

Cidade-marca e consumo: discursos e lutas simbólicas do Rio de Janeiro¹

Vania Oliveira Fortuna ²

Resumo

Este artigo propõe reflexões sobre o tema comunicação, cidade, consumo e megaeventos. Pensando o Rio de Janeiro como uma cidade-marca, investigamos discursos do *branding* urbano, que no caso específico deste estudo, chama atenção para o alinhamento discursivo entre gestão urbana e jornalismo nos anos que antecederam os Jogos Olímpicos de 2016. Adotando como metodologia a Análise de Discurso, apontamos disputas simbólicas que envolviam a comunicação da gestão urbana, o jornalismo e os moradores da zona portuária do Rio de Janeiro.

Palavras-chave

Discurso; Consumo; Porto Maravilha; Megaevento cidade do Rio de Janeiro.

Introdução

Este trabalho tem como objetivo investigar alinhamentos discursivos entre a comunicação da gestão urbana da cidade do Rio de Janeiro e o jornalismo hegemônico, notadamente quando cidades passam por grandes intervenções urbanas que visam uma nova imagem para atrair investimentos, grandes corporações e turistas. O Rio de Janeiro viveu esse momento na preparação da cidade para a Copa do Mundo de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016. Essa produção de sentidos estimulava o consumo da/na cidade.

Entre 2010 e 2016, a prefeitura do Rio de Janeiro e sua comunicação institucional trabalharam intensamente na construção de consenso sobre a positividade do modelo de cidade posto em prática. Modelo mesmo que a partir dos anos de 1990 foi disseminado internacionalmente como “caminho único” para cidades se destacarem no mundo globalizado. Sedar Jogos Olímpicos e “revitalizar” zonas portuárias e centros históricos degradados são estratégias discursivas e espaciais desse tipo de política urbana. “Barcelona 92” é um dos exemplos mais citados.

Inicialmente, a “revitalização” da zona portuária do Rio de Janeiro, o Porto Maravilha, não fazia parte das intervenções urbanas planejadas para receber os megaeventos esportivos

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (GT) Consumo, Comunicação e Organizações, atividade integrante do XV Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

² Professora Adjunta da Faculdade de Comunicação Social da UERJ. Doutora em Comunicação pela UFF. E-mail: vaniafortuna@gmail.com

internacionais. Entretanto, a gestão de Eduardo Paes (2009-2016) entendeu que eles eram o argumento ideal para captar os investimentos necessários à execução do projeto. Para isso, o prefeito firmou uma parceria público-privada (PPP).

A comunicação, além do site da prefeitura, atuou em canais criados especificamente para tratar da “revitalização”. Os principais foram uma revista impressa³, site⁴ e Facebook⁵ *Porto Maravilha*. Mas o processo de *branding* urbano que ali começava contou com outros interlocutores importantes, entre eles, o jornal *O Globo*.

Trabalhamos com a hipótese de que quando o assunto era Porto Maravilha, o projeto neoliberal de cidade se materializava na produção de sentido jornalística. Para problematizar essa prática discursiva, analisaremos quatro reportagens, veiculadas entre 2010 e 2014, sobre diferentes ações, que dão a ver a cumplicidade com a gestão urbana, a partir do silenciamento, normalização e/ou simplificação de algumas consequências sociais negativas que se instauravam. Ao obliterar a cidade real pela construção imagética da cidade ideal e globalizada, interesses outros convergiram e fizeram crescer a especulação imobiliária, o que inviabilizou parte do projeto, como veremos mais à frente.

A metodologia aqui adotada é a Análise de Discurso, ancorada nos estudos de Eni Orlandi (1999). Segundo a autora, analisar discursos implica em pesquisar os processos de significação que embasam a formulação dos discursos. Os discursos não são neutros, e sim carregados de significados. Para entendermos *como* eles são formulados e quais os seus direcionamentos de sentidos, precisamos olhar atentamente para os significados cristalizados ao longo do tempo, para contextos passados e presentes, assim como para os interlocutores envolvidos nesse poderoso processo simbólico.

Dessa forma, antes de procedermos à análise dos discursos que se alinhavam entre instâncias governamentais e jornalísticas, faremos um percurso pelo contexto socioeconômico e político em que esse modelo de cidade se desenvolveu e se disseminou como “fórmula” de sucesso de competitividade urbana. Importante destacar que a aplicação de estratégias empresariais como metodologia de gestão urbana representou uma inovação à época. As cidades, nesse sentido, passaram a atuar como empresas, trabalhadas como marcas e “vendidas” e consumidas como mercadorias, gerando grande debate entre apoiadores e críticos da política urbana neoliberal.

³ Disponível em: <http://www.portomaravilha.com.br/conteudo/revistas/Boletim%20do%20Porto%201%20web.pdf> – acesso em 6/1/2014.

⁴ Disponível em: <http://www.portomaravilha.com.br/> - acesso em 6/1/2014.

⁵ Disponível em: <https://www.facebook.com/portomaravilha> - acesso em 6/1/2014.

Cidade global: do contexto internacional para o Rio de Janeiro

O protagonismo dos governos locais se imprimiu no processo de ascensão do neoliberalismo e, por conseguinte, da globalização. As cidades se tornaram centros direcionais da economia mundial. A década de 1970 revelou a aproximação entre governos e empresas. Os interesses políticos e econômicos das duas instâncias criavam, cada vez mais, mecanismos de “ajuda” mútua, uma verdadeira interdependência de estratégias para gerir as cidades e lucrar com os negócios provenientes dessa parceria.

Os Estados Unidos tiveram um papel central na consolidação desse formato de política urbana, que seria propagada mundo afora como “receita” de desenvolvimento econômico e social das cidades. Diante da estagnação econômica decorrente da decadência do modelo fordista e da crise fiscal do Estado, que fecharam fábricas e enfraqueceram as atividades portuárias, o presidente Ronald Reagan (1981-1989) instituiu uma conservadora reforma política de contenção de gastos sociais, desregulamentando o mercado de trabalho, reduzindo impostos e privatizando empresas estatais. Estas medidas promoveram a diminuição importante do repasse de verba federal aos governos locais.

A parceria com empresas privadas, segundo o governo Reagan, traria novas possibilidades para a execução de reformas urbanas. O setor imobiliário recebeu incentivos financeiros para empreender nas *Enterprise Zones*, áreas estratégicas de negócios que dispunham de um regime jurídico-urbanístico especial. As parcerias público-privadas (PPP) se converteram no principal fundamento da política urbana norte-americana. Exemplo dessa lógica foi a “revitalização” da zona portuária de Baltimore, que para Harvey (1989) dá a ver as várias faces do espetáculo urbano.

As cidades americanas nos anos de 1960 foram palco de manifestações que reivindicavam melhorias sociais, inclusive via eventos contraculturais, como festivais de rock. Após o assassinato de Martin Luther King, em 1968, um pequeno grupo de políticos e empresários se reuniu para pensar estratégias de recuperação da ordem urbana. Esses atores desejavam uma cidade-comunidade. Para isso, era necessário um símbolo que tanto ajudasse a população a superar o medo e o descontentamento cívico como também atraísse os olhos do mundo para a cidade.

A *Baltimore City Fair* teve sua primeira edição em 1970, com o objetivo de celebrar a vizinhança e a diversidade étnicas. O megaevento era a justificativa para uma renovação urbana que mudaria a imagem da cidade. A “arquitetura do espetáculo, com sua sensação de brilho superficial e de prazer participativo transitório, de exibição e de efemeridade, de *jouissance*, se

tornou essencial para o sucesso de um projeto dessa espécie” (HARVEY, 1989, p. 91). Assim como Baltimore, muitas outras cidades americanas foram “revitalizadas”, intervenções urbanas que, para o autor, são aspectos de espetáculos de megaeventos transitórios, como os Jogos Olímpicos ou grandes festivais de música.

Esse modelo de cidade foi replicado pela Grã-Bretanha e parte da Europa, decisão determinante para a disseminação das experiências norte-americanas. Países latino-americanos que apresentavam inflação crônica nos anos de 1980, como Peru, Bolívia, Venezuela, México, Argentina e Brasil, também aderiram ao modelo na tentativa de reverter o caos instalado em suas economias. Ação-chave para a construção de consenso sobre o “sucesso” dessa lógica de cidade se revela nos inúmeros congressos (entre outros eventos)⁶ organizados para oferecer a ideia das parcerias público-privadas como “caminho único” para as mudanças rumo ao mundo globalizado.

Essas novas práticas de produção de espaços e de geração de riquezas, que uniam interesses públicos e privados, levaram Sassen (1991) à formulação do conceito de “cidade global”, um complexo de empresas prestadoras de serviços que se beneficia das aglomerações urbanas, posto que é setorialmente interdependente e precisa da proximidade física para atuar. Ao analisar as redes de filiais das empresas, das bolsas, das rotas comerciais e da cadeia de commodities das cidades de Nova York, Londres e Tóquio, a autora afirma que as principais atividades que constituem as cidades globais são:

A prestação de serviços engloba questões financeiras, legais e de gerenciamento geral; inovação; desenvolvimento; projetos arquitetônicos; administração; pessoal; tecnologia da produção; manutenção; transporte; comunicações; distribuição das vendas por atacado; publicidade; serviços de limpeza para as empresas; segurança e armazenamento. Os principais componentes da categoria da prestação de serviços são uma cadeia de indústrias que atende ao mesmo tempo um mercado consumidor e empresarial: seguros, atividades bancárias, serviços financeiros, atividades imobiliárias, serviços legais, contabilidade e associações profissionais. (SASSEN, 1998, p. 78)

A partir de um estudo aprofundado dos conceitos de cidade global como um produto do neoliberalismo globalizado, Ferreira (2003) esclarece a ascensão dessas políticas no Brasil. A dificuldade para pagar dívidas externas impedia os investimentos internos. Esses países tornaram-se cobiçados para a expansão do capitalismo mundial nessa fase de intensa competitividade, pois precisavam do capital financeiro para estabilizar as economias

⁶ Destacamos o “Consenso de Washington, realizado em 1993. O evento desenvolveu uma cartilha que indicava o modelo a ser seguido pelos países emergentes que desejavam aderir ao capitalismo global.

O Brasil lançou o Plano Real em 1994, alavancando a eleição e reeleição do presidente Fernando Henrique Cardoso (1995 – 2003), apontado como o responsável pela estabilização econômica. Entretanto, os resultados foram desastrosos no final da gestão. O alinhamento ao mercado mundial cobrou seu preço: a imposição neoliberal de regras econômicas, políticas e culturais, como “a privatização de suas infraestruturas em concorrências abertas aos grandes grupos do Norte, a desregulação das economias permitindo a aquisição das empresas desses países pelas gigantes transnacionais, etc.” (FERREIRA, 2003, p.138).⁷

O ideário de cidade global se intensificou no Brasil nos anos de 1990, quando consultores catalães, liderados por Jordi Borja e Manuel Castells, visitaram cidades latino-americanas, entre elas, São Paulo e Rio de Janeiro. Houve a divulgação do “modelo de sucesso” de Barcelona, remodelada para as Olimpíadas de 1992. Borja e Castells (1996 e 1997), além de Sassen (1998), tornaram-se referências quando se trata de cidades adaptadas à economia globalizada. Fernando Henrique Cardoso, alguns governadores e prefeitos, grandes empresas privadas e a mídia hegemônica “compraram” a ideia. Ali se formava uma rede de atores que produzia discursos em busca de consenso sobre o projeto neoliberal de cidade como “inevitável”.

Muitas são as estratégias discursivas e espaciais que compõem a “cartilha” para transformar cidades em cidade globais, entre elas, sediar megaeventos esportivos internacionais e “revitalizar” zonas portuárias e centros históricos degradados. Tudo isso mediado, em grande medida, por parcerias público-privadas (PPP)⁸. No caso específico do Rio de Janeiro, essa concepção de cidade foi colocada em prática pelo prefeito Cesar Maia. A exemplo de “Barcelona 92”, a gestão Maia elaborou o primeiro Plano Estratégico da Cidade do Rio de Janeiro (PECRJ), atualizado ao longo de três mandatos. Receber os Jogos Olímpicos e “revitalizar” a zona portuária, a partir da criação de PPP’s, nortearam as ações para a cidade. Os Jogos Pan-Americanos de 2007 foram realizados no Rio de Janeiro.

A “vocalização” da cidade, de beleza exuberante e povo hospitaleiro, para esporte, cultura e grandes negócios, foi o mote da comunicação institucional e das campanhas publicitárias de empresas sediadas no Rio. O jornalismo hegemônico, por sua vez, teve um papel central no processo de *branding* urbano, pois as reportagens contribuíram para a construção de uma imagem de cidade transformada pelo megaevento⁹. A “revitalização” da zona portuária, no

⁷ A privatização de empresas estatais era uma das dez regras estabelecidas pelo “Consenso de Washington”.

⁸ Para entender a complexidade e consequências da instituição de uma PPP para as cidades e seus moradores, com ênfase na formada para a execução do Porto Maravilha, na região portuária do Rio de Janeiro, ler tese de doutorado de Vania Oliveira Fortuna (UFF - 2016).

⁹ A análise das reportagens do jornal *O Globo*, que comprova essa hipótese, encontra-se na dissertação de mestrado de Vania Oliveira Fortuna (UERJ - 2007).

entanto, não aconteceu sob o comando de Maia. A captação de recursos não foi suficiente e a PPP não pode ser instituída por falta de uma lei que a regulamentasse à época.

Voltando ao primeiro Plano Estratégico da Cidade do Rio de Janeiro (PECRJ), é importante destacar que se trata de um modelo de planejamento urbano desenvolvido na *Harvard Business School*, nos anos de 1960. A partir da hipótese de que as cidades se submetiam aos mesmos desafios das empresas, a apropriação de estratégias empresariais por gestores urbanos se imprimia como uma solução inovadora e competente. O poder público norte-americano testou e aprovou essas metodologias em diferentes cidades, como vimos anteriormente.

A cidade-empresa e a cidade-marca, padrão globalizado de gestão urbana, a exemplo das grandes empresas, trabalha estrategicamente sua marca para a competitividade mercadológica, reputação sólida e altos lucros. No mercado internacional de cidades, elas competem por investimentos, turismo, tecnologia, produtos e serviços. Vainer (2012) oferece uma visão crítica do urbano tratado como um negócio, visto que nessa lógica os gestores se rendem àqueles que “entendem de negócio: os empresários”. Uma cidade é complexa demais para ser gerida por regras ditadas por um mercado que objetiva acumulação de capital. Isto implica práticas espaciais e discursivas que invisibilizam problemas reais, posto que a imagem do “bem-sucedido” é a que atrai investidores e consumidores.

A incorporação de estratégias empresariais pelas políticas públicas urbanas, que impõe um *modus operandi* padronizado de produção de espaços, é chamada por Harvey (1992) de “empresariamento urbano”. Temos mais uma visão crítica que aponta o modelo como extremamente excludente, porque nasce e é concebido a partir de um alinhamento com os interesses de classes dominantes. As consequências podem ser graves para espaços e pessoas que “ameaçam” a imagem idealizada de cidade.

Em 2009, ano em que Eduardo Paes assumiu a prefeitura do Rio de Janeiro, a cidade foi eleita sede dos Jogos Olímpicos de 2016. Além disso, ela já seria uma das sedes da Copa do Mundo de 2014. A prioridade da gestão urbana foi preparar a cidade para os megaeventos esportivos internacionais. Diante dos investimentos disponibilizados, sobretudo do governo federal, e parcerias com o setor privado, o modelo neoliberal de cidade foi executado. No bojo das negociações da “cidade olímpica”, foi possível tirar do papel um projeto há muito cobiçado pelos gestores neoliberais que passaram pela cidade: a “revitalização” da zona portuária, chamada de Porto Maravilha. Uma parceria público-privada foi formada para isso.

Megaeventos, Porto Maravilha e PPP “estrelaram” um emblemático processo de *branding* urbano para captar investimentos e turismo. Mas não podemos esquecer que havia um

público bastante importante a ser conquistado, a própria população da cidade. Construir uma percepção positiva sobre as grandes intervenções urbanas seria fundamental para a aceitação e apoio dos moradores, haja vista que um longo período de obras implicava em problemas na mobilidade urbana, comércio, prestação de serviços e, muitas vezes, remoções e desapropriações.

Como dissemos em nossa introdução, atores outros desempenharam papéis importantes no *branding* da cidade, entre eles, o jornalismo hegemônico. E esse alinhamento de interesses com a gestão urbana se materializava nos discursos do *O Globo*,

Porto Maravilha: jornalismo como ator do branding urbano e do consumo da cidade

A reportagem do jornal *O Globo* “A cidade renasce das ruínas”, publicada em 22 de março de 2010, trouxe exemplos de cidades que se “reinventaram” a partir da política urbana neoliberal. Ao nomear a zona portuária de “ruínas”, o imaginário da degradação era potencializado para que a necessidade da “revitalização” fosse legitimada.

Observamos a estratégia de aceleração do tempo para promover os “benefícios” do Porto Maravilha para um lugar em crise: “De ruas mal iluminadas, imóveis abandonados e ocupações irregulares surgem áreas reurbanizadas, com forte potencial de atrair investidores, turistas e moradores”. Produzir uma “consciência de crise” foi o ponto de partida desse processo simbólico. Segundo Vainer (2012) e Sánchez (2010), o que se quer é construir uma percepção de que em alguma medida os desenvolvimentos econômico e social da cidade estão comprometidos pela degradação de áreas históricas.

Entre os nomes mais utilizados por arquitetos, urbanistas, gestores urbanos e mídia para classificar intervenções urbanas que prometem transformar zonas portuárias degradadas em lugares modernos e atrativos para investimentos estrangeiros, empresas, moradores e turistas está “revitalização”. Entendemos que é uma nomeação complicada, porque aponta para uma construção simbólica da zona portuária como sujeito morto, que seria ressuscitado pelo Porto Maravilha.

Jeudy (2005) adverte que a metáfora do corpo humano atravessa a história legitimando grandes intervenções urbanas, sustentada pela “necessidade de estabelecer elos de representação entre a cidade como objeto autônomo e o conjunto das relações humanas que ela pressupõe ou induz” (JEUDY, 2005, p. 93). Atribuir à cidade a condição de sujeito para diagnosticá-la doente cria a “inevitabilidade” de algum tratamento. Nesse sentido, o autor afirma que o conceito se torna um clichê, pois traz aos projetos urbanos legitimidade pública.

O que conta como condição de elaboração de projetos é o poder ilusionista da conceituação oferecido pela prática de deslizos metafóricos. Constitui-se então a aparência de um elo entre o discurso e a realidade, como se o projeto urbano adquirisse forma e conteúdo graças a esse trabalho de conceituação metafórica [...]. (JEUDY, 2005, p. 96)

No caso da zona portuária do Rio, a “recuperação” de sua vitalidade essencial viria com o Porto Maravilha. A reportagem trazia exemplos de cidades internacionais que “renasceram” a partir das “revitalizações”, enfatizando que muitos problemas sociais e de infraestrutura foram equacionados por projetos urbanos executados com parcerias público-privadas. Desapropriações e remoções da população pobre das cidades citadas apontavam para processos de gentrificação, mas a abordagem simplificadora silenciava tal questão. O funcionamento discursivo apontava para o apagamento dos contrastes das cidades, para que se instaurasse o consenso sobre a “revitalização”.

A partir do começo das obras, quando o assunto eram as remoções na “cidade olímpica”, o tom a favor desses deslocamentos corroborava os argumentos da gestão urbana – área de risco, ilegalidade e melhoria da qualidade de vida. Reiteramos que obviamente os potenciais riscos que ameaçam a população devem ser eliminados, mas o que se nota é o uso indiscriminado desse argumento por discursos legitimadores das remoções. Isso é problemático porque a produção de sentidos em torno do risco e da ilegalidade das construções forma representações extremamente negativas de algumas áreas da cidade, assim como dos seus moradores.

Um dos exemplos por nós analisados é a reportagem “Mãos à obra na Providência”, de 15 de janeiro de 2011, que abordava o começo das obras de urbanização no âmbito do Porto Maravilha. A ênfase era na construção de um teleférico¹⁰ e de um plano inclinado¹¹ para melhorar a mobilidade dos moradores. Ressaltava-se o Morro da Providência como “a primeira favela carioca a ter sua conservação – incluindo iluminação pública, limpeza de ruas e manutenção do mobiliário urbano bancadas pela iniciativa privada”, um “mérito” do Porto Maravilha. Ilustravam a matéria duas imagens simulando as áreas reurbanizadas, com o plano inclinado e o teleférico funcionando.

¹⁰ O teleférico foi inaugurado em julho de 2014, com capacidade para transportar até mil pessoas por hora. A obra custou R\$ 75 milhões. A empresa Porto Novo tinha a concessão do serviço, que parou de funcionar em dezembro de 2016 com o fim do contrato. O teleférico continua inoperante até os dias de hoje.

¹¹ Em 2012, uma liminar obtida em ação judicial movida pela Defensoria Pública do Rio de Janeiro, representante de moradores que seriam removidos, paralisou esta e algumas outras obras, permitindo somente a finalização da construção do teleférico.

A remoção dos moradores de uma localidade chamada Pedra Lisa era justificada por tratar-se de área de risco e porque em parte dela seria construído o plano inclinado. Não havia opinião das pessoas ameaçadas pela remoção. Mas se a área era de risco, como a construção de um plano inclinado estava prevista? Não se questionava essa contradição. Duas fontes foram acionadas durante toda a reportagem, que ocupava uma página inteira do jornal: o então secretário municipal de Habitação, Jorge Bittar, que afirmava a necessidade das remoções na Pedra Lisa por conta do “risco”, e do Tribunal de Contas do Município (TCM), que reforçava tais ações na medida em que dizia que o Favela-Bairro, projeto do ex-prefeito Cesar Maia, não conseguiu acabar com as áreas de risco e nem impediu que a comunidade crescesse.

“Meta agora é virar atração turística” deixava claro que as obras de reurbanização também aconteciam para transformar a favela em atração turística: “A Providência tem história para contar. Antes da área ser uma favela, o entorno foi conhecido como um movimentado mercado de escravos – diz o secretário municipal de Habitação, Jorge Bittar”. Isto apontava o enquadramento da zona portuária em uma tendência global de musealização das cidades, nos moldes oferecidos por Jeudy (2005).

A reflexão de Jeudy (2005) sobre a recomposição da paisagem urbana por projetos de “revitalização” de áreas degradadas contempla referências específicas às favelas do Rio de Janeiro, entre elas, o Morro da Providência. Segundo o autor, o projeto internacional de padronização das cidades procura, em cada uma delas, ancorar-se na história de uma cultura própria. No Brasil, essa dinâmica enraíza-se nas favelas. Ao longo do século XX, artistas e intelectuais brasileiros e estrangeiros tornaram as favelas os territórios mais simbólicos da cultura brasileira. Esses movimentos, porém, não alteraram o olhar hegemônico sobre as favelas e seus moradores como uma “chaga” da cidade.

O “efeito de estetização”, segundo Jeudy (2005), é produzido por reestruturações urbanas que desejam construir uma nova imagem da cidade, um “resultado lógico” de recorrentes tentativas de higienização urbana. O Morro da Providência, nesse contexto, foi tomado e promovido pela gestão urbana e pelo jornal como um museu “vivo” da cidade.

O “museu” Providência, no entanto, se estruturava discursiva e espacialmente à base de remoções. A maioria das reportagens trazia como fonte o prefeito Eduardo Paes e moradores que elogiavam a iniciativa. A apresentação de vozes dissonantes de um ou outro morador era imediatamente abafada por várias outras favoráveis à reurbanização. Não se contextualizava a

proposta da prefeitura para as remoções, que por vezes foram feitas de forma truculenta¹², e muito menos se divulgavam os movimentos de resistência da comunidade.

A falta de informação e de audiências públicas, enfim, de participação efetiva dos moradores da comunidade e da região portuária como um todo nos debates sobre a “revitalização”, marcaram esse momento complexo de preparação da cidade para os megaeventos esportivos internacionais. Para além do deslocamento físico e das “recompensas” pouco estimuladoras oferecidas pela prefeitura, os moradores pediam respeito às histórias de gerações, laços afetivos e pertencimento ao lugar. Enquanto a gestão urbana e *O Globo* silenciavam os conflitos que se imprimiam, diversos vídeos, testemunhos e críticas os denunciavam, especialmente via internet. O curta metragem *Casas Marcadas*¹³, por exemplo, mostra relatos indignados de alguns moradores que tiveram suas casas marcadas.

Ainda na lógica da musealização, estratégia espacial-discursiva recorrente no modelo neoliberal de cidade, duas reportagens são bem representativas dessa produção de sentidos: “História recuperada”, de 16 de julho de 2013, e “Como será o amanhã”, de 5 de outubro de 2014. Ambas ocupavam páginas inteiras do jornal e traziam grandes fotos de lugares simbólicos, restaurados pelo Porto Maravilha, além da construção do Museu do Amanhã, respectivamente.

Pulseiras, cachimbos, miçangas, amuletos e outros milhares de objetos usados por escravos africanos que desembarcaram no Rio entre os séculos XVII e XIX – peças que compõem um dos mais ricos e acervos arqueológicos da cultura negra do país vão fazer parte de uma mostra permanente do Centro Cultural José Bonifácio, um casarão de 1877 localizado na Gamboa. [...] Esse tesouro, descoberto durante as escavações para obras do Porto Maravilha [...] O Circuito anunciado pela prefeitura em novembro do ano passado, reúne lugares simbólicos da cultura afro-brasileira no Rio [...]. (*O Globo*, 16/7/2013, p.8)

No fragmento acima, retirado de “História recuperada”, a zona portuária foi tratada como um lugar de memória nos termos propostos por Nora (1984), para quem a ideia de que não há mais memória espontânea criou uma obsessão pela corporificação da memória. A volatilidade do presente, potencializada pela instantaneidade das tecnologias de comunicação, pode levar à perda das identidades. Cria-se, assim, a necessidade de “santuários de memória”.

¹² A prefeitura previa, inicialmente, a remoção de 832 casas, marcadas com a sigla SMH (Secretaria Municipal de Habitação) seguida de um número de cadastro interno da secretaria. Isso aterrorizava os moradores, que muitas vezes chegavam do trabalho e se deparavam com a marcação de suas casas sem nenhuma explicação prévia. A partir de 2011, por conta dos inúmeros protestos, a prefeitura diminui esse tipo de procedimento. Em 2014, no entanto, voltou a acontecer na comunidade Metrô Mangueira, que passou naquele ano pela segunda remoção.

¹³ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=xao_4b8DJ_k – acesso em 2/1/2016. O prédio em que mora Márcia Regina de Deus, a mais de 20 anos, foi construído em 1938. É o único prédio que não foi demolido durante a construção do teleférico.

Os lugares de memória são espaços físicos direcionados a “proteger zelosamente” a memória coletiva de um grupo, porque “quanto menos a memória é experimentada internamente, mais ela existe apenas através de seus arcabouços exteriores, seus signos visíveis” (NORA, 1984, p.8).

Para o autor, há uma constante reconstrução do passado no presente. Por esse gesto simbólico de atualização, pode-se explicar a procura de vestígios, objetos, ruínas e testemunhos como uma obsessão de um mundo que parece viver uma espécie de “era patrimonial”. Daí a importância de “âncoras memoráveis” como os lugares de memória, que podem ser museus, centro culturais, institutos históricos, cemitérios, monumentos, comemorações, entre outros.

Ao constituir uma memória acerca da região portuária, o jornal elaborava uma construção de mundo em que ficava explícita a “competência” da gestão urbana. Aqui abrimos parênteses para a polêmica que envolveu a localização do Cais do Valongo, construído em 1811 para a receber os “pretos novos” africanos que seriam escravizados.

A localização do cais não foi uma iniciativa da prefeitura (o projeto original do Porto Maravilha não mostrava interesse pelo passado afrodescendente da região), e sim de pesquisadores inquietos com a pouca valorização do legado africano por parte das sucessivas gestões urbanas. Destacamos o historiador Carlos Eugênio Líbano Soares, estudioso da escravidão urbana no Rio de Janeiro, e Tânia Andrade de Lima, arqueóloga do Museu Nacional/UFRJ, que em 2010 solicitou formalmente a escavação ao Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan). Por falta de verba própria, o Iphan incorporou o pedido dos pesquisadores ao contexto do projeto Porto Maravilha. Em 2011, atreladas a essas obras, as escavações direcionadas à localização do Cais do Valongo começaram, e alcançaram seu objetivo.

Em entrevista à revista *História*, da Biblioteca Nacional, no dia 23/5/2011¹⁴, a arqueóloga Tânia Andrade Lima declara: “A imprensa vem noticiando meio equivocadamente que teria sido um achado fortuito. Não foi”. Ela explica que por conta da legislação atual, o Iphan exige que qualquer interferência no subsolo seja monitorada por arqueólogos. Dessa forma, a arqueóloga foi contratada pela prefeitura para acompanhar as escavações realizadas na primeira fase do Porto Maravilha. Tânia Andrade Lima pede que não seja usada a expressão “descoberta”

Após a localização, Tânia e Carlos Eugênio convidaram organizações do movimento negro a visitar o cais e os contêineres que guardavam os objetos encontrados na área. A partir

¹⁴ Disponível: <http://www.revistadehistoria.com.br/secao/reportagem/descobertas-e-redescobertas-no-cais> - acesso em 23/8/2015.

da iniciativa da arqueóloga e do historiador, que acreditavam que somente com a efetiva inserção da “comunidade de descendentes” o processo de preservação da memória do local seria legítimo, lideranças do movimento negro reivindicaram participação nas decisões tomadas acerca do cais.

Várias reuniões foram feitas entre o então subsecretário municipal de Patrimônio Cultural, Intervenção Urbana, Arquitetura e Design, Washington Farjado, e ativistas do movimento negro, que solicitaram uma série de medidas à prefeitura. Tais solicitações resultaram na promulgação do Decreto nº 34803, de novembro de 2011, que criou o Circuito Histórico e Arqueológico de Celebração da Herança Africana na zona portuária e o Grupo de Trabalho Curatorial do Projeto Urbanístico, Arquitetônico e Museológico do Circuito¹⁵, cujas reflexões gerariam recomendações a serem incorporadas ao processo de (re)construção da memória africana e afrodescendente na região.

Podemos pensar a tensão que o Porto Maravilha criou entre prefeitura, acadêmicos e lideranças do movimento negro em Michael Pollak (1989), que propõe estudos sobre os embates entre memórias oficiais e memórias subterrâneas, estas entendidas como memórias de grupos minoritários e excluídos que tentam sobreviver às políticas dominantes. Ao problematizar a memória coletiva em Halbwachs (1990), Pollak afirma que para além de entender a articulação entre memórias coletivas e individuais como um trabalho de adesão afetiva ao grupo, o estabelecimento de fronteiras sociais e a definição de lugares pela memória coletiva podem mascarar seu caráter uniformizador e opressor.

Em momentos de crise, no entanto, as disputas em torno de uma determinada memória podem trazer à cena memórias subterrâneas que estavam esquecidas ou silenciadas, adverte Pollak. Os embates criados pelo Porto Maravilha ao tentar impor-se como política urbana dominante de transformação de espaços e, como nossa discussão revela, política dominante de memória, trouxeram à tona memórias subterrâneas da região portuária.

A reivindicação de lideranças do movimento negro pela participação na constituição da memória do Cais do Valongo tentou garantir que o lugar não fosse tomado pela gestão urbana como mais um ponto turístico, pois assim nada acrescentaria à reflexão sobre o papel da escravidão na formação urbana e social da cidade. A prefeitura foi pressionada e acabou incluindo no Porto Maravilha algumas ações não programadas no projeto.

¹⁵ O circuito contempla cinco pontos de visitação: Cais do Valongo, Pedra do Sal, Jardim do Valongo, Largo do Depósito e o Instituto dos Petros Novos. A descrição e objetivos do circuito, assim como os objetivos e os membros que compõem o Grupo de Trabalho Curatorial estão disponíveis em: <http://portomaravilha.com.br/conteudo/legislacao/decretos/d34803.pdf> - acesso em 23/8/2015.

Vejamos agora um fragmento da reportagem “Como será o amanhã”.

Os contornos da construção sustentável e de arquitetura arrojada do Museu do Amanhã, uma das âncoras culturais do projeto Porto Maravilha, já começam a aparecer quando se lança o olhar por trás das grades que cercam o canteiro de obras no Pier da Praça Mauá. [...] Vizinho de belezas históricas e arquitetônicas, como o Morro da Conceição, o Mosteiro de São Bento e o Museu de Arte do Rio (MAR), e com vista privilegiada da Baía de Guanabara, o museu branco neve leva a assinatura do arquiteto Santiago Calatrava [...] O Museu do Amanhã não será apenas um espaço de exposição. Por meio de audiovisuais, instalações interativas e jogos, o visitante poderá examinar o passado, entender as tendências da atualidade e simular futuros possíveis para a humanidade nos próximos 50 anos. (*O Globo*, 5/10/2014, p. 42)

O Museu do Amanhã, “novo cartão-postal”, aparecia como uma “obra de arte” monumental que simbolizava o que já era o “futuro grandioso” da cidade. Santiago Calatrava, “estrela” da arquitetura, assinava o projeto. Estávamos diante de mais uma estratégia das cidades que seguem uma padronização espacial global: a construção de museus “espetaculares”.¹⁶

A reportagem enfatizava a singularidade arquitetônica e as possibilidades reflexivas que o museu traria. Dessa forma, direcionava os sentidos para o reconhecimento do equipamento como um “marco” da “revitalização”, um signo urbano que anunciava a chegada de um “novo tempo”. Para Huyssen (2000), a noção de cidade como signo e imagem serve à valorização simbólica de espaços estéticos para o consumo cultural. Mas o lado negativo dessa “política de imagem” se revela na concepção da cidade como um signo fechado, que se sustenta, em grande medida, no apagamento da memória desses espaços como “paraísos” de malandros, prostitutas e drogados.

O museu foi chamado na reportagem de “âncora cultural” da cidade, assim como lugares e prédios/galpões restaurados e transformados em centros culturais também se destacavam como “âncoras” em outras matérias do Porto Maravilha. A cultura se estabelecia como operador discursivo na construção da imagem de marca da cidade, dando a ver o que Arantes (2012) chama de “culturalismo de mercado”. Tudo se transforma em animação cultural, mais uma faceta da cidade-mercadoria, “vendida” por um *branding* urbano que captura restaurações e equipamentos culturais como “iscas culturais” do capitalismo.

O Museu do Amanhã desponta como um elemento discursivo que agrega valor à marca Rio de Janeiro, que se reconstrói sob novas mediações entre o público e o privado. Klein (2009)

¹⁶ O Museu Guggenheim em Bilbao, cidade portuária ao norte da Espanha “revitalizada” na década de 1990, foi determinante para o desenvolvimento turístico local. Desde então, o “efeito Bilbao” tornou-se um *case* de sucesso e foi replicado em espaços “revitalizados”.

ressalta que os anos de 1990 marcam o trabalho de *branding*, processo de gerenciar imagens, percepções e associações pelas quais os consumidores se relacionam com um produto ou uma empresa. As empresas se imprimem como “agentes de significado”. A marca passa a ser o “verdadeiro” produto, ou melhor, conceitos que remetem a valores, experiências e estilos de vida.

Essas associações deixam o campo das representações e transformam-se em realidade de vida. Para Klein, o *branding* usa a cultura que o hospeda para fazer da marca a estrela do consumo: “Se as marcas não são produtos, mas conceitos, atitudes, valores e experiências, por que também não podem ser cultura? Os limites entre os patrocinadores corporativos e a cultura patrocinada desapareceram completamente” (KLEIN, 2009, p.32). Nesse sentido, a exemplo do mundo empresarial, essa prática é apropriada por gestores urbanos neoliberais em escala global e, orientada por essa lógica, a gestão urbana do Rio pensa a cidade como uma marca que se consagra e se transforma em ícone de consumo.

As contribuições de Fontenelle (2002) são propícias para pensarmos o poder simbólico da marca Rio de Janeiro na construção discursiva do “Rio cidade global”. A autora afirma que a marca publicitária é um sintoma de uma cultura que ao longo do século XX se volta para a produção de imagens. Portanto, pode ser chamada de “cultura da imagem”, expressão da estetização de valores imposta pelos meios de comunicação e pelo ritmo acelerado da sociedade capitalista. As imagens são produzidas e consumidas na arena das grandes cidades e da mídia, que pelo entretenimento cria hábitos que distraem um olhar mais atento a padrões estabelecidos.

As inúmeras matérias que valorizam simbolicamente o passado histórico da zona portuária para construir o consenso de “inevitabilidade” do Porto Maravilha, publicadas pelo *O Globo*, nos remetem a Harvey (1992), para quem a história e a tradição locais passam a ser capitais simbólicos que se convertem em mercadoria na medida em que se transformam em marcos de distinção de espaços “revitalizados”. Na disputa pelos sentidos de uma imagem distintiva de lugar, os discursos do Porto Maravilha, a exemplo das cidades-modelo internacionais, usam a conservação patrimonial, a construção de novos museus e eventos culturais como uma das principais (senão a principal) estratégias para legitimar a “revitalização”, que, por conseguinte, legitima a participação do capital privado na produção desse espaço.

Considerações finais

Pensar a cidade implica entender as reconfigurações sociais e políticas que envolvem a retórica das relações que permeiam determinados tempos, espaços, ações dos sujeitos, em todas as suas plurais dimensões. Afinal, é por meio dessas relações que são definidos os lugares, as hierarquias e as funções dos atores sociais envolvidos nas transformações das estruturas simbólicas, que acabam por naturalizar determinados paradigmas que compõem a concepção de cidade.

As reportagens sobre a “revitalização” da zona portuária apontam para a espetacularização da memória e da cultura, elementos discursivos que, relacionados ao Porto Maravilha, se alinham à construção da imagem do Rio como cidade-espetáculo. Sánchez (2010) afirma que a cidade-espetáculo emerge estrategicamente do constante acionamento de imagens urbanas que legitimam o poder e a vida social como aparência. Os governos das cidades espetacularizadas exercem o controle sobre a memória coletiva e projetos futuros. A mídia, por sua vez, é central nessa concepção de cidade, pois reafirma a ideologia de um projeto urbano dominante.

A espetacularização da cidade do Rio de Janeiro se revela numa rede de produção de significados, constituída por interesses governamentais, privados e midiáticos que constroem uma imagem da cidade com vistas a “vendê-la” para consumidores solventes. Os discursos do jornal se afinam com as estratégias da comunicação institucional do Porto Maravilha. Tais objetos falam do mesmo lugar. Nesse sentido, nossa análise dá a ver a materialização discursiva da cidade-empresa, da cidade-marca e da cidade-mercadoria, que pela orquestração de vozes, sentidos, silêncios e memória torna *O Globo* interlocutor e objeto importantes de pesquisa para pensarmos comunicação, consumo e formação da opinião pública, visto que esta, conforme ressaltam Martino e Marques (2020), é uma disputa de sentidos em que a mídia tem um papel central.

Referências

ARANTES, Otília. Uma estratégia fatal: a cultura nas novas gestões urbanas. In: ARANTES, Otília, VAINER, Carlos, MARICATO, Ermínia (orgs). **A cidade do pensamento único: desmanchando consensos**. Petrópolis, RJ: 2012.

BARBOSA, Marialva. **Percursos do olhar: comunicação, narrativa e memória**. Niterói, RJ: Ed. UFF, 2007.

BORJA, Jordi, CASTELLS, Manoel. **Local y Global. Lá gestión de las ciudades em la era da información**. Madri: United Nations for Human Settlements/Taurus/Pensamiento, 1997.

_____. **As cidades como atores políticos**. Novos estudos CEBRAP, n.45, julho de 1996.

FERREIRA, João Sette Whitaker. **São Paulo: o mito da cidade-global**. Tese de Doutorado em Estruturas Ambientais Urbanas – Universidade de São Paulo, 2003.

FONTENELLE, Isleide Arruda. **O nome da marca: Mc Donald's, fetichismo e cultura descartável**. São Paulo: Boitempo, 2002.

FORTUNA, Vania Oliveira. **“Rio do Porto Maravilha”, rio de sentidos: lutas simbólicas por um consenso discursivo de cidade global**. [Tese de Doutorado]. Faculdade de Comunicação Social. Rio de Janeiro. Universidade Federal Fluminense, 2016.

HARVEY, David. **Cidades Rebeldes: do direito à cidade à revolução urbana**. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

A condição pós-moderna. São Paulo: Edições Loyola, 1992.

HUYSEN, Andreas. **Seduzidos pela memória: arquitetura, monumentos, mídia**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.

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

KLEIN, Naomi. **Sem logo: a tirania das marcas em um planeta vendido**. Rio de Janeiro: Record, 2009.

MARTINO, Luiz Mauro Sá e Marques; SALGUEIRO, Ângela Cristina. O conceito de opinião pública na teoria da comunicação: genealogias e modos de abordagem. **Revista Organicom**. Ano 17, número 33, Maio/Agosto de 2020.

NORA, Pierre. “Entre memória e história: a problemática dos lugares”. In: Revista **Projeto História**, nº 10, São Paulo: PUC/SP, 1993.

SÁNCHEZ, Fernanda. **A reinvenção das cidades para um mercado global**. Chapecó, SC: Argos, 2010.

SASSEN, Saskia. **As cidades na economia mundial**. São Paulo: Studio Nobel, 1998.

VAINER, Carlos. Pátria, empresa e mercadoria: notas sobre a estratégia discursiva do planejamento estratégico urbano. In: ARANTES, Otilia, VAINER, Carlos, MARICATO, Ermínia (orgs). **A cidade do pensamento único: desmanchando consensos**. Petrópolis, RJ: 2012.