



Interin
ISSN: 1980-5276
interin@utp.br
Universidade Tuiuti do Paraná
Brasil

Musealização e espetáculo cultural no Rio de Janeiro: estratégias discursivas de consumo da cidade

Oliveira Fortuna, Vania; Pereira de Sousa, Monica Christina

Musealização e espetáculo cultural no Rio de Janeiro: estratégias discursivas de consumo da cidade

Interin, vol. 24, núm. 1, 2019

Universidade Tuiuti do Paraná, Brasil

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=504459801004>

Musealização e espetáculo cultural no Rio de Janeiro: estratégias discursivas de consumo da cidade

Musealization and cultural spectacle in Rio de Janeiro:
discursive strategies of consumption of the city

Vania Oliveira Fortuna vaniafortuna@gmail.com

Universidade Veiga de Almeida, Brasil

Monica Christina Pereira de Sousa

monica.cpsousa@gmail.com

Universidade Veiga de Almeida, Brasil

Interin, vol. 24, núm. 1, 2019

Universidade Tuiuti do Paraná, Brasil

Recepción: 18 Septiembre 2018

Aprobación: 12 Noviembre 2018

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=504459801004>

Resumo: Este trabalho problematiza a produção de sentidos da revitalização da zona portuária do Rio de Janeiro no jornal O Globo. Trazemos reportagens veiculadas entre 2010 e 2015, investigando um fenômeno alinhado ao receituário das cidades globais: a musealização de zonas portuárias degradadas, estratégia espacial e discursiva que serve aos rituais de consumo da cidade. Sobressaem como âncoras discursivas dessa lógica o Cais do Valongo, o Museu de Arte do Rio (MAR) e, sobretudo, o Museu do Amanhã. Refletimos criticamente sobre o papel do jornalismo, visto que as matérias analisadas se mostram indissociáveis das estratégias de branding urbano que trabalham a imagem do Rio como marca, num amplo processo de espetacularização da cidade. A metodologia adotada é a Análise de Discurso, sob a perspectiva teórico-metodológica de Kleber Mendonça (2007).

Palavras-chave: Cidade, Consumo, Musealização, Branding urbano, Discurso jornalístico.

Abstract: This paper problematizes the production of meanings of the "revitalization" of the port area of Rio de Janeiro in the newspaper O Globo about the Valongo Cays, the Rio Art Museum (MAR) and the Museum of Tomorrow. We bring reports published between 2010 and 2015, investigating a phenomenon in line with the "prescription" of global cities: the musealization of degraded port areas, spatial and discursive strategy that serve the consumption rituals at the city. We reflect critically on the role of journalism, since the analyzed materials are indissociable from the urban branding strategies that work the image of Rio as a brand, in a broad process of spectacularization of the city. The methodology adopted is the Discourse Analysis, under the theoretical-methodological perspective of Kleber Mendonça (2007).

Keywords: City, Consumption, Musealisation, Urban branding, Journalistic discourse.

1 Introdução

A restauração historicizante de velhos centros urbanos, cidades-museu e paisagens inteiras, empreendimentos patrimoniais e heranças nacionais, a onda da nova arquitetura dos museus (que não mostra sinais de esgotamento), [...] a comercialização em massa da nostalgia, a obsessiva automusealização [...] Não há dúvida de que o mundo está sendo musealizado e que todos nós representamos os nossos papéis neste processo (HUYSEN, 2000, p. 14-15).

Praça Mauá, zona portuária do Rio de Janeiro, setembro de 2015: os tapumes que encobriam as obras foram retirados para a inauguração da nova Praça Mauá. Vizinha do Porto do Rio, onde atracam transatlânticos,

a Praça Mauá é o primeiro contato de turistas, que chegam pelo porto, com a zona portuária revitalizada pelo Porto Maravilha, intervenção urbana executada por uma parceria público-privada.

Sem a Perimetral, viaduto que ligava a zona sul à zona norte e à Niterói, e que foi tomado por discursos governamentais e midiáticos como símbolo da degradação da zona portuária, a Praça Mauá abriga símbolos da revitalização: Cais do Valongo, Museu de Arte do Rio (MAR) e Museu do Amanhã.

O Porto Maravilha e os megaeventos esportivos internacionais que aconteceram no Rio de Janeiro em 2014 e 2016 foram estratégias discursivas que protagonizaram a construção de consenso sobre um modelo neoliberal de cidade. O prefeito Eduardo Paes (2009-2017) implementou tal modelo a partir da eleição da cidade como sede das Olimpíadas, desencadeando um processo de branding urbano para a construção de uma nova imagem do Rio. O jornalismo (no caso desta investigação o jornal impresso O Globo) foi um dos principais atores desse processo simbólico, que serviu aos rituais de consumo da cidade e à consagração da cidade-marca.

Se na modernidade os discursos que vendiam a cidade eram, em grande medida, de arquitetos, urbanistas e políticos, no contexto contemporâneo das cidades globais tais discursos tomam outra dimensão, pois, além de entrarem em cena atores da iniciativa privada (no Rio de Janeiro, notadamente, agentes do mercado imobiliário), temos jornalistas, publicitários e marqueteiros. O emblemático dessa produção de sentidos é que o jornalismo, que deveria problematizar o projeto de cidade, mostrou-se cada vez mais atravessado pela estratégia institucional público-privada.

A Praça Mauá surgiu como parte da reforma urbana do prefeito Pereira Passos (1902-1906), período em que também iniciaram as obras de construção do Porto do Rio. Lugar de culturas diversas, a Praça Mauá foi o símbolo da cosmopolitização da cidade nos anos de 1950, época de grandes navios de turistas, em cruzeiros, que abordavam a América do Sul e não podiam deixar de passar pela Cidade Maravilhosa. Época mesma de poderosa imigração europeia, especialmente de portugueses, mas também de espanhóis e italianos, que se refugiavam nos trópicos à busca de um imaginário menos penoso do que o do pós-guerra.

Na década seguinte, os aeroportos e os aviões começaram a seduzir parte da clientela que chegava ao Rio pelo mar. A Praça Mauá, porta principal de chegada dos passageiros e navegantes, entrou em decadência turística, mantendo, no entanto, sua magnitude de estratégico porto nacional, posto que também entraria em declínio nos anos seguintes com a construção de outros terminais marítimos mais compensadores, economicamente e tecnologicamente, na orla brasileira. A praça de prostitutas, estivadores, travestis e turistas passou a ser vista como uma espécie de submundo da prostituição e das drogas a partir de 1980, imagem que prevaleceu até o início do século XXI.

Dessa forma, é a produção de sentidos da Praça Mauá revitalizada para os Jogos Olímpicos de 2016 que investigamos neste trabalho, tomando como objeto o jornal O Globo. Concentramos nosso foco de análise em

reportagens veiculadas entre os anos 2010 e 2015, visto que foi em 2010 que o Porto Maravilha começou a se materializar nos espaços da cidade e da mídia.

As reportagens analisadas dão pistas do que o jornal compreende por cidade. Este gesto de interpretação se afina com as ações da gestão urbana, apontando para a centralidade do jornalismo na construção de consenso sobre um projeto que promete consolidar o Rio de Janeiro como cidade global, competindo por investimentos de capital estrangeiro e turistas.

No processo de resignificação da zona portuária, chamam atenção os discursos sobre a descoberta do Cais do Valogo e as construções do Museu de Arte do Rio (MAR) e, sobretudo, do Museu do Amanhã. Esta prática espacial e discursiva aponta para um processo de musealização, muito comum em cidades que seguem o receituário de uma política urbana global. Tudo isso nos leva a refletir criticamente sobre o papel do jornalismo, visto que as reportagens analisadas se mostram indissociáveis das estratégias de branding urbano que trabalham a imagem do Rio como marca, num amplo processo de espetacularização da cidade.

A metodologia adotada é a Análise de Discurso, sob a perspectiva teórico-metodológica de Kleber Mendonça (2007). A problematização dos mecanismos dos processos de significação que governa a formulação dos discursos, conforme propõe o autor, aponta que é nesse momento que a discursividade se faz visível. Trabalhamos a opacidade do dizer jornalístico sob esse prisma. As matérias jornalísticas analisadas estão formuladas de maneiras diferentes, mas é o como estão formuladas que define as significações que as governam.

2 Musealização da cidade como âncora discursiva de consumo

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.

Para Harvey (1992), a competição entre as cidades deveria impulsionar os governos locais à produção de espaços diferenciados que se contrapusesse à homogeneidade internacional, mas, no momento em que ela permite às cidades acumular capital, o que se produz são espaços quase idênticos àqueles considerados cases de sucesso. Para que o quase igual pareça um diferencial do Rio de Janeiro na competição por empreendedores estrangeiros, moradores e turistas, a gestão urbana se

esforça “para forjar uma imagem distintiva e criar uma atmosfera de lugar e de tradição que aja como atrativo tanto para o capital como para pessoas ‘do tipo certo’ (isto é, abastadas e fluentes)” (HARVEY, 1992, p. 266). O jornal O Globo, por sua vez, tem um papel central nessa construção simbólica.

Em 2 de março de 2011, O Globo publicou a matéria “Ruínas nos subterrâneos do Porto Maravilha”, divulgando que durante as obras de drenagem da Avenida Barão de Tefé foram “descobertos” o Cais da Imperatriz e o Cais do Valongo.

Das escavações do projeto Porto Maravilha na Avenida Barão de Tefé, na Região Portuária, surgiu um tesouro arqueológico. Trata-se do Cais da Imperatriz e do Cais do Valongo, ambos do século XIX. A descoberta empolgou o prefeito Eduardo Paes, que, no último sábado, foi acompanhar as obras de drenagem e se deparou com a novidade – Fui lá no sábado vistoriar as obras e, quando vi aquilo, fiquei absolutamente chocada. Vou fazer uma praça como em Roma. Ali estão as nossas ruínas romanas (O Globo, 2 de março de 2011, p. 22, grifos nossos).

P

Da localização do Cais do Valongo[1] emergem lutas simbólicas para a construção de novos significados sobre a região portuária, especialmente pela valorização de um legado afrodescendente apropriado por diferentes atores com interesses distintos. Observamos que não só nessa matéria, mas nas demais que abordam o assunto no jornal, os sentidos são direcionados para que a localização do Cais do Valongo seja entendida como uma descoberta, uma novidade, possível de acontecer graças ao Porto Maravilha. Não se problematiza, no entanto, o fato de que esse encontro era previsto e aguardado. Encontrar o 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 inquietados com a pouca valorização do legado africano por parte das sucessivas gestões urbanas.

Entre os pesquisadores destacam-se o historiador Carlos Eugênio Líbano Soares, estudioso da escravidão urbana no Rio de Janeiro, com foco na região portuária, e Tânia Andrade de Lima, arqueóloga do Museu Nacional/UFRJ, que, em 2010, solicitam formalmente a escavação ao Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan). Por falta de verba própria, o Iphan incorpora o pedido dos pesquisadores ao contexto do projeto Porto Maravilha, que previa obras na rede de esgoto e de eletricidade na área. Em 2011, atrelada às obras, a escavação direcionada à localização do Cais do Valongo tem sucesso.

Em entrevista à revista História, da Biblioteca Nacional, no dia 23 de maio de 2011[2], 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, ressaltando que

seu maior interesse, assim como dos demais pesquisadores, é no Cais do Valongo, e não no Cais da Imperatriz.

Entendemos que existia um sítio arqueológico, o cais da Imperatriz, porque há um pilar naquela área. Mas o nosso maior interesse não era o cais da Imperatriz, mas o do Valongo, que foi vítima de apagamento deliberado, como se fosse uma chaga vergonhosa do Rio de Janeiro. Havia uma circunstância de amnésia social, e a arqueologia é contra essa prática. Entramos com um pedido para resgatar o Valongo há uns sete, oito meses, e o Iphan aprovou (Revista História, 23 de maio de 2011).

Após a localização do Cais do Valongo, a arqueóloga e o historiador convidam organizações do movimento negro para uma visita ao cais e aos contêineres que guardam os objetos encontrados na área. Eles acreditam que somente com a efetiva inserção da comunidade de descendentes o processo de preservação da memória do local pode ser legítimo.

Várias reuniões são feitas entre o então subsecretário municipal de Patrimônio Cultural, Intervenção Urbana, Arquitetura e Design, Washington Farjado, e ativistas do movimento negro, que solicitam uma série de medidas à prefeitura. Tais solicitações resultam na promulgação do Decreto nº 34803, de novembro de 2011, que cria o Circuito Histórico e Arqueológico de Celebração da Herança Africana na zona portuária, muito procurado por turistas, e o Grupo de Trabalho Curatorial do Projeto Urbanístico, Arquitetônico e Museológico do Circuito[3], que faz recomendações ao processo de (re)construção da memória africana e afrodescendente na região.

Podemos pensar a tensão que o Porto Maravilha cria entre prefeitura, acadêmicos e lideranças negras em Pollak (1989), que propõe estudos sobre os embates entre memórias oficiais e memórias subterrâneas, 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 da 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 estão esquecidas ou silenciadas. Os embates criados pelo Porto Maravilha ao tentar se impor como política urbana dominante de transformação de espaços e, como nossa discussão revela, política dominante de memória trazem à tona memórias subterrâneas da região portuária.

A reivindicação de lideranças do movimento negro pela participação na constituição da memória do Cais do Valongo tenta garantir que o lugar não seja tomado pela gestão urbana como mais um ponto turístico que nada acrescenta à reflexão do papel da escravidão nas formações urbana e social da cidade. A prefeitura é pressionada e acaba incluindo no Porto Maravilha algumas ações não programadas no projeto.

Um dos pontos cruciais da nossa perspectiva teórico-metodológica é o interdiscurso, também chamado por Orlandi (1999) de memória

discursiva, “o saber discursivo que torna possível todo dizer e que retorna sobre a forma do pré-construído, o já dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada da palavra” (1999, p. 31). Nesse sentido, o contexto histórico das reformas urbanas do Rio de Janeiro como memória discursiva nos ajuda a perceber que os sentidos produzidos por um já dito em épocas outras, mesmo que distantes, afetam o modo como os discursos do Porto Maravilha significam a cidade e as favelas.

Verificamos no O Globo um trabalho de cristalização no intradiscurso. A ideia de revitalização aciona processos de intervenções urbanas passadas, e, na retomada desses acontecimentos memoráveis, transparece a memória discursiva operando. As reportagens trazem em si uma memória, pois são afetadas por dizeres outros sobre a zona portuária e grandes transformações urbanas do Rio que significam em diferentes momentos políticos da cidade, e que são em certa medida significadas ali. Gestos significados pela língua, pela história, pela memória, que deixam traços de filiação a uma rede de sentidos marcada pela ideologia e pelas disputas de poder na cidade.

Sentidos historicizados ao longo do tempo que propõem reformas urbanas como solução para demandas sociais, a favela como locus da pobreza, desordem e violência, e grandes eventos como forte argumento para mudanças na cidade até então não autorizadas. Como pontua Mendonça (2007), os significados cristalizados que transparecem no funcionamento discursivo do texto jornalístico apontam a existência de “uma voz anônima que se produz no interdiscurso, apropriando-se da memória (já dada) que se manifestará de diferentes formas em discursos distintos” (MENDONÇA, 2007, p. 179). Isso levará o leitor a interpretar conforme sua relação com a memória.

As memórias subterrâneas da região portuária que atravessam a gestão urbana são silenciadas no discurso de O Globo. As reportagens resgatam certas lembranças que evidenciam alguns aspectos em detrimento de outros. A ênfase na descoberta do Cais do Valongo pelas obras de revitalização se apoia em dados históricos para atribuir importância ao feito. Mas os embates socioculturais e políticos que se imprimem nesse processo não são problematizados. Mais ainda: tais reportagens não contribuem para o debate público sobre as consequências da escravidão e das favelas na forma preconceituosa como o negro, por vezes, ainda é visto e tratado pela sociedade.

O silêncio dessas questões transparece como uma tentativa de (re)encobrir, pelo esquecimento, a memória subterrânea posta à luz nas disputas simbólicas que envolvem a revitalização da região portuária. Nesse sentido, a referência a dados históricos como ilustração do conteúdo apresentado é:

[...] mais do que uma simples metáfora ilustrativa, o que está em jogo neste ‘efeito enciclopédico’ é uma construção política de mundo e da história recente, a partir do gesto de retomar, em sua fala, acontecimentos considerados ‘memoráveis’ (MENDONÇA, 2007, p. 118).

Ao selecionar determinados fatos sobre a região portuária e relegar outros ao esquecimento, O Globo enquadra mais a memória do Cais do Valongo no sentido da visibilidade turística do que na proposta de reflexão sobre uma história que tem

consequências graves nas relações sociais do presente. Este discurso corrobora a fala da gestão urbana e atende às demandas globalizantes do projeto de cidade.

A reportagem “Joias lapidadas” aborda a restauração da Igreja São Francisco da Prainha, do Jardim e do Cais do Valongo, do Centro Cultural José Bonifácio e dos galpões da Gamboa. Dados históricos sobre esses lugares, chamados pelo jornal de joias da cidade, servem para enfatizar o abandono em que eles se encontram e a recuperação dessas joias pelo Porto Maravilha: “o projeto tem devolvido o viço às joias históricas na zona portuária” (O Globo, 23 de agosto de 2012, p. 12).

A prática discursiva de O Globo o revela ator central na construção de uma nova imagem do Rio. A valorização simbólica da zona portuária transparece na importância atribuída às obras de restauração patrimonial, à descoberta do Cais do Valongo e à construção de novos museus. Imagem construída na ênfase da região como signo cultural. Podemos pensar essa dinâmica como um processo de musealização da cidade.

Huyssen (2000) propõe um olhar crítico sobre a musealização das cidades como um movimento compensatório de memórias e identidades destruídas pela modernização do mundo. Para o autor, trata-se de uma concepção extremamente simplista e ideológica que mascara o reconhecimento de que o senso seguro do passado é desestabilizado pela mídia: “a própria musealização é sugada neste cada vez mais veloz redemoinho de imagens, espetáculos e eventos e, portanto, está sempre em perigo de perder a sua capacidade de garantir a estabilidade cultural ao longo do tempo” (HUYSEN, 2000, p. 30).

Como aponta Huyssen (2000), a construção de museus com arquitetura arrojada, cujos projetos são assinados por arquitetos de fama internacional, é emblemática no processo de musealização e espetacularização das cidades, indicando que o uso da memória pela mídia também pode ser estrategicamente organizado para subsidiar interesses governamentais e mercadológicos. Nossa análise do O Globo dá a ver a musealização da cidade como operador discursivo da legitimação do Porto Maravilha e, por conseguinte, de um verdadeiro chamamento ao consumo da/na cidade.

3 Museu do Amanhã: cultura e cidade como espetáculos de consumo

A construção de museus, apresentados como obras de arte de arquitetos com fama internacional, não só se imprime no processo de musealização das cidades globalizadas, como também é peça essencial à revitalização de espaços urbanos. Esta lógica transparece nos discursos de O Globo pela visibilidade dada às construções do Museu de Arte do Rio (MAR) e, especialmente, do Museu do Amanhã. Não à toa isso acontece, visto que os dois museus são iniciativas da Prefeitura do Rio de Janeiro e da Fundação Roberto Marinho, uma parceria público-privada entre a gestão urbana e o Grupo Globo.

O MAR, tratado pelos discursos como o primeiro ícone da revitalização da zona portuária, foi inaugurado em primeiro de março de 2013, data do aniversário da cidade, na Praça Mauá. Próximo a ele, encontramos o Museu do Amanhã, inaugurado em dezenove de dezembro de 2015. Erguido no Pier da Praça Mauá, o projeto é do arquiteto espanhol Santiago Calatrava, conhecido internacionalmente por projetar a Torre de Montjuic, em Barcelona, a Cidade das Artes e das Ciências, em Valência, e a Gare do Oriente, em Lisboa.

Desde 2010, a maioria das reportagens de O Globo sobre o Porto Maravilha chama atenção para o Museu do Amanhã, apontado como o

principal símbolo da revitalização da zona portuária. Em 2 de novembro de 2011, “Museu do Amanhã, candidato a cartão-postal” intitula a matéria que cobre o lançamento da obra do museu. Detalha-se o projeto arquitetônico, desenvolvido sob o conceito de sustentabilidade, e ressalta-se a singularidade das experiências interativas que propõe ao visitante pensar o futuro da vida do homem e do planeta.

Na cerimônia de lançamento da obra, o prefeito Eduardo Paes disse que espera que o museu se transforme num novo marco arquitetônico do Rio. Paes comparou a estrutura ao Cristo Redentor, aos Arcos da Lapa e ao Sambódromo:

– O museu é a joia da coroa do projeto de revitalização do Porto. É um ícone que se constrói para o Rio e certamente entrará para o imaginário da cidade, como o Sambódromo, os Arcos da Lapa e o Cristo (O Globo, 2 de novembro de 2011, p. 14, grifos nossos).

O Museu do Amanhã aparece como uma obra monumental, uma obra de arte, que simboliza o que já é o futuro grandioso da cidade. Estamos diante de mais uma característica das cidades que seguem uma padronização espacial global: a construção de museus espetaculares. Passeando pela Praça Mauá e seus arredores, atualmente transfigurados pelo Porto Maravilha, moradores da cidade e turistas se deparam com as mesmas âncoras arquitetônicas de outros centros históricos revitalizados mundo afora. Patrimônios arquitetônicos restaurados, centros culturais, aquário marinho e museus. Tal observação nos remete à clonagem das cidades em Jeudy (2005), que faz uma analogia da reprodução de Veneza em cidades turísticas internacionais com a padronização estética promovida pela política urbana global.

Ao visitar Veneza, Jeudy observa uma cidade cuja “restauração jamais cometeu qualquer traição, ela permaneceu discreta, consistindo em manter em estado razoável o que está lá, mesmo corroído pelas águas do mar” (JEUDY, 2005, p. 150). Descrever Veneza, a delicadeza do patrimônio que revela o passar do tempo, alguns moradores e suas relações com a cidade, leva o autor a confrontar tais singularidades com a reprodução de Veneza em Las Vegas, um cenário belo e asséptico montado para turistas. E lamenta: “Veneza da China, Veneza da Bélgica, Veneza de Poitou...” (JEUDY, 2005, p. 151).

Ao fazer uma análise da patrimonialização e estetização urbanas promovidas por uma gestão urbana global neoliberalista, Jeudy (2005) questiona a representação simbólica das cidades contemporâneas. Num primeiro momento, o autor pontua que as diferentes possibilidades de leitura das cidades, as diferentes apropriações artísticas se desdobram na percepção crítica da transformação das cidades em museu de si mesmas, especialmente por um modelo homogeneizador que visa investimentos e turistas internacionais, não o habitante local. Um processo de museificação constante tributário à revitalização de zonas portuárias e centros históricos degradados.

A reportagem de O Globo enquadra simbolicamente o museu como cartão-postal. Tal enquadramento, no entanto, tende a apagar tudo aquilo que lhe soa estranho. Tomemos como exemplo a capa de O Globo em 28 de outubro de 2015. Há uma foto de meninos mergulhando, da então recém-inaugurada Praça Mauá, na Baía de Guanabara. Ao fundo, o Museu do Amanhã. A legenda da foto anuncia: “Desordem no novo cartão-postal”.

Da recém-reformada Praça Mauá, meninos mergulham nas águas poluídas da Baía de Guanabara. O novo cartão-postal carioca guarda velhos problemas. Flanelinhas controlam os estacionamento no entorno, tomado por moradores de rua. Visitantes cobram mais segurança e sinalização contra riscos de acidentes (O Globo, 28 de outubro de 2015, p. 1).

A reportagem é um exemplo expressivo do que o jornal compreende por cartão-postal: uma cidade ordenada pela redução dos sentidos da sua

polissemia. Aborda-se o mergulho dos meninos pelo viés da preocupação com a integridade física, uma vez que a Baía de Guanabara está poluída e a brincadeira é perigosa. Mas, na medida em que essa prática do espaço faz parte de uma pauta sobre desordem urbana, esses meninos também são apresentados como sujeitos naturais dessa desordem.

Esse mergulho na Baía de Guanabara indica que a cidade é abusada e desafia as representações que se constroem sobre ela. Tudo isso nos faz pensar sobre os vários Rios que habitam o Rio e que tentam ser contidos por discursos legitimadores de um projeto de cidade. São Rios contrastantes, obliterados pelas falas ordenadoras que constroem o imaginário de cidade maravilhosa. Discursos que se esforçam para transformar as várias cidades que coexistem em uma só. Revelar uma cidade que está em conflito o tempo todo não serve à lógica da cidade-mercadoria.

Retomando a reportagem “Museu do Amanhã, candidato a cartão-postal”, de 2 de novembro de 2011, o museu é discursivamente transformado em obra arquitetônica, artística. Os discursos do Porto Maravilha potencializam o Museu do Amanhã como signo visual urbano, assim como são potencializados a restauração de prédios/galpões e o Cais do Valongo, tomados como patrimônios arquitetônicos e culturais locais. Nesse sentido, a representação da zona portuária revitalizada se cristaliza em torno da imagem de lugares e equipamentos culturais, espaços estéticos atrativos para o turismo e especulação imobiliária.

Na reportagem de O Globo, o prefeito Eduardo Paes se vale de metáforas – “marco arquitetônico do Rio”, “joia da coroa do projeto de revitalização do Porto” – que supervalorizam a imagem do Museu do Amanhã, indicando que a consagração da revitalização é marcada por uma obra grandiosa e espetacular. Segundo Jeudy (2005), a consagração de museus como obras de arte arquitetônicas evidencia uma personificação das cidades. No entanto, para o autor, essa estratégia torna a cidade um produto valorizado pelos discursos governamentais e midiáticos.

A crítica de Jeudy (2005) tem por base o Museu Guggenheim, em Bilbao, concebido como espetáculo artístico para recuperar a autoestima da cidade e atrair investimentos e turistas. O sistema de franquias Guggenheim torna-se, dessa forma, paradigmático da lógica da competitividade interurbana, redefinindo o papel dos museus na disputa pelo capital simbólico que a arte é capaz de agregar às cidades.

A franquia Guggenheim introduz a moda de museus projetados por estrelas da arquitetura, prática que se mostra essencial à legitimação do modelo neoliberal de cidade. As reportagens que tratam do Museu do Amanhã ressaltam a assinatura do projeto pelo arquiteto Santiago Calatrava, estrela da arquitetura. A matéria “Como será o amanhã”, de 5 de outubro de 2014, aborda a construção do museu, imprimindo sua importância para se pensar o futuro da humanidade.

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 Pôr 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 de outubro de 2014, p. 42, grifos nossos).

A reportagem enfatiza a singularidade arquitetônica e a possibilidade que o museu traz de revisitar o passado para entender o presente, simulando futuros possíveis, estimulando a cidade a reconhecê-lo como um marco da revitalização, 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. A construção de uma “nova” imagem para cidades transformadas em museus se sustenta, em grande medida, no apagamento da memória desses espaços como paraísos de malandros, prostitutas e drogados.

O museu é chamado na reportagem de âncora cultural da cidade, juntamente com o Morro da Conceição, o Mosteiro de São Bento e o Museu de Arte do Rio (MAR). Vimos em reportagens analisadas anteriormente que o Cais do Valongo e prédios/galpões restaurados e transformados em centros culturais também se destacam como âncoras do Porto Maravilha. A cultura, nesse sentido, estabelece-se como operador discursivo na construção da imagem de marca da cidade, dando a ver o que Arantes (2012) chama de “culturalismo de mercado”.

Tratando-se de Porto Maravilha, observamos que tal movimento se inicia com a patrimonialização da zona portuária e a produção de eventos culturais, encontrando seu ápice na inauguração do MAR e, sobretudo, no do Museu do Amanhã. Arantes (2012) ressalta que a cultura, que nos primórdios da Era Industrial se cristalizou como esfera autônoma de valores antimercado, sob a égide neoliberal torna-se imagem, representação que se impõe como âncora identitária de uma nova urbanística que tudo transforma em animação cultural. Para a autora, é mais uma faceta da cidade-mercadoria, vendida por um processo de marketing urbano que captura restaurações e equipamentos culturais como iscas culturais do capitalismo.

As reportagens de O Globo que dão a ver a musealização da cidade materializam, discursivamente, cultura e cidade como mercadorias, que têm o preço inflacionado por políticas discursiva-culturais que transformam simbolicamente a zona portuária em museu urbano, uma “isca cultural” que pode reativar a economia via consumo da/na cidade.

Podemos pensar o jornalismo ocupando um papel importante na construção da imagem de marca da cidade, na medida em que observamos nas matérias analisadas o atravessamento de um discurso publicitário que corrobora a gestão urbana. O tratamento dado ao Museu do Amanhã é emblemático dessa lógica, fazendo do jornal um dos principais atores do processo de branding urbano, que espetaculariza a memória, a cultura e o próprio espaço zona portuária para vender a cidade ao consumo global.

Segundo Jaguaribe (2011), a eleição do Rio como sede de megaeventos esportivos possibilita a implementação de um projeto de cidade que visa transformá-la em competitiva globalmente. Tornam-se cruciais as estratégias de visibilidade e de identificação no imaginário global por meio de investimentos publicitários conhecidos como branding. Para a autora, na atual economia capitalista, o branding se desenvolve pela ação conjunta entre autoridades administrativas e políticas, empresários do setor privado, arquitetos, urbanistas e agências de publicidade. Mas como nossa análise de *O Globo* aponta, podemos incluir nessa ação conjunta o jornalismo.

[...] O branding urbano é uma invenção deliberada que faz uso de uma variedade de repertórios e representações para maximizar lucros e recursos. As estratégias de branding são autoconscientes, instrumentais e pragmáticas porque a dimensão criativa está a serviço do incremento lucrativo. Embora o branding exitoso possa criar cenários urbanos a priori que são diretamente inscritos e programados para fins específicos tais como é o caso da invenção das “fantasy cities” como Las Vegas, Orlando, entre outras, o branding também pode reciclar repertórios culturais prévios domesticando-os como locais pitorescos (JAGUARIBE, 2011, p. 330, grifos da autora).

O Museu do Amanhã desponta como um elemento discursivo que agrega valor à marca Rio, que se reconstrói sob novas mediações entre o público e o privado. As reportagens de *O Globo* apontam para a materialização discursiva de uma parceria público-privada: a Prefeitura do Rio de Janeiro e a Fundação Roberto Marinho. A política urbana neoliberal leva gestores urbanos a atuarem como empresários, tornando as cidades o principal produto da gestão. Com efeito, as cidades passam a ser vendidas sob estratégias publicitárias e de marketing.

Entendemos o branding urbano do Rio de Janeiro como um processo de fetichização mercadológico da memória, da cultura e do espaço zona portuária. O próprio nome Porto Maravilha, assim como a exaustiva alcunha de cidade maravilha, que ainda se faz mote das campanhas publicitárias, produz sentidos de maravilhamento, de assombro.

Inquietante é observar que o jornalismo de *O Globo* potencializa o trabalho da comunicação institucional do Porto Maravilha, o que não surpreende quando se trata de Museu do Amanhã, visto que a Fundação Roberto Marinho é parceira da prefeitura na concepção do museu. Tal conduta, entretanto, é questionável quando pensada à luz do fazer jornalístico, que deveria problematizar o projeto de cidade, e não atuar como mais um veículo de propaganda da prefeitura.

4 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, alinham-se 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. Nesse sentido, nossa análise dá a ver que a orquestração de vozes, sentidos, silêncios e memória desenvolvida pelo jornal O Globo o torna ator central dessa rede de mercantilização da cidade. Os discursos do jornal se afinam com as estratégias da comunicação institucional do Porto Maravilha. Tais objetos falam do mesmo lugar, apontando para uma complementaridade entre as ações governamentais e os modos como essa nova ordem urbana é representada discursivamente pelo jornal.

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.
- BASTOS, I. Joias lapidadas. O Globo, Rio de Janeiro, 23 ago. 2012. Editoria Rio, p. 12.
- BASTOS, I. Museu do Amanhã, candidato a cartão-postal. O Globo, Rio de Janeiro, 2 nov. 2011. Editoria Rio, p. 14.
- DAFLON, R. Ruínas nos subterrâneos do Porto Maravilha. O Globo, Rio de Janeiro, 2 mar. 2011. Editoria Rio, p. 22.
- HALBWACHS, Maurice. A memória coletiva. São Paulo: Vértice, 1990.
- HARVEY, David. A condição pós-moderna. São Paulo: Edições Loyola, 1992.
- HUYSEN, Andreas. Seduzidos pela memória: arquitetura, monumentos, mídia. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.
- JAGUARIBE, Beatriz. Imaginando a Cidade Maravilhosa: modernidade, espetáculo e espaços urbanos. Porto Alegre: Revista Famecos, v. 18, n. 2, p. 327-347, 2011.
- JEUDY, Henri-Pierre. Espelho das cidades. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2005.
- MENDONÇA, Kleber. Ruínas discursivas: a ocupação midiática sem-terra como máquina de guerra nômade. 265 folhas, Tese (Doutorado em

- Comunicação Social) – Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2007.
- ORLANDI, Eni. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. Campinas, SP: Pontes, 1999.
- POLLAK, Michel. Memória, esquecimento, silêncio. In: *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, vol. 2, n. 3, 1989, p. 3-15.
- SÁNCHEZ, Fernanda. *A reinvenção das cidades para um mercado global*. Chapecó, SC: Argos, 2010.
- SCHMITT, Luiz Gustavo. Desordem no novo cartão-postal. *O Globo*, Rio de Janeiro, 28 out. 2015. Capa, p. 1.
- SCHMIDT, S. Como será o amanhã. *O Globo*, Rio de Janeiro, 5 out. 2014. Editoria Rio, p. 42.

Notas

- [1] O Cais do Valongo tem forte simbolismo. Construído em 1811, o cais recebia os pretos novos africanos que seriam comercializados como escravos. Em 1843, foi reformado para receber a princesa Teresa Cristina das Duas Sicílias, que chegaria da Europa para se casar com o imperador D. Pedro II. O cais passou a se chamar Cais da Imperatriz. Pereira Passos, na reforma urbana que empreendeu no início do século XX, aterrou a área e construiu a Praça Jornal do Comércio, num gesto de apagamento dos vestígios de uma cidade colonial.
- [2] Disponível em: . Acesso em: 23 ago. 2015.
- [3] O circuito contempla cinco pontos de visitação: Cais do Valongo, Pedra do Sal, Jardim do Valongo, Largo do Depósito e o Instituto dos Pretos Novos. A descrição e objetivos do circuito, assim como os objetivos e os membros que compõem o Grupo de Trabalho Curatorial. Disponível em: . Acesso em: 23 ago. 2015.