seja, os corpos presentes acionam a memória não necessariamente para fazer lembrar o sentido comemorativo histórico, de quem foram os ocupantes destes espaços, os fatos acontecidos neles ou mesmo os rituais que eles implicam. É desenvolvido com a maioria deles uma

experiência subjetiva para gerar afetos, sem que necessariamente se tenha compreensão do significado prático das buscas.



Imagem 07 - Colocado em locais de populares e em posição de simples mortal, o monumento vertical de Carlos Drummond de Andrade, localizado na Praia de Copacabana, possibilita a visitante interagir e dialogar com o homenageado Foto: Carol Matos, disponível no perfil de Carolina Amorim, no Facebook⁴².

Neste sentido, o exercício afectivo é menos “formal” que o co-memorativo, razão pela qual é mais utilizado na atual corrente de produção de sentido do simbólico, quando o sujeito atual precisa se posicionar perante as proezas do passado de forma ativa. Do ponto de vista simbólico, enquanto a memória social depende de rituais de atualização estruturado e com papéis definidos e vozes autorizadas, a afecção repousa na própria ritualística, pois cria seus próprios meios de lembrança e pertencimento. Não é surpresa, por exemplo, depararmos com casas de shows com paredes expostas revelando modalidades de alvenaria e construções que não existem mais, móveis antigos em uso permanente, casas ornadas por santuários, que funcionam como amuletos e souvenirs que dão provas de um tempo vivido e que são imprescindíveis para que o visitante se sinta “afetado”.

⁴² <http://www.facebook.com/media/set/?set=a.1279167656099.44166.1137245719&type=3>. Pesquisa realizada em 07/01/2012.

O lugar de afecção é, portanto, da ordem do imaginário e não somente da lembrança, pois como pontua Bergson (2006), “imaginar não é lembrar-se” e, certamente, esses souvenirs não conseguem construir uma imagem do passado porque não são evocados para fazer lembrar ou rememorar *ipsis litteris*, mas, sobretudo, para fazer sentir e criar novas formas de pertencer. Ou seja, são produtores de imaginários.

Além do interesse prático de ocupação espacial do Centro, como fica demonstrado no “Relatório Macrofunção – Habitar o Centro”, publicado em Rio Estudos, número 105, em junho de 2003, é fundamental entender os movimentos de seu povoamento pela grande importância que a memória e a afecção tomariam nas políticas públicas brasileiras, seguindo exemplos da Europa e dos Estados Unidos.

O retorno ao patrimônio realça os contornos de um tempo que cisma em não aceitar o sono final no mausoléu do passado porque continua sendo um instrumento de dominação simbólica e educativa do presente. “Recordar é uma experiência ou atividade realizada pelo espírito (...) recordamos conhecimentos, mas também recordamos sensações. A memória, com efeito, penetra em todos os aspectos de nossa vida mental, dos mais abstratos e cognitivos aos mais físicos e inconscientes” (FENTRES, J. e WICKHAM, C. p. 16-17, 1992).

Para Pollak (1992) a memória finca-se nos acontecimentos vividos pelos sujeitos e aqueles “vividos por tabela”, ou seja, experiências que o indivíduo não viveu concretamente, mas participa delas por meio da atmosfera da recordação da coletividade a que integra. Os acontecimentos “vividos por tabela”, diz Pollak, “são acontecimentos dos quais a pessoa nem sempre participou, mas que no imaginário, tomaram relevo que, no fim das contas, é quase impossível que ela consiga saber se participou ou não” (1992, p. 201).

O patrimônio são nossas velhas fontes de imaginária que dão materialidade a nossas memórias, como experiência e fonte de educação para as novas gerações, pois como sustenta

Bosi, “a criança recebe do passado não só os dados da história escrita; (ela) mergulha suas raízes na história vivida, ou melhor, sobrevivida, das pessoas de idade que tomaram parte na sua socialização”. (2004 p.73). Portanto, a memória é viva e está sempre num campo de disputa para significar e resignificar a história e, como sustenta Halbwachs, seu sentido coletivo vem do fato de que não basta reconstituir peça por peça o passado para ele fazer sentido. O passado que faz sentido é tão somente aquele que está enlaçado por uma teia de relações comuns, ou seja, “que se encontram tanto no nosso espírito como no dos outros, porque elas passam incessantemente desses para aquele e reciprocamente, o que só é possível se fizeram e continuam a fazer parte de uma mesma sociedade”. (HALBWACHS, 1990 p. 34).

No contexto da memória, o Centro Histórico, com seus elementos urbanos, monumentos públicos, museus, igrejas etc., forma um acervo importante do tempo vivido e das estratégias de ocupação espacial dos habitantes do passado. O esforço de preservação destes bens simbólicos parece refletir uma dimensão sensível e subjetiva de inserção do sujeito atual nas tessituras urbanas da cidade-memória.

O esforço associativo parece indispensável para congregar as iniciativas privadas ou públicas de intervenção e melhorias do espaço público em continuadas políticas de memória, mas muito ainda precisa ser trabalhado junto aos empreendedores destes territórios para o desenvolvimento de cadeias produtivas que corroborem com a atmosfera rememorativa, de modo a atender de forma satisfatória o volume de visitantes e turistas que procuram os lugares de memórias das cidades.

Sem isso, muitas vezes as empresas, centros culturais, museus e igrejas - que são pontos turísticos que ancoram as visitas – sobrevivem isolados de toda uma cadeia de pequenos e médios negócios localizados em seu entorno, já que o cultivo da memória pública vai além de visitas guiadas e podem e devem servir para restauração do hábito de habitar a

cidade a partir das ruas e suas plurais possibilidades de circulação. Na Praça XV de Novembro, por exemplo, só agora, depois de dois anos de fundação, o Polo local está conseguindo sincronizar a consolidada agenda cultural da região com o da sofisticada gastronomia que se desenvolve nos arredores, com ações simples como unificação de horários de funcionamentos, troca de informações, desenvolvimento de giros culturais, apoio a espetáculos artísticos e oferecimento de agenda cultural de apoio, como música ao vivo nos restaurantes.

Mas, compreendamos, todo esforço de ocupação voluntária do espaço público resulta numa ruptura com a temporalidade organizativa do social produzido pelo capital e pela mídia (vale destacar). Os eventos culturais desenvolvidos em praças públicas e ruas são apenas pretextos para se colocar o pé fora do espaço-tempo do controle simbólico metrificado da cidade. A circulação é da ordem do devir, forma fundamental de entrega, de mistura com diferentes e estranhos com quem comunicamos com a vibração do corpo presente, fonte inesgotável de vinculação ao sabor da cidade e seu espírito de festa, de encontros e metamorfoses. Mas sobre isso falaremos na próxima estação. Vemo-nos lá.

Quarta Estação - Ocupar a cidade

*Os passos seguem não o que se encontra fora do alcance dos olhos
mas dentro, sepultado e cancelado: porque trinta anos atrás
ali passava um moça de largas mangas bordadas,
ou então é apenas porque a uma certa hora do dia recebe
uma luza como a daquele pórtico de cuja localização não se recorda mais.*

Italo Calvino, Cidades Invisíveis – p. 89

4.1. Roteiro: entre o venerável e o habitável

A rua é onde se dá a experiência entre sujeitos, monumentos e elementos urbanos que integram a urbanidade, isto é, o comportamento próprio daquele que ocupa o espaço da cidade, contribuindo para a formação de suas dinâmicas culturais. O espaço público como fonte de inspiração e reflexão sobre o cotidiano da cidade, deu o tom da escrita de João do Rio, através de suas crônicas publicadas na imprensa o início do século XX. Jornalista, cronista, tradutor e teatrólogo, João teve o mérito de tentar entender a sociedade carioca a partir dos trânsitos urbanos, na certeza de que ali existia certa “alma encantada”, que deveria ser compreendida.

João do Rio tinha um olho apurado para perceber as sutilezas da ocupação do espaço público, não só pelas classes abastadas, mas também pelas pessoas simples nos seus afazeres. Há em sua obra “A alma encantada das ruas”, por exemplo, um grande mérito que é o de traduzir na forma de crônicas aquilo que se vê nas ruas e que expressam o jeito como as pessoas negociam, falam e se comportam, enfim. Ali também estão as formas de miséria e os acontecimentos que singularizam as ruas, como os crimes de amor e as intervenções da polícia no ordenamento da cidade, numa demonstração de que a rua é onde se dá a efervescência e a reinvenção cultural.

As maneiras de comportamento no espaço público se transformam gradualmente e, por isso, são pouco observadas. O distanciamento das moradias de determinados territórios, o

isolamento da casa e do espaço público, as formas de ver e pertencer às ruas vão se modificando e certamente mereceria um estudo específico. João do Rio, por exemplo, na crônica “Os dias passam”, constata e questiona-se sobre o jeito dos moradores da cidade viver à janela observando os acontecimentos de um ponto privilegiado e distanciado da coletividade⁴³. E, muito do que hoje povoa o imaginário da urbanidade é fruto das formas como os ocupantes destas mesmas cidades encontraram para criar narrativas e deixar marcas daquilo que à sua época era trivial e naturalmente não feito para servir de história.

Ao lado da escrita de João do Rio, por exemplo, figuram entre os grandes responsáveis pelas imagens que imortalizaram o século XX na cidade do Rio de Janeiro os fotógrafos Marc Ferrez, que registrou a mudança do Império para o sistema Republicano e Augusto Malta, que registrou o início da chamada modernização que destruiu grande parte das paisagens construídas desde a época do Império, com as transformações promovidas pelo então prefeito, Pereira Passos, entre os anos de 1902 e 1906, como já citamos anteriormente.

Antelo (2008) observa que a própria crônica de João do Rio já era uma janela aberta sobre a cidade, numa forma de trazer para o leitor uma visão singular, ordenada e projetada sobre aspectos das coletividades. Hoje as obras de Ferrez, Malta, João do Rio, para ficar com pelo menos três importantes narradores, servem de janela para o passado da cidade que inspira o olhar retrovisor de seus atuais ocupantes. Ao longo do tempo, os arquivos de memória produzidos pelos narradores se tornam tão importantes que se transformam em objetos de arte e elemento de distinção social.

O lugar do narrador é também o do mediador, isto é, aquele que se coloca entre o fato e o sujeito para ser produtor da linguagem e do sentido adequados entre ambos. É do narrador a função, por exemplo, de estipular a dimensão do fato para conferir-lhe o status de acontecimento ou mero elemento que mantem a constante fluidez da narrativa. Não por acaso,

⁴³ João do Rio, “Os dias passam” *apud* João do Rio (2008).

ao longo do século XX, os meios de comunicação requisitaram essa prerrogativa de ser o espaço adequado para observação da cidade e se configuraram como os tradutores dos fatos que acontecem na vida urbana. Isso é feito tanto na forma de escolha dos fatos preponderantes, quanto na maneira de estruturação da informação, sempre pautada pela imperativa necessidade de se construir cenários e histórias capazes de criar um forte pacto de leitura entre os leitores e os mediadores.

A entrada da televisão como tecnologia do apogeu da cultura visual acabou por transformá-la na principal janela para contemplação da rua e narradora autorizada das paisagens. Apoiada na lógica expositiva do cinema, isso criou novas modalidades de experiências de contemplação da cidade, fazendo com que ao invés de irmos à cidade, a cidade possa vir até nós. Com o aumento da densidade demográfica das metrópoles e a disputa de espaços nas vias públicas a população ficou cada vez mais apoiada nas sensações produzidas pelos meios de comunicação e a rua tornou-se um lugar dos sem donos, onde o perigo está às soltas. Vale destacar que, desde João do Rio, a cidade do Rio de Janeiro já é tida como um lugar de esquisitices, sendo a falta de asseio a parte mais visível desta condição.

Rua e povo são dois termos que se complementam e generalizam o conceito de cotidiano, isto é, aquilo que acontece a partir das conjugações de diferentes forças e agentes sociais. Nesse sentido a rua é onde o povo demonstra a performatividade de sua vibração cultural e política, como as festas, as grandes passeatas, os discursos e outros movimentos que tiveram muita força nas praças e vias, antes da entrada da televisão como mediadora de conflitos entre o povo e os poderes estabelecidos. Com isso, a cidade troca gradativamente a função da polis grega descrita por Platão⁴⁴ das ruas para os medias, que passam a monopolizar as formas de narrar e configuram-se como o novo espaço público.

⁴⁴ Não estou tentando aqui fazer uma genealogia das transformações sociais das cidades, já que isso implicaria em levar a pesquisa para outro rumo que não é o que estou propondo neste estudo.

Como lugar da festa, este jogo que faz evaporar os velhos sentidos e produzir novos, talvez o carnaval seja o maior expoente e o que mais tempo perdurou como sendo prática cultural típica de rua. Ainda hoje, a festa de rua costuma suspender temporariamente até o sentido de lugar do perigo e pobreza da própria rua para promover na ebulição do prazer e experiência do lúdico e do desejo, tornando “a alma da rua” uma psique coletiva ambivalente e necessária para a relação de pertencimento a ela. Não conhecemos ainda dimensão maior para a rua enquanto espaço de tensão simbólica do que o carnaval, quando é possível render-se sem receios no espírito da festa, trazendo para o centro do jogo a catarse de sentidos. Compõe o espírito de rua, portanto, a vontade ver e ser visto, ou mesmo fugir do campo de visão, misturando-se com turba e mergulhando no movimento próprio que ela impõe.

No dia-a-dia, no entanto, esse sentido de rua como lugar do todo também impõe vários problemas, dentre eles a violência e a falta de controle da ordem pública, fazendo com que algumas pessoas se julguem no direito de “privatizar” determinados espaços com barracas e outros apetrechos que impedem a passagem e dificulta a circulação de pessoas, especialmente os portadores de deficiência.

E, à medida que o tempo é tomado pela sensação de escassez, já que parece haver uma multiplicidade de oportunidades que vão além de nossa capacidade de conquistá-las, passamos a ser dominados por uma forma de consciência que nos obriga imbuir tudo de uma utilidade prática, para que justifique as horas dedicadas a cada ato. Juntando isso à apatia pelo sentido da rua como lugar de troca imediata forçada pela necessidade e não pela vontade de estar e pertencer a ela, o espaço público ganhou uma atmosfera de perigoso e passou a se configurar essencialmente como rotas de passagens.

Geralmente, estudados devido às suas potencialidades turísticas, os roteiros tem sido muito úteis como forma de restabelecer uma urbanidade mais cidadã. O roteiro é “caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado

para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística”. (MINISTÉRIO DO BRASIL, 2005).

Para além de sua condição de programa turístico, o roteiro deve ser tomado como itinerários escolhidos com antecedência pelo sujeito ou por um grupo de pessoas, a partir da oferta de conjuntos de atrativos presentes num dado território, podendo ser realizado por um agente habilitado ou pelo próprio sujeito ou mesmo por grupos. Isso pode ser desde ir à feira ou realizar uma visita ao conjunto de bens tombado do Corredor Cultural do Rio de Janeiro, não importa.

Em termos de função, os roteiros, sendo eles culturais, históricos, etnográficos, ecológicos etc. procuram romper com certa apatia que gera um desconhecimento dos lugares, colocando os sujeitos ou grupos fora do isolamento habitual, propondo uma atividade produtiva, capaz de oferecer novas leituras sobre o espaço público. Trata-se de uma ocupação diferenciada da cidade, é bem verdade, mas de forma muito enriquecedora fazem os espaços serem tomados como experiências cognitivas, na forma de um aprendizado lúdico de informações e detalhes - especialmente aqueles conduzidos por guias competentes - que a “olho nu”, isto é desprevenido de conhecimentos específicos, poderiam passar despercebidos. No roteiro, o visitante se coloca sempre como estrangeiro, principalmente porque é atraído pelo espaço que visita, mas também porque deseja que o itinerário lhe proporcione novas experiências. Mesmo quando se trata de moradores do próprio destino visitando, é possível olhar o lugar de pertencimento com olhos de visitante, tomando-o como uma grande novidade, necessária e enriquecedora, pois as coisas ganham novos sentidos quando a gente fala delas⁴⁵.

Acredito que as experiências do roteiro, isto é um itinerário físico ou simbólico constituído de atrativos com a finalidade de oferecer experiências e aprendizagem para

⁴⁵ Estou tratando mais especificamente de roteiros urbanos.

aqueles que dele fazem uso se aproximam dos estudos de Paul Ricoeur a respeito do tempo e da narrativa, no qual o filósofo se refere ao processo mimético de produção da realidade. Para ele a experiência cognitiva está baseado em uma tríplice mimese, envolvendo, pré-compreensão, auto-estruturação e metaforização⁴⁶. A mimese I relacionada à *pré-compreensão* isto é, aquela que está configurada na própria existência e apreendida nas trocas simbólicas do cotidiano. A mimese II é a *auto-estruturação* da narrativa que se dá a partir dos códigos narrativos internos ao discurso, donde resulta a interação subjetiva e a imersão nos sentidos que a narrativa expõe ao sujeito do discurso. A mimese III, que consiste na *metaforização discursiva*⁴⁷, quando o sujeito reconfigura a realidade a partir de sua experiência e apossa-se da narrativa como elemento configurativo do corpo-tempo-espço (Cf. BARBOSA, 2006).

Tomado como elemento narrativo, no roteiro, a pré-compreensão está relacionada às ideias que o sujeito tem da realidade de determinado território, adquiridas por diversos meios informacionais, que lhe dão uma dimensão da identidade geral da região (turística), constituída de potencialidades simbólicas importantes. Já a auto-estruturação acontece quando o sujeito toma contato com o percurso simbólico definido e começa a fazer correlação entre os elementos nele inseridos e a sua condição subjetiva, fazendo surgir deste processo a ebulição criativa que resultará na metaforização, que é quando os próprios elementos entram na cadeia narrativa do sujeito, fazendo-o se reconfigurar a partir do conhecimento experiencial adquirido.

⁴⁶ Retomo aqui os termos de Ricoeur para aprofundá-lo um pouco mais, além do que já vimos na Terceira Estação.

⁴⁷ Grifos meus.

Assim, o roteiro (turístico)⁴⁸ define-se como uma cartografia de linguagens estruturadas dentro de um tempo de narrativa, com o qual o sujeito se coloca em contato no tempo-espaço do mundo. A estruturação do roteiro, portanto, é feita não só pela qualidade informativa do monumento/atrativo, mas, sobretudo pelas potencialidades narrativas que possibilitam torná-lo uma obra ficcional completa que possa, na concepção de Ricoeur, fazer da experiência uma condição celebração catártica de sentidos.

Sendo essa relação com predominância contemplativa, quando os elementos narrativos não podem ser tocados ou manuseados; ou interativa - quando o resultado esperado do roteiro depende de o espectador se colocar na experiência sensorial, passando a fazer parte do monumento narrado – entroniza no sujeito as dimensões singulares do espaço. Em muitos casos, devido à necessidade de criar um maior apelo para os roteiros, são desenvolvidas formas de se conjugar as duas modalidades de exposição. Essa condição epistemológica do roteiro vai desde as relações miméticas, que são mais moleculares, quando há uma interação tecnológica momentânea que gera uma pós-experiência para além do espaço-exposição, feitas com uso de máquinas fotográficas, compra de brindes, souvenirs etc. Essa experiência destacada do roteiro é similar a forma de como o sujeito se coloca e toma posse do espaço-tempo como um todo, como procuramos demonstrar na primeira estação. O roteiro muitas vezes revela uma cidade subjacente que demanda um olhar distanciado e afetuoso para a sua compreensão.

Nesse sentido, o roteiro revela uma cidade-texto que evoca o atrativo como forma de narrativa temporal. O resultado da experiência oferece ao andarilho uma cidade-metáfora, já habitada pela sua capacidade de mimetizar a experiência acolhida. O texto resultante desta experiência se aproxima do que escreveu Gomes (2009) a respeito das cidades ficcionais da

⁴⁸ Para facilitar a compreensão chamamos de roteiro turístico os circuitos que envolvem um conjunto de atrativos que podem ser visitados sob a orientação de um guia ou autoguiado, quando as próprias pessoas fazem uso de mapas ou outros suportes que lhes ofereçam informações pertinentes ao que é mostrado.

literatura, é o “relato sensível de formas de ver a cidade; não enquanto mera descrição física, mas como cidade simbólica, que cruza lugar e metáfora, produzindo uma cartografia dinâmica, tensão entre a racionalidade geométrica e o emaranhado de existências humanas”. (GOMES *apud* MELLO, 2009).

O apanhado das experiências demonstra justamente a relevância da ocupação roteirizada da cidade não apenas para criar circuitos isolados de circulação, mas para dar relevo à ocupação crítica da simbologia espacial.

4.2. Acompanhando roteiros

Ao longo desta pesquisa acompanhei a realização de cinco roteiros, conforme abaixo relacionados:

1. “Praça XV passo a passo”, oferecido pelo Polo Praça XV, para o visitante conhecer a pé o acervo histórico que circunda a Praça, envolvendo igrejas, museus, monumentos, centros culturais e galerias.
2. “Roteiros Geográficos do Rio”, um projeto de extensão do Núcleo de Estudos Sobre Geografia Humanística, Artes e Cidade do Rio de Janeiro – NeghaRIO – do Instituto de Geografia – IGEOG – da Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ.
3. Animando a Rua Larga – desenvolvido pelo Instituto Cidade Vida e Instituto Light, como projeto especial com o objetivo de contribuir a revitalização da Zona Portuária. No caso específico deste roteiro, as pessoas foram levadas para conhecer o Morro da Conceição, especialmente as partes mais significantes, envolvendo a Pedra do Sal, cuja escada foi cravada na pedra pelos escravos que faziam o descarrego do precioso tempero.
4. Lido Art Déco, desenvolvido pelo Polo Lido, para apresentar um conjunto de prédios construídos por volta dos anos 30 do último século e que hoje constituem um acervo

importante do estilo Art Déco, movimento que nasceu na França a partir das artes decorativas e que se espalhou para outros países.

5. Outros Ângulos, desenvolvido pelo Polo Lido e CoopBabilônia, na reserva do Parque do Chacrinha e Morro da Babilônia, de onde é possível ter uma visão de 360 graus e observar a cidade do Rio de Janeiro, por ângulos diferentes daqueles que estamos acostumados a ter dos pontos de visão mais tradicionais da cidade.

Como parte da aplicação de alguns conceitos a respeito de espaços e territórios que faço nesta e na próxima estação, minha principal intenção era, principalmente, observar o comportamento dos participantes diante da experiência com os monumentos e os elementos urbanos, bem como a maneira como eles são apresentados e descritos pelos guias ou orientadores das visitas. Pareceu-me importante ver o caso dos roteiros 1, 2 e 3 que são realizados em sítios históricos e os roteiros 4 e 5 que envolvem elementos mais contemporâneos da paisagem carioca e tentar fazer uma correlação entre eles, não em termos de quantidade ou qualidade de atrativos, mas na relação entre os visitantes e os roteiros em questão.

As primeiras reações que pude observar estão relacionadas à formação do grupo, com presença de pessoas de diferentes bairros, cidades, estados e países, que possuem conhecimentos e experiências em áreas diferentes e que se dispõem a ver a cidade e partilhar as suas impressões. Geralmente, elas se conhecem no momento do roteiro e criam uma troca fecunda de informações e laços afetivos.

A característica dominante desses programas é que são feitos a pé e guiados por especialistas nos temas abordados. No caso do roteiro “Animando a Rua Larga”, por exemplo, os visitantes iam chegando aos poucos e um café da manhã era servido, enquanto o grupo todo se formava. Em seguida, a guia, fazendo uso de recursos audiovisuais, passou a situar os atrativos do roteiro na historiografia da cidade e do Brasil, demonstrando a importância

daquele lugar para a configuração historiográfica do povo brasileiro. Já nesta etapa apareciam fotos de alguns monumentos. Em seguida, recebemos um kit que continha brinde, além de um mapa intitulado de “Guia Cultural do Observador Atento” que apresentava a região a ser visitada, com texto pontuando os principais destaques dos atrativos, envolvendo: Light S.A., Palácio Itamarati, Palácio Duque de Caxias, Central do Brasil, Escola Rivadávia Correia, Igreja e Largo Santa Rita, Beco das Sardinhas, entre outros.



Imagem 08 - Visitantes do roteiro Animando a Rua Larga chegam ao monumento histórico e religioso da cidade do Rio de Janeiro, a Pedra do Sal, que fica no bairro da Saúde, próximo ao Largo da Prainha, tombado em 20 de novembro de 1984, pelo Instituto Estadual do Patrimônio Cultural (INEPAC). É considerado um marco importante para a cultura negra carioca, pois é considerado o núcleo simbólico da Pequena África, onde moravam negros escravos e alforriados.

Mas, a partir do momento em que o grupo ganhou as ruas e já teve que ser conduzido por pequeno perímetro de carro porque chovia, a experiência ganhou outro rumo. A primeira reação das pessoas é fazer um deslocamento temporal, se colocarem no papel dos antigos moradores e começarem a especular o que seria de suas histórias se tivessem vividos na época que aquele território estava em plena ocupação. Talvez esse seja o mergulho primordial, o salto da mimese I para a mimese II, indo direto para a partilha de experiências com casarios e

monumentos, indagando-lhes, através do guia ou pela fabulação, sobre questões mais práticas do que epistemológicas. As anedotas possíveis sobre os antigos ocupantes que não figuram nos livros de história ganham forma na imaginação dos visitantes e logo eles começam a se posicionar para clicar os ângulos que acham mais significativos para a apreensão que estão fazendo do espaço.

As pedras brutas que fazem parte do chão, aos detalhes de fachadas, portas e outros distintivos são minuciosamente avaliados e decodificados pelo guia, que satisfaz o interesse dos participantes oferecendo-lhes elementos narrativos que reificam cada elemento que compõe a paisagem visitada.

Prevalecendo a polissemia, isto é a presença de vários símbolos que dão conta de apresentar os modos de vida e ocupação cultural do espaço, e polifonia, como presença de múltiplas vozes que definem as práticas ali constituídas, o roteiro evoca uma transdisciplinaridade para a apreensão das abundantes expressões cravadas ao longo do percurso, envolvendo desde elementos relacionados às forças armadas, passando pelas formas de moradias e de lazer, demonstrando que a cultura se configura mesmo no emaranhado de desejos que copulam com o estar-no-mundo, fazendo disso o elemento mais fecundo para a sua criação e recriação.

Os atrativos, portanto não são elementos dados prontos, pelo contrário, para além de suas referencialidades históricas, eles se oferecem como percurso de busca de entendimento do sujeito-espaço, quando a mimese III reconfigura a realidade, já a embutindo de metáforas, isto é, as criações que as formas promovem.

O roteiro “Praça XV passo a passo” e “Roteiros Geográficos do Rio” são muito parecidos, embora o segundo tenha uma preocupação mais abrangente que é descortinar outras paisagens da cidade, além da Praça XV. Contudo, ambos possuem o mesmo princípio que é o de oferecer aos visitantes narrativas referentes aos atrativos históricos. No caso “Praça

XV passo a passo”, trata-se de um roteiro referente em sua totalidade a bens tombados, com exceção de três galerias, a Progetti, LGC e Paulo Fernandes, que são dedicadas às artes contemporâneas. Além disso, há referência aos restaurantes da região, como opção para os visitantes que desejarem conhecer a culinária local, que vem se configurando como gastronomia conceitual, isto é, com presença de chefs à frente das equipes de cozinha ou mesmo como donos dos restaurantes, que investem na recriação de pratos tradicionais da culinária brasileira e internacional, bem como, desenvolvem menus autorais a partir de pesquisa e uso de novos ingredientes.

O roteiro “Praça XV passo a passo” foi elaborado pelo Polo Praça XV com o objetivo de ser um de seus produtos que fizeram parte das comemorações dos 200 anos da chegada da Família Real ao Brasil, celebradas em 2008. Na ocasião, foi também lançado o festival gastronômico “Comendo como um Rei” que, a princípio tinha a intenção de convidar os restaurantes a reproduzirem pratos da realeza portuguesa no Brasil, mas ao estudarem os cardápios, os empresários desistiram por se tratarem de pratos à base de pombos e outros ingredientes exóticos que os atuais ocupantes da cidade certamente se recusariam a comer. Com isso o “Comendo como um rei” foi repensado e passou a ser uma referência aos atuais tipos de comida da região que alimentaria alguém como se ele fosse um rei. As duas iniciativas foram bem sucedidas e logo ganharam a adesão dos consumidores. Com isso, as empresas localizadas no “Quarteirão Cultural do Arco do Teles” começaram a se tornar referências para os trabalhadores do Centro da Cidade, o que até então não acontecia, devido ao preconceito que ainda nutriam, devido ao longo período de abandono a que o local ficou exposto.

Aliás, de 2006 para cá, os projetos de popularização do Centro da Cidade empreendidos pelos polos da região, fez aumentar substancialmente a atratividade local e por consequência a sustentabilidade das empresas neles localizados. Especialmente nas manhãs de

sábado, costumam passar pela região do Quarteirão Cultural do Arco do Teles, principal eixo de ligação da Praça XV com os centros culturais dos Correios e do Banco do Brasil, cerca de 30 grupos em roteiros de diversas naturezas, especialmente fotográficos, conduzido por guias do porte do fotógrafo Walter Firmo⁴⁹. Além disso, as experimentações fotográficas têm contribuído para a formação de clubes especializados, como o Rio Fotográfico, que criou o Varal Fotográfico na Rua do Mercado (Imagem 09), dentro do evento Mercado Cultural.



Imagem 09 – Varal fotográfico de clube de fotografia RioFotográfico, que utiliza a cidade como musa inspiradora e expõe as imagens no Mercado Cultural, na Praça XV.

Como já mencionei anteriormente, o roteiro Lido Art Déco apresenta o estilo Art Déco que nasceu na França, no século XX, e se expandiu pelo mundo inteiro, marcando uma espécie de “limpeza” nas artes, com a utilização de linearidades que ajudavam a romper com o rebuscado, inserindo simplicidade e ao mesmo tempo sofisticação no cotidiano da cidade.

⁴⁹ Walter Firmo Guimarães da Silva (Rio de Janeiro RJ 1937). Fotógrafo, jornalista e professor. Autodidata, iniciou a sua carreira como repórter fotográfico no jornal Última Hora, no Rio de Janeiro, em 1957, tendo passado pela redação dos mais importantes veículos de comunicação do Brasil. Saiba mais sobre ele na Enciclopédia de Artes Visuais do Itaú em: http://www.itaucultural.org.br/aplicexternas/enciclopedia_ic/index.cfm

Sua aplicação na arquitetura brasileira, especialmente a carioca, aconteceu num momento em que estava havendo o aumento da densidade demográfica e a transição do estilo de moradias das classes média e alta que residiam em casas e mansões e passavam a ocupar os edifícios de apartamentos, tidos como marcas da modernidade que se estabelecia na cidade.

Duas características se destacam na consolidação deste estilo no Brasil: a exuberância das portarias, já que era preciso ostentar símbolos de riqueza e poder à vista dos transeuntes urbanos. O uso de elementos da cultura indígena brasileira simbolizava a busca pela identidade cultural do Brasil, na arquitetura da cidade. Embora não sejam tombados, os edifícios compõem um roteiro que inclusive foi bastante difundido por Luiz Paulo Henrique Conde, quando prefeito da cidade do Rio de Janeiro, de 1997^a 2001.

Para Conde e Almada (1997) o estilo *Art Déco* representa a culminância das transformações políticas representadas pela transição da Monarquia para a República, que começou em 1889, mas de fato só se realizou por volta de 1930, quando realmente intensificaram as mudanças sociais que dão “passagem do rural para o urbano, do agrário para o industrial, do aristocrático para o popular, do importado para o nacional, enfim, do ‘arcaico’ para o ‘moderno’” (p. 5).

Esses referenciais históricos são exemplificados pelo guia ao longo do percurso, seja utilizando os elementos gráficos que compõem os edifícios, sejam na evocação dos traços que compunham a arquitetura *Art Déco*, mas que já não fazem mais parte dos prédios, devido às sucessivas reformas que modificaram o traçado original. Numa visita guiada pelo presidente do Instituto *Art Déco* Brasil, Márcio Roiter⁵⁰, por exemplo, tivemos a oportunidade de presenciar vários elementos que integram o conjunto de edifícios que sofreram pequenos ajustes por parte dos síndicos ou funcionários dos condomínios que desconhecem a relação dos distintivos na composição geral da obra. É comum, por exemplo, a colocação de quadros

⁵⁰ Realizada em 16/04/2011, às 10h.

em paredes que foram planejadas para serem vazias, passadeiras sobre elementos que dão continuidade às linhas de fachadas ou mesmo abajures sobrepondo a luminárias projetadas para harmonizarem com o projeto idealizado pelo arquiteto.

Durante as duas horas que duram o roteiro, o que mais chama a atenção dos visitantes são as maneiras como os arquitetos reinventaram as linhas do *Art Déco* com elementos da cultura brasileira, especialmente a indígena. No geral, é comum eles dizerem que estão descobrindo uma nova cidade, que jamais imaginavam existir em meio àquele emaranhado de edifícios da região⁵¹. Segundo o presidente do Polo Lido, Rodrigo Tavares⁵², os síndicos dos prédios do Lido têm demonstrado grande interesse por inserir seus edifícios no roteiro, já que está havendo um resgate da *Art Déco* em todo mundo, especialmente nos Estados Unidos, onde muitos imóveis têm seus valores aumentados por preservarem as marcas do estilo. Miami, por exemplo, possui o Distrito *Art Déco*, composto por cerca de 800 prédios, construído entre 1935 e 1941, registrado no Registro Nacional de Locais Históricos, sendo o primeiro conjunto arquitetônico do século XX a ostentar este título naquele país, o que atrai turistas interessados em visita-los⁵³.

Ou seja, conduzindo marcas imperiais ou modernas, o tombamento de bens simbólicos tem sido uma prática constante em torno do mundo e representado uma forma diferenciada de processamento cultural nas cidades. Talvez isso aconteça justamente porque os atuais moradores das cidades estão ocupando os territórios construídos no início do século XX que guardam marcas arquitetônicas e culturais significativas que contrastam com as transformações trazidas pela entrada das tecnologias no cotidiano das cidades.

⁵¹ A lista de edifícios que compõem este roteiro está entre os anexos deste estudo.

⁵² Em entrevista a mim, no dia 20/04/2011.

⁵³ Conforme reportagem publicada no jornal O Globo, disponível em <http://oglobo.globo.com/boa-viagem/miami-distrito-art-deco-revela-vocacao-de-south-beach-para-turismo-3213985>. Consulta realizada em 04/04/2011.

Apesar do forte apelo da cultura visual como prerrogativa para patrimonialização dos equipamentos urbanos, vale destacar que, além do tombamento do que é considerado a vanguarda arquitetônica brasileira, da qual Oscar Niemeyer é o principal expoente ao Lado de Lúcio Costa, pouco é desenvolvido para a valorização de conjuntos de obras como as do roteiro Lido Art Déco, onde é possível fazer uma intervenção de tombamento capaz de garantir que algo tão singular como a arte marajoara aplicada à arquitetura moderna seja preservada. A título de exemplo, cito os edifícios Guahy⁵⁴ (Imagem 10), onde é reproduzido na entrada um cocar indígena estilizado, no Itaoca⁵⁵ (Imagem 11) onde tem um bratáquio, amuleto da cultura marajoara, aplicado no pórtico de entrada e detalhes de flechas indígenas na decoração e no Itahy que tem uma índia-sereia-cariátide localizada no alto da entrada e pequenas ondas em granito no chão. Isso sem falar no Ophir⁵⁶ (Imagem 12) que tem detalhes de máscara de carnaval cravado no pórtico de entrada, demonstrando uma aplicação singular da simbologia dos povos do Brasil que se oferece como elemento de uma arquitetura planejada e conceitualmente embasada.

Participei do roteiro “Outros Ângulos” com um grupo de empresários do Polo Lido, envolvendo diretores de restaurantes, hotéis e agências de turismo. Na verdade são duas trilhas que podem ser feitas juntas ou separadas, sendo a primeira no Parque Estadual do Chacrinha e a segunda no Morro do Babilônia. O Parque do Chacrinha, como é conhecido, possui uma área de 13,3 hectares, situada na região do Leme que, por muito tempo, serviu como ponto estratégico de defesa da cidade, por está localizada no alto de uma montanha de frente para o oceano, há 134 graus do nível do mar. Também já foi uma favela denominada de

⁵⁴ Rua Ronald de Carvalho 181. Projeto: Ricardo Buffa. Construtor: Manoel Francisco de Campos, substituído por F. Saboia. Data: 1932. Proprietário Original: Michel Salem.

⁵⁵ Rua Duviervier 43. Projeto: Anton e Robert R. Prentice. Construtor: Christiani & Nielsen Engenheiros e Construtores Ltda. Data: 1928. Proprietário Original: Renaud Lage.

⁵⁶ Rua Ronald de Carvalho 154. Projeto: Raul Lessa de Saldanha de Gana. Construtor: Cia. de Construção Ottino, substituída por Manoel José Pinto Filho. Data: 1934. Proprietário Original: Izaak Aslan Chebar e outros.

Catacumba que foi desativada em 1970, quando deu início ao reflorestamento que só foi efetivamente levado a cabo em 1984, sendo um local de lazer com presença de muitas árvores, pássaros e exposição de esculturas de grande artistas como destaque para “O Guardião” de Celeida Tostes, “Ampulheta” de Franz Krajcberg, “Oxossi” de Caribé, “Iansã” de Tati Moreno, “Estrutura” de Sérgio Camargo, “Flora” de Mário Cravo e “Construção” de Bruno Giorgi.



Imagem 10 - Detalhe do pórtico de entrada do Edifício Guahy, no formato de cocar indígena.



Imagem 11 - No edifício Itahy há uma junção da cultura indígena com elementos do mar, que era por onde a modernidade chegava no Rio de Janeiro, através dos transatlânticos. Além de referência a animais marítimos, vários edifícios têm sua frente em forma de proa de navio.

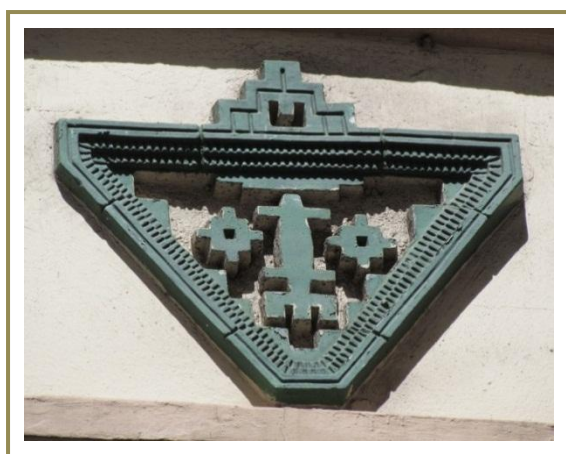


Imagem 12 - Detalhe da arte marajuará presente no edifício Itaoca.



Imagem 13 – Máscara carnavalesca faz parte do pórtico de entrada do edifício Ophir.

Já o Morro do Babilônia ficou famoso pelo filme franco-brasileiro “Orfeu Negro”, dirigido por Marcel Camus e, 1959, mas a sua principal marca é mesmo o ângulo de visão que possibilita da cidade. Considerada uma Área de Conservação Ambiental (APA), a região ganhou mais adesão dos turistas após a entrada Unidade de Polícia Pacificadora (UPP), a partir de maio de 2009, se configurando como um dos programas de “Favela Tour”, que permite a contemplação tanto da mata, quanto dos contrastes entre as moradias pobres do morro e os arranha-céus do asfalto que o circunda. Mas também permite ver cidades como Niterói. Para exploração adequada do passeio, ele deve durar cerca de duas horas, pois os visitantes costumam parar para fotografar ou mesmo para conhecer locais de locação do filme

“Orfeu Negro” ou pontos da favela onde foram realizadas algumas tomadas do filme “Tropa de Elite”.

A nostalgia, no caso do Parque do Chacrinha e do Morro do Babilônia, fica por conta da proximidade do verde com a chamada “selva de pedra”, isto é o adensamento de edifícios do asfalto e do espaço privilegiado que o Morro do Babilônia ocupa na proximidade com paisagens tidas como “cartões postais” do Rio de Janeiro.

A referência a “cartões postais” é uma constante na relação com os atrativos urbanos que não fazem parte dos circuitos dominantes ofertados aos turistas e visitantes que, na cidade do Rio de Janeiro, estão relacionados ao Cristo Redentor, Pão de Açúcar, Maracanã e praia de Copacabana. Muitos empreendedores com os quais tive contato ao longo da pesquisa costumam relatar que a cidade já está estriada com destinos “oficiais” e agentes “oficiais” que costumam explorar as potencialidades econômicas da economia dos roteiros que ocupa o espaço urbano e interferem diretamente na forma como a cidade e seus moradores são tomados pelos imaginários construídos especialmente através dos meios de comunicação e outras formas de condução de memórias do Rio de Janeiro. A indústria hoteleira e turística, por exemplo, costumam alinhar estadia, passeios e lazer numa rede fechada de agentes na qual os pequenos e microempreendedores têm poucas condições de entrar ou mesmo de competir.

O esforço das micro e pequenas empresas se concentram, nesses casos, na configuração de roteiros diferenciados que são capazes de, a médio e longo prazo, gerar retorno para a cadeia produtiva de seu entorno. A aproximação com a Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro (RioTur) ainda é embrionária e, na maioria dos casos, embora os polos desenvolvam projetos de roteirização alinhados com possibilidades reais de pluralização dos espaços públicos da cidade, acabam não tendo condições de garantir a continuidade ou oferta estável, de modo a formar novos gostos em moradores e turistas.

Apesar de sua grande oferta turística, o Brasil ainda tem poucas políticas de desenvolvimento de roteiros, sejam eles de que natureza for. Grande parte deles está relacionados a macro atrativos das cidades que são importantes para criarem identidades territoriais, mas que também deveriam funcionar como catalisadores de outras opções de exploração lúdica e produtiva dos territórios. Com grande apelo ecológico, o turismo rural está em franca expansão, como alternativa para a fuga da agitação das cidades. Outros roteiros que o Brasil desenvolve com grande competência são os eventos pontuais, como carnaval, micaretas, festas juninas, festivais gastronômicos e culturais, dentre outros. A identidade do brasileiro, tido como gente alegre e festeira tem contribuído para o país consolidar uma grande indústria de lazer que é capaz de revelar singularidades culturais e, ao mesmo tempo possibilitar o desenvolvimento de territórios pobres.

Apoiada na identidade de “homem cordial”, a vocação para festa do povo brasileiro se intensifica cada vez mais, embora o sentido cristão que permeia a política nacional ainda não permite ao país se lançar como um agente especializado neste segmento econômico.

O fato é que os empreendedores sabem que os roteiros constituem importantes formas de celebração e pluralização comunicacional das cidades. Servem para lhe dar consistência e vigor, além de garantir a valorização da cultura e a valoração daquilo que ela consagra. Em muitos casos, é por meio do roteiro que as comunidades aprofundam os conhecimentos a respeito de suas histórias e redescobrem memórias que contribuem para o desenvolvimento de sua autoestima. Isso tem sido alternativa para a sustentabilidade econômica e social de aldeias indígenas e comunidades quilombolas, entre outras, que não só se apossam das singularidades de suas expressões culturais, como as transforma em economia criativa - com comercialização de roteiros gastronômicos e culturais, bem como venda de artesanato - que tanto serve para um contato mais fecundo dos turistas e visitantes com culturas diversas, como ajuda às novas

gerações desses grupos a admirarem traços identitários tradicionais de seus antepassados e contribuírem para a sua continuidade⁵⁷.

4.3. O roteiro e difusão do patrimônio

O livrinho destinado ao público infantil intitulado “Caminhos do Rio”, se propõe a ser um passeio-aula sobre a história e a geografia do Rio de Janeiro, apresentando dois roteiros: “A origem da cidade do Rio de Janeiro” e “As antigas lagoas do Centro”. Publicado pela editora que atende pelo sugestivo nome de Editora Restauro. Na obra, o leitor é conduzido por uma personagem que é um pássaro chamado Criu Carioca que conta histórias do Rio de Janeiro como se fossem contos de fadas com algo do tipo: “Era uma vez um paraíso chamado Baía de Guanabara. Os índios com sua cultura própria eram os donos desse lugar”. Sua autora, Renata de Faria Pereira, é uma educadora que possui um projeto que leva estudantes da rede pública de ensino a regiões da cidade e aplica com eles um exercício muito curioso que consiste em apresentar-lhes um desenho, no qual constam imagens e elementos urbanos que hoje já não existem mais, para que os estudantes possam localizá-los e situá-los na atual cartografia da cidade, de modo remontar um passado imaginado.

O esforço didático desta autora é transmitir patrimônio, isto é, fazer com que os atuais moradores da cidade não percam de vista os acontecimentos passados e se reconheçam como parte de uma trajetória que ainda está em construção, para que as marcas arquitetônicas não se percam nas sucessivas reinvenções a que o espaço está exposto. E, embora possa parecer ingênuo o esforço de reconstruir no adensamento atual da metrópole um casario que remonta ao início dos séculos XVIII e XIX, é preciso reconhecer neste pequeno exemplo a ambição de

⁵⁷ Desde 2003, o Ministério do Turismo mantém o Programa de Regionalização do Turismo. Em 2005, ele publicou uma cartilha que incentiva e orienta sobre o desenvolvimento de roteiros, porém, como as ações estão muito focadas em ações do poder público, acabam não abrangendo as iniciativas privadas como as que procuramos descrever neste texto. De fato, ao que pude perceber, a principal dificuldade para a oferta de roteiros é a sua estruturação que, logicamente passa pela sua comercialização em canais apropriados.

um desejo que povoa a imaginação de muitos sujeitos quando postos em contato com iconografias de paisagens antigas.

A rememoração parece oferecer aos sujeitos formas de preenchimentos subjetivos muito importantes para as suas condições de moradores e usuários das cartografias cotidianas das cidades. Ir à Feira do Rio Antigo, realizada ao primeiro sábado de cada mês, ao longo da Rua do Lavradio, onde está localizado um corredor de antiquários, por exemplo, é tido como uma forma de estabelecer contato com um “Rio antigo que já não existe mais”. Os produtos oferecidos – de chaveiros a coleções antigas de selos, pratarias, móveis, e toda espécie de bugigangas, tendo as passagens antigas como tema – as músicas tocadas e a culinária servida em mesinhas espalhadas pelas calçadas formam um manancial de nostalgia em meio ao denso povoamento do Rio de Janeiro.

Para compor um ambiente de nostalgia, as pessoas costumam trajar roupas despojadas, ouvir músicas antigas, de modo a se colocar, ainda que por poucas horas, entre as paisagens antigas⁵⁸ da cidade. Na feira é possível visitar e adquirir caixas, quadros e outros utensílios de decoração produzidos a partir de fotos antigas, como as confeccionadas pelo Atelier Novo Marco, com reprodução do acervo de Augusto Malta, considerado o mais importante arquivo da memória fotográfica do Rio de Janeiro do início do Século XX, período em que a cidade foi submetida aos desejos de planificação do então prefeito Francisco Pereira Passos, que resultaria na demolição do mobiliário da Belle Époque francesa que imperava nas cercanias da atual Praça XV, para dar lugar à modernização da cidade pautada pelos nexos produtivos (e ocupacionais) dos Estados Unidos, que se tornariam modelo para a reforma do Centro da cidade.

⁵⁸ Chamamos por paisagens antigas o conjunto de casarios e outros imóveis urbanos que guardam aspectos de construções que contrapõem com o mobiliário atual da cidade. Nem sempre é possível localizar o período de construção desses imóveis e muitos não são tão antigos como possam parecer, mas seus aspectos arquitetônicos dão uma dimensão bucólica necessária para a instauração da nostalgia do visitante.

É impossível mensurar a dimensão deste sentimento de retorno ao passado, mas pela proliferação de formas de utilizá-lo como elemento estruturador da comunicação que se produz a partir das cidades antigas, parece haver neste tema questões que passam pela busca de uma cidade mais lúdica e criativa.

Quinta Estação - Comunicação e atratividade: reinventando os territórios

*Entre cada noção e cada ponto do itinerário
pode-se estabelecer uma relação de afinidades
ou de contrastes que sirva de evocação à memória.*

Italo Calvino – As Cidades Invisíveis – p. 22

5.1. O Marketing Territorial aplicado aos polos

O retorno ao patrimônio deu à memória um aspecto competitivo com o qual os territórios precisam lidar na criação de formas de diferenciação e singularização de suas identidades. O investimento em memória costuma ser alto, mas aceito, devido ao poder de subjetivação que o resgate histórico costuma oferecer às cidades.

Para tanto, autoridades governamentais e agentes de desenvolvimento costumam utilizar estratégias do Marketing Territorial, que consiste “em um conjunto de estratégias e ações destinadas a posicionar e promover um determinado território (cidade, região ou país) em relação aos seus concorrentes” (BENKO, 2000). Parecido com o Marketing Turístico, porém mais abrangente e voltado para atuar diretamente com os agentes estratégicos⁵⁹ dos territórios, que fazem ou não parte do trade turístico, o Marketing Territorial lida com aquilo que serve de síntese dos processos representativos de um local e atua com as suas coletividades, por meio de métodos adequados.

A necessidade de investir no Marketing Territorial, segundo Benko (idem) acontece devido a quatro fatores:

⁵⁹ Consideram-se agentes estratégicos aqueles que atuam na linha de frente dos processos produtivos e agem para construção e estruturação das identidades dos territórios.

O primeiro diz respeito ao fato de a globalização não ter significado a homogeneização dos territórios, pelo contrário, ter produzido uma diferenciação e especialização para eles, com os quais o globalismo mantém uma interação por meio de redes dinâmicas. Nesse sentido, a oposição entre local e global fez erigir o destaque para o local como antônimo de global intensificando as diferenças de ambos e dando ao local uma importância na produção de bens e serviços para manterem “os motores da prosperidade mundial” (OHMAE apud BENKO *Ib idem*).

O segundo está relacionado às novas dependências que passaram a reger as relações entre as empresas e os territórios, na busca por ambientes de qualidade, mão-de-obra especializada, aeroportos, centros de negócios etc., fazendo com que as lógicas territoriais passassem a fazer parte de seus planos de negócios. E nesse sentido a heterogeneidade dos territórios os situa num mercado competitivo para localização das atividades econômicas e captação de seus frutos.

O terceiro aspecto desta questão complementa o segundo e relaciona-se à competitividade dos territórios, fazendo com que os problemas das cidades interfiram na atração de empresas e pessoas e os fatores logísticos e legais, bem como critérios como: imagem, identidade e representações do espaço entram em jogo na decisão da competitividade dos negócios. Assim, as políticas sociais e culturais ganham destaque e participam ativamente do desenvolvimento local.

O quarto e último aspecto têm a ver com a evolução das tecnologias da comunicação que resultam na consolidação do Marketing Territorial, que passa a ser uma forma de representação geográfica dos territórios, posicionando um em detrimento do outro.

Benko (op. Cit.) aponta que, o enfraquecimento do Estado (anos 70 e 80) resultou num novo ordenamento dos espaços, com descentralização e regionalização da gestão dos bens coletivos locais, tais como educação, infraestrutura e políticas sociais etc. E por diferenciarem

uns dos outros, os espaços econômicos locais passam a necessitar de novas estratégias de autovalorização, acirrando a concorrência entre si.

Para Benko, o avanço do descentramento territorial, o Marketing Territorial se torna imprescindível porque a) as coletividades são percebidas de diferentes maneiras por seus administradores, pelas empresas e pelas outras coletividades e, b) torna-se indispensável para a sobrevivência de um território – e de suas coletividades - compreenderem suas imagens (como são percebidos) para poder difundir a imagem que deseja, e criar um novo sentimento de pertença. Esse processo representou inclusive a entrada de produtos considerados da periferia no mercado, especialmente os relacionados à arte, à cultura e à moda.

Os territórios então ganham destaques a partir de alguns vieses, tais como:

- Artísticas e estéticas – o território é percebido por um imaginário artístico, transmitido por artistas, cineastas, fotógrafos, pintores etc.
- Midiática – o espaço é percebido por meio de representações midiáticas do cotidiano, produzidas pelas empresas de TV, Jornais e Rádio. Este tipo é o que tem mais peso na atualidade.
- Científico – consolidado por meio de estudos realizados e representado por estudiosos e cientistas de áreas como história, geografia, sociologia, antropologia etc.
- Política - projeção produzida por políticos que querem se destacar como representante de uma coletividade.
- Espontânea – apropriação do espaço por seus habitantes e transmissão de sensações a respeito do “espaço vivido”.

Para oferecer soluções viáveis aos territórios, o Marketing Territorial opera a partir de três frentes: 1) Diagnóstico competitivo do território, com levantamento de pontos fortes e fracos em relação aos competidores com vistas em oportunidades e ameaças econômicas, históricas e culturais. 2) Eleição de um posicionamento para privilegiar fatores e dimensões que combinados constituem o “mapa genético” de um produto em construção e que passa também a ser aplicado aos territórios. 3) Elaboração de um mix-territorial onde são

considerados os quatros Ps da seguinte maneira: Poderes (públicos), Público (opinião pública), Produto e Promoção.

Com isso, ainda baseado em Benko, os territórios passaram a ser classificados e definidos pelas suas potencialidades de geração ou facilitação de consumo, baseados em quatro pilares: localização, oferta territorial, preços dos espaços e comunicação territorial. Em relação à localização, os agentes começam com a criação de polos regionais, nacionais ou internacionais especializados; estruturação de redes complementares capazes de atender os agentes líderes; desenvolvimento de espaços próximos às metrópoles ou locais de fácil distribuição. Já a oferta territorial é configurada como uma teia de ofertas e atividades presentes no território, que garanta a manutenção satisfatória das necessidades dos consumidores.

O preço dos espaços tem a ver com o fato de os gastos com infraestrutura e logística terem passado a interferir na escolha de instalação das empresas, com isso, quanto mais qualidade de vida e trabalho o território oferecer ao menor preço, maior será a sua competitividade em relação aos concorrentes, já que esse custo é transferido para o preço final dos produtos e serviços oferecidos.

A comunicação territorial é configurada a partir das mudanças no perfil das formas de ocupação do espaço pelas forças produtivas, levando os poderes públicos a lançarem mão de um conjunto de ações e programas que expressam o posicionamento do território e seus objetivos, de modo a atrair os agentes de seus interesses. Estas ações necessitam expressar seu mercado objetivo, bem como os meios e as peças comunicativas a ele destinadas.

Embora haja pequenas variações entre si, é possível observar nos polos do Rio de Janeiro vertentes desta modalidade de Marketing Territorial. Nesta estação, procuro a partir do esforço de ampliação do conceito de patrimônio, apresentar alguns aspectos do processo de

diferenciação territorial implicada na busca da identidade predominante nos territórios abrangidos pelos polos.

Cada polo é decretado pela prefeitura, que tem a função de apontar o mapa e as ruas contempladas por ele, com o objetivo de garantir uma maior eficiência das empresas nelas localizadas.

Como a maioria das empresas já estão instaladas no território, a busca pela eficiência é feita pela oferta de consultorias especializadas oferecidas pelas instituições que fazem parte da governança do Programa Polos do Rio, composta pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), Sindicato de bares, hotéis, restaurantes e similares do Rio de Janeiro (SINDRIO), Banco do Brasil, Federação do Comércio do Rio de Janeiro (FECOMERCIO), Associação Comercial do Rio de Janeiro (ACRJ) e Prefeitura do Rio⁶⁰.

As consultorias especializadas atuam principalmente no diagnóstico de problemas e orientação na aplicação de soluções junto às empresas associadas⁶¹. As principais consultorias atuam em questões administrativas e financeiras dos negócios, ou seja, estão voltadas especificamente para os negócios, já que grande parte das empresas que fazem parte do Programa Polos do Rio é gerida por empresários que não passaram por formação específica para os cargos que exercem e muitos atuam movidos por necessidades emergenciais ou pela intuição. As consultorias, portanto, tentam reverter esse quadro, atuando mais diretamente na

⁶⁰ Essa foi a composição da governança em 2011. Ela pode sofrer alterações, de acordo com a necessidade e demanda do Programa. Basicamente, dos membros da Governança, a instituição que mais oferece consultoria especializada é o SEBRAE. O SindRio costuma fazer aporte de recursos pontuais, via oferecimento de serviços técnicos necessários a eventos, de modo especial, ou contribuindo na captação de recursos. As demais instituições cumprem uma função mais de garantia do direcionamento do Programa. No caso do Polo Região Portuária, a FECOMERCIO faz aporte mais diretamente, por ser um polo no qual ela teve mais influência na formação.

⁶¹ Os Polos só atendem a empresas e negócios juridicamente constituídos ou em processo de formalização. Pessoas físicas são aceitos ao quadro de associados, mas geralmente não podem concorrer ou eleger representadas para cargos da diretoria.

formação de habilidades e competências estratégicas que envolvem planejamento e execução das ações.

No caso da consultoria de comunicação e marketing, o trabalho é voltado para: a) formação da identidade institucional do polo dentro do que ele pretende como grupo e como destino de consumo especializado; b) desenvolvimento de estratégias para ações coletivas, de modo a garantir o associativismo do grupo e aumentar a atratividade do território e das empresas a eles associados. O desenvolvimento do Plano de Comunicação e Marketing é feito por um comitê definido pelo grupo, que tem a função de pesquisar, modelar, investigar as potencialidades do grupo e do território para então estruturar e desenvolver as ações que são aprovadas pelos associados em plenárias nas quais os comitês se encontram. As ações coletivas cumprem a função de promover as atividades produtivas do território e ao mesmo tempo resgatar e promover as identidades culturais relacionadas a ele, geralmente com pesquisa das memórias relacionadas aos moradores, acontecimentos históricos e culturais de relevo, que garantam a diferenciação e aumente as possibilidades de transformação do polo num destino de consumo especializado.

Nesse sentido, é adotado o conceito de cluster ou Arranjo Produtivo Local (APL), que é a reunião de empresas com características parecidas que coabitam um mesmo local e possuem interesses compartilhados. As ações propostas aliam o Marketing de Produto ao Marketing Territorial para a criação de oportunidades de negócios capazes de impactar interna e externamente os polos, cujo resultado é apresentado num documento intitulado “Plano de Comunicação e Marketing (PCM)”.

Os impactos internos são aferidos a partir de aumento real de venda, satisfação do consumidor e melhoria da capacidade produtiva, inclusive de gestão de pessoas. Já os impactos externos são sentidos por meio de externalidades positivas, ou seja, eles acontecem

quando as melhorias internas são capazes de interferir no entorno e gerar nova percepção dos frequentadores em relação à região de cada polo.

Três eixos conceituais serão adotados como ferramentas de análise e formulação de produtos pelo Plano de Comunicação e Marketing, a saber: a) Desenvolvimento Econômico; b) Sustentabilidade; c) Economia dos Afetos. Por desenvolvimento econômico, entende-se a geração de ganhos reais por parte do associado ao Polo, tais como aumento do volume de vendas e/ou do ticket médio, isto é, do valor final cobrado pelos produtos ou serviços oferecidos. A sustentabilidade se relaciona à habilidade das empresas associadas se empenharem na melhoria de sua capacidade produtiva, diminuindo os impactos ambientais e melhorando a qualidade de vida dos funcionários e familiares, bem como da comunidade do entorno. A economia do afeto consiste na produção de oportunidades de agregação de pessoas e externalização de afetos, seja por meio de participação em programas culturais e artísticos, seja pela possibilidade de interação com intervenções capazes de possibilitar experiências singulares aos envolvidos.

Para efeito de compreensão por parte dos associados aos polos, os produtos desenvolvidos têm como foco principal e intransferível os seus consumidores. Ou seja, todas as ações são estruturadas para atender ao público-alvo das empresas e negócios locais, apresentando claramente as formas de promoção, distribuição e comercialização, sendo o Plano de Comunicação e Marketing um documento que oferece os meios de buscar satisfação, oferecer qualidade, gerar sustentabilidade e promover afetos.

Na maioria dos casos, os polos nascem dos anseios dos próprios empresários que investem e, em alguns casos, moram na região, tendo como principais motivações:

- a. Promover a revitalização cultural e social da região e/ou da área abrangida pelo decreto que, geralmente já foi de grande importância no cenário cultural e artístico do Rio de Janeiro e do Brasil, de modo a transformar a história local em valor agregado ao destino de consumo;

- b. Aprimorar a oferta de produtos e serviços oferecidos, visando a aumentar a atratividade local e consolidar o Polo como um destino de cultura, gastronomia, lazer e turismo;
- c. Acompanhar a tendência de formação de cluster gastronômico para geração de destino especializado de consumo da cidade, vendo nisso a possibilidade de ter acesso a consultorias especializadas, capazes de contribuir para a melhoria de seus negócios, já que se trata de um produto muito caro para ser custeado individualmente pelos associados.

Como cluster, os polos possuem uma rede diversificada que gravita em torno ao consumo, tais como: casas comerciais, hotéis, teatros, restaurantes, lanchonetes, cafés e demais pontos comerciais que atendem a moradores, turistas e visitantes de diferentes classes sociais. A delimitação geográfica dos polos privilegia a sua localização, sempre procurando aliar a destinos conhecidos, já que sua criação remonta principalmente à necessidade de aprimoramento das empresas para o atendimento da demanda turística. Assim, além dos tradicionais públicos que consomem na rede local, os polos ainda podem contar com o público frequentador da cidade como um todo, desde que consiga utilizar a sua identidade local como elemento genuíno de atração.

A identidade carioca costuma aparecer como bastante eclética num apanhado rápido das singularidades dos polos, já que comporta desde acervos históricos, como é o caso do Centro Histórico, a identidades mais modernas, como o acervo Art Déco localizado no Polo Lido, tido como uma referência obrigatória para admiradores e estudiosos desta modalidade de arquitetura, considerada a introdutora da modernidade e marco de transição dos hábitos de moradia da cidade, como procuramos demonstrar na estação anterior.

5.2. Os consumidores do território

O perfil do consumidor dos polos pode ser dividido em três categorias: Cliente Interno, Cliente Externo e Parceiro. Por cliente interno, entendem-se todos os seus associados,

presumivelmente diretor ou membro da diretoria da empresa a que está vinculado, com poder de decisão legitimamente constituído, livre de qualquer infração capaz de constranger ou causar danos morais ou financeiros para os demais associados e que, acima de tudo, estejam disposto a:

- Assumir o espírito empreendedor pela modalidade associativa orientada para resultado, proposta pelo programa polos;
- Investir recursos financeiros e materiais e/ou dedicar parte de seu tempo assumindo compromissos internos e externos para a consistência institucional do polo a que integra;
- Participar regularmente das plenárias e fazer parte dos comitês, diretoria ou assumir outra forma de colaboração adotada;
- Adotar os regimentos internos e as metodologias de aprimoramento e aferição de resultados definidos pelo Programa Polos do Rio;
- Assumir o polo como valor agregado ao seu produto ou serviço e contribuir para a sua difusão junto ao seu público consumidor e quadro de colaboradores.

O Cliente Externo é o consumidor final dos produtos e serviços comercializados (seja por meio de venda, troca ou voluntariado) pelos associados ou polo e sua principal marca é a alta capacidade de percepção de mudanças internas e externas às empresas. Já os parceiros são todas as pessoas físicas ou jurídicas capazes de se relacionar permanente ou pontualmente com o polo, objetivando contribuir, de forma remunerada ou voluntária, para a realização de atividades interna ou externa de interesse do polo e, presumivelmente, do parceiro. A efetivação do parceiro é feita por meio do:

- a. Desenvolvimento de projeto que adote as premissas do polo em questão e expresse de forma clara os resultados a serem alcançados, as estratégias adotadas, os investimentos necessários exigidos de ambas as partes, e o cronograma de execução;
- b. Conhecimento e capacidade técnica para a realização das atividades propostas no contexto do projeto;
- c. Cumprimento de formalidades contratuais que estipulem os papéis e obrigações do parceiro e do polo.

Os principais desejos e necessidades do cliente interno do polo estão relacionados a: a) aumento do volume de vendas e/ou do ticket médio; b) geração de valor agregado capaz de fidelizar; c) melhor capacidade gerencial e administrativa; d) diminuição de custos e aumento dos lucros; e) ter baixo impacto ambiental negativo. Já o cliente externo busca: a) preço competitivo e compatível com o produto ou serviço adquirido; b) ambiente confortável e agradável; c) boa logística e atendimento personalizado; d) ambiência externa limpa, segura e atraente; e) cumprimentos de aspectos legais relacionados à qualidade dos produtos e serviços oferecidos, bem como respeito à cidadania, envolvendo: valorização da diversidade cultural, assimilação das diferenças, e apoio e adequação para atendimento a clientes com necessidades especiais; f) contato com pessoas que possuam nível intelectual e hábitos culturais similares ao seu; g) eventos e/ou acontecimentos que ofereçam oportunidade de diversão, externalização de afetos e/ou sociabilidade.

As principais motivações dos parceiros para com os polos são: a) oportunidade de novos negócios; b) coesão dos associados; c) solidez institucional do Polo; d) capacidade administrativa e relacional; e) habilidade para negociação financeira, política e cultural; f) capacidade técnica, administrativa e racionalidade jurídica, além de conhecimentos sobre aspectos relativos aos segmentos de atuação e ao do Terceiro Setor; g) eventos e/ou acontecimentos que ofereçam oportunidade de diversão, externalização de afetos e/ou sociabilidade.

Vale destacar que a procura por atividades para externalizações de afetos está presente entre os principais anseios tanto do público consumidor, quanto dos parceiros. Geralmente, a atividade que mais atende a esta demanda são os eventos culturais e artísticos ou mesmo campanhas promocionais que tenham como mote o levante memorial dos bairros. No Polo Lido, isso aparece muito forte com as rodadas de conversas entre a chamada “velha guarda” da região, formada em sua grande maioria por artistas que participaram da formação do

bairro, como Berta Loran, Doris Monteiro, Eliana Pittman, entre outros. A imagem 14 é o registro de um destes encontros realizados por ocasião das preparações do evento “O Lido é Lindo”, realizado na Praça do Lido, reunindo artistas locais⁶², ávidos por compartilhar como era a vida sem telefone celular, da nobreza das praias ainda frequentadas por um número reduzido de pessoas, personalidades que se hospedaram no Copacabana Palace e a formação do Beco das Garrafas, lugar de memória da formação da Bossa Nova, que fica na delimitação geográfica deste Polo. Outros polos encontrarão outras formas para mobilizar seus clientes e criar oportunidades de afecção local.

O principal desafio dos polos é conseguir assimilar as necessidades de seus públicos e desenvolver ações que consigam atendê-las. Ao que pude observar, ainda existe uma grande dificuldade para a maioria dos empresários entenderem as funções dos polos e conseguirem tirar o máximo de proveito de suas potencialidades e daquilo que lhe é colocado à disposição pela Governança. A partir da observação direta dos empresários, consultores e gestores, no dia-a-dia dos polos, desenvolvi três tabelas, nas quais procuro pautar o hábito, isto é, a forma como os três públicos costumam encarar suas funções nos polos e as atitudes, ou seja, a maneira como costumam reagir diante da realidade associativa proposta pelo Programa Polos do Rio ou mesmo do perfil de empreendedor que a sociedade de forma geral vem requerendo.

Cliente Interno	
Hábito	Atitude
Sabe da dificuldade de mudar as atitudes.	Busca retorno rápido.
Tem consciência da importância de trabalhar pelo bem comum.	Quer impacto real sobre seus resultados financeiros.
Entende que cada um tem que fazer sua parte.	Não gosta de assumir funções que exigem contratualização e possui metas definidas.
Costuma apresentar muitas dificuldades em seu negócio.	Demora em aproveitar as oportunidades de melhoria oferecidas pelo Polo.

⁶² Os artistas e personalidades locais costumam demonstrar grande interesse em contribuir para a realização de atividades de revitalização dos bairros, se oferecendo para participar de campanhas e eventos mobilizadores de afeto para as causas memorialistas locais.

Tem reclamações sobre o poder público e nutre, na maioria dos casos, descrença na solução das questões.	Costuma aparecer somente quando o assunto é de seu interesse, desconfia da habilidade do Polo para solucionar a questão e não assume funções, na maioria dos casos.
Costuma se atribuir muita razão por ser um empregador.	Confunde obrigações legais com proatividade voluntária.

Tabela1: Hábitos e atitudes do cliente interno.

Cliente Externo	
Hábito	Atitude
Busca satisfação.	Exige habilidade técnica de produção, logística de distribuição e qualidade no atendimento.
Sabe diferenciar.	Sente as melhorias realizadas e, principalmente os moradores, costuma acompanhar a evolução da empresa.
Busca benefício.	Compara preços e valor agregado.
Fidelização.	Costuma consumir com assiduidade no mesmo local, mas não encontra problema para mudar, já que a diversificação da oferta é grande.
Conhece os direitos do consumidor.	Exige o cumprimento de leis, conhece e utiliza os canais de reclamações junto às autoridades competentes.
Busca mais saúde e qualidade dos alimentos.	Cresce o número de consumidores com capacidade para identificar a composição dos alimentos, bem como a qualidade e o impacto dos mesmos junto à sua saúde.

Tabela 2: Hábitos e atitudes do cliente externo.

Parceiro	
Hábito	Atitude
Sabe que a parceria é uma moeda importante no mercado.	Costuma “testar” o conhecimento e a habilidade do parceiro para o desenvolvimento de parcerias que beneficiem a ambos os lados.
Possui foco em resultados.	Alia-se a parcerias com capacidade para elaborar, desenvolver e avaliar os resultados esperados de projetos.
Possui habilidades gerenciais.	Exige do parceiro profissionalização e capacidades técnicas e gerenciais compatíveis para o desenvolvimento da parceria.
Retorno direto.	A parceria pode contemplar a adoção subvencionada de produtos e/ou equipamentos do parceiro.
Retorno de marca.	Os projetos e/ou programas propostos devem reverter em ganhos para o parceiro pela geração

	de notícias e/ou campanhas promocionais e publicitárias.
Adoção de transparência.	Os parceiros cumprem e fazem cumprir termos de responsabilidade, fidelidade, sigilo ou outros capazes de garantir o retorno do recurso investido e gerar o impacto desejado junto ao seu público alvo.
Compartilhamento de público alvo.	Os projetos devem conter relação direta com o <i>target</i> , ou seja, o público alvo que o parceiro deseja atingir.

Tabela 3: Hábitos e atitudes do parceiro.

A partir do perfil traçado nas três tabelas acima, fica evidente a grande dependência do que o Programa Polos do Rio tem do território como elemento agregador dos empresários. Com isso, o patrimônio se mostra como a face mais visível do pacto simbólico a ser abraçado pelo grupo, já que se trata de um associativismo diferenciado onde, nas interfaces entre os diferentes públicos que o polo precisa congrega, o apelo cultural, cidadão e produtivo é mais cultivado do que o político contestador, como costumava ser até bem pouco tempo nas associações civis.

Uma vez definido os públicos do polo, os empresários partem para uma etapa muito importante do trabalho que é apontar as vocações do território, no qual aparecem os seguimentos e atividades econômicas, culturais e turísticas. Nesta etapa, é necessário classificar as atividades em três grupos: 1) Atividades estruturadas; 2) Atividades estruturadoras; 3) Atividades estruturantes. No primeiro grupo, estão as empresas e instituições consolidadas, cujas atividades já são oferecidas ao público através de canais de comercialização definidos, o que os transforma em âncoras, como vimos no início deste estudo. Isso faz muita diferença no território, especialmente aqueles que ainda estão em fase de sedimentação de sua vocação de consumo. Geralmente, as atividades estruturadas já são estruturadoras, ou seja, são elas que definem a tipologia de negócios que serão desenvolvidos no seu entorno a partir do público que conseguem atrair. As atividades estruturadoras da demanda exercem grande interferência no território onde atuam e, na maioria dos casos, já

têm certa sensibilidade para desenvolver ou apoiar iniciativas que visam à melhoria do entorno, especialmente aquelas que precisam de adesão da comunidade por causa dos impactos que geram na vizinhança.



Imagem 14 – Encontro da “Velha Guarda” do Lido, com presença de Doris Monteiro (cantora), Berta Loran (atriz), José Roberto Kelly (pianista), Maria Luiza Valor (bailarina), Ida Campana e outros empresários prepara o evento “O Lido é Lindo” e conversam sobre as lembranças do bairro, que dão conta de suas transformações culturais e arquitetônicas.

Mas podem também atuar por uma questão de afeto ao território, como é o caso do Copacabana Palace, no Lido, que é um importante agente estruturado e contribuiu sistematicamente, desde a sua criação, para estruturar a economia de seu entorno, criando demandas de atividades e produtos que atendam o interesse de seu público consumidor. Este agente é tão singular na economia brasileira, que até seus concorrentes se inserem no seu território a partir do posicionamento de mercado que ele possui, com forte apelo de requinte e

inteiramente permeado pela tradição da riqueza, a ponto de virar elemento de fetiche, como sinônimo de uma vida plenamente realizada.

As atividades estruturantes contemplam a grande maioria dos agentes trabalhados pelo Programa Polos do Rio, que são as micro e pequenas empresas que, na maioria dos casos, sobrevivem de pequenos nichos de mercado não absorvidos pelas grandes empresas. Os empreendedores das atividades estruturantes costumam atuar com pouca folga financeira para investimento na melhoria de seus produtos, seja aumentando a performance da qualidade, seja desenvolvendo ações de comunicação e marketing capazes de utilizar seus diferenciais como valor agregado aos produtos e serviços oferecidos. A visibilidade das atividades estruturantes está intimamente relacionada ao desempenho de ações consorciadas, como campanhas e eventos promocionais coletivos. O que mais dificulta esta ação é a necessidade dos negócios consorciados aparecerem sob uma grande marca do território ou do Polo, que dá no mesmo, já que os polos costumam adotar o mesmo nome das regiões onde estão decretados.

A maioria dos polos trabalha com as atividades estruturantes, nas áreas de comércio, serviços e turismo, com grande destaque para a gastronomia e o turismo que tanto pode ser gastronômico, como também de lazer e cultura, como já destacamos. A gastronomia é considerada uma expressão cultural importante para o desenvolvimento territorial e é compreendida e aceita junto com outras expressões culturais. Na Cidade do Rio de Janeiro, considerada uma formadora e difusora de novos hábitos para o Brasil, o aprimoramento da gastronomia vem crescendo substancialmente, sendo a formação de polos gastronômicos uma de suas maiores expressões. Por isso, a gastronomia não pode ser entendida apenas como um segmento que produz e comercializa alimentos, mas, sobretudo, por uma cadeia de agentes sociais, capazes de promover o aprimoramento e desenvolvimento de clusters, como é o caso dos polos.

5.3. Estabelecendo os vetores de desenvolvimento territorial

A fim de estruturarem suas ações de marketing territorial e atingirem seus resultados esperados, os polos adotam três vetores de desenvolvimento: A) Cultura, B) Gastronomia, C) Turismo, conforme destacamos na ilustração abaixo.

Os vetores de desenvolvimento se constituem por atuação consorciada entre segmentos da economia local, podendo ser os seus promotores da iniciativa privada, pública ou terceiro setor, desde que comunguem interesses e estejam dispostos a compartilhar de forma complementar o público consumidor do território.

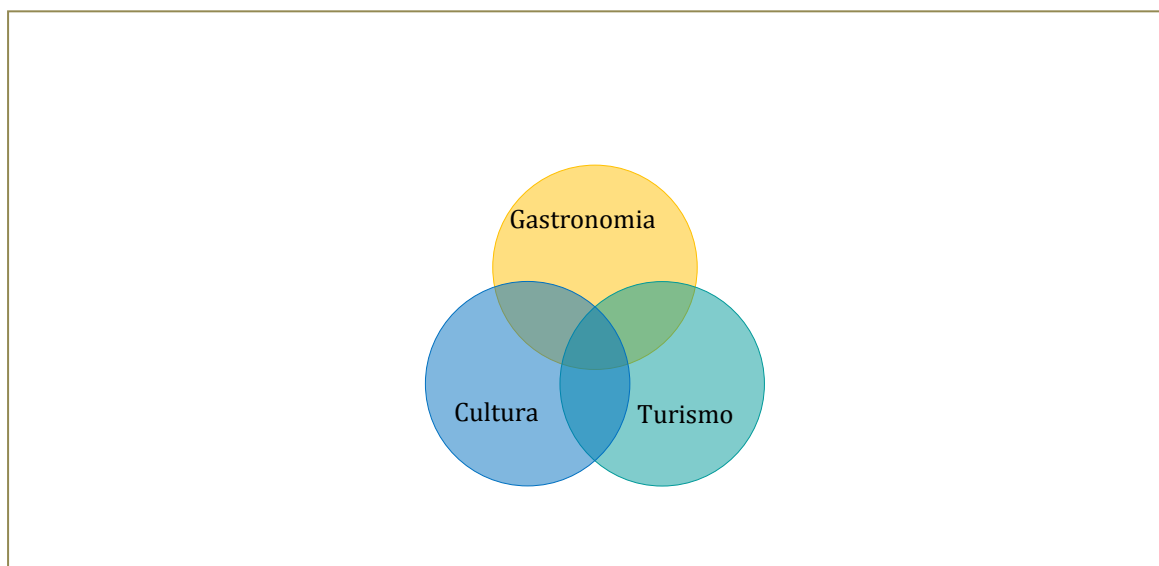


Figura 15 - Diagrama dos vetores de desenvolvimento dos territórios dos polos

A modalidade de cultura adotada pelos polos tem sentido *latu sensu* e funciona na consolidação institucional e/ou valor agregado de serviços e produtos oferecidos pelos seus associados ou parceiros. São consideradas partes do vetor cultura a realização, promoção, parceria, apoio e/ou patrocínio de expressões culturais, preferencialmente na abrangência do polo em questão, mas podendo também ser fora de sua delimitação geográfica, tais como:

- Shows, peças de teatro, performances, exposições, publicações, filmes, documentários e outras mídias visuais permanentes ou temporárias.

- Cursos, treinamentos, seminários, workshops, conferências, fóruns e congressos destinados aos colaboradores das empresas associadas e/ou ao público em geral.
- Eventos, festivais e outras atividades de lazer destinadas à mobilização de afetos e à promoção do crescimento pessoal e/ou coletivo do ser humano.
- Valorização, preservação e divulgação das tecnologias locais de cultura.
- Execução de roteiros culturais e promoção dos atrativos locais.
- Formas de compreender, respeitar e incentivar a diversidade de estilos de vida, visão de mundo e ideologias de seus consumidores.

No que se refere à gastronomia, isto é, a oferta de alimento, costuma coexistir nos polos um misto de gastronomia elaborada, que é aquela produzida a partir de conceitos e estratégias de mercado e uma gastronomia espontânea, baseada na oferta de insumos e no gosto popular. Já amplamente aceita como atividade cultural, a gastronomia é considerada um vetor de desenvolvimento com:

- Oferta de alimentos de qualidade e preços compatíveis;
- Desenvolvimento e implementação de estratégias de comunicação tendo a gastronomia como foco ou geradora de discussão sobre temas diversos e transversais à atividade da cozinha;
- Rede integrada e qualificada de associados que atendem ao consumidor final, sendo responsável pela consolidação da identidade do Polo junto à sociedade.

A título de exemplificação cito o “*Cooking Rio*”⁶³, um curioso roteiro criado e executado pela chef Simone Theisen, com o objetivo de ensinar aos turistas que visitam o Rio de Janeiro como preparar pratos da culinária brasileira. Tive acesso a uma aula realizada para um grupo de turistas da Nova Zelândia que estava aprendendo a fazer feijoada e seus acompanhamentos, como a couve refogada, torresmos de toucinho de porco e a farofa. Ali, pude observar como que a culinária típica é um importante elemento da memória de um país

⁶³ www.cookinrio.com

ou mesmo de um povo, já que possibilita a transmissão de tantos elementos da cultura local e das histórias acumuladas, associadas à técnica do preparo e do consumo.

Pelo fato da cidade do Rio de Janeiro ser amplamente valorizada no mercado do turismo, na maioria dos casos, associada à economia da praia, o turismo é um vetor de desenvolvimento que funciona como um valor agregado aos polos e serve tanto como inspiração para criação de programas para os moradores, quanto para turistas e visitantes, interessados no chamado “turismo de experiência”, ramo do turismo mundial que abriga os turistas e visitantes interessados em roteiros singulares, relacionados aos modos vida e cotidiano do morador local, que fujam dos tradicionais trajetos a que os visitantes são obrigados a fazer nas cidades visitadas. No segmento de turismo os polos atuam da seguinte forma:

- Aperfeiçoamento de infraestrutura, com adequações e melhoria nas empresas associadas, tendo em vista apresentar excelente ambiência para os consumidores;
- Aperfeiçoamento de pessoal, com treinamento de colaboradores e gestores de modo a impactar diretamente na qualidade do atendimento praticado;
- Produção de material informativo e promocional sobre as suas atrações turísticas;
- Promoção de eventos destinados a destacar e promover as atrações turísticas;
- Parceria com receptivos para programas integrados de gastronomia e cultura;
- Observatório e interlocução permanente com os poderes públicos para garantir principalmente limpeza e segurança na região.

O turismo aparece como temática transversal, na atuação dos polos, já que seus esforços se concentram na formação e melhoria da infraestrutura, especialmente na qualidade do atendimento dispensado aos clientes. Embora tenham surgido, ao longo desta pesquisa, alguns programas do poder público para formação do quadro funcional das empresas associadas aos polos, nas questões do turismo, nenhuma delas conseguiu gerar resultados

efetivos⁶⁴. Pude observar que a falta de programas continuados e direcionados aos funcionários e colaboradores que lidam diretamente com o público cria uma grande defasagem na qualidade do atendimento oferecido. Além disso, ao associar o turismo apenas à sua cadeia produtiva direta, bem como aos grandes acontecimentos da cidade como o carnaval e, agora, aos eventos esportivos, deixa de fora quem de fato opera a hospitalidade na cidade: as empresas, especialmente as do segmento gastronômico e cultural. O imediatismo dos resultados também dificulta os programas que precisam de um ciclo de vida maior e estratégias mais amplas para serem implantados.

Ao assumirem uma postura de agentes estratégicos do desenvolvimento local, faz parte das ações dos polos, o desenvolvimento de marcas capazes de traduzir as identidades dos territórios que representam, como podemos ver a seguir:



Imagem 16 - Detalhes das luminárias antigas das ruas fazem parte da composição gráfica da marca do polo, para traduzir um pouco da atmosfera local. Designer: Estúdio Olho.



⁶⁴ O programa mais divulgado para este fim foi o Rio Hospitaleiro, custeado pelo Ministério do Turismo do Brasil e executado por algumas instituições locais, que tinha como meta oferecer cursos de idiomas e hospitalidade para funcionários das empresas associadas e taxistas, por ocasião dos grandes eventos que serão realizados na cidade, como a Copa do Mundo e as Olimpíadas, mas que, até o momento, não parece ter surtido muito efeito. A grande queixa dos empresários em suas plenárias a este respeito se relaciona à falta de devolutiva dos resultados pelas autoridades responsáveis aos polos e a formação de cursos fora da capacidade e disponibilidade das empresas e funcionários que precisam fazê-los.

Imagem 17 - Detalhes das fachadas são recriadas por grafismo em três cores representando as grandes áreas de abrangência do Polo: Cinelândia, Lapa e Praça Tiradentes. Designer: Manifesto Visual



Imagem 18 - Talheres estilizam um peixe, elemento dominante da gastronomia local e famosa por ser preparada por tradicionais cozinheiras que chegaram à região de Barra de Guaratiba, por volta de 1940. Designer: Lú Brezinski



Imagem 19 - Ondas e aros de bicicletas estilizados compõem esta marca, evocando a praia e a ocupação do espaço público litorâneo. Designer: Rodrigo Noronha

Não há nenhuma aferição de valor possível quando a filosofia institucional não faz parte do cotidiano das pessoas, oferecendo-lhes um rumo adequado para sua atuação diária. Por isso, tanto os funcionários e voluntários dos polos quanto os colaboradores dos associados demandam marcas capazes de canalizar os valores e missões que os mantem associados, já que não se trata de um associativismo de ideologia política, mas plataformas objetivas de atuação diária pelo desejo de fazer o melhor pelo território que coabitam.

Outras Estações

*A cidade aparece como um todo no qual
nenhum desejo é desperdiçado e do qual você faz parte,
e, uma vez que aqui se goza tudo o que não se goza em outros lugares,
não resta nada além de residir nesse desejo e se satisfazer.*

Italo Calvino. Cidades Invisíveis. p. 17

A viagem está chegando ao fim e daqui a pouco nos restarão apenas as lembranças dos momentos que permanecemos neste breve percurso teórico. Antes de nos despedirmos, no entanto, eu gostaria de apresentar algumas considerações – não conclusivas naturalmente – mas como forma tentar dar uma coesão melhor sobre o que tratamos nesta incursão.

Recentemente, por exemplo, o Rio de Janeiro viu nascer em suas favelas a “disputa de passinhos”, uma modalidade de jogo composta por vários jovens e adolescentes que utilizam uma convergência de gestos, movimentos e danças que lhes dão uma peculiaridade própria. Essa disputa é feita em grupo de pessoas distribuídas em forma de círculo. Cada competidor vai o centro do círculo para apresentar a sua performance enquanto os demais o assistem, esperando para ser convidado a ocupar o centro, quando terminar a apresentação do companheiro, que lhe convida em um gesto a ocupar o centro, como geralmente é feito nas danças do jongo ou samba de roda. A grande diferença é que no lugar de instrumentos musicais entra a música eletrônica e os movimentos feitos pelos participantes ganham outros percursos para superar a performatividade do samba de roda e estabelecer uma nova sincopa.

Questões como essas são inseridas nas formas de produção da cultura popular e geralmente são tidas como algo inserido num contexto de oralidade, posto que seus autores não as criaram a partir de parâmetros estéticos mapeados e estudados como constituintes de uma cultura planejada. Contudo, um elemento não pode ser deixado de fora da análise da questão é que o uso das tecnologias para captura da experiência e difusão dos conceitos da dança dos pezinhos. A tecnologia aparece aí não como um mero instrumento de mediação,

mas, sobretudo como a forma de apropriação do simbólico que se apresenta cada vez mais fluída.

Tao logo as disputas foram postadas nas redes sociais e ganharam repercussão, os jovens ganharam notoriedade e a disputa do pezinho já passou a figurar como um novo movimento da cultura carioca, tendo sido aventado a possibilidade de as autoridades governamentais a reconhecerem como parte do patrimônio das favelas da cidade do Rio de Janeiro.

Como se pode perceber, em nossa época tecnológica e marcada pelos mais diversos usos da cultura comunicacional como ferramenta de entretenimento, as mudanças culturais não são mais consideradas como desdobramentos dos usos possíveis dos códigos linguísticos, mas como formas de possibilitar o desenvolvimento de novas expressões que logo ganham status de produtos. E é bom que se diga que esse nexos mercadológico das expressões culturais não acontece desvinculado das formas como são processadas as mudanças sociais e culturais da sociedade como um todo.

Com isso, seria mesmo necessário repensar se é de fato possível tomar as possibilidades expressivas da tecnologia como uma modalidade vicária, uma vez que fica sempre mais difícil estabelecer uma barreira que seja possível cotejar aquilo que se dá como uma vida prática, fincada na ação do cotidiano, e outra vinculada à vida prática, mas constituída de modos próprios de operação. Ou seja, as disputas dos passinhos são desenvolvidas no contexto de instituição de formas de apropriação dos contextos produtos da cidade e isso só é possível quando elas conseguem alcançar dimensões que vão além do lugar cartesiano, delimitado por fronteiras socialmente definidas. A vida recriada é vicária, assim como a rigor todo produto do simbolismo. Ou de outra forma, se a linguagem é que de fato configura o mundo e as tecnologias estão investidas nas possibilidades de usos da linguagem, é preciso perceber que só houve uma mutação nas formas de narrar que ampliaram e nas

potencialidades de conformar as fabulações que permanecem como o terreno mais fértil para a recriação do mundo.

Nesse contexto, o espaço/tempo se apresenta como o resultado daquilo que as reconfigurações tecnológicas impactaram e reestruturaram nas subjetividades e nas representações sociais que postulam novos lugares do sujeito contemporâneo. O ponto chave para apreensão desta mudança está na mobilidade possibilitada pela tecnologia, mas que desde sempre foi uma “vontade/potência” de trânsitos entre os sujeitos.

Nesse sentido, a cidade aparece não como uma arena isolada, mas como um elemento indissociável das subjetividades dominantes que estabelecem os atuais projetos de sujeitos, isto ela é o seu mundo (SENNET apud MARTIN-BARBERO, 2004. Portanto, não se trata de mero exercício de metafísico tomar o seu patrimônio como forma de cotejamento dos mapas mentais estriados nas cartografias da arquitetura urbana, mas sim de um exercício de estudo do labor humano, naquilo que ele se mostra de mais tenso e polifônico.

As memórias com as quais se traveste devem ser tomadas não mais num exercício saudoso da busca e uma identidade local, cuja preservação consiste em se distanciar do globalismo, mas um esforço em produzir igualdade de representação, num mercado marcado pela competição pela visibilidade. Com isso, estabelece-se uma tensão constante entre os conceitos de “memórias étnicas” e “memórias universais”, conforme sustenta Martín-Barbero (2004)⁶⁵, o que torna complexo não apenas as formas de conceituar, mas também de habitar o espaço urbano.

As memórias étnicas, que são aquelas estruturadas para oferecer aderência grupal aos sujeitos oferecendo-lhes uma arqueologia de sua sociabilidade, vem se rompendo desde o repovoamento do mundo, no pós-colonialismo, quando as cidades passam a abrigar pessoas

⁶⁵ Ele usa os termos baseado em MOLES, A. RHOMER, E. *Labyrinthes do vecu. L'espace: matiere de actions*. Paris: Meridiens, 1982 e VELHO, G. (Org), *Antropologia Urbana – Cultura e sociedade no Brasil e Portugal*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.

de diversas origens que necessitam estruturar as suas vidas de modo a lhes garantir o necessário para a sobrevivência. Apesar de uma administração central, os usos da cidade por diversos povos promoveu uma reestruturação simbólica do espaço urbano, quer seja por concessão das autoridades, quer seja por criação de nichos comunitários pelos estrangeiros, de modo a garantir certa estabilidade simbólica na terra “estranha”.

A expansão das cidades não implicou apenas na sua reformulação simbólica para os seus moradores, mas também na sua representação para os que vivem fora dela, trazendo à baila as memórias planetárias. Lógico que isso não implicou na flexibilização das representações de valores patrimoniais nos monumentos, mas sim na elevação de monumentos específicos à condição de representantes de valores simbólicos universais. Ou seja, não temos aí novos emergentes no simbolismo do mundo, mas, sobretudo, a dominação simbólica e o oferecimento de uma semiótica própria arquitetural capaz de personificar aquilo que todos nós podemos conceber como sendo o mundo.

Se tomarmos aqui o conceito de aura tão caro a Benjamin (1994), podemos perceber que a iconografia de mundo pousa não mais em monumentos, mas em conjuntos de bens capazes de ofertar às identidades móveis (HALL, 2003) do mundo contemporâneo uma âncora simbólica de solidez. Na Europa, isso aparece na França, por exemplo, com o seu conjunto Louvre, nos Estados Unidos, no conjunto da Quinta Avenida de Nova York que se tornou o símbolo do “*american of life*” e assim por diante. Com isso, são gerados cidades-ícones que representam e tornam sinônimos dos países ou mesmo de continentes, que servem para ancorar os valores identitários defendidos pelos seus governos e, com isso, tornam-se atratores turísticos e econômicos. A iconização das cidades possibilita o seu *branding* (criação e gestão de marcas), que retrata a base de valores socioculturais e econômicos por elas defendidos. Isso visa a possibilitar que o sujeito estabeleça diferenciações entre uma e outra, mas, ao mesmo tempo, cumpre o papel de reduzir as suas possibilidades de escolhas de novos

destinos, já que no *branding* é feito um fechamento conceitual e sedutor sobre o conjunto ofertado.

O conjunto Louvre consiste num arcabouço de sentido que serve para marcar a França e a Europa como um todo, no mapa cognitivo contemporâneo, como o repositório de um letramento que continua sendo indispensável ao projeto de sujeito mundializado, cuja sociabilidade prima pela solidez do conhecimento científico e filosófico do velho continente. O coração da modernidade continua sendo Nova York que é a cidade-âncora dos norte-americanos, interessados em manter consigo a iconografia dos tempos modernos. Hong Kong e Tóquio parecem personificar modelos de subjetivação importantes para o sujeito contemporâneo, mas são limitadas pela força simbólica do orientalismo, tido como restritivo e diferente do ocidente, iconizado como “lugar de todos”, já que a flexibilização dos vínculos étnicos faz parte da construção de sua identidade.

No caso do Brasil, temos um esforço não menos pretensioso do que os dois exemplos acima, ao nos associarmos à iconografia religiosa do Cristo Redentor, no qual a figura máxima do catolicismo é tomada como símbolo de um país de maioria católica. O segundo ícone, o pão de açúcar também refere-se a outro elemento generalista que é o alimento e é parte da simbologia cristã que, junto com o Cristo Redentor compõe uma iconografia conformista e não provocante do ponto de vista de valores e composição estética, já que o Cristo até se desprende da cruz, mas permaneceu de braços aberto, numa referência literal de um desejo de apenas corroborar, sem criar conflito ou rivalizar com iconografia mundial, mesmo porque ele não tem força para tanto, já que o direito de iconografar os valores do mundo não se fragmenta sem um esforço ideológico determinado.

No contexto da iconografia global, talvez o Brasil se configure melhor como paisagem, sendo o repositório do oxigênio do pulmão do mundo, com as áreas verdes remanescentes das matas nativas. Aliás, não se pode perder de vista que as primeiras

tentativas de globalizar o Brasil nasceram justamente das descrições de nossas matas, cuja catalogação feita por comitivas trazidas pela realeza portuguesa continua sendo referência aos estudos da botânica no mundo todo.

Vale destacar que, ainda que na corrente simbólica dos últimos anos, o “verde” tenha se firmado como a marca de uma sociedade sustentável, o Brasil não investiu na consolidação de sua marca como “pulmão do mundo”. Com isso há de se perguntar se a possibilidade de ser o ícone de preservação ambiental não rende dividendos suficientes que valha a pena o investir nesta marca ou se os recursos demandados para a construção desta identidade extrapolam as divisas brasileiras. O fato é que o país ainda não encontrou uma maneira adequada para a situação, talvez porque a modernidade é marcada justamente pelo afastamento da natureza e edificação de mundos artificiais, porém competitivos.

As memórias universais são construídas pela reificação constante dos meios de comunicação de massa que demandam produtos cada vez mais conhecidos e familiares ao gosto do consumidor, a ponto de as marcas se tornarem verdadeiras redundâncias no contexto comunicativo. A lógica é fazer com que, quanto mais familiares forem os espaços, as pessoas e os objetos, mais territórios de afetividade conseguem produzir em seus consumidores e mais fácil será a permuta simbólica entre quem fabrica e que consome as *marcadorias*.

Em meio a esta disputa exercida por grandes mediadores sociais, estão os micro e pequenos negócios, com seus projetos e suas estratégias de sobrevivência com produtos e serviços diferenciados. Em meu entendimento, eles constituem um grupo significativo da sociedade brasileira que se encontra no entre-lugar das disputas simbólicas dos territórios e dos usos possibilitados pelas redes tecnológicas, devido ao fato de formarem uma comunidade que, na maioria dos casos, desenvolveu negócios por necessidade de sobrevivência e ainda não se sente capacitada para atuar nos modelos de negócios exigidos pela modernidade comunicacional. A imagem do micro empreendedor de oportunidade ainda

não se confirma com firmeza no ambiente das micro e pequenas empresas que tive contato por ocasião desta pesquisa.

Eles formam uma rede de agentes estratégicos de base que permanecem nos territórios tentando conjugar as necessidades de geração de trabalho e renda com as vicissitudes das transformações sociais que ora corroboram com seus produtos e serviços, ora lhes tiram a base de oportunidades. Contudo, permanecem investindo nos lugares mesmo quando esses lugares são abandonados pelas instituições públicas. Não é raro ver no dia-a-dia dessas pessoas a embaraçosa necessidade de negociar ou não com fiscais corruptos, com autoridades que não resolvem questões essenciais para garantir segurança e tranquilidade para manterem os negócios funcionando. Atualmente, os empreendedores de rua na cidade do Rio de Janeiro, aqueles que abrem as suas portas todos os dias para receber os moradores, turistas e visitantes, sofrem os mais variados assédios e muitas vezes precisam de habilidades diplomáticas que vão além da negociação de seus produtos e serviços. Da luz que queima deixando a sua rua no escuro, à falta de lixeiras, policiamento e coleta adequada de lixo, tudo passa a ser uma demanda que exige dos comerciantes de rua soluções imediatas, para não afugentarem os seus clientes e consumidores.

Com isso, a tão aclamada inovação necessária à competitividade dos negócios permanece inatingível aos micro e pequenos empreendedores brasileiros. Isso em cidades como o Rio de Janeiro, que é considerada uma grande metrópole, imagine isso em termos de cidades e vilarejos do interior? Pelo que pude observar, a capacidade de inovação está longe de ser uma preocupação dos programas governamentais, apesar de algumas linhas de créditos abertas pelos bancos de desenvolvimento. A solução para isto pode estar relacionada ao associativismo, pelo qual se transformam em grupos e conseguem, além de desenvolver projetos específicos para melhorias de seus produtos e serviços, negociar com autoridades e instituições responsáveis pelo fortalecimento das categorias de negócios a que estão inseridos.

Esta realidade complexa e representativa da competitividade das empresas que geram o maior número de postos de trabalho, é que garante ao Brasil alçar patamares rumo ao seu desenvolvimento. Por isso, fiz questão de não estudar o patrimônio como uma alegoria plasmada sobre o espaço urbano, mas como um conceito central de diferenciação territorial. Interessa-me, sobretudo, trabalhar com as operações, isto é, as estratégias e ferramentas que possibilitem não apenas as críticas aos modelos estabelecidos, mas também propor novos usos, já que, na escuridão ou na clareza conceitual, os pequenos empreendedores precisam manter a sua produtividade, de modo a garantir o seu sustento e das pessoas relacionadas aos seus negócios.

A aplicação do conceito de “corpografias” ou “errâncias”, no processamento produtivo das cidades, conforme defende Jacques (2008), que, baseada nos escritos de Deleuze e Guattari, propõe que a experiência da cidade é condição para a constituição do sujeito, parece importante para pensar o território como elemento da subjetivação. Para ela, a memória dos corpos fica na cidade, assim como as marcas da cidade permanecem inscritas em nossos corpos.

Em termos operacionais, no entanto, ainda os acho a aplicação da proposta muito problemática, uma vez que revitalizar será sempre atualizar o espaço-tempo do território, o que implica em reconstruir aquilo que está em processo de desfalecimento. Mas o esforço de salvar qualquer espaço-tempo de sua perda, implica em retirá-lo de sua aparente inércia e inseri-lo no tempo atual da cidade. Naturalmente não quero dizer com isso que as memórias locais devam ser desfiguradas, pelo contrário, mas o simples interesse em atualizá-las já as transforma em memórias do presente do passado, do contrário perderiam competitividade com as memórias do presente do presente. O local se configura como tal para se inserir no contexto global, não para excluir-se desse processo.

Assim como a política passou a se definir como instância de exercício e externalização de afetos, os grupos não se formam mais por ideologias diletantes, mas por necessidades vitais para seus negócios e suas causas. O que procurei mostrar é que estas causas podem perfeitamente ser os territórios e a apropriação das expressões neles localizadas, não por mero deleite estético, mas porque as fronteiras se diluem, o simbolismo cria os novos lugares de fala e expressão contemporâneos. Os territórios abrangidos pelos polos são orientados para trabalharem na direção da visibilidade, onde de fato existe a concorrência. Isso quer dizer que, além de saber modelar produtos e serviços, os empreendimentos precisam desenvolver estratégias e saber comunicar aquilo que produzem, do contrário, ficam sem mecanismos capazes de defender seus espaços na agenda dos meios de comunicação de massa e onde está a visibilidade.

O caminho do desenvolvimento econômico deve ser solidário como o entendimento das culturas, especialmente das dinâmicas que o espaço possui e o impacto de tudo isso nos negócios. Quanto mais distante os agentes se acharem dos mediadores, menos proveito são capazes de tirar de uma cultura que é operada a partir de interesses de empresas, corporações e governos. O consumo e a socialidade andam juntos e são as veias mais latentes das tessituras culturais da urbanidade.

A cidade é sempre livre e em processo constata de expansão seja para que direção for. Cada sujeito que ela abriga, feito um grande ventre, jamais apagará por completo aquilo que o simbólico edificado cravou em suas memórias mais secretas. Na marcha da grande turba, é ela, a cidade, o porto para ancorar os homens e prover-lhes do que é necessário para tornar a vida mais prática e segura. Sei que isso não é uma realidade para todos, mas toda cidade é uma realidade inacabada, assim como todo patrimônio é um texto inesgotável.

BIBLIOGRAFIA

ANDRADE, Carlos Drummond. **Antologia Poética**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

BACHELARD, Gaston. **A poética do espaço**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

BAKHTIN, Mikail (Volochnikov). **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 2004.

_____. **A Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento**. São Paulo: Hucitec, 2008.

BABOSA, Marialva. O filósofo do sentido e a comunicação. **Conexão – Comunicação e Cultura**, UCS, Caxias do Sul, v. 5, n. 9, p. 139-149, jan./jun. 2006.

BENJAMIN, Walter. **Magia, técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. Tradução Sérgio Paulo Rouanet. 7ª edição. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BENKO, Georges. Estratégias de comunicación y marketing urbano. **Eure**, Santiago, volume 26, número 79. 2000.

BERGSON, Henri. **Matéria e Memória: ensaio sobre a relação do corpo com o espírito**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

BHABHA, Homi. **O Local da Cultura**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.

BOSI, Ecléa. **Memória e Sociedade: lembrança de velhos**. São Paulo: Cia das Letras, 1994.

CAIAFA, Janice. **Aventura das cidades: ensaios etnográficos**. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2007.

CALVINO, Italo. **As Cidades Invisíveis**. Rio de Janeiro: O Globo, 2003.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas Híbridas**. São Paulo: Edusp, 2000.

CHOAY, Françoise. **A alegoria do patrimônio**. São Paulo: Editora Unesp, 2001.

COLCHETE FILHO, Antonio. **Praça XV – Projeto do espaço público**. Rio de Janeiro: FAPERJ, 7 Letras, 2008.

CORRÊA, Magalhães. Terra Carioca – fontes e chafarizes. **Revista do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro**. Coleção Memórias do Rio. Rio de Janeiro, volume 170. Rio de Janeiro: IHGB, 1939.

DAMATTA, Roberto. **Carnavais, malandros e heróis**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

ELIAS, Norbert. **Sobre o Tempo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1988.

FENTRESS, J. e WICKHAM, C. **Memória Social**. Lisboa: Editorial Teorema, 1992.

FONSECA, Maria Cecília Londres. **O patrimônio em processo**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

FRIDMAN, Sérgio A. **Palácio Monroe da construção à demolição**. Rio de Janeiro: S. A. Fridman, 2011.

GORZ, André. **O Imaterial: conhecimento, valor e capital**. São Paulo: Anablume, 2005.

HALBWACHS, Maurice. **A Memória Coletiva**. São Paulo: Centauro, 1990.

HALL, Stuart. **A identidade Cultural na Pós-modernidade**. Tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro. 7ª edição. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna**. São Paulo: Loyola, 2008.

HUYSEN, Andreas. **Seduzidos pela Memória**. Rio de Janeiro: Aeroplano, Universidade Cândido Mendes, Museu de Arte Moderna-RJ, 2000.

IPHAN. **Cartas Patrimoniais**. Rio de Janeiro: IPHAN, 2004.

INSTITUTO MUNICIPAL DE ARTE E CULTURA. **Corredor Cultural: como recuperar, reformar ou construir seu imóvel**. 4ª edição. Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, 2002.

JACQUES, Berenstein. Cenografias e Corpografias Urbanas: espetáculo e experiência na cidade contemporânea. **Revista Observatório Itaú Cultural/OIC**, São Paulo, n. 5 (abril/junho 2008), páginas 47-57. Itaú Cultural, 2008.

JEUDY, Henri-Pierre. **Espelho das Cidades**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2005.

JUNG, Carl Gustav. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo**. Petrópolis: Vozes, 2000.

LEFEBVRE, Henri. **La production de l'espace**. Paris: Antropos, 1974.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Ofícios de Cartógrafo**. São Paulo: Loyola, 2004.

MELLO, Ana Maria Lisboa de. Edgar Allan Poe e Machado de Assis: estranhamento e sedução da cidade. **Letras de Hoje**, Porto Alegre, v. 44, n. 2, p. 16-20, abr./jun. 2009.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Roteiros do Brasil**. Brasília: Ministério do Turismo, 2005.

MOLES, A. RHOMER, E. **Labyrinthes do vecu. L'espace: matiere de actions**. Paris: Meridiens, 1982

NORA, Pierre. **Les Liux de Mémoire**. Paris: Gallimard, 1984.

POLLAK, Michel. Memória e Identidade Social. **Estudos Históricos**. Rio de Janeiro, número 5 (10). 1992.

RICOEUR, Paul. **Tempo e Narrativa** – Volume I. São Paulo: Ed. Perspectiva: 1996.

RIO ESTUDOS. Relatório Macrofunção – Habitar o Centro. **Rio Estudos** – Rio de Janeiro, número 105. 2003.

SARLO, Beatriz. **Tempo passado: cultura da memória e guinada subjetiva**. São Paulo: Cia das Letras, Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2007.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**. São Paulo: Edusp, 2008.

SODRÉ, Muniz e FERRARI, Maria Helena. **Técnica de Reportagem: notas sobre a narrativa jornalística**. São Paulo: Sumus, 1986.

SODRÉ, Muniz. **As Estratégias Sensíveis**. Petrópolis: Vozes, 2006.

_____. **Antropológica do Espelho**. Petrópolis: Vozes, 2002.

_____. **O terreiro e a cidade**. Rio de Janeiro: Imago, 2002.

VELHO, G. (Org), **Antropologia Urbana – Cultura e sociedade no Brasil e Portugal**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.

WEISSBACH, Paulo Ricardo Machado. **Roteiros turísticos: definindo uma base conceitual**. Seminário Internacional de Ensino, Pesquisa e Extensão. Cruz Alta: UNICRUZ, 2010.

SITES CONSULTADOS

www.almacarioca.com.br/ (pesquisa realizada em 19/12/2011)

www.sebrae.com.br

www.portomaravilha.com.br/web/esq/detalheNoticia.aspx?id=ea043531-62f0-43c9-be85-60fd3e8ec915

www.brasilcult.pro.br/rio_antigo2/esculturas/esculturas04.htm

www.theatromunicipal.rj.gov.br/historia.html

http://pt.wikipedia.org/wiki/Floriano_Peixoto

<http://rio-curioso.blogspot.com/2008/10/obelisco-da-av-rio-branco.html>.

www.ccjf.trf2.gov.br/espac/histor.htm

www.passeiopublico.com.br

www.catedral.com.br/historia.php

www.ucam.com.br/ver.php?id=1244&secao=3

<http://ashistoriasdosmonumentosdorio.blogspot.com>

<http://whc.unesco.org/archive/convention-pt.pdf>

<http://dre.pt/pdf1sdip/1985/07/15300/18651874.PDF>

<http://missao.info/wp-content/uploads/2007/11/wallace.pdf>

www.armazemdedados.rio.rj.gov.br

www.iphan.gov.br

www.itaucultural.org.br/aplicexternas/enciclopedia_ic/index.cfm

<http://oglobo.globo.com/boa-viagem/miami-distrito-art-deco-revela-vocacao-de-south-beach-para-turismo-3213985>

www.cookinrio.com

ANEXOS

Anexo I - Lista de edifícios que compõem o roteiro Lido Art Déco

1. Edifício OK atual Edifício Ribeiro Moreira – Rua Ronald de Carvalho 21

Ele é considerado o primeiro grande prédio de apartamentos de Copacabana, razão pela qual foi logo chamado pela alcunha de “Rasga Céu”. Ícone do Art Déco possui varandas longas e sua maciça presença arquitetural é suavizada pelos andares superiores em forma escalonada. Decorado em estilo “anos 20”, tem revestimento de variados mármore em suas bases e formas geométricas nas serralherias.

Projeto: Gusmão, Dourado & Baldassini Ltda. **Construtor:** Gusmão Dourado & Baladassini Ltda.

Data: 1928.

Proprietário Original: Francisco Ribeiro Moreira e Eugenie Marcelle Ribeiro Moreira.

2. Edifício Almeida Magalhães - Rua Ronald Carvalho 45

O revestimento de mármore que enlaça a torre central e forma unidade com os demais elementos da portaria deslumbra o visitante. Como se não bastasse, o imponente edifício parece possuir asas com suas avantajadas varandas laterais fazendo fechamento com a parte central.

Projeto: Carlos Porto & Caio Moacyr Ltda.

Construtor: R. Rebecchi & Cia.

Data: 1934.

Proprietário Original: Petrônio de Almeida Magalhães.

3. Conjunto Nossa Senhora de Copacabana: Comodoro, Solano e Ouro Preto

Edifício Comodoro – Av. Nossa Senhora de Copacabana 162

Projeto: Ricardo Wriedt.

Construtor: Gusmão, Dourado & Baldassini Ltda.

Data: 1933.

Proprietário Original: Edgard de Mello, Carlos Alves de Souza Filho, Fco Paes de Oliveira e outros.

Edifício Solano - Av. Nossa Senhora de Copacabana 166

Projeto: Raphael Galvão.

Construtor: não identificado.

Data: 1930.

Proprietário Original: Carlos Barreto e outros.

Edifício Ouro Preto - Av. Nossa Senhora de Copacabana 174

Projeto: Eduardo V. Pederneiras.

Construtor: Cia. Construtora Pederneiras S. A.

Data: 1931.

Proprietário Original: Maristella Jardim, José Joaquim Monteiro de Andrade e outros.

O Comodoro, o Solano e o Ouro Preto formam um conjunto significativo da arquitetura Art Déco. O Comodoro tem fachada arredondada, o Ouro Preto apresenta um jogo de cheios e vazios formado pelos balcões laterais em balanço, enquanto o Solano tem volume central retilíneo e largo, destacando a sala principal dos apartamentos e interessante trabalho em rendilhado na cobertura.

4. Edifício Ophir – Rua Ronald de Carvalho 154

Os olhos precisam ficar atentos para não perderem os detalhes deste edifício. Logo na entrada duas lindas máscaras carnavalescas ornaram o canto superior do portão. O acabamento das

vigas simétricas da portaria e todos os demais detalhes da escada realçam ainda mais a beleza do Ophir.

Projeto: Raul Lessa de Saldanha de Gana.

Construtor: Cia. de Construção Ottino, substituída por Manoel José Pinto Filho.

Data: 1934.

Proprietário Original: Izaak Aslan Chebar e outros.

5. Edifício Guahy – Rua Ronald de Carvalho 181

Se o Art Déco brasileiro aproveitou com entusiasmo e generosidade a simbologia das culturas indígenas, nesse exemplo fica ainda mais visível, afinal a portaria é a reprodução perfeita de um cocar, adorno plumário utilizado pelas etnias nativas. O portão central é o afinamento perfeito das fachadas revestidas em pó-de-pedra e trabalhadas em planos chanfrados presentes também nos balcões dando aparência serrilhada.

Projeto: Ricardo Buffa.

Construtor: Manoel Francisco de Campos, substituído por F. Saboia.

Data: 1932.

Proprietário Original: Michel Salem.

6. Conjunto Rua Ministro Viveiros de Castro

Edifício Tuyuty – Rua Ministro Viveiros de Castro 100

Projeto: Escritório Técnico Paulo Duvivier.

Construtor: Escritório Técnico Paulo Duvivier.

Data: 1931.

Proprietário Original: Amália Wagner Duvivier.

Edifício Orion – Rua Ministro Viveiros de Castro 104

Projeto: não identificado.

Construtor: não identificado.

Data: 1934.

Proprietário Original: Isaak Cohen.

Edifício América – Rua Ministro Viveiros de Castro 110

Projeto: não identificado.

Construtor: Construtora Campos Fernandes e Cia. Ltda.

Data: 1934.

Proprietário Original: Emmanuel Galano.

Edifício Alagoas – Rua Ministro Viveiros de Castro 122

Projeto: Angelo Bruhns.

Construtor: Penna & Franca.

Data: 1933.

Proprietário Original: José Xavier Mello.

Esse é um conjunto de prédios com harmoniosa e criativa construção. Caracterizados por decoração discreta possui elementos escalonados típicos do Art Déco. Observar a fachada do Edifício Alagoas e suas varandas em forma de proa de navio, uma tendência da época que se inspirava nos transatlânticos - referências de refinamento e bom gosto.

7. Edifício Ceará - Av. Nossa Senhora de Copacabana 209

A inspiração náutica aparece nesse engenhoso Edifício em forma de dois casarios de navio contendo nove pavimentos cada, tendo um recuo camuflado pela sombra. Na verdade, trata-se de uma estratégia para otimizar as áreas do prédio e possibilitar que todas as unidades sejam voltada para a rua, para aproveitamento da ventilação e aeração dos banheiros localizados nas

laterais. Observe o interessante e único posicionamento do nome do Edifício, que ocupa toda a altura e conjuga as palavras “Edifício” e “Ceará”.

Projeto: Raul Pinto Cardoso.

Construtor: Cia. Construtora Nacional S. A.

Data: 1934.

Proprietário Original: Juracy Magalhães.

8. Edifício Itaoca – Rua Duvivier 43

A surpresa desta construção fica por conta do pórtico de entrada, feito em majólica verde, interpreta influências marajoaras (observe a figura estilizada de um batráquio, amuleto na cultura marajoara). Mas não para por aí, afinal seu conjunto apresenta referências importantes do estilo: volume sólido e contornos firmes, cantos curvos e frisos horizontais.

Projeto: Anton e Robert R. Prentice.

Construtor: Christiani & Nielsen Engenheiros e Construtores Ltda.

Data: 1928.

Proprietário Original: Renaud Lage.

9. Edifício Itahy - Av. Nossa Senhora de Copacabana 252

Referência do estilo Art Déco, a índia-sereia-cariátide em meio a elementos marinhos no alto do pórtico de entrada assinado por Pedro Correia de Araújo, já encanta os passantes, unindo a brasilidade dos povos nativos com a sofisticação da escultura Art Déco. Ao ultrapassar o portão de ferro batido ornado com estilizadas algas, é possível deslumbrar-se com um piso que reproduz as ondas do mar, tendo ao centro um círculo dourado onde peixinhos cintilam feito estrelas.

Projeto: Arnaldo Gladosch.

Construtor: Scott & Urner Ltda.

Data: 1932.

Proprietário Original: Renaud Lage / Cia. Geral Imobiliária S. A.

10. Edifício Brasil – Rua Fernando Mendes 19

Projeto: não identificado.

Construtor: Leopoldo Queiroz.

Data: 1936.

Proprietário Original: Cia. Imobiliária Santo Antonio.

Edifício Amazonas – Rua Fernando Mendes 25

Projeto: Santiago & Kiritchenco Arquitetura e Construção.

Construtor: Santiago & Kiritchenco Arquitetura e Construção.

Data: 1934.

Proprietário Original: Francisco Martinelli.

Edifício Irapuan – Rua Fernando Mendes 31

Projeto e Construtor: não identificado.

Data: 1940.

Proprietário Original: Carlos Augusto N. Júnior.

Esse conjunto de edifícios transforma a Rua Fernando Mendes uma atração especial no Roteiro. Portarias requintadas, fachadas como a do Amazonas aonde o nome do edifício em letras típicas Art Déco se confunde com elementos da fauna e flora brasileiras, num painel atribuído a Hildegardo Leão-Velloso.

11. Edifício Labourdette – Avenida Atlântica 1880

Com suas varandas arredondadas e coluna central recuada, esse Edifício da vertente aerodinâmica do Art Déco parece um navio refletido em alto mar. Os Edifícios Netuno e Niagara ajudam a compor o conjunto consistente de construções Art Déco.

Projeto: Robert R. Prentice.

Construtor: Christiani & Nielsen Engenheiros e Construtores Ltda.

Data: 1937.

Proprietário Original: Manoel Fernandez.