



Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais

ISSN: 1517-4115

revista@anpur.org.br

Associação Nacional de Pós Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional

Marques de Mesentier, Leonardo; da Costa Moreira, Clarissa
Produção da paisagem e grandes projetos de intervenção urbana: o caso do Porto
Maravilha no Rio de Janeiro Olímpico
Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais, vol. 16, núm. 1, mayo, 2014, pp. 35-50
Associação Nacional de Pós Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional
Recife, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=513951681003>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica
Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

PRODUÇÃO DA PAISAGEM E GRANDES PROJETOS DE INTERVENÇÃO URBANA:

O CASO DO PORTO MARAVILHA NO RIO DE JANEIRO

OLÍMPICO

**LEONARDO MARQUES DE MESENTIER
CLARISSA DA COSTA MOREIRA**

R E S U M O : *Qual será o lugar da paisagem nos grandes projetos de reestruturação urbana contemporâneos? Como intervenções na paisagem podem contribuir para processos de valorização imobiliária e gentrificação urbana? Para analisar estas questões, este trabalho busca realizar uma leitura da transformação e produção da paisagem urbana, decorrentes de uma grande intervenção no Porto da Cidade do Rio de Janeiro, num contexto onde a cidade passa a abrigar megaeventos de alcance mundial. De que modo a paisagem do Porto do Rio de Janeiro está se constituindo? Quais camadas morfológicas ela remove, quais mantém e que novas camadas introduz? O que inspira, o que reproduz e quais seus impactos sobre a “imagem” e o imaginário sobre a área do porto? Essas são as questões que se pretende trabalhar ao longo deste artigo.*

P A L A V R A S - C H A V E : *paisagem; identidade social; reestruturação urbana; utopia.*

INTRODUÇÃO

A noção de paisagem é explorada em diversos campos de reflexão acadêmicos que tomam a relação entre as sociedades humanas e seu habitat como objeto de estudo, como a Geografia, a Sociologia e a Antropologia. Este trabalho busca analisar o tema a partir de uma perspectiva urbanística, estabelecendo um diálogo com estes outros campos, com destaque para a Geografia Urbana. A presente análise se detém, assim, sobre as tensões e disputas em jogo nos processos de leitura, transformação e construção da paisagem urbana. Tomaremos os impactos e transformações decorrentes de uma grande intervenção urbana no Porto da Cidade do Rio de Janeiro e suas implicações socioculturais, num contexto onde a cidade passa a abrigar megaeventos de alcance mundial.

Qual será o lugar da paisagem nestes grandes projetos de renovação urbana contemporâneos? Entre as atividades econômicas, não só os fluxos turísticos e as atividades imobiliárias têm como um de seus condicionantes a paisagem da cidade. As atividades de serviço, que formam o setor preponderante das economias das metrópoles contemporâneas, incorporam ao valor da sua produção o valor associado à imagem do lugar onde esses serviços são produzidos. O mesmo acontece com certos produtos que agregam alto teor de valor cultural, como, por exemplo, os da indústria da moda ou da manufatura do vinho. Nesses produtos o valor agregado

sofre a influência da projeção, nas mídias globais, da imagem dos lugares onde são produzidos. O reconhecimento da paisagem como um ativo no contexto de grandes empreendimentos imobiliários e suas rápidas temporalidades tem graves implicações sobre a vida nas cidades. Políticas urbanas passam a ter como objetivo difundir, promover, preservar e, por que não, produzir a paisagem das cidades, capazes de atrair fluxos de capitais e consumidores.

Visto que as paisagens são usadas para agregar valor a bens e serviços – desde propagandas até embalagens de produtos –, parece-nos então necessário perguntar como isso se processa.

Olhando especificamente para o mercado imobiliário, percebe-se que a promoção da valorização imobiliária de uma área urbana está ligada à produção de “imagens-síntese” dos lugares, que buscam vários graus de identificação com seus grupos-alvo, trabalhando, ainda, a percepção mesma da paisagem urbana “real”.

Status, sossego, segurança, dinamismo e outras qualidades ressaltadas no sistema de valores hegemônico são evocadas para aumentar a atratividade e o poder de sedução da “imagem” dessa área junto ao público capaz de constituir a demanda efetiva à produção imobiliária – como se percebe facilmente em *outdoors* e panfletos de venda de empreendimentos imobiliários.

Relações entre identidade e território parecem estar, desse modo, na base das escolhas dos lugares de predileção de residência e consumo pelos agentes econômicos. De fato, como observa Sánchez (2001), neste processo operado por gestores e promotores do investimento imobiliário e urbano, “as múltiplas identidades e diferentes formas de vida social, que coexistem na cidade, são simplificadas, depuradas numa única identidade que se pretende sintética” (SÁNCHEZ, 2001, p. 37).

O reconhecimento dessa relação leva ao debate sobre a produção de uma nova paisagem “real” pela gestão urbana, que busca repetir ou “evocar” aquela pretendida nas imagens do próprio marketing urbano – perseguindo efeitos de semelhança com aqueles propostos nas imagens-síntese –, afetando, nesse processo, as relações entre as identidades construídas pelos grupos sociais em sua localização no território.

É no sentido de contribuir para o esclarecimento dessa questão que este artigo se coloca, tomando como objeto de estudo o caso do Porto do Rio de Janeiro. Nesse caso específico, cabe ainda perguntar sobre essa intervenção que já está acontecendo: no que ela se inspira, ou o que reproduz no imaginário coletivo? Quais são seus objetos de predileção e seus objetos a excluir ou ocultar? Quais os impactos dessa operação sobre a cidade em sua dimensão mais ampla?

A AMBIVALÊNCIA PRESENTE NA NOÇÃO DE PAISAGEM

As questões propostas no tópico anterior remetem à relação complexa entre uma formação socioterritorial, sua paisagem e o imaginário social que dela resulta, nas diferentes escalas do território (o bairro, a cidade, a nação, o mundo). De fato, a noção de paisagem estabelece uma relação entre a consciência e o mundo exterior, marcada pelo sentido da visão. Através de processos afetivo-cognitivos a paisagem passa a integrar

um imaginário e um “mundo” próprios, e, nesse sentido, é constitutiva de identidades e afetos no indivíduo e no grupo.

A noção de paisagem cultural¹ convoca, portanto, por um lado, uma relação afetiva e de identificação entre a cultura de certa formação socioterritorial e uma “síntese” complexa e, sobretudo, visual (mas com inclusão dos demais sentidos) do seu habitat. As coletividades humanas ainda hoje, apesar da crescente mobilidade e da complexidade da circulação de imagens e informações, parecem continuar a estabelecer importantes conexões com certas partes do território – associações privilegiadas e de cunho “identitário” que participam da definição e na própria constituição do coletivo.

No entanto a palavra paisagem não deixa de “convocar” uma seleção, um olhar determinado, nessa síntese que se estabelece em meio à multiplicidade de formas e aspectos de um lugar. Esta seleção está, muitas vezes, ligada às qualidades estéticas dominantes de certas parcelas especiais do habitat, dado que, pelo menos na cultura ocidental, a noção de paisagem se constituiu associada a fenômenos de ordem estética² ou pictórica. A noção de paisagem contém em si, na atualidade, a evocação do valor estético culturalmente dominante e também a evocação da identidade particular de um grupo social.

Seja uma réplica da estátua da liberdade colocada em frente a um *shopping center* ou um casario melindroso do século XIX, disposto de forma caprichosa, ao longo de ladeiras sinuosas, por onde desfila um vagaroso bondinho; sejam torres e arranha-céus de vidro ultramodernos, tendo como pano de fundo o árido terreno seco, ou um casario tradicional em madeira, onde se destacam muxarabis; seja a silhueta de uma metrópole ou as precárias construções encarapitadas num morro, às quais se sobrepõe uma faixa pedindo paz, a paisagem constitui-se num dos fatores da formação de identidades – e de desidentificação, conforme o caso. Woodward (2012, grifo da autora) indica que processos de construção de identidade requerem “sistemas **simbólicos** de representação” que contribuam para demarcar as diferenças entre as identidades culturais. Nesse sentido, resgatando o pensamento de Durkheim, a autora afirma que, “sem símbolos, os sentimentos sociais teriam uma existência precária” (WOODWARD, 2012, p. 40-41). E acrescenta:

É por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência e aquilo que somos. Podemos inclusive sugerir que esses sistemas simbólicos tornam possível aquilo que somos e aquilo no qual podemos nos transformar. A representação, compreendida como processo cultural, estabelece identidades individuais e coletivas e os sistemas simbólicos, nos quais se baseia, fornecem possíveis respostas às questões: Quem sou? O que eu poderia ser? Quem eu quero ser? Os discursos e os sistemas de representação constroem os lugares a partir dos quais os indivíduos podem se posicionar e a partir dos quais podem falar. (WOODWARD, 2012, p. 18).

Nesse sentido, as paisagens ganhariam valor simbólico para a constituição de identidade e memória das formações socioterritoriais (países, regiões, cidades), na medida em que seus significados são produzidos ao longo de um processo secular; a sociedade transforma o território onde se instala através do trabalho e das demais relações que aí se praticam. Estes processos impregnam e alteram continuamente a imagem do lugar de significados que se associam às memórias coletivas. Nesses sítios, assim constituídos através do tempo, o valor para a identidade cultural é, portanto, fruto de

1 No mundo só existem paisagens se parcelas do território são assim reconhecidas pela consciência e, portanto, o próprio reconhecimento de paisagens, ainda que sejam áreas intocadas pela produção humana, é mediado pela cultura; e assim o será tanto mais quanto essa paisagem seja produto do processo histórico humano.

2 A grande maioria das pessoas vê beleza nos campos de cultivo de lavanda, mas o agricultor da lavanda, para além da beleza, vê a si mesmo: vê seu trabalho e suas dores, seu cotidiano, sua tradição histórica e sua condição social.

3 Uma perspectiva especialmente importante para compreender as consequências culturais de processos de segregação socioterritorial associados à urbanização.

4 Vale lembrar que para a pintura paisagista, que ganha força a partir do renascimento, a composição se inicia com a escolha de um segmento de mundo que será representado do ângulo a partir do qual ele será representado, procedimento que estabelece o que é paisagem e o que não é.

um processo histórico irreproduzível. Halbwachs (2006) assinala as profundas relações que se estabelecem entre o território e as construções culturais que conformam a memória, determinantes para a construção de identidades. Poder-se-ia inclusive compreender, a partir da leitura de Halbwachs (2006), a existência de um sentido social de territorialidade, associado à relação entre determinados grupos sociais e o território onde vivem.³

Por outro lado, se toda percepção que a consciência realiza do mundo é, de fato, mediada pela cultura, o recorte estético implícito na noção de paisagem, por si mesmo, torna ainda mais evidente essa mediação cultural. Nessa perspectiva estética, paisagem é tudo que se vê num certo enquadramento visual, mas nem tudo que se vê é paisagem, sobretudo de acordo com uma estética hegemônica, pois nem toda visão do território aparece aos olhos como “obras de arte”, mesmo quando essa paisagem tenha valor para a constituição de identidade social, como uma favela, por exemplo.⁴

Se, com uma ênfase estética, a noção de paisagem pressupõe uma seleção e valorização estética de uma parcela do mundo percebido, uma escolha de certas partes e de certos olhares em detrimento de outros, fica estabelecido o viés que se constitui e uma referência aos grupos sociais que, muitas vezes, inclui ou exclui.

Atuar sobre a paisagem implica, portanto, realizar escolhas que intervêm sobre a relação entre os grupos sociais e é, assim, uma das chaves na constituição de hierarquias sociais. Consequentemente, é preciso considerar que, sob o argumento, implícito ou explícito, da melhoria da qualidade da paisagem, colocam-se pretextos para imposições de deslocamentos de referências culturais, componentes ativos das identidades sociais. Deslocamentos estes capazes de fortalecer e reproduzir hegemonias culturais. Neste contexto, Sánchez (2001) observa que:

A leitura da cidade e sua disputa expressam a política, são fatos essencialmente políticos. As identidades são relacionalmente construídas como parte do processo político mediante relações de poder, mapas do poder, geometrias do poder. Esse reconhecimento pode levar à renegociação dessas identidades, pois reformular o modo através do qual se representa o espaço é também uma ação política”. (SÁNCHEZ, 2001, p. 37).

Seguindo este raciocínio, pode-se então afirmar a dimensão política da paisagem, considerando todas as disputas presentes tanto em sua produção e transformação quanto na sua leitura ou interpretação.

PAISAGEM URBANA, VALORIZAÇÃO IMOBILIÁRIA E GENTRIFICAÇÃO

Para Smith (2007), a gentrificação é intrínseca ao processo de urbanização nas sociedades de economia capitalista. O lucro imobiliário é indissociável de processos de valorização do solo urbano. Acompanhando as transformações econômicas, ao longo do tempo, áreas da cidade desenvolvem potenciais de valorização, que o capital imobiliário busca realizar com seus empreendimentos, promovendo a transformação do uso do solo em direção a um valor superior ao anteriormente existente. “Assim, todo processo de crescimento e desenvolvimento urbano [...] se associa a “[...] um constante arranjo, estruturação e reestruturação do espaço urbano” (SMITH, 2007, p. 20).

No entanto, é preciso distinguir a gentrificação que resulta de processos descoordenados de atuação dos agentes econômicos no setor imobiliário daquela gentrificação que decorre de um processo de reestruturação coordenado, por ações que Harvey (2005, p. 172) chamou de “novo empreendedorismo” e que têm como elemento principal a parceria público-privada, envolvendo a ação combinada de fortes investimentos, realizados com grande intensidade no tempo e sob uma grande parcela da cidade. Harvey (2005) entende que se trata de empreendedorismo, pois “na execução e no projeto, é especulativo, sujeito a todos os obstáculos e riscos associados ao desenvolvimento especulativo.” (HARVEY, 2005, p. 173).

O grande impulso para essas ações de gentrificação, associado à expectativa que alimenta tais projetos, decorre, para Smith (2007), do diferencial de valorização (*Rent Gap*) atrelado à mudança de uso do solo em certa área da cidade. Esse diferencial teria sua origem no próprio processo de desvalorização de certos setores do capital, vis-à-vis a valorização de outros setores.

Para a compreensão do caso do Porto Maravilha no Rio de Janeiro, vale recuperar a análise de Harvey (2004, p. 192) para Baltimore, quando assinala que “o uso de containers nas operações portuárias e o carregamento automatizado de navios” desvalorizou certas áreas portuárias. Do outro lado, o crescimento dos serviços contribui para explicar a expectativa em relação ao diferencial de valorização (*Rent Gap*) entre os usos existentes e previstos, que alimenta as estratégias de gentrificação presentes nos projetos de empreendedorismo urbano.

Esse diferencial de valor do solo urbano (*Rent Gap*) é, portanto, resultado da “dialética dos processos complementares de valorização e desvalorização” do capital (SMITH, 2007, p. 26), que acompanha os processos de reestruturação da economia, ou seja, o processo de reestruturação do capital “compreende também o ambiente construído” (SMITH, 2007, p. 26). Em relação aos processos de reestruturação das áreas centrais, a expectativa de Smith (2007) é de que:

A lógica da atual reestruturação (levaria a) um centro urbano dominado por funções executivas, financeiras e administrativas de alto nível, habitações de classe média e classe média alta, e um complexo de hotéis, restaurantes, cinemas, lojas e espaços de cultura oferecendo lazer a população. (SMITH, 2007, p. 28).

Frente ao exposto e considerando a ambiguidade entre estética dominante e a construção de identidades sociais contida na ideia de paisagem, ambiguidade que propicia um amplo terreno de tensões e disputas, é possível entender melhor o lugar da paisagem nos grandes projetos de renovação urbana contemporâneos.

A paisagem é um elemento relevante para as identidades sociais e ao mesmo tempo motor da valorização imobiliária de uma área urbana, pois é capaz de fortalecer uma relação de identidade e de desejo entre essa área e o público apto a constituir a demanda efetiva à produção imobiliária nessa área. A produção de paisagens atraentes aos setores de maior renda torna-se uma operação relevante, senão crucial, para os mercados imobiliários das cidades cada vez mais pautados na velocidade dos negócios e na redução de riscos.

“A beleza se paga”. A frase cunhada por Agache, urbanista francês que elaborou o Plano do Rio de Janeiro no final dos anos 20 do século XX, é mais atual que nunca. Com uma clarividência quase secular, Agache alertava para a importância da paisa-

gem, se não por outro motivo, porque ela constituía um ativo econômico relevante. A questão da paisagem leva, portanto, à reflexão sobre a interface entre economia, cultura e o desenvolvimento das cidades na contemporaneidade.

A valorização imobiliária de uma área urbana, como se pode observar, na maior parte dos projetos urbanos contemporâneos pós-Bilbao, é, portanto, acompanhada de uma valorização imagética dessa mesma área. Se o que se deseja em uma determinada operação urbana/imobiliária é lançar um processo de substituição de população, capaz de sustentar a valorização econômica de determinado bairro, então parece estratégico que essa valorização imobiliária seja associada a elementos de paisagem que reportem a uma nova identidade que a aproxime dos extratos sociais de maior renda ou, pelo menos, que não provoque “rupturas” com os valores hegemônicos. Intervenções urbanas que introduzem uma imagem esteticamente forte nos espaços urbanos têm sido identificadas por alguns autores como uma estratégia de *city marketing*.

As estratégias de valorização imobiliária passam então a incorporar, numa perspectiva de ordenamento estético que atropela as relações de identidade já constituídas, um processo de produção de paisagens urbanas associadas a signos próprios dos extratos de maior renda, que evoquem as referências da cultura dominante, tais como sustentabilidade, refinamento cultural e novidade tecnológica, o que tem sido feito algumas vezes com a introdução de edificações ícones e/ou através de projetos urbanos elaborados por arquitetos de renome internacional, e outras vezes com a repetição de uma estética padrão global – torres envidraçadas, design considerado arrojado, etc.

Assim, produz-se uma área com uma imagem capaz de evocar no imaginário social uma cidade que, pela sua aparência/imagem/paisagem, sugere ser possível a superação dos problemas da vida urbana contemporânea: poluição, embrutecimento cultural, insegurança, mesmice tecnológica. No entanto, prossegue a manutenção das mesmas relações, estruturas, processos e contradições sociais precedentes.

Trata-se de produzir um imaginário “positivo” que garanta a continuidade do *status quo*, afastando tudo aquilo que contradiz ou incomoda – alinhado com o que Harvey (2004) chamou de uma “utopia degenerada”⁵, utilizando o termo de Louis Marin –, mediado pela paisagem produzida, no mundo real ou no virtual⁶, que mobilize recursos da coletividade e constitua novas relações de identidade entre os grupos sociais e as parcelas do território.

UTOPIA, IMAGEM, IMAGINÁRIO, IDENTIDADE

Cidade Olímpica e o Porto Maravilha parecem estar associados dentro de uma mesma perspectiva de construção de uma “utopia” para o Rio de Janeiro, em que a paisagem desempenha um papel quase absoluto. Aqui cabe tomar a noção de utopia com o sentido que lhe dão Mannheim (1976) e, mais recentemente, Harvey (2004).

O futuro, mesmo não tendo existência tangível, tem uma existência real na consciência. Sonhos, desejos, projetos e planos representam a presença do futuro no presente. Assim, os elementos que constituem o futuro na consciência social são forças ativas do presente e a tensão entre a imagem do futuro na consciência e o presente tangível cria uma força decisiva para a mobilização dos esforços sociais. Entre os elementos que constituem o futuro, na consciência social, estão as utopias.

Para Mannheim (1976, p. 229), “quando a imaginação não encontra sua sa-

5 Harvey (2004, p. 220), ao analisar o contexto do processo de “revitalização” do Porto de Baltimore, EUA, propõe que resultantes deste processo evocariam utopias que convocariam imaginários e desejos associados a utopias que o autor qualifica como “burguesas”, “yuppies”, “degeneradas”.

6 Na vida contemporânea, as tecnologias de informática tornaram tão importantes a produção de paisagens virtuais das áreas objeto de intervenção urbana quanto a produção de paisagens reais.

tisfação na realidade existente, busca refúgio em lugares e épocas desiderativamente construídos”, e a questão que se coloca então para o pensamento crítico é “descobrir o momento em que as ideias situacionalmente transcendentais se tornam pela primeira vez ativas”.

Mannheim (1976) sugere ainda que as utopias estão vinculadas a extratos sociais particulares, específicos, permitindo concluir que as utopias são também elementos relevantes na formação das identidades dos grupos sociais, bem como de sua vontade e de sua ação. Nesse sentido, afirma que: “A estrutura interna da mentalidade de um grupo nunca pode ser mais claramente captada do que quando tentamos compreender sua compreensão do tempo à luz de suas esperanças, aspirações e propósitos.” (MANNHEIM, 1976, p. 233).

Tomado com esse sentido, o conceito de utopia se torna extensivo a todas as perspectivas sociais que se encontram incapazes de apresentar soluções objetivas para seus problemas no presente e, por isso, recorrem à construção de imagens ideais de um mundo que se realizará no futuro. Harvey (2004) fala em “utopias burguesas” e, em seguida, acrescenta: “As utopias de modo geral recebiam uma forma distintivamente urbana, e boa parte daquilo que passa por planejamento urbano ou de cidades tem sido infectado (alguns prefeririam ‘inspirado’) por modalidades utópicas de pensamento.” (HARVEY, 2004, p. 207).

Harvey (2004) parece apontar para o fato de que, diante da impossibilidade de resolver os problemas que a cidade contemporânea coloca, imagens da cidade ideal passam a ser produzidas com o objetivo de alimentar o imaginário correspondente aos desejos “burgueses”, isto é, aos desejos das camadas sociais urbanas de maior renda.

“A maneira como nossa imaginação individual e coletiva funciona é, portanto, crucial para definir o trabalho da urbanização” (HARVEY, 2004, p. 211). Nesse sentido, a reflexão crítica sobre a produção concreta de imagens que vão alimentar o imaginário torna-se relevante para “enfrentar o utopismo oculto” (HARVEY, 2004), presente nos grandes projetos de intervenção urbana, como é o caso do projeto Porto maravilha.

A existência no mundo real de utopias imaginadas requer a produção concreta de representações visíveis dessa utopia. Assim, na medida em que a produção da paisagem, real e virtual, é um dos elementos relevantes da produção do imaginário e das identidades coletivas sobre certas partes do território da cidade, produzir paisagens é produzir referências para uma utopia urbana. A paisagem se constitui no vínculo concreto entre a utopia sugerida e a identidade do consumidor desejado. Se seguimos as categorias de Harvey (2004), refletir sobre a paisagem é, portanto, um dos caminhos para o desvendamento do utopismo oculto e degenerado presente nas estratégias de marketing imobiliário na contemporaneidade.

Ao buscar compreender esses grandes projetos de intervenção urbana é preciso considerar que:

A venda de um [...] lugar passa a ser ela mesma parte da arte da apresentação utópica. É nesse momento que ondas retóricas extraídas de utopias da forma espacial se combinam com ondas retóricas referentes ao utopismo do processo, para gerar as formas utópicas degeneradas e comercializadas que nos cercam por todos os lados. (HARVEY, 2004, p. 238).

Contudo, nesse processo, há que considerar: primeiro, que “a parceria entre poder público e iniciativa privada significa que o poder público fica com os riscos e a iniciativa privada fica com os lucros” (HARVEY, 2004, p. 190); e, segundo, que são distintas as situações de vendedores – aqueles que atuam ativamente no sentido de produzir expressões utópicas da cidade e com o objetivo de valorizar e vender determinada área urbana – das dos potenciais compradores, que serão capturados com a expectativa de uma cidade livre dos problemas: poluição, insegurança, mobilidade truncada, marginalidade, alienação.

AS CAMADAS DA PAISAGEM NO PORTO DO RIO

Ao tratar da paisagem urbana, Cullen (1996) inicia com a indicação de que uma construção isolada remete diretamente à arquitetura; “mas um grupo de construções imediatamente sugere uma arte diferente”, “a arte do relacionamento.” (CULLEN, 1996, p. 1, 10).

Para Cullen (1996), a paisagem urbana se constitui a partir da relação entre elementos do sítio geográfico com o ambiente edificado pela sociedade, com suas edificações, espaços públicos e percursos, estes últimos com a responsabilidade de condicionar a percepção dinâmica da paisagem urbana. Segundo esse olhar, pode-se entender que os significados das paisagens estão contidos no significado cultural dos seus elementos, mas também no significado que decorre da relação desses elementos na paisagem: o significado de um elemento se modifica pela presença do significado do outro. Os elementos não são lidos isoladamente, mas sim a partir da sua relação. A paisagem é “relacionamento”, segundo a leitura de Cullen (1996).⁷

A significação da paisagem atual do Porto do Rio de Janeiro deve ser vista, portanto, a partir do resultado de camadas sobrepostas, através de quatro séculos de história urbana. Uma história que não foi feita apenas de momentos gloriosos. Ali também estão presentes imagens de resistência e lutas, expressão de revoltas, de dificuldades, de processos de dominação e exclusão social.

Considerando as diferentes morfologias presentes naquela área e sua significação cultural, grosso modo, é possível identificar dois grandes grupos de configurações de paisagem: as paisagens da Saúde e Gamboa, mais próximas ao Centro do Rio de Janeiro; e a paisagem do Santo Cristo, mais próxima da Rodoviária Novo Rio e da Estação da Leopoldina. Em cada uma delas, as morfologias arquitetônicas e urbanísticas que se articularam para constituir elementos significativos formatam predominâncias que dominavam a paisagem local.

Na área referente aos bairros de Saúde e Gamboa, encontra-se o casario mais antigo, baixo, com o lote profundo, implantação urbana das casas na testada do lote e colada na divisa e traçado viário irregular, cujo tipo de morfologia arquitetônica é oriundo da arquitetura do período colonial e imperial. Essa morfologia predomina no Morro da Conceição, em parcelas expressivas do Morro da Saúde e na área entre as ruas do Livramento e Conselheiro Zacarias.

Separados desse conjunto pela Rua Sacadura Cabral, nesse trecho também está a estrutura morfológica que resultou da ampliação e da renovação do porto do Rio de Janeiro, na primeira metade do século XX. Ali estão grandes armazéns em grandes

⁷ Um casario baixo constitui uma paisagem; um casario baixo no meio do qual se destaca um arranha-céu é outra paisagem. Um casario antigo forma um tipo de paisagem; um casario antigo no meio do qual se destaca um prédio futurista forma outro tipo de paisagem.

lotes, com uma conformação que remete às estruturas portuárias da cidade industrial, no início do século XX.

Costurando toda a área ao longo da Avenida Rodrigues Alves, encontram-se os armazéns do porto da cidade industrial cortados pelo ícone da paisagem urbana que resultou da cidade fordista, a Avenida Perimetral, com seu elevado hoje quase integralmente demolido. Essa configuração da paisagem se estende até a área do Santo Cristo.

Figuras 1 e 2: Imagens representativas do casario antigo - Rua Leôncio Albuquerque, com o Morro da Providência ao fundo; e Final da ladeira João Homem, Morro da Conceição



Fonte: Fotos de Leonardo M. de Mesentier.

Figuras 3 e 4: Paisagem que evoca a industrialização da primeira metade do século XX



Fonte: Fotos de Clarissa Moreira e Leonardo M. de Mesentier.

Figura 5: Avenida Perimetral



Fonte: Foto de Clarissa Moreira.

Na área correspondente ao bairro do Santo Cristo, o conjunto de armazéns tem como pano de fundo a mais antiga favela carioca, o Morro da Providência, com suas quebradas, vielas e escadarias ladeadas de casas, algumas tão antigas quanto os sobrados hoje preservados. Essa combinação domina a paisagem, onde se destaca o Conjunto Habitacional dos Marítimos⁸.

⁸ Projeto do arquiteto Firmino Saldanha, que, datando de 1955, representou no passado a utopia da superação da condição habitacional existente então no Morro da Providência.

Figuras 6 e 7: Referências da paisagem predominante na área do Santo Cristo - Conjunto dos Marítimos e Morro da Providência



Fonte: Fotos de Clarissa Moreira e Leonardo M. de Mesentier.

Como um todo, o conjunto remetia a uma paisagem identificada com a vida portuária, com a moradia operária, com a cidade industrial e a cidade fordista. É precisamente a relação entre essa constituição de identidade cultural do lugar, a configuração morfológica e a paisagem resultante que está sendo reestruturada naquela região.

O PROCESSO DE REESTRUTURAÇÃO DA PAISAGEM NO PORTO MARAVILHA

O processo em curso, de reapropriação da paisagem urbana e de seu significado, baseia-se na combinação da remoção da Av. Perimetral com a inserção da via Binário, do VLT, de Museus, de um Aquário; e, ainda, na resignificação do casario antigo, recuperação do estado de conservação física de alguns edifícios históricos importantes, sem que se possa esquecer que a simples produção das novas calçadas com desenho urbano bem definido – claro e luminoso – já produz uma nova imagem do lugar. A esses elementos se soma, na continuidade da estratégia de inserção de grandes estruturas de design moderno, o teleférico que dá acesso à parte do Morro da Providência. Não se pode deixar de mencionar a instalação temporária do centro de visitação *high-tech*, que trabalha como um difusor desta transformação a pleno vapor, onde se localiza a exposição “Meu Porto Maravilha”.

Neste processo, a cidade antiga preservada, desde os anos 1980 no caso do Porto, está sendo reapropriada e resignificada. O processo de resignificação, acompanhando o que ocorreu na Lapa, já vinha acontecendo nas proximidades da Praça Mauá, tendo como eixo a Rua Sacadura Cabral até o encontro da Rua Camerino. Nessa área, na última década, já vinham se realizando rodas de Samba na Pedra do Sal e ensaios de blocos no Largo de São Francisco da Prainha, implantando-se novas casas de show, bares e hotéis, inserindo estes bairros populares em novas dinâmicas turísticas.

Figuras 8 e 9: Prédios recuperados na Rua Sacadura Cabral; Pedra do Sal



Fonte: Fotos de Clarissa Moreira e Leonardo M. de Mesentier.

Nesse processo, a área deixou de ser vista como uma área exclusivamente ligada ao trabalho e à habitação de baixa renda, para ganhar uma identidade de área de lazer alternativo na cidade; e, ao se associar a atividades de cultura, as mudanças na paisagem começam a se refletir sobre o uso do solo. Nesse sentido, vale indicar que, no Morro da Conceição, em muitas casas antes residenciais, agora surgem ateliês de artistas, que em certas datas abrem suas portas à visitação.⁹

Figuras 10, 11 e 12: A nova presença da arte no Morro da Conceição



Fonte: Fotos de Leonardo M. de Mesentier.

9 À semelhança do projeto “Santa Teresa de Portas Abertas”, que se desenvolve desde 1995 no bairro de Santa Teresa, com uma grande mostra de artes visuais, quando artistas residentes no bairro abrem as portas de diversas galerias, ateliês e espaços culturais à visitação.

Essa tendência ganha um novo caráter na medida em que a implantação de centros culturais, que implicam novo uso do solo seguido de novo tratamento dos espaços urbanos, cooperam na constituição de uma outra paisagem, redefinindo a imagem da área no contexto da cidade e modificando a identidade social do território.

Figuras 13 e 14: Museu de Arte do Rio de Janeiro; Tratamento de empena na Sacadura Cabral



Fonte: Fotos de Leonardo M. de Mesentier.

A cidade antiga, ainda predominantemente residencial, está tendendo a se tornar um bairro de lazer cultural, com finalidade turística. O ir e vir dos moradores, marinhheiros e demais profissionais portuários de antes daria lugar, assim, à presença das camadas de maior renda, usuárias dos futuros empreendimentos corporativos e turísticas, que desembarcam de transatlânticos, cujas imagens se misturam a das edificações.

Figuras 15 e 16: Vista do Morro da Conceição



Fonte: Fotos de Leonardo M. de Mesentier.

Esse processo de reconstrução da imagem do lugar já se estende à Avenida Barão de Tefé, que também foi remodelada. Além do tratamento urbanístico do espaço público a partir das escavações arqueológicas que revelaram os antigos Cais do Valongo e Cais da Imperatriz, que agora integram a praça, o significado cultural do lugar foi fortalecido de significação histórica e cultural.¹⁰

A praça é ainda hoje lugar de uma sociabilidade “resistente”, que esteve muitas vezes presente nesta região, um dos últimos bastiões da moradia popular no Centro, representativa de um processo urbano difícil, mas único. Agora, já ali se podem ver

10 O Cais do Valongo está associado ao uso da região do Valongo para o comércio de escravos, a partir do século XVIII. Foi substituído pelo Cais da Imperatriz no século XIX. Pelo Cais passaram cerca de um milhão de africanos segundo historiadores.

ensaios de blocos de classe média, bem como a presença das classes médias (principalmente dos jovens) de toda a cidade nos blocos populares da região. Nesse lugar, a perspectiva de gentrificação deve ainda se acentuar se a prometida transformação dos edifícios do Moinho Fluminense em *shopping center* vier a ocorrer.

Figuras 17 e 18 e 19: Avenida Barão de Tefé; Cais do Valongo e Cais da Imperatriz



Fonte: Fotos de Leonardo M. de Mesentier.

No limite entre os bairros da Gamboa e do Santo Cristo está sendo instalado o teleférico, com estação e estrutura de linhas modernas, apresentando-se como elemento de mobilidade urbana, mas que, por outro lado, trata-se de um equipamento com forte interferência na paisagem, parecendo construir a imagem de uma favela “modernizada” e criando, de fato, um percurso novo, com grande apelo turístico.

Na área do Santo Cristo, as transformações fundamentais na paisagem provêm das alterações nas perspectivas de visão da paisagem, decorrentes do desvendamento resultante do aumento da amplitude dos ângulos de visão, combinado aos novos percursos produzidos pela implantação da via Binário e pela remoção do elevado da Av. Perimetral, com a presença virtual do VLT e a já efetiva presença de grandes empreendimentos imobiliários.

Figuras 20 e 21: Novo tratamento da fachada do prédio do Moinho Fluminense



Fonte: Fotos de Leonardo M. de Mesentier.

Figuras 22 e 23: Teleférico sobreposto à paisagem da favela



Fonte: Fotos de Clarissa Moreira e Leonardo M. de Mesentier.

Figuras 24 e 25: Paisagens resultantes da abertura de via Binário - Igreja de Nossa Senhora da Saúde; Futuro Aquário do Rio de Janeiro



Fonte: Fotos de Leonardo M. de Mesentier.

A PAISAGEM “UTÓPICA” DO PORTO MARAVILHA

Processa-se a desconstrução da paisagem considerada “desqualificada” ou “deca-dente” em nome de uma nova paisagem criada, esta sim “*up to date*” e portadora dos signos e símbolos prezados no âmbito da valorização imobiliária.

Assim, poderíamos nos perguntar de onde vêm os valores de paisagem domi-nantes e porque segui-los. A quem agradam e por quê. Parece-nos se tratar de um processo de reprodução de um espaço e de uma paisagem internacionais associa-dos a valores como competitividade, segurança, prosperidade, controle, limpeza, e, no caso específico do Brasil, “novidade”. Estes valores são dominantes em todo o mundo capitalista, e talvez por isso os espaços que hoje têm sido objeto de in-tervenções que prometem “revitalização” se pareçam tanto, pois pertencem, inexo-ravelmente, ao mesmo modo de produção não só do espaço urbano mas também de identidade e desejos.

A nova imagem e espacialidade propostas para o Porto Maravilha – e seus efeitos na transformação da paisagem – são similares aos que resultam daquilo que se poderia chamar “tendência internacional”, ou a busca da utopia de uma “cidade global com-petitiva”. A hipótese é de que a produção da paisagem na área portuária vem confirmar e dar materialidade à sugestão de uma “utopia” de um Rio de Janeiro inscrito no qua-dro das cidades competitivas globais, o que seria favorecido pela agenda excepcional de megaeventos na cidade (Copa, Olimpíadas, Jornada Mundial da Juventude, etc). A

constituição de um imaginário social a partir dessa “utopia” seria passível de justificar investimentos públicos vultosos que priorizam interesses específicos e que excluem outros.

Essa paisagem, que resultará das intervenções do “Porto Maravilha”, representa a estratégia de apropriação deste *locus*, pelo mercado imobiliário local e internacional, através da produção de uma paisagem destituída de muitos dos significados que o processo histórico lhe deu, com elementos reapropriados de forma a expressar valores culturais dominantes, para, desse modo, torná-los vetores ativos no processo geral de valorização¹¹.

Nesse caso específico, ela sequer é produzida dentro do *star system* internacional, a não ser por alguns edifícios ícones, mas segue uma receita genérica de espaços urbanos “retomados”, geralmente das populações mais pobres que aí habitam, ou então de espaços industriais, em sua maioria considerados sem interesse histórico-cultural. De um modo geral, percebe-se um processo de “pacificação” higienista e homogeneizante da paisagem, que corresponde ao que é feito em relação ao próprio tecido social. Neste sentido, pode-se falar de um duplo ataque desta criação de paisagem dominante: não só a paisagem é capturada e reprogramada, mas também o tecido social.

Figuras 26 e 27: Propaganda das obras do Museu do Amanhã, na Praça Mauá; Centro Cultural José Bonifácio, na Rua Pedro Ernesto



Fonte: Fotos de Leonardo M. de Mesentier.

É neste quadro que Harvey (2004), apesar de compreender bem os riscos e “de-generações” possíveis do pensamento utópico, alinha-se a outros autores para afirmar a necessidade de se imaginar outros possíveis caminhos para a sociedade em que vivemos. Nesse quadro, indaga sobre as chances de se “revitalizar” a tradição utópica transformadora, buscando vencer alguns limites do tempo presente. Face às desigualdades social e urbana predominantes no mundo atual, o autor aponta e discute as condições de construção de outras utopias, que não aquelas baseadas na perpetuação do sistema hoje dominante. Na atualidade, uma utopia verdadeiramente transformadora para o Porto implicaria numa ação que levasse ao não apagamento ou exclusão dos extratos de história e dos modos de vida ainda resistentes. A começar pela sua população residente, com sua história e suas paisagens afetivas, que, para tal, necessitaria ser transformada, urgentemente, em ator principal e protagonista de todo o processo – e não público coagido ou seduzido pela espetacularização do lugar; ou combatido, em caso de resistência, como objeto de rejeição de um utopismo oculto dos quais estes, obrigatoriamente, não podem fazer parte, a não ser como peça do espetáculo, devidamente “turistificados”.

11 A rota turística do escravo, por exemplo, é reconstituída na perspectiva de uma identidade internacionalizante-internacionalizada.

Leonardo Marques de Mesentier é arquiteto e urbanista, mestre e doutor em Planejamento Urbano e Regional pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ); arquiteto do Centro Lucio Costa do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) / Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO); professor adjunto do Departamento de Urbanismo da Universidade Federal Fluminense (UFF), Brasil. E-mail: leomesen@centroin.com.br.

Clarissa da Costa Moreira é arquiteta e urbanista e mestre em Urbanismo pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ); doutora em Filosofia da Arte e da Arquitetura pela Universidade de Paris I - Sorbonne; professora adjunta do Departamento de Urbanismo da Universidade Federal Fluminense (UFF), Brasil. E-mail: clarissamoreira@gmail.com.

Artigo recebido em abril de 2014 e aprovado para publicação em maio de 2014.

BIBLIOGRAFIA:

- BOURDIEU, P. *O poder simbólico*. 10. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.
- CHOAY, F. *O urbanismo: utopias e realidades – uma antologia*. São Paulo: Perspectiva, 1979.
- COSGROVE, D. A geografia está em toda parte: cultura e simbolismo nas paisagens humanas. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. (Org.). *Paisagem, tempo e cultura*. 2. ed. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2004. p. 92-123.
- COSTA, B. P. As relações entre os conceitos de território, identidade e cultura no espaço urbano: por uma abordagem microgeográfica. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. (Org.). *Paisagem, tempo e cultura*. 2. ed. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2004.
- CULLEN, G. *A paisagem urbana*. Lisboa, Portugal: Edições 70, 1996.
- HALBWACHS, M. *A memória coletiva*. São Paulo: Centauro, 2006.
- HARVEY, D. *Espaços da esperança*. São Paulo: Edições Loyola, 2004.
- _____. *A produção capitalista do espaço*. São Paulo: Annablume, 2005.
- HAESBAERT, R. Identidades territoriais. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. (Org.). *Manifestações da cultura no espaço*. 2. ed. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999. P. 169-190.
- HOLZER, W. Paisagem, imaginário, identidade: alternativas para o estudo. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. (Org.). *Manifestações da cultura no espaço*. 2. ed. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999. P. 149-168.
- KARA-JOSÉ, B. *Políticas culturais e negócios urbanos: a instrumentalização da cultura na revalorização do centro de São Paulo*. São Paulo: Annablume; FAPESP, 2007.
- LARAIA, R. B. *Cultura: um conceito antropológico*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1986.
- MANNHEIM, K. *Sociologia da cultura*. São Paulo: Perspectiva; Ed. USP, 1974
- _____. *Ideologia e Utopia*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1976
- RIBEIRO, R. W. *Paisagem Cultural e Patrimônio*. Rio de Janeiro: IPHAN/COPEDOC, 2007
- SÁNCHEZ, F. A reinvenção das cidades na virada do século: agentes, estratégias e escalas de ação política. *Revista Sociologia e Política*, Curitiba, n. 16, p. 31-49, jun. 2001.
- _____. *A reinvenção das cidades para um mercado mundial*. Chapecó: Argos, 2003.
- SMITH, N. Gentrificação, a fronteira e a reestruturação do espaço urbano. *GEOUSP – Espaço e Tempo*, São Paulo, n. 21, p. 15-31, 2007.
- WOODWARD, K. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, T. T. (Org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2012, p. 7-72.

ABSTRACT: *Which role is played by urban landscape in contemporary projects of urban restructuring? Can interventions in the landscape contribute to processes of gentrification and urban real estate value increasing? To examine these questions this work aims to propose a reading of transformation and production of urban landscape operated within a major intervention in the Port of Rio de Janeiro, in a context where the city is host to mega events of worldwide reach. How the landscape of the Port of Rio de Janeiro is constituting itself? Which morphological layers it removes, which ones it maintains and what kind of new layers it introduces? What does it inspire, what does it reproduces and what its impact on the “image” and the imaginary of the harbor area? These are the questions that we seek to explore further throughout this paper.*

KEY WORDS: *landscape; social identity; urban restructuring; utopia.*