

Rio-Cidade: espaço e imagem

TAMARA TANIA COHEN EGLER*
(Universidade Federal do Rio de Janeiro)

Na atualidade, é tacitamente impossível pensar os processos de transformação em curso desvinculados do papel dos meios de comunicação. O presente estudo tem o objetivo de refletir sobre o papel da mídia na nova ordem do planejamento urbano. Estamos passando por um profundo processo de transformação da sociedade e da economia e que tem seus resultados nas formas de produção e gestão do espaço urbano. O nosso esforço analítico é compreender as transformações em curso na esfera do planejamento da cidade dada pela ampliação do papel dos meios de comunicação sobre o imaginário social, e de como esse processo altera as formas de inclusão/exclusão do espaço urbano.

O projeto Rio-Cidade está inscrito nessa nova ordem da política urbana da cidade do Rio de Janeiro, que se inicia no governo Cêzar Maia, e coloca um conjunto de questões relativas às transformações dadas nas formas de planejar a cidade, desde sua concepção, articulação de agentes, estruturas de ação, formas de intervenção, objetivos implícitos e explícitos, processos de inclusão e exclusão, onde os meios de comunicação vêm interpretando um papel central.

Rio-Cidade: objetivos implícitos e explícitos

Esse projeto se constitui em caso exemplar de análise. O Rio-Cidade é um projeto de intervenção sobre o Rio de Janeiro que se caracteriza por uma ação que incide de forma polinuclear. Foram realizadas 17 intervenções em diferentes localidades, abrangendo vários bairros da zona sul e da zona norte. São fragmentos urbanos, em forma de corredores que se transformam no objeto de intervenção, onde observamos ações gerenciais que se estruturam sobre a materialidade das formas espaciais, basicamente voltadas para a melhoria das condições de transportes, de circulação dos pedestres, racionalização de estacionamentos, de equipamentos urbanos, de paisagismo.

O movimento condutor da intervenção pode ser compreendido como ação fragmentada que acontece sobre a totalidade do espaço urbano da cidade. São pontos centrais de intensa circulação sobre os quais se realiza a intervenção. Trata-se de uma ação fragmentada em busca de uma intervenção totalizadora.

* Professora do Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional da Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, Pesquisadora do CNPq.

Na modernidade, para pensar as intervenções necessárias ao processo de transformação da cidade, a ação planejadora passava por uma compreensão da totalidade do processo urbano, planos e processos de intervenção eram realizados sobre a totalidade do sistema urbano. O planejamento pós-moderno traz no seu ideário, uma valorização do lugar e da transformação pontual.

A política urbana na atualidade difere amplamente dos processos de intervenção que a precedem. Trata-se de uma ação que vem para intervir sobre o singular, pontual, que substitui uma política urbana de ação sobre a totalidade do território. O planejamento da modernidade, que tem por objeto de intervenção a totalidade do espaço urbano, é substituído por um planejamento de natureza pontual e fragmentada.

O objetivo explícito no discurso do projeto é resgatar o espaço da rua como lugar do cidadão. Novas relações público-privado são propostas e os seus argumentos buscam combater o processo de guetificação em curso na cidade. Para tanto se propõe a reabilitação da rua, como estratégia para resgatar o espaço público.

Ao agir sobre o elemento singular, como a substituição de calçadas, a instalação de mobiliário urbano, ou a produção de jardins, é constituída uma ação que interage de forma a promover uma cirurgia urbana, de recuperação, reabilitação e resgate do tecido urbano, que transformam a paisagem no sentido de produzir uma cidade mais bonita e prazerosa.

Ainda no discurso dos documentos, o projeto tem o objetivo de reverter o quadro de desordem urbana e de pauperização em curto espaço de tempo. A valorização da condição estética produz uma condição de autoestima e conduz ao sentimento de pertencer e de identidade, que promove a consciência da condição de cidadania.

Os objetivos implícitos do projeto estão associados ao desenvolvimento de uma política urbana que busca reverter a imagem da cidade do Rio de Janeiro. Em estudo anterior¹ foi possível analisar como, durante o governo Brizola, foi construído pelos programas de informação da Rede Globo um imaginário de violência urbana. Falar do Rio de Janeiro, em todas as esferas da vida, era o mesmo que falar da violência. Na nova ordem dos interesses urge uma transformação na ordem do imaginário urbano. Trata-se, então, de desvendar qual é essa nova ordem de interesses.

O desenvolvimento do capitalismo tem se dado numa nova ordem de relações que valorizam o simbólico e o imaginário. Trata-se de um movimento de transformação que contempla necessidades que se realizam na esfera dos sentimentos. Redefinem-se as relações espaço-temporal, as distâncias desaparecem no tempo instantâneo, são ampliadas as fronteiras nacionais e o global passa a fazer parte do local. Andar pelo mundo e conhecer suas diferentes culturas passa a ser uma nova fronteira que reúne num mesmo manto cultura e economia. A cultura passa a ser objeto privilegiado de relações mercantis. No interior dessas relações, o turismo

¹ EGLER, Tamara Tania. *O Rio de Janeiro na televisão*. 1992. (Cadernos IPPUR/UFRJ, 4).

se transforma numa das fronteiras de desenvolvimento das relações capitalistas de acumulação.²

É no quadro dessas relações de competitividade que podemos ler os objetivos mais implícitos dos planos de transformação urbana. Onde a cidade se transforma num "território de investimentos simbólicos"³, capaz de alimentar os mais profundos desejos de consumo. É no quadro dessas relações, em benefício de um ideário de consumo de cultura, que iremos encontrar os interesses ocultos da nova planificação urbana. Assim, a cidade se transforma em si num objeto de consumo, que está associado à satisfação de necessidades que se estabelecem na ordem simbólica dos sujeitos.

Dessa forma, as intervenções urbanas necessitam responder a essa nova ordem econômica. Basta acompanhar a evolução de números de turistas no mundo para ver como em 1992 eram 450 milhões.⁴ Para ser "consumida", a cidade precisa ter algum atrativo, que pode ser sua paisagem natural, sua história cultural, sua forma de sociedade. Ela precisa atrair a imaginação de muitos homens que, através das imagens veiculadas pelos meios de comunicação, devem incluir em seus roteiros os melhores lugares do mundo.

Real e Virtual: espaço e imagem na cidade

O Rio de Janeiro certamente é uma das cidades do mundo contemplada por rara beleza natural. Circundada por suas montanhas, "no azul do céu e verde do mar", reúne num único lugar os prazeres da paisagem natural e os monumentos da história social, no contexto de sua sociedade cordial. Elementos para a candidatura da cidade à competição internacional.

Para afirmar uma nova imagem da cidade se constituem um conjunto de processos de transformação da espacialidade urbana. O objetivo é construir uma forma urbana que represente o progresso, o supermoderno, o eficiente, o que vem para ancorar a hegemonia de representação da cidade, e constituem os elementos para a consolidação da condição de "cidade-vitrine".⁵

Cada vez mais o desenho da cidade e sua aparência se constituem em elementos que contribuem para a sua visibilidade. Elemento central para a reinvenção de uma nova imagem. Fragmentada porque é imagética, ela é objeto para recorte de uma representação. Trata-se pois de produzir

² RIBEIRO, Ana Clara e GARCIA, Fernanda Ester. City marketing: a nova face da gestão da cidade no final do século. In: GARCIA, Fernanda Ester. *Cidade espetáculo*: política, planejamento e city marketing. Curitiba: Palavra, 1997.

³ Idem.

⁴ RIBEIRO, Ana Clara, SILVA, Cátia Antonia, VIEIRA, Hernani, SILVA, Rita de Cassia. Turismo: entre a prática da crise e da inovação na cidade do Rio de Janeiro. In: YAZIGI, Eduardo, CARLOS, Ana Fani Alessandri, CRUZ, Rita de Cássia. *Turismo, espaço, paisagem e cultura*. São Paulo: Hucitec, 1996.

⁵ SCHOLHAMMER, Karl e ERICK, Herschmann. As cidades visíveis do Rio. *Lugar Comum*, Rio de Janeiro, nº 1, Nova Fronteira, 1997.

um espaço urbano para a produção de uma nova imagem, onde o espaço material se subordina à imagem virtual.

Rio integrado, equilibrado e requalificado responde a um processo de revitalização urbana que constitui uma forma de pensar a ação urbanizadora de natureza pontual. Associada a uma ação urbanística de natureza heterogênea que se realiza sobre a singularidade do lugar, essa estratégia constitui um sentimento de que a cidade desejada é possível.

Trata-se de um urbanismo de natureza imagética onde o essencial da intervenção é produzir uma nova imagem da cidade, no sentido de criar um novo imaginário capaz de substituir a imagem do *Rio-cidade violenta* pela imagem *Rio-cidade maravilhosa*. O essencial da intervenção urbanística é de natureza simbólica. É necessário recriar a imagem da cidade, transformar o imaginário social, para conduzir para uma nova percepção, capaz de colocar a cidade no circuito dos capitais do turismo internacional.

Isso recoloca a natureza da ação de intervenção. Não se trata mais de interagir sobre as formas espaciais, mas de produzir uma nova imagem mediática. A cidade para os meios de comunicação. O que vem para substituir uma noção de ação planejadora sobre a cidade material em busca de melhores condições de vida, por outra que conduz a melhores condições de produção da imagem. Trata-se de uma estratégia que indica o primado da imagem sobre a sociedade. Mais vale uma imposição da imagem do que condições reais de melhoria da vida urbana.

É uma subordinação da política urbana à esfera mediática. Não se trata mais de transformar o espaço urbano em si, mas de produzir uma política urbana que dê mais visibilidade à imagem do que aos efeitos espaciais e sociais da intervenção proposta. Essa questão é bem conhecida; isso nos permite avançar e mostrar como as intervenções urbanas se tornam subordinadas à esfera mediática, na medida em que o planejamento urbano passa pela ação do *marketing*, no qual o espaço público é vendido como imagem e a desvalorização da materialidade é observada. A cidade fica subordinada à sua imagem.

A mídia constitui-se um campo específico da sociedade; é realizada por instituições profissionais específicas, organiza em campo social e tem a função de tornar a sociedade mais transparente e visível. No senso comum, é uma forma de organização da sociedade que tem a função de expressar processos de natureza política, social, territorial e cultural em curso e informar a sociedade sobre o seu desenvolvimento e seus efeitos sobre a esfera pública. Ela molda a percepção e a sensibilidade do social.⁶

Podemos observar uma disfunção na relação emissão/recepção, uma vez que o fundamental se torna a emissão de mensagem. A visibilidade do fato urbano converte-se no fundamento do processo; é uma subordinação da política urbana à esfera mediática, em benefício dos interesses do capital associado a economia do turismo.

⁶ RUBIN, Antonio Albino Canelas. *Seminário espaço e tempo: inovações tecnológicas na vida metropolitana*. Rio de Janeiro: IPPUR/ANPUR, 1996.

Estamos vivendo num tempo onde observamos uma extensão incondicional do virtual, expresso na ampliação das estradas de informação, da multimídia, do trabalho imaterial, do corpo, da amizade, o que conduz a uma desmaterialização do espaço real e de tudo que nos cerca. O social se encanta com o virtual, que passa a substituir o real. A relação entre real e virtual torna-se campo fértil de análise e debate acadêmico. O essencial da reflexão compreende o virtual como um novo real, como elemento componente da realidade. Enquanto virtual ele possui uma plena realidade, ele tem pouco a ver com o falso e não se opõe à realidade.⁷

Nesse contexto, esclarecemos que não se pode confundir o espaço material com a representação virtual. A cidade virtual se sobrepõe à cidade real, mas não a substitui. O virtual é uma realidade a mais, não substitui sua forma anterior. Elas cumprem funções distintas. A primeira de abrigo, de interação de atividades econômicas e sociais, de circulação, de atividades de lazer e de cultura. Certamente os processos de virtualização em curso atingem todas as formas da estrutura espacial, substituindo formas materiais por relações virtuais. Mas as formas anteriores não são eliminadas; elas continuam cumprindo funções.

No nosso objeto de análise, o Projeto Rio-Cidade, essa relação fica claramente enunciada: o que se valoriza é uma política urbana virtualizada. O fundamento é a produção de uma forma material urbana subordinada ao magnetismo da imagem, o que constitui uma oposição entre espaço material/real da cidade e sua imagem como representação virtual. A nossa questão é analisar os efeitos da virtualização da intervenção urbana, ou seja, quais são os resultados desta intervenção sobre a esfera da vida social.

A virtualização da intervenção urbana abandona, desvaloriza, o espaço real/material para se centrar na produção do espaço virtual. O resultado desse processo a longo prazo é a depauperação do espaço material da cidade. Lembramos aqui dos últimos acontecimentos em São Paulo, quando a rachadura de poucos centímetros de largura por outros de altura de uma ponte sobre um dos rios da cidade foi responsável por um congestionamento de 170 km. Com um custo inestimado sobre a economia e a sociedade.

A segunda questão que emerge está associada à veracidade da informação veiculada. Ao espaço entre o verdadeiro e o falso.⁸ Ao construir um espaço em benefício da representação imagética, fica um hiato entre o recorte visual e as marcas do espaço real. O falso se sobrepõe ao verdadeiro em benefício do simbólico. O espaço que resulta do afastamento entre verdadeiro e falso conduz a uma representação simbólica nos sujeitos, que não está associada a uma realidade. Tudo aquilo que não é verdadeiro leva a um mal estar psíquico e à loucura.

⁷ LEVY, Pierre. *Qu'est-ce que le virtuel?* Paris: Éditions la Découverte, 1995 e BAUDRILLARD, Jean. *Tela total*. Porto Alegre: Sulina, 1997.

⁸ BAUDRILLARD, Jean. *Op. cit.*

Mais do que isso, o desenvolvimento da imagem mediática se constitui, como tão claramente é analisada por Lucien Sfez⁹, como uma violência simbólica que obriga o outro a entrar em um sistema que não é verdadeiro e produz uma violência de natureza intelectual. São instrumentos conceituais coercitivos que incidem sobre o espírito humano. Eles invadem a reflexão e tem conseqüências em relação às práticas cotidianas.

Podemos dividir a nossa análise em dois fios condutores, um primeiro associado aos efeitos dessa ruptura entre o real e o virtual, sobre a veiculação da informação turística, o segundo sobre os cidadãos cariocas.

O desenvolvimento das tecnologias de irradiação das imagens coloca à disposição dos espectadores mundiais imagens de cidades. É só clicar a opção desejada para percorrer, por meio de uma mediação tecnológica, e de forma fragmentada, as imagens das diferentes cidades do sistema mundial. Esse sistema de globalização traz as mais variadas espacialidades e culturas para o vídeo de nossas casas e, conseqüentemente, um conjunto de processos relativos a outras formas de sociedade. Elas penetram no cotidiano, instalam-se em nossa forma de pensar e reproduzem formas de dominação dos sistemas hegemônicos.

Para Milton Santos, trata-se de um processo que recria as condições de dominação e reproduz o presente. Na sociedade globalizada, o poder é exercido por poucos e todos querem participar do mesmo. O funcionamento desse sistema hegemônico está ancorado numa razão tecnológica que exclui as originalidades e bane o singular. Impõe uma tecnologização que produz uma nova cultura, criada por uma minoria que participa dessa produção. É um processo que rompe com a constituição das identidades do lugar. Por essa razão, esse autor alerta sobre o cuidado que se deve ter com o processo de globalização, no qual a cidade local recusa a cidade global.

Rio-Cidade: inclusão e exclusão

Podemos pensar os mecanismos de inclusão-exclusão associados a dois movimentos, um primeiro das formas materiais e um segundo do imaginário. A nossa questão incide sobre como essa intervenção conduz o processo de apropriação do espaço pelos segmentos sociais excluídos.

O essencial de nossa reflexão é que a produção imaginária do espaço conduz a uma exacerbação da estetização, e a exclusão imaginária passa a ser reforçada. O Rio Cidade, ao valorizar a produção de uma espacialidade voltada para a atração de investimentos para a locação de atividades turísticas¹⁰, exclui a agenda de necessidades de vida e de trabalho da população local. Promovendo mais uma forma modernizada de exclusão social.

⁹ SFEZ, Lucien. As tecnologias do espírito. *Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*, Porto Alegre, nº 6, maio 1997.

¹⁰ SANCHES. *Op. cit.*

O discurso manifesto do Rio Cidade, expresso na formulação do plano estratégico da cidade, tem por fio condutor o embelezamento da cidade em busca da constituição de um sentimento de pertencimento e da produção de uma identidade cidadã. Onde é possível ler uma ampla retórica social e participativa, que indica como o plano estratégico da cidade não passou de uma forma de participação social que não ousou avançar sobre a dinâmica verdadeira da negociação, incluindo as diferentes classes sociais. Tendo por objetivo consolidar um acordo entre as elites urbanas no sentido de legitimar sua dominação em nível local, para vender em cidade a nível global.¹¹

O projeto Favela Bairro, que compõe o todo da política, nos ajuda em nossa análise no sentido de identificar na totalidade do movimento de intervenção o lugar associado a uma ação sobre o espaço das classes eternamente excluídas da cidade. O essencial do projeto é o discurso da integração, a partir de uma ação voltada para a melhoria das condições de vida, através do aumento de serviços, melhoria das condições de transporte, da paisagem e do meio ambiente. Será possível, através dessa ação de natureza pontual, alcançar um processo de publicização na mídia em busca de uma competitividade internacional da cidade do Rio de Janeiro. O discurso político era integrar a favela ao bairro, para alcançar legitimidade junto às classes e segmentos sociais excluídos desse acordo. O discurso político integra, e a ação é fragmentada e desintegra o espaço.¹²

Apesar de ser um projeto que em sua formulação está voltado para as necessidades dos segmentos sociais excluídos, é possível analisar como seus objetivos implícitos estão ancorados na exposição da cidade ao movimento dos capitais internacionais voltados para a produção de atividades turísticas.

Os efeitos da simulação estão dados em todas as ordens, tanto no que se refere a publicização da cidade para os cidadãos globais, quanto no que está dado para os cidadãos do lugar. O resultado é, como indica Baudrillard, uma separação entre o objeto real e a afirmação discursiva, o que para o nosso objeto conduz para uma separação entre a realidade urbana e a compreensão social do espaço. Traduz-se numa alucinação na medida em que não se constrói uma correspondência entre o que é dito e vivido. Cria-se um hiato entre a compreensão e a ação, que resulta em incerteza coletiva e se constitui em forma de desestabilizar o tecido social.¹³

Podemos fazer uma análise dessa intervenção. As obras localizaram-se nos principais pontos de passagem, como os corredores de ligação dos diferentes bairros da cidade, e resumiram-se a enterrar cabos elétricos,

¹¹ VAINER, C. *Participation, poverty, and environment in the strategic plan for the city of Rio de Janeiro*. (Paper apresentado na Conferência The future of the city: urban change, the environment and poverty, 1996).

¹² RANDOLPH, R. *Determinações estratégicas e potencialidades de transformação do programa favela-bairro*. Rio de Janeiro: IPPUR/UFRJ, 1996. (Mimeo).

¹³ BAUDRILLARD, Jean. *Op. cit.*

refazer calçadas, pintar o asfalto, trocar o mobiliário urbano por outro mais moderno. O objetivo foi produzir um espaço compatível com uma imagem de futuro, que a cidade se transforma num objeto de consumo imagético. Foram substituídas práticas espaciais e sociais por outras que conduzem à formulação de uma política urbana que transforma a produção do espaço na produção da imagem.

As especificidades de uma política urbana tutelada pelos interesses do capital multinacional associado às atividades de turismo, ancorada numa estratégia de produção imagética, conduz a uma ação que desvaloriza as formas materiais da cidade. Essa estratégia se constitui em uma forma de ação que ignora os interesses do cidadão local em benefício do capital global. Trata-se pois de uma intervenção que perpetua as condições de exclusão dos cidadãos. Por essa razão, é importante estar alerta, recusar a cidade imagética e preservar a cidade real.