

O Reviver Centro e algumas anúnciões sobre o espaço urbano contemporâneo do Rio de Janeiro

SP.12: “Hacer y habitar” la ciudad latino-americana contemporánea

Ponentes

Nombre

Pertenencia Institucional

Diego Pontes

Universidade Federal de Santa Catarina

ALICIA NORMA GONZALEZ DE CASTELLS

universidade federal de santa catarina

Resumo

Este trabalho tem por objetivo aprofundar o olhar sobre o centro do Rio de Janeiro, Brasil, pelo recorte de suas transformações atuais por meio da análise do anunciado plano de recuperação urbanístico, cultural e econômico da região central, chamado Reviver Centro. O projeto foi lançado e apresentado à população em julho de 2021 em cerimônia oficial em um centro cultural na Lapa, tradicional bairro central do Rio, contando com a presença do prefeito Eduardo Paes e outras autoridades políticas e empresários locais. O plano visiona, por meio da isenção tributária e incentivos fiscais, o “renascimento” do centro estimulando a especulação imobiliária e mirando enfaticamente o desenvolvimento do turismo. Por essa direção, as reflexões aqui encontradas buscam refletir sobre um plano que se anuncia baseado em um discurso alicerçado na promoção de uma concepção de “cidade sustentável”, visando, conforme apresentado, a melhoria da qualidade de vida, a recuperação do patrimônio histórico, arquitetônico e cultural. Assim, as narrativas direcionam um projeto que vislumbra novos investidores e moradores com destino ao centro da cidade, local que concentraria trabalho, comércio, habitação e lazer. Brotam, desse modo, dissonantes e ambivalentes expectativas e especulações de um renascer que tem por meta a projeção de um potencial movimentado mix cultural a partir da implementação do Reviver Centro, aquecendo, com isso, o mercado imobiliário, o turismo e as marcas das desigualdades que compõem o espaço em questão.

Palavras-chave: Reviver Centro. Transformações urbanas. Cidade.

Anúncios sobre a cidade a partir do Reviver Centro

As narrativas encontradas em uma gama de estudos antropológicos, literários, historiográficos e arquitetônicos sobre a cidade do Rio de Janeiro apontam para ambivalentes processos de transformações em suas paisagens urbanas, sobretudo a partir do século XX. Alicerçada em complexas dinâmicas sanitárias e excludentes, a

cidade passou (e ainda passa) por significativas e arbitrárias reconfigurações e reformas urbanas que deslocaram os sentidos atribuídos ao seu cotidiano e a própria ideia de vida urbana. (Rezende, 1982; Broca, 2005; Oakim, 2014)

Desse modo, este artigo tem por objetivo aprofundar o olhar sobre o centro do Rio de Janeiro pelo recorte de suas transformações atuais por meio da análise do anunciado “plano de recuperação urbanístico, cultural, social e econômico” da região central, nomeado Reviver Centro. O projeto foi lançado e apresentado à população em julho de 2021 em cerimônia oficial no *Rio Scenarium*[1], no bairro da Lapa, contando com a presença do prefeito Eduardo Paes e outras autoridades políticas e empresários locais.

A imprensa local noticiou com entusiasmo as melhorias que estariam porvir com o projeto de recuperação de uma área marcada por problemas urbanos históricos, como violência e insegurança, abandono e degradação do patrimônio, além do recente esvaziamento desencadeado pela pandemia de Covid-19. Segundo as reportagens da época, as estratégias destinadas aos novos investimentos dariam nova vida ao centro e entregaria benefícios para a região e a população carioca.

O plano vislumbra, por meio da isenção tributária e incentivos fiscais, o “renascimento” do centro estimulando a especulação imobiliária mirando enfaticamente o desenvolvimento do turismo. Outras metas traçadas dizem respeito a mobilidade urbana, a criação de novas áreas verdes e, conforme destacado, “a ativação do espaço público através da arte”. Dentre os objetivos do projeto, destaca-se a revitalização de áreas que compõem o centro do Rio de Janeiro, que seriam transformadas em espaços mais seguros, acessíveis e atrativos para moradores, turistas e o aquecimento do comércio.

Baseado em um discurso alicerçado na promoção de uma concepção de “cidade sustentável”, exalta-se a melhoria da qualidade de vida, a recuperação do patrimônio histórico, arquitetônico e cultural. As narrativas de divulgação direcionam um plano que visa novos investidores e moradores com destino ao centro da cidade, local que concentraria trabalho, comércio, habitação e lazer. Brotam, com o estímulo e louvor da mídia local, expectativas de um renascer visando a projeção de um potencial movimentado *mix cultural* a partir da implementação do Reviver Centro. Desse plano que pressupõe a ressurreição da região central da cidade, que, segundo o projeto, tem vivenciado o abandono e a degradação desde as últimas décadas, sendo acentuada com os impactos da pandemia de Covid-19, algumas parcerias entre o poder público e o setor privado são anunciadas

inicialmente sem muita profundidade.

A partir disso, são apresentadas intervenções urbanas que teriam por meta: recuperar e restaurar prédios históricos, o que elevaria o movimento do turismo pela região. Outro ponto central do projeto é a acessibilidade, visando melhorias nos acessos e meios que viabilizariam a mobilidade urbana harmônica entre pedestres, ciclistas e a circulação de carros; o desenvolvimento das atividades comerciais locais, que, como sinalizado, teria por objetivo o estímulo a criação de negócios e novos empreendimentos, o que valorizaria o centro enquanto lugar de comércio e lazer, gerando, assim, emprego e renda. Além disso, a promoção da cultura local é pensada por meio de eventos culturais e planos voltadas ao movimento e aquecimento do turismo.

No canal oficial da Prefeitura do Rio de Janeiro na plataforma virtual *Youtube*[2], em um vídeo de quatro minutos e vinte segundos e com imagens atuais do centro da cidade, apresenta-se uma narrativa histórica do Rio em uma espécie de linha do tempo que retrata velozmente as transformações de uma região que, com o passar dos anos, foi ganhando diferentes perfis e representações. Podemos visualizar com o vídeo uma composição imagética e discursiva que inicialmente destaca a mistura de cortiços, instalações com pequenos cômodos e casarões, seguindo dizendo que, hoje, o centro aglomera casas, prédios e uma potencial área comercial e turística. Conforme anunciado no vídeo postado em 22 de maio de 2021:

“O Reviver Centro é um plano de recuperação urbanística, social e econômica da região central do Rio. O maior objetivo do plano é atrair novos moradores, aproveitando as construções existentes e terrenos que estão vazios há décadas. Além de uma série de isenções para projetos residenciais ou de uso misto, o plano prevê incorporar as regras do edital Pró-Apac que ofereciam benefícios aos donos de imóveis históricos interessados em sua recuperação. Criação de áreas verdes e estímulo à mobilidade limpa também fazem parte do projeto.” (Canal da Prefeitura do Rio no *Youtube*, 2021).

Em tom efusivo, a voz que narra o vídeo de divulgação exalta a transformação da cidade “rumo ao progresso”. Sem muitas contextualizações, cita ainda que após a Proclamação da República, no início do século XX, Pereira Passos pôs em prática um plano urbanístico na área central, derrubando o Morro do Castelo para que se aterrasse

uma área para a nova cidade que iria surgir. Nesse anúncio virtual, intercalando imagens aéreas capturadas por *drones* e fragmentos de ângulos das ruas, enquadrando dias ensolarados e prédios filmados de baixo para cima, o centro é promovido enfaticamente como lugar de negócios a ser explorado comercialmente.

É possível perceber na explanação a representação de uma vida urbana orientada por cenas de patrimônios cristalizados no imaginário carioca, como a Central do Brasil, a Catedral Metropolitana, a Avenida Rio Branco, o Porto Maravilha, Museu do Amanhã, Theatro Municipal, Arcos da Lapa, entre outros. Fica evidente uma construção narrativa que projeta luz sobre investimentos realizados nos últimos dois mandatos do prefeito Eduardo Paes, entre 2009 e 2017, onde exibem os investimentos na “reconstrução” do centro do Rio, com a derrubada da Perimetral, a construção do Túnel Marcelo Alencar, a repaginação da Praça Mauá, a construção do Museu do Amanhã e do novo MAR (Museu de Arte do Rio). Ademais, o anúncio cita ainda a ampliação de espaços públicos e a ligação da rodoviária ao aeroporto Santos Dumont pelo VLT (Veículo Leve sobre Trilhos), cortando diversos pontos do centro.

Seguindo com uma locução que insinua uma linha histórica evolutiva urbana, foram enfatizadas que, com o decorrer das décadas, “prédios comerciais inspirados em uma arquitetura europeia trouxeram, enfim, o progresso”. Dessa forma, por meio de fragmentos de imagens e discursos estratégicos, constrói-se uma ideia de região central harmônica pela convivência de uma área de negócios e de um polo cultural, compondo uma paisagem onde podemos encontrar escritórios, lojas comerciais, teatros e universidades. Como gancho, foi ainda frisado no vídeo de anúncio um cenário onde ganha destaque um dos contrastes que, na atualidade, segundo o narrador, marca a vida central do Rio, em que durante o dia podemos notar o movimento de trabalhadores e do comércio, e, nos fins de semana e à noite, observa-se “um grande vazio”.

Outro ponto sublinhado, ressalta que entre as escavações para construção e o desenrolar do Projeto do Porto Maravilha, foi descoberto o Cais do Valongo, que recebeu o título de patrimônio histórico da humanidade pela Unesco, em 9 de junho de 2017, por ser o único vestígio material da chegada dos africanos escravizados nas Américas. Hoje transformado em um cenário “preservado” e promovido como rota turística que marca a memória afro-brasileira no Rio, podemos apontar para uma, dentre tantas outras contradições que explicitam

justamente os violentos processos de recentes remoções que ocorreram justamente nessa região, afetando e impactando sobretudo a vida de pessoas pobres e negras (Mattos, 2013).

Ao divulgar o Reviver Centro, o vídeo mescla tons e ares de catálogo imobiliário e agência de turismo. Uma rota discursiva e urbana que busca, como enfaticamente grifado, atrair novos moradores e investidores, aproveitando prédios existentes e terrenos que poderiam abrigar novos empreendimentos. Isso seria possível, por exemplo, com incentivos e isenções para projetos residenciais e benefícios aos donos de prédios históricos interessados em sua “recuperação”. Além disso, como apresentado, o projeto almeja incentivar lojas localizadas nos térreos dos prédios, o que segundo a Prefeitura, daria “vitalidade e movimento às ruas do centro”.

Como anunciado ao final do vídeo de lançamento do plano de recuperação urbanística, no que diz respeito à moradia, um conjunto de ações teriam por objetivo “devolver ao centro da cidade o bairro habitado que ele sempre foi desde sua fundação”. Segundo ainda consta na divulgação, isso seria possível atraindo moradores de diferentes faixas de renda e classes sociais, incluindo locação social para universitários, cotistas e servidores públicos, além do plano de moradia assistida para pessoas em vulnerabilidade social.

O Reviver Centro, com pompa e forte apoio midiático, se coloca como um projeto que traria “humanização de uma região onde o Rio começou”, buscando “devolver ao carioca a possibilidade de morar em um dos pontos mais bonitos da nossa cidade [...] e recuperar a *verdadeira alma do centro* (grifo dos autores)”. Alma essa que, como notamos na breve descrição do vídeo de lançamento no canal oficial da Prefeitura do Rio de Janeiro, hoje perambula por uma região que se pressupõe morta e que necessita ser ressuscitada.

Holofotes sobre o Rio: os Megaeventos e a ideia de cidade enquanto mercadoria

O “reavivamento” proposto pelo Reviver Centro literalmente produz dissonâncias e fricções sobre o espaço urbano. Algumas análises de projetos que atravessaram e reconfiguraram o centro do Rio apontam justamente para efeitos contraditórios e paradoxais na vida urbana, como podemos ver, por exemplo, em reflexões elaboradas por Antonio Edmilson M. Rodrigues e Juliana Oakim (2015) sobre os interesses em jogo que envolvem a construção da cidade.

As expectativas que se desdobram a partir do conjunto de transformações estratégicas visando o nascimento de novos usos do espaço, novas oportunidades econômicas e culturais, trariam, segundo o projeto, a melhoria da qualidade de vida e o desenvolvimento do turismo na região. No entanto, o que não aparece e se esconde nos anúncios de promoção do centro não se mostra na mira dos holofotes: os evidentes impactos derivados das mudanças e reconfigurações projetadas para uma “nova” vida urbana, como o arbitrário e seletivo processo de expulsão e a remoção de moradoras e moradores mais pobres, atribuindo, com isso, novos valores e usos à cidade.

Diante disso, podemos notar tensões, conflitos e negociações que se articulam no espaço urbano. A disputa pelos espaços da cidade nos mostra uma dissonante polifonia urbana a respeito da ideia de desenvolvimento, planejamento e quanto às próprias especulações que orientam a construção e a ideia de cidade. Entre os múltiplos questionamentos que se apresentam, algumas perguntas sugerem atenção às exclusões comumente envolvidas nesses processos: a que preço essa retomada dos investimentos no centro promete acontecer? Quais visões de cidade estão em jogo nos conflitos, disputas e negociações entre os diferentes grupos e interesses? Quais expectativas e especulações acerca do centro do Rio emergem das anúncias sobre esse “novo” espaço urbano?

Quando indagamos acerca de outras arbitrárias transformações sobre a cidade do Rio de Janeiro, Ricardo Freitas (2017) traz uma importante contribuição para reflexão acerca dos emaranhados conflitos e disputas da e na cidade. As ideias de cidade-espetáculo e cidade-mercadoria são acionadas para elucidar a construção da marca RIO e a relação dos Megaeventos com outros planos de intervenção, reinvenção e de consumo da cidade.

Para ilustrar a noção de cidade-espetáculo o autor trata do Rio de Janeiro no panorama de emblemáticos eventos onde a cidade se apresenta “para fora”, sendo “vitrine e palco de manifestações artísticas, culturais e arquitetônicas que a promoveram no início do século XX, inserindo o Rio de Janeiro e o Brasil no mundo pré-globalização” (Freitas, 2017. p. 49). Além disso, ao elaborar o conceito de cidade-mercadoria, Freitas coloca em relevo uma discussão que abrange as negociações, estratégias e conflitos entre agentes e administradores públicos e empresários que visionam as cidades enquanto um produto a ser explorado, sobretudo pelo mercado do turismo, imobiliário e midiático no contexto contemporâneo.

Entendendo a cidade como um campo de disputas, o autor nos leva a refletir sobre eventos sediados no Rio de Janeiro nas primeiras décadas dos séculos XX e XXI: “a Exposição Nacional de 1908, a Exposição Internacional de 1922, a Copa do Mundo de Futebol de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016 são os grandes eventos selecionados com o objetivo de ilustrar as abordagens sobre cidade-espetáculo e cidade-mercadoria.”. Como resalta Freitas (2017): “Vivemos uma verdadeira era de eventos das mais diversas naturezas. O mundo dos negócios há muito percebeu que os eventos são formas de incrementar produtos e transformar suas histórias publicitárias, já que podem funcionar como uma tentativa de intervenção ou de operação na história de um grupo social.” (Freitas, 2017. p. 52)

O Rio é, por essa direção, apropriado por seus administradores “como uma cidade a ser consumida, onde o privado é prioritário em relação ao público” (Freitas, 2017). A proposta analítica de como o Rio de Janeiro pretendeu se mostrar para o mundo por meio dos Megaeventos, traz para reflexão indagações que entendem que o consumo urbano em termos mercadológicos, sobretudo a partir do início do século XX, tem se consolidado enquanto uma “forma crucial de negociação entre as nações”. Torna-se inevitável, para tanto, não considerar a mídia nessa construção de um ideal de cidade e vida urbana. Para o autor, “a comunicação urbana contemporânea associa o consumo à produção cultural e mercadológica das metrópoles” (Freitas, 2017. p. 52-53).

Passa-se, por meio de estratégias discursivas midiáticas, a ampliar a divulgação de um imaginário de cidade que, no limite, nos revela que os espaços urbanos e as camadas de usos, tradições culturais e históricas que fazem a cidade se convertam em produtos mercadológicos voltados a reprodução comercial, como pontua Freitas ao

trazer o caso do Rio de Janeiro para exemplificar essa dinâmica. Seja pelo exemplo das projeções sobre o Porto Maravilha e os Megaeventos, com a Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas de 2016, ou o Rio do início do século XX após a reforma promovida por Pereira Passos, por sediar a Exposição Nacional, em 1908, e a Exposição Internacional de 1922, a cidade se destaca por retratar um cenário onde:

“A cidade-espetáculo depende dos eventos para sua projeção midiática. A cidade-mercadoria vale-se dos eventos, especialmente os de grande porte, como atributos da marca. Em ambos os casos, percebemos as estratégias comerciais que sempre estiveram por trás da relação entre o planejamento de eventos de grande porte e a mercantilização da cidade com vistas à valorização de sua marca, o que implica, na visão de profissionais de branding urbano, uma maior inserção no turismo internacional e nas bolsas de valores do mundo.” (FREITAS, 2017. p. 52)

Para conceber a noção do Rio como cidade-espetáculo, que abriria portas para outros futuros eventos, o autor pontua que com a Reforma Passo, “a modernização do espaço também implicou a modernização de costumes, e além de operar uma série de modificações urbanísticas na cidade refletiu-se numa reformulação de hábitos dos cidadãos.” (Freitas, 2017. p. 54). Dentro dessa lógica, a capacidade de sediar e de organização dos eventos passa a ser entendida como uma forma de mostrar a cidade para o mundo como um destino de futuros investimentos estrangeiros, jogando holofotes sobre a inserção do Brasil em uma atmosfera de novas práticas tecnológicas e, portanto, capitalistas.

Segundo Ricardo Freitas (2017), “os eventos, como percebemos, há muito se constituem, nas esferas políticas e econômicas, como importantes atributos da marca BRASIL e, especialmente, da marca RIO.” (p. 58). Dessa forma, a principal meta para a concepção da cidade-mercadoria “é vender a imagem da cidade para que ela seja recipiente de recursos, investimentos, turismo e ganhos econômicos”, se tornando evidente no caso do Rio dos Megaeventos.

As transformações sobre a cidade desencadeadas pelos Megaeventos foram pautas de entusiasmados discursos midiáticos. Estratégias discursivas arbitrárias e seletivas que, envolvidas pelo marketing turístico, ao exaltarem a

cultura nacional como um artefato a ser consumido, nos faz pensar, conforme nos lembra Freitas, que “os megaeventos têm se transformado em uma das importantes receitas turísticas do Brasil, tanto na área de entretenimento e lazer como também nos diversos campos dos negócios”. Para o autor:

“A escolha do Rio de Janeiro para sediar os Jogos Olímpicos de 2016 e o fato de o Brasil também ter sido escolhido para receber a Copa de 2014 transformaram radicalmente a maneira da imprensa e dos políticos tratarem as cidades-sede, sobretudo em relação à sua infraestrutura e a sua imagem no Brasil e no exterior. O discurso crítico das mazelas das cidades deu lugar, antes e durante a Copa e os Jogos Olímpicos, a um discurso de compromisso. O problema é que esse compromisso político esteve mais voltado para o espetáculo do que para o bem-estar dos habitantes das cidades envolvidas.” (Freitas, 2017, p. 60)

A cidade pensada para os Megaeventos evidencia que as nebulosas negociações sobre a administração e o gerenciamento de empreendimentos públicos e privados ganham ruídos que precisam ser problematizados. Dessa maneira, distanciando-se do sentido público e ignorando as prioridades e problemas cotidianos da cidade dos moradores e trabalhadores, os espaços urbanos passam a ser meramente concebidos como mercadorias vinculadas a indústria do lazer e do turismo.

Assim, o autor chama atenção para o papel da imprensa e dos discursos midiáticos para o alavancar das estratégias de mercantilização que historicamente promovem a cidade do Rio de Janeiro como lugar do consumo urbano diante do mundo. O que se almeja, ao cristalizar esse caleidoscópio de transformações urbanas, é a construção da cidade como “um produto global e competitivo no mercado internacional das cidades.” (p. 57).

Outra arbitrariedade que podemos evidenciar ao lançar luz sobre os Megaeventos, é o processo de remoções de favelas a partir da reforma do Porto no Rio de Janeiro no cenário urbano contemporâneo da cidade descrito por Romulo Costa Mattos (2014). As estratégias de promoção da cidade para o cenário internacional trouxeram para a região portuária o aquecimento do mercado imobiliário e o despejo e remoção da população que vivia nesse perímetro sob a justificativa abusiva pautada na instrumentalização do alerta de risco ambiental. Para o autor:

“o quadro atual da cidade torna cada vez mais evidente o objetivo de expulsão dos pobres das áreas valorizadas ou que serão contempladas com investimentos públicos. [...] Em outras palavras, esse planejamento não está focado nos habitantes, o que nos permite dizer que a cidade está sendo vendida para outros interesses.” (Mattos, 2014. p. 3-5)

Essas transformações que ocorrem na cidade para sediar os Megaeventos revelam, como podemos perceber, o caráter seletivo e as arbitrariedades que envolvem interesses jurídico, político e administrativo na promoção da cidade para novos usos, custos e valores[3]. Isso pode ser, inclusive, pensado pelo projeto do Porto Maravilha, onde a projeção de um novo centro de negócios se fez a partir de violações do direito à moradia e à memória, como denunciado por movimentos de defesa pelos direitos humanos e de luta pelo direito à cidade.

Vale considerar que as forças do mercado e os interesses econômicos são cotidianamente atravessados e tensionados por uma cidade que pulsa e vibra. Enquanto empresários, políticos e a mídia reverenciavam com holofotes e esplendor as transformações e o “renascimento” da cidade a partir dos Megaeventos ou do Reviver Centro, as ruas nos mostram diversas formas de manifestações, agenciamentos e a criação de comitês populares. Por esse caminho, Romulo Mattos destaca que a presença de “movimentos sociais, ONGs, instituições acadêmicas, lideranças populares e os atingidos pelas ações da Prefeitura – incluindo aqui os moradores da região portuária – têm se mobilizado contra o modelo de política urbana implementada no Rio de Janeiro.” (Mattos, 2014. p. 9).

Nesse jogo de enquadramentos sobre a cidade, a espacialidade das formas de dominação se pulveriza e materializa nas tramas da vida cotidiana. Os apontamentos que se erguem nos levam a pensar a respeito dos processos de construção e administração das cidades, como podemos elucidar por meio dos apontamentos de Roberta Sampaio e João Paulo M. Castro (2023) em uma reflexão sobre a gestão empresarial das memórias sensíveis, analisando os poderes, sentidos e práticas em torno do Cais do Valongo no Rio de Janeiro.

O texto parte de um olhar sobre as transformações pelas quais essa região, localizada no centro do Rio de Janeiro, passou ao longo do tempo, onde no início do século XIX, como mostram os autores, “os historiadores estimam terem aportado 900 mil africanos escravizados” (p. 63), ou no século XX, com as mudanças “modernizadoras”, o lugar foi aterrado dando lugar a uma praça. Sampaio e Castro (2023) nos contam ainda que

em 2011, durante escavações arqueológicas, suas ruínas foram descobertas e reconhecidas pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) como “sítio arqueológico e histórico de memória sensível”.

Com isso, os autores partem da análise de documentos oficiais e trabalho de campo para enfatizar os entraves institucionais e o papel do movimento negro no processo de patrimonialização do Cais do Valongo. Hoje, esse espaço pode ser considerado um patrimônio que compõe um circuito turístico que recebe visitas guiadas oferecidas por guias e agências de turismo, ainda que venha sofrendo com o descaso e falta de conservação. Conforme pontuam Sampaio e Castro: “dentro do competitivo mercado das memórias, e levando em conta inclusive o contexto de desinvestimento em políticas raciais da gestão federal de Jair Bolsonaro (2019-2022) e de desaquecimento da indústria turística em função da pandemia da Covid-19, podemos afirmar que o espaço se tornou uma referência na promoção da memória pública da escravidão.” (Sampaio, Castro, 2023, p. 77)

Desse modo, buscando analisar o “sucesso patrimonial” a respeito do Cais do Valongo, os autores destacam a construção simbólica desse referencial, que se deu por meio de uma disputa entre forças que envolveram estratégias locais, nacionais e internacionais a partir da administração e legislação pública, dos movimentos sociais, de produções intelectuais, do setor privado etc. Para essa discussão, Sampaio e Castro (2023) apontam para o projeto A Rota do Escravo, desenvolvido pela Unesco durante os anos 1990, como um dos destaques que impulsionaram ações e estratégias relacionadas aos sentidos e significados das memórias sobre o período da escravidão no Brasil, “reordenando os discursos sobre o lugar dos afrodescendentes na cultura nacional” (p. 77).

Ademais, os autores analisam o contexto de inserção do Brasil no cenário “do mercado turístico dos lugares de “memórias sensíveis” [...] e a inscrição do sítio arqueológico do Cais do Valongo como patrimônio mundial.” (p. 77). Dessa reflexão, que envolvem articulações dos movimentos sociais e o fortalecimento de agendas voltadas as pautas raciais nas gestões federais anteriores do governo PT a partir de 2003, Roberta Sampaio e João Paulo Castro sinalizam um contexto que abarcou “uma articulação social complexa que o discurso de identidade afro-brasileira se integrou às novas dinâmicas da acumulação do capital e de mercantilização de práticas culturais.” (p. 78)

Em meio a um contexto de crescimento e reconfiguração do espaço urbano, a cidade contemporânea se traduz por suas diferenças, contradições, violações e criação de focos de resistência e luta política. Essa mirada aponta inevitavelmente para algumas pistas que nos levam a pensar urbanidades e a potência de novas relações

possíveis que se constroem para além dos usos da cidade sugeridos por um pacto de homens brancos visionando uma ideia específica de espaço urbano segregado e desigual.

Considerações sobre a assim chamada “verdadeira alma do centro”

Como vimos, a cidade se desenha por uma polifonia de narrativas, interesses e sentidos. Ruídos que produzem interrogações e a percepção de que a vida urbana se faz por contrastantes e diferentes vozes, nos fornecem atalhos para pensar o espaço urbano contemporâneo. A partir da descrição e de questionamentos sobre o Reviver Centro, tornou-se possível traçar alguns apontamentos e curvas reflexivas que revelam as tensões inerentes aos espaços urbanos contemporâneos e a efetiva ausência da participação popular em sua elaboração.

A apreensão da cidade por meio do consumo urbano, do turismo e do mercado imobiliário permite que se coloquem considerações acerca da ideia de cidade como espetáculo e mercadoria, como ressaltado por Ricardo Freitas (2017). O olhar para as arbitrárias e seletivas transformações urbanas ocorridas no Rio de Janeiro pela dinâmica dos Megaeventos chamam atenção para uma concepção de cidade que se mostra em violentos processos de exclusão e pelo papel da mídia nessas dinâmicas.

Desse modo, o que se desenha neste artigo se orienta na direção contrária de um olhar que pressupõe que a cidade está morta e que necessita de um ritual de avivamento que resgataria a “verdadeira alma da rua”, como sinalizado no Reviver Centro. É evidente que investimentos, melhorias e reparos são urgentes, porém as propostas de transformações devem levar em conta as vozes que fundamentalmente vivem e fazem o dia a dia da cidade.

Ademais, cabe ainda questionar a dita “verdadeira alma das ruas” prescrita enquanto meta no projeto. Na direção contrária, João do Rio (2013), com suas passagens pelo centro, descreve as novidades que transformaram a cidade rumo ao conturbado “progresso”, questionando, com isso, a noção glamourizada de modernidade. Em suas crônicas, mira para novas relações sociais que se desenrolavam na cidade, especificamente nas ruas.

João do Rio (2013) apresenta a potência de uma cidade distante dos holofotes da modernidade, apontando a alma encantadora das ruas como caminho para pensar uma cidade que se desenha na ambiguidade de suas contradições, contrastes e desigualdades. As transformações ocorridas no Rio de Janeiro do início do século XX, com a abertura de ruas e avenidas abrindo vias para novas tecnologias e relações que se fazem a partir dessas mudanças, são ilustradas pelo cronista nos mostrando uma cidade que se construía e se complexificava.

As mudanças na estrutura urbana e na vida na cidade são descritas pelo autor, onde dando atenção ao cotidiano, torna evidente a turbulência e a velocidade do ritmo que a modernidade impunha. Com isso, João do Rio nos mostra a possibilidade de pensar a cidade não apenas por meio das instituições de poder e das autoridades legitimadas pela modernidade. O que se apresenta são atalhos que se colocam como caminhos para apreensão de uma cidade que se faz na ambivalência das novas relações e vínculos que a população passaria a experimentar nos novos espaços abertos pelo “progresso”.

Nas crônicas contidas em *A alma encantadora das ruas*, percebemos a alteração na ambiência urbana acompanhada de mudanças na vida e nos costumes da cidade do Rio de Janeiro. Suas descrições trazem o tom dos ritmos e das alterações que ocorriam ao mesmo tempo em que vivia a cidade e produzia seu olhar sobre a realidade, o que sugere a visão sobre as ruas como campo de observação por um olhar que não repousa e que se faz no movimento e na atenção à velocidade engrenada pela modernidade carioca.

Tendo em mente a apropriação de conceitos pelo poder público em seus discursos com informações rasas e sem as devidas problematizações acerca das transformações nas cidades, como considerado por Flávio Bartoly (2018) sobre a revitalização da Lapa, que se encontra no centro do Rio, podemos indagar a respeito de um processo de desinformação urbana como estratégia de promoção da cidade. Nesta reflexão, vale apontar para o vídeo de divulgação do Reviver Centro, que, ao trazer a ideia do renascimento da “verdadeira alma” do centro, faz uma clara alusão ao espírito da cidade do João do Rio. Cidade essa que se faz distante de um catálogo de espaço urbano à venda como divulgado pela Prefeitura.

Considerando os e as habitantes, os usos e as camadas de histórias que corporificam o centro do Rio que, como pressuposto do projeto, estariam sem vida e vagando pelas ruas como fantasmas ou entidades, merece ainda questionar o que se busca renascer em uma paisagem urbana que atualmente encontra-se no radar de expectativas e especulações mercadológicas. Conforme pontuam alguns estudos urbanos contemporâneos sobre o centro do Rio de Janeiro, algumas especificidades sobre essa região não podem ser desconsideradas, sobretudo a partir do que se convencionou chamar de Megaeventos.

Assim, por meio dos ruídos produzidos nessas dinâmicas que envolvem o poder público, empreendimentos privados, organizações da sociedade civil e comunidade local, é possível apontar para um olhar em que o Reviver Centro compila e simplifica complexos problemas urbanos históricos sob a promessa de mágicas soluções. Desconsidera-se, portanto, apontamentos a respeito de alguns dilemas presentes nos usos e sentidos da cidade contemporânea e as complexas relações entre empreendimentos públicos e privados e os usuários da cidade, que são fundamentais para apreensão da vida urbana e os descompassos que a atravessam.

É necessário destacar, dessa forma, a necessidade e importância que o projeto Reviver Centro se construa acompanhado de um amplo e inclusivo debate com a população diretamente envolvida e afetada pelas transformações que se anunciam. O que se insinua, com isso, é a concepção de uma cidade democrática e menos excludente, que se construa de maneira mais justa, acessível e entendendo que quem pratica o espaço também o produz cotidianamente.

Considerando as possibilidades de relações que podemos estabelecer entre a construção das cidades e as desigualdades e marcadores sociais das diferenças que a estruturam, não podemos abafar o caráter segregador, excludente e violento que fundamentalmente constitui tais processos e dinâmicas. Ocupações, remoções, reintegrações e a luta pelo direito à cidade, por exemplo, passam a fazer parte do cotidiano das dinâmicas urbanas contemporâneas que formam e auferem vida e “novos” significados às cidades.

Com relação ao crescimento e formação das cidades, por meio do debate suscitado por formas distintas de exclusão, a ideia apresentada a partir de um olhar sobre a expansão urbana e sua relação com as atividades

industriais e o desenvolvimento do capitalismo abre-se ao diálogo sobre questões específicas que atravessam a vida cidadina contemporânea. Podemos, dessa forma, considerar problemas sociais que passam a emergir por meio das “novas” sociabilidades e tensões urbanas e da gestão e participação na vida pública.

Tomando as categorias de gênero, classe e raça enquanto diferencias na experiência sensível urbana, autoras como Maya Manzi, Maria Edna dos Santos Coroa dos Anjos (2021) e Poliana Gonçalves Monteiro (2021) debatem a estrutura da produção de conhecimento acadêmico e a relação com a militância e as problematizações e demandas elaboradas pelos movimentos sociais. Ao abordarem as camadas das relações raciais e de gênero nos estudos urbanos, as autoras apontam para disputas e conflitos sobre o espaço por meio de movimentos que tornam ainda mais evidentes as questões a respeito de problemas que envolvem “novas” lutas e demandas que se mostram nas experiências sobre a cidade. Por meio do uso da violência, comumente observamos o Estado agir em nome de uma pretensa ordem que, a rigor, visa excluir as mulheres e a racialização dos debates sobre o planejamento urbano e as formas de pensarmos as cidades e as distintas camadas de violência que as estruturam.

Com isso, torna-se possível evidenciarmos um conjunto de articulações e planejamentos pautados em interesses, manutenção de privilégios e estratégias seletivas e arbitrarias sobre a cidade. Transporte, comércio e circulação passam, desse modo, a dinamizar novas imposições generificadas e racializadas como pontuam as autoras. De uma perspectiva que considera a cidade como lócus da vida social, questiona-se, dessa maneira, sobre as relações possíveis entre a arquitetura dos espaços urbanos e das usuárias e usuários da cidade para além dos projetos urbanísticos e arquitetônicos.

Notas de la ponencia:

[1] Cabe pontuar que o Rio Scenarium se apresenta como um “pavilhão de cultura” localizado na Rua do Lavradio, na Lapa, onde ocorrem festas temáticas, eventos e, comumente aos sábados, rodas de samba. O espaço aparece, aliás, na etnografia de Natália Fazzioni (2014), que entrevistou um dos empresários e idealizadores do bar e seu papel na retomada e construção da Lapa como rota cultural no centro do Rio de Janeiro a partir dos anos 2000.

[2]Vídeo de lançamento do Reviver Centro divulgado pela Prefeitura do Rio de Janeiro. Disponível em:
<https://www.youtube.com/watch?v=stOtAkkFHvw>

[3] Como sinaliza Romulo Mattos (2014): “Estudos do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) mostram que o custo do imóvel é irrealista e insustentável em capitais como o Rio de Janeiro, onde houve um aumento de 165% nos preços das habitações entre janeiro de 2008 e fevereiro de 2012, contra uma inflação de 25% no mesmo período. Além de ter o metro quadrado mais caro país, comparado a outras cidades brasileiras que também sediarão a Copa do mundo de 2014, o Rio de Janeiro obteve a maior valorização desde 2010” (MATTOS, 2014. p. 6)

Bibliografía de la ponencia

BARTOLY, Flávio. Sobre a revitalização da Lapa: o lugar do espetáculo. In: Dominação e apropriação na luta por espaço urbano. Organizado por Márcio Piñon de Oliveira, Flávia Elaine da Silva Martins, Letícia de Carvalho Giannella. Rio de Janeiro: Consequência, 2018.

BROCA, Brito. A vida literária no Brasil – 1900. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 5ª Edição, 2005.

FAZZIONI, Natália Helou. Entre a rua e o bairro: etnografia de um espaço em movimento. In: Revista Iluminuras, v. 16, n. 36, Porto Alegre, 2014. pp. 287-307.

FREITAS, Ricardo. Da cidade-espetáculo à cidade-mercadoria: a comunicação urbana e a construção da marca RIO. Revista Eco Pós. Comunicação urbana. Vol. 21, Nº3, 2017, pp. 49-65.

MANZI, Maya; ANJOS, Maria Edna dos Santos Coroa dos. O corpo, a casa e a cidade:

territorialidades de mulheres negras no Brasil. Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais, v. 23, 2021.

MONTEIRO, Poliana Gonçalves. A guerra dos homens e a vida das mulheres. As interfaces entre planejamento urbano, violência contra a mulher e segurança pública no Rio de Janeiro, Brasil. Revista Brasileira de Estudos

Urbanos e Regionais, v. 23, 2021.

MATTOS, Romulo. Megaeventos, remoções de favelas e reforma do porto no Rio de Janeiro do tempo presente. Comunicação apresentada no XXVII Simpósio Nacional de História. Natal: ANPUH, 2014.

OAKIM, Juliana. “Urbanização sim, remoção não”. In: A atuação da Federação das Associações de Favelas do Estado da Guanabara nas décadas de 1960 e 1970. Dissertação de Mestrado: Programa de Pós-Graduação em História: UFF, Niterói, 2014.

REZENDE, Vera. Planejamento urbano e ideologia. Quatro planos para a cidade do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1982.

RODRIGUES, Antonio Edmilson M. e OAKIM, Juliana. “As reformas urbanas na cidade do Rio de Janeiro”. In: Acervo – Revista do Arquivo Nacional. Rio de Janeiro: Arquivo Nacional, 2015, pp. 19-53.

RIO, João do. “A rua”. In: A alma encantadora das ruas. 2ª edição. São Paulo: Martin Claret, 2013.

SAMPAIO, Roberta. CASTRO, João Paulo M. A gestão empresarial das memórias sensíveis: poderes, sentidos e práticas em torno do Cais do Valongo no Rio de Janeiro. *Tempo Social, Revista de sociologia da USP*, v. 35, n. 2, 2023.

Imágenes Adjuntas





VAMOS CONHECER O PLANO URBANO REVIVER CENTRO?

 Prefeitura.rio/revivercentro

 **Rio**
PREFEITURA

**Planejamento
Urbano**

REVIVER
CENTRO

