

18º Congresso Brasileiro de Sociologia
26 a 29 de Julho de 2017, Brasília (DF)

GT05 – As cidades no século XXI

Consumindo cidades: recomposição turística e a valorização da Paisagem Cultural do Rio de Janeiro

Eder Claudio Malta Souza (PPGS – UFPel)
Programa de Pós-Graduação em Sociologia
Universidade Federal de Pelotas

1. Introdução

As políticas urbanas de intervenção associadas ao *city marketing* como estratégia de valorização da imagem do Rio de Janeiro, como cidade paisagística, ocorre desde o início dos anos de 1990 visando reabilitar sua internacionalização como destino turístico e para a atração de investimentos e capital. Apesar das paisagens cariocas constituírem um dos principais atrativos turísticos brasileiros, apenas nos anos mais recentes tem-se investido em políticas de proteção e sustentabilidade delas mediante a patrimonialização pela UNESCO, em 2012, na categoria Paisagem Cultural. A estratégia foi a valorização paisagística da cidade a fim de recompor a imagem do Rio para além de um balneário atlântico.

A meta principal foi construir a política de intervenção para a sustentabilidade urbana através da proteção dos morros paisagísticos e do “ambiente cultural” carioca, mantendo sua integridade e autenticidade visual. Este processo subsidiou as diretrizes para as intervenções delimitadas pelo Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano Sustentável (PCRJ, 2011), que concebe a Paisagem Cultural como “o mais valioso bem da Cidade, responsável pela sua consagração como um ícone mundial e por sua inserção na economia turística do país, gerando emprego e renda” (PCRJ, 2011, p. 02)¹.

Neste entretempo estava em curso a execução do “Plano Estratégico Pós-2016 – O Rio mais integrado e competitivo” (2009 a 2016), da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro (PCRJ)². Este plano almejava construir a chamada “Cidade Olímpica” e divulgar novas referências e imagens com capilaridade sustentável para agenda política e cultural-esportiva da cidade que se tornava sede dos Jogos Olímpicos de 2016, e que antes sediara a Copa das Confederações 2013 e da Copa do Mundo 2014³.

Na tentativa de criar uma nova imagem urbana para atração turística como patrimônio mundial preservado concomitante aos grandes investimentos

¹ Integram o patrimônio paisagístico da Cidade do Rio de Janeiro tanto as paisagens com atributos excepcionais, como as paisagens decorrentes das manifestações e expressões populares (PCRJ, 2011).

² Concebido como um planejamento urbano abrangente de desenvolvimento econômico e urbano sustentável, almejou integrar projetos de gestão urbana em diversos setores da cidade, desde os de educação, saúde, emprego e renda, esporte e lazer, indústrias criativas e tecnologia aos de ordem pública, infraestrutura urbana, transporte e meio ambiente.

³ Mas também grandes eventos como as diversas edições do Rock in Rio (2011, 2013, 2015) e a Jornada Mundial da Juventude (2013).

arquitetônicos para eventos culturais e esportivos, o poder público criava estratégias para realizar intervenções na paisagem, no patrimônio histórico e nos espaços urbanos em parceria com os investidores privados, como os setores turísticos e os mercados de consumo de bens culturais. Como consequência ocorreu o processo de valorização paisagística em diversos morros da cidade, assim como a requalificação da Área Central e da Zona Portuária, de modo que se intensificaram os casos de enobrecimento urbano (*gentrification*) em favelas existentes nos morros.

Com base nos estudos urbanos e na sociologia do consumo, a metodologia utilizada consistiu na análise de dossiês oficiais, redes sociais, na realização de observação direta com o uso de fotografias para apreensão das intervenções socioespaciais. Com base em autores como Featherstone (2007), Zukin (2010), Fortuna (2012) e Leite (2015a; 2015b), entendemos que, comumente, os objetivos destas políticas é a valorização dos bens culturais materiais e imateriais, dos lugares e das paisagens associadas àqueles espaços capazes de agregar “valor de consumo” (Malta, 2015) material, visual e sociocultural para a atração de pessoas e capitais.

Assim, temos por objetivo geral debater como a estratégia de valorização da paisagem cultural carioca e de recomposição internacional da imagem do Rio de Janeiro foi articulada ao plano de sustentabilidade urbana e de patrimonialização, intermediado por práticas de consumo e turismo. Antes de mais nada, indagamos: em que medida estes processos deslocam o “valor” da paisagem cultural como o mais valioso bem da cidade para um bem consumível? As oportunidades do consumo e do turismo podem oferecer aos planejadores, gestores e investidores estratégias políticas de valorização da imagem urbana, mas o que realmente oferece à cidade?

Com um intenso *marketing* urbano dos espaços, designou-se à cidade diversas retóricas como cidade criativa, sustentável e segura, de inovadora mobilidade urbana e tecnológica. Vinculadas à criação de paisagens turísticas (van der Duim, 2007) e às práticas de consumir a cidade (Miles e Miles, 2004), gerou-se maior fluxo de pessoas e capitais privados, intensificando o enobrecimento em espaços públicos centrais, litorâneos e de alguns morros paisagísticos ocupados por favelas, os quais chamo de *contrapaisagens* carioca. Desse modo, estas retóricas vinculadas ao consumo cultural e às práticas turísticas assumem que uma “cidade consumível” é uma cidade desejável?

2. Intervenções urbanas, paisagens e contrapaisagens

Ao longo do século XX, as intervenções na cidade do Rio de Janeiro resultaram de políticas urbanas seguindo a racionalidade modernista no intuito de promover a urbanização e seu desenvolvimento econômico. Associada ao processo de modernização brasileira, seus traços urbanos construídos entre as paisagens naturais da Floresta da Tijuca e da Baía da Guanabara, constituíam um cenário paisagístico singular entre morros e praias que enredava-se com o Carnaval, a Bossa Nova e o Samba como temas de cartões-postais e pôsteres que disseminavam as imagens urbanas da “Cidade Maravilhosa” para outros países.

No decorrer do século XX, as intervenções no Rio de Janeiro resultaram das práticas de renovação urbana conduzida pelo poder público em parceria com os engenheiros e o mercado imobiliário (Brandão, 2006). A construção da paisagem modernista e dos novos espaços urbanos se intensificavam em consonância às necessidades materiais e econômicas sob o selo da racionalização do uso do solo e da estética urbana modernista. Para as necessidades culturais da cidade, eram construídos espaços de lazer para os residentes como o Passeio Público, o Parque do Flamengo e a Orla de Copacabana, criando um perfil de mobilidade urbana entre o mar e os morros, quando se atribui a identidade cosmopolita carioca à monumentalidade das construções, à beleza natural e à cultura praiana (Kaz, 2010).

Durante o processo de expansão urbana, a paisagem moderna carioca tornava-se a representação de uma paisagem de poder (ZUKIN, 2000), à medida que a imagem urbana era construída através de intervenções para a higienização, embelezamento e reordenamento dos usos dos espaços. Mas, neste entretanto, com a metropolização, os problemas urbanos contrapõem sua projeção como cartão-postal do país: surgimento de favelas, endemias, conflitos migratórios e a crescente desigualdade social, além da perda de *status* de capital do país para Brasília em 1960.

Estas contingências do planejamento urbano tornaram a cidade suscetível às próprias assimetrias socioeconômicas criadas pelo desenvolvimento desigual e da favelização de parte da sociedade carioca. Estava em curso a formação de sua paisagem urbana-cultural conformada, de um lado, pela paisagem símbolo do poder da modernização da cidade, de outro, pela própria contingência da racionalidade urbanística, conformava-se a contrapaisagem (Malta, 2015).

Para compreender este argumento, convém recorrer à concepção de Sharon Zukin sobre paisagem de poder e sua representação sociocultural na cidade. Para a autora,

A paisagem é em grande parte uma construção material, mas também é uma representação simbólica das relações sociais e espaciais [...] A paisagem é uma poderosa expressão das restrições estruturais de uma cidade. Com frequência, o que observamos como paisagem – aquilo que é construído, escondido e que resiste - é uma paisagem do poder (Zukin, 2000, p. 106).

A paisagem ordena socioespacialmente a estrutura urbana, conforma relações sociais do poder político, do poder econômico e de diferenças culturais. “Podemos entender os arranha-céus e os projetos de habitação popular como paisagens do poder. [...] são um texto visível das relações sociais, separando e estratificando atividades e grupos sociais, incorporando e reforçando as diferenças” (Zukin, 2000, p. 106). A construção da paisagem – simbólica ou material –, que representa a arquitetura e as forças do mercado, e a combinação de fatores entre capital e estado por exemplo, torna-se um elemento importante para compreendermos a transformação socioespacial, o processo de expansão e de modernização das cidades, mas incluindo em igual fator o poder cultural da mídia e dos gostos e novos estilos de vida da classe média urbana (Zukin, 2010).

De encontro a esse “texto visível” de símbolos e materialidade de poder estatal, financeiro, midiático e cultural, que ordena, em certa medida, o espaço e as relações sociais, coexiste a chamada paisagem vernacular (Zukin, 2000) que promove uma tensão estrutural na espacialidade urbana que aqui chamo de contrapaisagem. Isto é, a inversão da representação simbólica das relações de poder e das restrições estruturais do espaço urbano estratégico (Malta, 2015). No Rio, ela é o *antissímbolo* (Barbosa, 2012) que contingencia seus espaços.

A representação social da “contrapaisagem” carioca é comumente caracterizada negativamente e associada aos morros paisagísticos ocupados pelas favelas, não sendo necessariamente esta noção relacionada aos morros localizados em outras zonas da cidade ou que pelo menos ainda não tenham sido objetos dos setores imobiliários, turísticos e midiáticos – embora também sejam simbolicamente contrapaisagens por desafiarem os planos de regulação urbanística e a dimensão

normativa da construção da cidade, decorrente das táticas cotidianas dos cidadãos, no sentido postulado por De Certeau (1994).



Figura 1 e 2 - Paisagem e contrapaisagem na Orla de Copacabana. Fonte 1: Iphan, 2012 / Fonte 2: Autoral, 2012.

Esta representação foi expressada nos mais de cem anos de intervenções urbanas como um “problema” político e urbanístico da cidade do Rio de Janeiro⁴, devido também à criatividade cultural e política e a capacidade de luta e organização dos favelados (Zaluar e Alvito, 2006). No entanto, como veremos, associada à paisagem turística, as favelas e a contrapaisagem que conformam tem se tornado espaços praticados como lugar de consumo cultural e visual.

3. A patrimonialização e a sustentabilidade da Paisagem Cultural carioca: estratégias para a valorização

Com vistas a ultrapassar a noção de patrimônio histórico fortemente inflacionado pela quantidade de bens culturais materiais patrimonializados ao redor do mundo, a noção de paisagem cultural foi concebida pela UNESCO como um modelo democrático e abrangente que expressa a interdependência da cultura material e imaterial das cidades, associando a memória social, os marcos afetivos e cognitivos e a preservação do patrimônio cultural material. A partir dela, tem-se promovido a valorização das paisagens urbanas e naturais como estratégia de

⁴Esteve no centro de intenções de diversos modelos de planejamento urbano carioca, como os Planos Agache (1930), Doxiadis (1965), Plano Urbanístico Básico para o Rio de Janeiro/Pub-Rio (1977), em que todos eles, de algum modo, buscavam soluções para o “problema da favela”.

proteção do ambiente cultural pelas agências governamentais, instituições nacionais e transnacionais, com participação da sociedade civil e dos mercados.

Dessa forma, os atuais planos de intervenção do Rio de Janeiro agregam o componente da sustentabilidade que inverte a lógica de arrasamento dos morros ou de interferência na paisagem para a construção de grandes projetos. Como paisagem cultural, a preservação patrimonial e ambiental abrange a ordenação dos usos dos espaços públicos, do antigo casario edificado e a conservação de morros. No entanto, a reinserção internacional do Rio de Janeiro e as promessas de desenvolvimento socioeconômico e urbano sustentável tornaram-se embrionárias com o lançamento de sua candidatura para sediar os Jogos Olímpicos de 2016 e como cidade sede da Copa do Mundo de 2014⁵.

A patrimonialização do Rio de Janeiro decorre da 36ª sessão do Comitê do Patrimônio Mundial da UNESCO em São Petersburgo (Rússia), tornando-se a primeira cidade a receber este título, após a aprovação do dossiê “Rio de Janeiro: paisagens cariocas entre a montanha e o mar”, elaborado pelo IPHAN. O reconhecimento do sítio se deu a partir da relação entre a natureza, os espaços e a vida urbana, constituindo uma paisagem cultural de inspiração técnica e artística que a cidade oferece entre as paisagens urbanas e natural, entre a montanhas existentes e a Baía de Guanabara.

Desde a aprovação, a prefeitura expandiu as políticas de requalificação urbana e proteção ambiental e visual em espaços que são referências significativas das expressões culturais que enaltecem a vida urbana, as sociabilidades e as construções arquitetônicas cariocas, como a Orla de Copacabana e a Marina da Glória. Mas houve, principalmente, o deslocamento das ações de proteção ambiental para a intensificação das práticas de requalificação do casario edificado do Centro, da Lapa e da Zona Portuária criando novos espaços públicos cotidianos para o lazer e o turismo.

A área central e portuária são localidades que não foram citadas no dossiê, mas tornaram-se objetos da política patrimonial com a criação do Instituto Rio

⁵ Embora disponham da retórica esportiva, estes megaeventos possuem forte dimensão para os processos decisórios das políticas urbanas do país ou cidade sede. Em contraste com a “Cidade Maravilhosa” – contraditoriamente uma cidade desigual e violenta –, constrói-se a imagem da “Cidade Olímpica” – moderna, inclusiva, revalorizada econômica e culturalmente – e a imagem de cidade patrimônio da humanidade – sustentável e cidadã.

Patrimônio da Humanidade (IRPH)⁶, que instituiu ações em zonas estratégicas de interesses cultural e paisagísticos. Através das práticas de requalificação urbana da Praça Mauá, do casario edificado, principalmente os antigos cafés, bares, restaurantes, casas de eventos etc., e com a construção de novos equipamentos culturais, a exemplo o Museu do Amanhã.

Com a criação do instituto, as ações da PCRJ na área chancelada ocorrem através de parcerias público-privadas para a conservação das APACs, dos bens tombados e do registro do Patrimônio Material e Imaterial. O IRPH tem requalificado os usos dos espaços centrais, regulamentando os usos do mobiliário urbano para que as intervenções arquitetônicas nas áreas protegidas não descaracterizem ou interfiram na ambiência da paisagem cultural e dos espaços delimitados pelo IPHAN, evitando assim a perda potencial de sua “originalidade”⁷. A área de gestão do município sobre o patrimônio cultural e ambiental amplia-se para uma escala maior, cobrindo bairros como Ipanema, Copacabana, Botafogo, Flamengo, Glória, Maciço da Tijuca e bairros do entorno, Jardim Botânico, Centro, Lapa até a Zona Portuária. Ou seja, são áreas que fazem parte da identidade carioca e elencam, sobretudo, a excepcionalidade do sítio.

Sendo a Paisagem Cultural considerada o principal bem cultural e atrativo da cidade, torna-se inovador, no contexto carioca, os modelos de intervenção associados à construção de equipamentos urbanos, culturais e esportivos, de avenidas e de sistemas de transportes modernos com sustentabilidade urbana. Principalmente por resistir à destruição de morros e áreas naturais (de interesse paisagístico) como ocorrera em outras ações durante o período de expansão da cidade e do setor industrial urbano entre os séculos XIX e XX. Assim, a recomposição da imagem urbana carioca visa transformá-la em cidade sustentável, criativa e turística em que pese a preservação de seus bens culturais e materiais.

A noção de *sustentabilidade urbana* associada à preservação patrimonial e paisagísticas tem sido empregada de modo recorrente nas políticas urbanas brasileiras. Pode-se constatar na construção de dossiês de patrimonialização dos

⁶Criado pelo Decreto Nº 35879 de 05 de Julho de 2012 após a nomeação da cidade a Patrimônio da Humanidade.

⁷C.f. Lei Complementar n.º 111 de 1º de fevereiro de 2011 que dispõe sobre a Política Urbana e Ambiental do Município, institui o Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano Sustentável do Município do Rio de Janeiro. Segundo esse novo documento, o Rio será dividido em quatro grandes zonas de ocupação. A Zona Sul e parte do Centro terão uma ocupação “controlada”, ou seja, esta região vai ter restrições a novas ocupações.

centros históricos, nos planos diretores municipais de diversas cidades que adotam as práticas de requalificação urbana, nas políticas de conservação dos bens históricos materiais e salvaguarda dos bens imateriais entre outros.

Conceitos de espaço, patrimônio e de paisagens urbano-culturais têm sido redefinidos por força de sua associação com o ambiente e com a noção de desenvolvimento sustentável que ganha abrangência ao sair de sua prerrogativa ambiental, desde o final dos anos 80, para a sua inserção nas questões urbanas, o que incluem os projetos de intervenção socioespacial das metrópoles pós-industriais e das cidades históricas. De outro modo, há uma importante associação entre a condição urbana e a sustentabilidade que se destaca como solução para os problemas de poluição, planejamento, mobilidade e energia limpa nas cidades, posteriormente para a sustentação de comunidades locais e do patrimônio cultural.

Isso levaria às cidades a emergência global de novos *slogans* como o de cidades sustentáveis, os quais apelam aos imperativos morais e normativos dos usos ambientais e culturais dos espaços públicos a fim de reverter as fragilidades urbanas de diversas ordens (Rodrigues, 2009) e pelas matrizes discursivas moduladas pelos imperativos técnicos que seriam a representação tecno-material da cidade; a cidade como espaço da qualidade de vida, e; a cidade como espaço de legitimação das políticas urbanas (Acselrad, 1999).

É antes um “projeto civilizacional” emoldurado por ações político-econômicas para a reformulação das condições estruturais das cidades modernas (Rodrigues, 2009). Tal projeto é abraçado pelos gestores públicos, ONGs, mercados de bens e serviços, produtores culturais e estratos da sociedade civil que recorrem a este conceito para tornar objetivas as diferentes representações, ideologias e discursos relativos ao futuro das cidades⁸ concebido por práticas lógicas, a requalificação urbana, por exemplo, em que seus efeitos e funções sociais colaborarão com o desenvolvimento urbano.

A ordem dos discursos oficiais tem sido requalificar as áreas patrimoniais afim de promover a sua sustentabilidade. Parte da “sustentação” desses processos, no

⁸ Desde a realização da ECO-92, a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (CNUMAD), em 1992, no Rio de Janeiro, a noção de sustentabilidade é atribuída para legitimar o discurso desenvolvimentista mediado pelas agências multilaterais, consultores técnicos e ideólogos do desenvolvimento que investem no “esverdeamento” dos projetos, centrados nas ações individuais e coletivas das pessoas, empresas e gestores capazes de mobilizar diferentes setores em torno de transformações sociais e institucionais abrangentes.

entanto, associa o patrimônio cultural das cidades ao consumo de bens, de modo que as repercussões giram em torno das práticas de intervenção pelo mercado e para ele, cujos compromissos políticos e econômicos podem ser diferentes e às vezes conflitantes com as realidades sociais locais (Arantes, 2011).

Dessa assimetria ou conflito de interesses, os mercados de bens culturais investem em parcerias público-privadas e tem à disposição os setores de serviços que tornam a gestão dos bens um investimento rentável e difundido para um público de turistas com níveis de renda mais elevado. Através dessas parcerias entre o Estado e o mercado turístico para a gestão das áreas patrimoniais, busca-se estimular a capacidade da população local em valorizar o patrimônio para ela mesma. Segundo Arantes,

they must stimulate in the local people the capacity to see the territory and the existing cultural heritage as something valuable for themselves, as well as relevant to others. In sum, the challenge is to contribute to the construction or strengthening of senses of belonging and of citizenship: to nurture the historicity of cultural heritage, in a political environment that has become necessarily mediated by market economy (Arantes, 2011, p. 24).

Em consonância com o pensamento deste autor, podemos afirmar que essa mediação da economia de mercado vincula os processos de mudança das identidades culturais às inovações dos bens culturais em oferta. Tanto podem ser comunidades étnicas, centros históricos ou simplesmente as paisagens culturais em que suas incidências identitárias são reificadas (Costa, 2002) como marcas na construção dos lugares turísticos onde a vida cotidiana e as retóricas atribuídas aos bens patrimoniais parecem fundir-se, ocorrendo constante reprodução, modificação e apropriação para novos usos através do *valor de consumo*, que compreendo-o como suposto de valores de troca e de uso não somente na aquisição imediata de bens, mas pela dimensão cultural da economia através da valorização e do uso (material e simbólico) dos bens pelas práticas de consumo. Isto abrange os processos de mudança nas dimensões materiais e imateriais da vida cotidiana cada vez mais intermediadas pela cultura de consumo (Malta, 2015)⁹.

⁹ Tal como argumenta Featherstone (2007, p.13) “is important focus on the question of the growing prominence of the *culture* of consumption and not merely regard consumption as derived unproblematically from production”.

O deslocamento das ações de proteção ambiental para uma expressa e opulenta política de requalificação urbana da Área Central e Zona Portuária, assim como para a valorização dos morros paisagísticos como paisagens turísticas¹⁰, merece nossa atenção crítica. Ele expressa a problemática sobre o suposto futuro urbano carioca, assim como o suposto desejo de tornar a cidade um patrimônio mundial vinculado ao consumo cultural e às práticas turísticas, de modo que assume-se como uma “cidade consumível” a uma cidade sustentável.

A PCRJ realizou parcerias e investimentos financeiros com investidores de capitais nacionais e internacionais para consolidar as políticas urbanas pretendidas, sendo que estes investimentos promoveram forte especulação na expansão ou renovação imobiliária das áreas consideradas paisagísticas. Para os administradores da cidade, sediar as Olimpíadas tornou-se a oportunidade de demarcar na trajetória do urbanismo carioca um legado próprio de transformações urbanas, ao passo que confirmaria o valor patrimonial da Paisagem Cultural como o resultado das ações e das práticas sociais de desenvolvimento urbano, de características históricas e dos usos dos espaços que a compõem.

Na inovação dos usos do patrimônio, Leite e Peixoto (2009, p. 95) defendem que as políticas urbanas de patrimonialização encaram os centros históricos e a cultura imaterial das cidades “como repositórios e como propulsores de atividades culturais diversas”. Isto significa que o patrimônio cultural se torna objeto de uma idealização no âmbito desses processos de patrimonialização e alimentam uma realidade alegórica de cidade, quando se prolifera uma visão predominantemente culturalista em que a criação e difusão de imagens pelos meios de comunicação transformam os antigos centros em uma espécie de *hipercentros* das cidades.

Para os autores, “o patrimônio e as suas representações que emergem no contexto desses processos de patrimonialização podem ser caracterizados como uma invenção cultural que procura legitimar e naturalizar um determinado tipo de discurso sobre a vida urbana” (Leite e Peixoto, 2009, p. 94-95). Nas políticas urbanas o

¹⁰ Na interpretação de van der Duim (2007), a partir da Teoria do Ator-Rede (*actor-network theory*), as paisagens turísticas constituem de pessoas, de uma matriz de objetos, meios de comunicação, máquinas e tecnologias em rede, como também de espaços. As pessoas são os usuários e consumidores de serviços e bens oferecidos, desde uma relíquia artesanal ao aluguel de carros, mas são os corpos que fazem parte como atores das redes integradas no espaço e no tempo, portando dispositivos conectados para a mobilidade urbana, para a criação de imagens, fotografias e mensagens produzidas em tempo real ou destaques em guias de viagem, brochuras, mapas etc. Por fim, a paisagem turística compreende os espaços relacionais, constituem os lugares em rede em que atores e discursos locais e distantes envolvem agem sobre o espaço público.

patrimônio efetiva-se, sobretudo, como uma centralidade cultural que narra e representa os sítios, os centros e as diversas áreas singulares que impulsionam o fluxo turístico das localidades visando promover sua sustentabilidade.

Neste sentido, podemos presumir que a política de patrimonialização é atualmente empregada como política urbana que afirma a importância do patrimônio histórico-cultural para o desenvolvimento socioeconômico e para a sustentabilidade das cidades, em que se visa preservar seus bens materiais e imateriais, mas os inserem sobretudo como segmentos de mercado. Apesar de que em muitos bairros e locais são reestabelecidos os serviços econômicos das redes de comércio diurno e noturno que colaboram para a manutenção de atividades e fluxos de pessoas, há ponderações que merecem ser destacadas dado o caráter assimétrico desses processos.

No caso do Rio, esta categoria foi amplamente reapropriada como nova estratégia de promoção de visibilidade e de valorização paisagística que vai além da sustentabilidade socioambiental, pois amplia-se ainda mais a escala de intervenção da cidade com novos critérios e modelos de gestão do patrimônio (integrada ou compartilhada) e da promoção dos bens culturais que conformam “sentidos de cidadania” e de “pertencimento” agregados de representações simbólicas nos mercados turísticos. Estas noções têm sido empregadas fortemente nas ações de requalificação urbana promovidas pelo IRPH na Área Central e Zona Portuária.

Além disso, a política de valorização paisagística do Rio de Janeiro agrega os componentes técnicos, materiais, representacionais, assim como as diversas matrizes discursivas supracitadas, tornando-se um projeto de reestruturação urbana que vai além da preservação patrimonial e ambiental. A nomeação de Patrimônio Cultural da Humanidade valoriza simbolicamente a cidade ao inscrever os espaços de representação dos valores afetivos e identitários para conservar o suposto “futuro urbano”.

Articula o desenvolvimento urbano e econômico a partir do reordenamento dos usos dos espaços e do solo de alguns espaços estratégicos como os morros paisagísticos, onde existem diversas favelas, sob o argumento de evitar riscos à integridade dos morros que pode leva-los à vulnerabilidade devido ao agravamento dos problemas habitacionais em que vive a população de baixa renda desde fins do século XIX (IPHAN, 2012).

Estas novas intervenções possuem um apelo à sustentabilidade sob o prisma da proteção do ambiente cultural e da paisagem, para atender às diretrizes do Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano Sustentável (PCRJ, 2011). É neste contexto que se insere os planos de reestruturação urbana e valorização paisagística como forma de atrair investimentos que atendam à referida agenda de sustentabilidade. Nesse sentido, investe-se na proliferação de imagens dos novos espaços da cidade através dos mercados de bens culturais, dos meios de comunicação, midiáticos e redes sociais diversas.

4. Consumo Cultural e Turismo Urbano

A agenda global de consumo de bens, mobilidade e serviços turísticos torna-se proeminente na reestruturação socioespacial da cidade, como também das políticas culturais. As políticas de patrimonialização intervêm para a recomposição da paisagem, das imagens urbanas e do reordenamento do espaço público carioca, à medida que são recompostos para as práticas de consumo e consolidação de sua paisagem turística.

A representação da Paisagem Cultural reforça a visualidade material e simbólica traduzindo o resultado da interação entre o homem e a natureza. Ela enaltece um mosaico urbano no entremeio de paisagens naturais que se constituiu no decorrer de intervenções urbanas sucessivas, projetadas para a construção de uma cidade moderna, competindo com suas próprias dificuldades técnicas para construir um aglomerado urbano, entre o mar e os morros. Tal foi a singularidade que se tornaram “paisagens refletidas para o mundo” (IPHAN, 2012) como imagens de uma marca espaço-temporal inscreve-se o poder político e identitário da arquitetura, do urbanismo e do paisagismo da modernidade carioca.

As “marcas” tradicionais do Rio, como o Morro do Corcovado e do Pão de Açúcar sempre existirão como atrativos simbólicos. Mas para que continuassem a representar o *branding* imagético do Brasil foram também patrimonializados, de modo que a narrativa e os monumentos da modernidade carioca do século XX parece ter antecipados seu valor de relíquia (Giddens, 2001) como bens tradicionais. Ao tempo que o argumento central é a conservação de áreas urbanas e naturais para possibilitar a sustentabilidade ambiental e cultural dos bairros, o investimento em novas

paisagens turísticas (van der Duim, 2007) torna-se uma iniciativa comum na linguagem e discursos oficiais, na própria construção da paisagem cultural.

Desse modo, argumenta-se aqui, que os casos de Copacabana e da Zona Portuária delineiam uma transformação da arquitetura e da imagem da cidade modernista¹¹ para urbanismo e arquitetura pós-modernista (Featherstone, 2007). O Museu da Imagem e do Som (MIS) em Copacabana, construído com base na forma de mosaico do calçadão da orla, com usos ao ar livre para o consumo visual paisagístico, e o Museu do Amanhã, no Pier Mauá, construído com tecnologias sustentáveis para a captação de água e energia solar, por exemplo, talvez representem a entrada do novo cartão-postal carioca em um tripé pós-modernista das cidades contemporâneas: sustentáveis, patrimoniais e criativas¹². Pois além da arquitetura arrojada e diferenciada, propõe-se novos paradigmas de usos sociais dos espaços culturais através do consumo, mídias e tecnologias.



Figura 3 – Museu do Amanhã – Zona Portuária. Fonte: Google/Wikipédia

Em Copacabana, sobressai-se ainda a disputada visualidade do *branding* empresarial (marcas de empresas de bebidas, alimentos, cartões de crédito, dos *media* etc.) como imagem urbana, não necessariamente autêntica de toda a Orla, e

¹¹ Refiro-me ao imaginário do Brasil Modernista do início do século XX, quando foi projetado o cenário paisagístico da já tradicional imagem “Cidade Maravilhosa”. Paisagens como a Orla de Copacabana e o Parque do Flamengo sempre foram, ao lado da Floresta da Tijuca, Jardim Botânico, Morro do Pão de Açúcar e do Corcovado, ícones que compuseram as imagens urbanas cariocas publicizadas.

¹² A cidade disputa a inscrição como cidade criativa pela UNESCO. Intermediários culturais, arquitetos e gestores mobilizam os recursos audiovisuais e as potencialidades urbanas para que o Rio possa ser reconhecida e tenha oportunidades econômicas mobilizadas em torno deste rótulo.

saturam a visualidade da paisagem local. No que concerne à visualidade paisagística, a fachada arquitetônica do MIS acompanha as novas tendências da arquitetura e urbanismo do Rio de Janeiro, principalmente na construção dos novos equipamentos urbanos vinculados ao Planejamento Estratégico Pós-2016, e começa a demonstrar os sinais de mudança do próprio significado da paisagem. Assim, podemos indagar se processo colocaria em risco a autenticidade paisagística da orla. Copacabana, já sendo um bairro de arquitetura moderna, vida cosmopolita, turístico, detém um ritmo cotidiano que está entre os idosos moradores e jovens pessoas em fluxo, vê-se diante de um cenário estilizado de sua paisagem urbana-cultural.

Esta relação entre patrimônio, sustentabilidade e desenvolvimento econômico tem sido associada às políticas urbanas voltadas às práticas de revitalização dos centros históricos e áreas portuárias. Em diversas cidades, pesquisas apontam para uma “generalização” dos processos de *gentrification* orientadas pelas práticas de turismo e consumo cultural (Leite, 2015a; 2015b), sendo que no Rio tem como especificidades esta onda nas favelas (Freire-Medeiros, 2006; Williamson, 2012). Ocorre na paisagem urbana do sítio há a presença marcante deste “simulacro antissimbólico” de representação das contradições da vida sociocultural e das desigualdades econômicas da cidade. Neste sentido, podemos conceber o processo de enobrecimento de favelas aproximando-se da formulação de Proença Leite, segundo o qual:

Por *gentrification* se designa um tipo de intervenção urbana em sítios históricos ou não, nomeadamente aquelas que ocorrem em zonas das cidades depauperadas, mas que em geral retêm valor patrimonial, e que modificam a paisagem urbana com transformações arquitetônicas com forte apelo visual, atendendo às demandas de valorização imobiliária, segurança, ordenamento e higienização social do espaço urbano (Leite, 2015a, p. 30)¹³.

No caso carioca, esta concepção poder ser aplicada em dois aspectos: 1) as favelas, por si mesmas, são consideradas como zonas depauperadas da cidade, não tendo passado por um processo de declínio como os sítios históricos e não possuem

¹³ Em outro trabalho, Leite (2015b, p. 176) traz uma importante consideração sobre os processos de enobrecimento urbano: “gentrification processes should be taken as a meta language through which new agents from contemporary urban settings speak through the most diverse and significant forms of cultural heritage across the world” (2015b, p. 176).

valor monumental; 2) as favelas situam-se em uma zona monumental de apelo visual, valorizada simbólica e economicamente, que é o próprio sítio Paisagem Cultural.

Na Zona Portuária o enobrecimento ocorreu com a construção dos Museus do Amanhã e de Arte do Rio, onde também as comunidades do Valongo, Morro da Providência e Pedra do Sal tornam-se lugares de consumo. Mas as comunidades de baixo poder aquisitivo, residentes em áreas consideradas com vista paisagística privilegiada e com a presença das Unidades de Polícia Pacificadora (UPP), viram seus espaços cotidianos sendo apropriados pelos processos de “turistificação da vida cotidiana” (van der Duim, 2007) para as práticas de *favela tour* como Pavão-Pavãozinho, Vidigal, Rocinha e Morro do Alemão.

Assim sendo, o *favela tour*, aliado ao desejo dos investidores em enobrecer os morros, avançou sob o slogan da criatividade das práticas de consumo carioca que aliou hotelaria, gastronomia, andar pelos morros, bailes *funk*, a fotografia da pobreza etc. à programação cultural cotidiana. Estas práticas difundem as favelas como roteiros da espetacularização cultural carioca, criando novos modos de olhar e desejar a cidade, atraindo não só turistas, mas os setores empresariais, publicitários, promotores de eventos em parceria com a mídia especializada na televisão e redes sociais. Com estas características é que se enuncia a plural, se não conflitiva, relação do consumo cultural com a recomposição identitária e paisagística da cidade do Rio de Janeiro.



Figura 4 - Favela Tour: Vila Santo Amaro - Vista do Parque das Ruínas. Sta. Tereza, Rio de Janeiro. Fonte: Leandro Neumann Ciuffo, Flickr.

Os novos artefatos e lugares de consumo têm intensificado um processo de “concorrência intracidade” (Malta, 2015), pelo qual os investidores locais disputam, sobretudo, os consumidores e turistas intermediando práticas de consumo que buscam causar ao turista a sensação de ser momentaneamente um “local”, ao atrair jovens consumidores a visitarem os lugares mais conflitivos para a população carioca, vivenciarem a culinária e bebidas local, os modos de vida e práticas culturais, ou mesmo se alojarem nos *hostels* (albergues) instalados nos espaços enobrecidos de morros e favelas (Freire-Medeiros, 2006). Com a ampliação do leque de ofertas turísticas, aquelas localidades desfavorecidas, quando não removidas, tornaram-se disputados lugares de consumo, aventuras, emoções e exotismos turísticos (Fortuna, 2012).

A concorrência dentro da cidade não escapa às pressões globais das mudanças nos segmentos de mercado de consumo de bens culturais. Os gestores do Rio de Janeiro, ainda que não reordenemos problemas mais iminentes da cidade, vêm-se forçados a recompor o cenário, na tentativa de não deixar morrer o discurso oficial já existente e propagado de uma cidade e sua cultura entre todas as maravilhas naturais. O propósito de vencer as favelas continuou, porém com enfoque diferenciado pois não foi por medidas sociopolíticas de ações de cidadania, de regulação fundiária e qualidade de vida para seus moradores.

5. Considerações finais

Com base na importância da experiência urbana da cidade, as políticas urbanas de patrimonialização destacam a paisagem como o principal bem cultural, de valor universal e teve a finalidade de integrar a sua preservação ao plano estratégico Pós-2016 que destaca a criação de uma nova imagem de cidade para sua sustentação nos jogos olímpicos. Por isso as áreas que compreendem tanto a Paisagem Cultural quanto os espaços destinados aos jogos foram alvos de políticas de revitalização e requalificação urbanas. Esta associação de projetos de intervenção dá suporte ao não menos polêmico plano de sustentabilidade da prefeitura na Era Eduardo Paes.

Por um lado, os tradicionais postais cariocas têm seus principais espaços de visibilidade pública questionados e reivindicados tanto pela população quanto pelos setores midiáticos, comerciais e financeiros da cidade. Assim sendo, em conjunto com os planos de políticas urbanas o processo de patrimonialização tornou visível ao

turista um dos principais espaços que “afetam” a integridade do sítio, as favelas, e as características presentes no entorno desta contrapaisagem situada nos morros paisagísticos, o antissímbolo carioca. Por outro lado, as habitações em áreas desfavorecidas do qualitativo “paisagem cultural” foram passíveis de remoção para construção de equipamentos esportivos, ou mesmo para a inibição visual onde não corresponde aos interesses mercadológicos.

Dessas características, a paisagem da cidade não se resume a uma imagem retrátil e alusiva. As imagens em si tornam-se “postais”, “guias”, porém tornam-se a principal narrativa de um conjunto de intervenções que enunciam o estatuto simbólico da Paisagem Cultural. A candidatura a Patrimônio da Humanidade reivindicou a preservação da paisagem urbana-cultural modernista própria à identidade cultural da cidade do Rio de Janeiro em meio às incidências de construções da Cidade Olímpica, dos novos equipamentos urbanos e das inovadoras práticas de turismo.

O reconhecimento da forma física da paisagem do Rio confere seu valor universal como patrimônio histórico-cultural, mas pressionada pelos setores imobiliários, pela sustentação de um megaprojeto e pela permanência da violência e desigualdade urbana. Se a Paisagem Cultural é resultado da confluência do meio ambiente, da cidade e da cultura, significa que a cidade reclama por uma mudança em termos de concepção e ação. Para isso adota-se o conceito de Sustentabilidade associado ao desenvolvimento urbano e econômico e publiciza-se a imagem de uma cidade do futuro.

Com isso, o que discutimos não se resume somente à dimensão desses planos estratégicos de intervenção, mas como eles reclamam e pressionam, em diferentes perspectivas, a inovação da imagem e identidade cultural da cidade e buscam, sobretudo, no turismo, na captação de pessoas e capitais, os recursos necessários para sua internacionalização econômica, cultural e tecnológica. Existe, portanto, dois eixos centrais de orientação mercadológica das políticas urbanas de intervenção que são o turismo e o consumo cultural. A cidade se transforma em torno destas práticas e do ajustamento dos planos estratégicos.

6. Referências

ACSELRAD, H. Discursos da sustentabilidade urbana. Campinas. Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais, v. 1, n. 1, pp. 79-90, 1999.

ARANTES A. Landscapes of history: contemporary challenges to the conservation of historicity in heritage sites, in: *Historic Cities, Historic environment*, ICOMOS, v. 23, n.1, p. 23-29, 2011.

BARBOSA, Jorge Luiz. Paisagens da Natureza, Lugares da Sociedade: a construção imaginária do Rio de Janeiro como “cidade maravilhosa”. In: SOUZA, J. S. S.; SILVA, J. L. B.; FAUSTINI, M. V.(Org.). *O novo carioca*. Rio de Janeiro: Mórula Editorial, 2012.

BRANDÃO, Zeca. Urban Planning in Rio de Janeiro: a Critical Review of the Urban Design Practice in the Twentieth Century. *City & Time* 2 (2): 4, 2006.

CAMARGO, P.O. As cidades, a cidade: política, arquitetura e cultura na cidade do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ. Dissertação de mestrado. Rio de Janeiro, Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil – PPHPBC, 2011.

CERTEAU, M. *A invenção do cotidiano: artes de fazer*, 12ª ed. Petrópolis, Vozes, 1994.

COSTA, A.F. Identidades culturais urbanas em época de Globalização. *Revista brasileira de Ciências Sociais*. São Paulo, v. 17, n. 48, Feb. 2002.

FEATHERSTONE, M. *Consumer Culture and Postmodernism*. 2nd edition. London: Sage, 2007.

FORTUNA, C. (org.) *Cidade, cultura e globalização: ensaios de sociologia*. Oeiras: Celta, 1997.

_____. Patrimônio, turismo e emoção. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 97, 2012.

FREIRE-MEDEIROS, B. A construção da favela carioca como destino turístico. Rio de Janeiro: CPDOC, Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/4138/TurismoFavelaCarioca.pdf>. Acesso em: 01-05-2012, 2006.

GIDDENS, A. *Em defesa da Sociologia. Ensaios, interpretações e tréplicas*. São Paulo: Editora UNESP, 2001.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. Rio de Janeiro: paisagens cariocas entre a Montanha e o Mar. In: IPHAN, *Dossiê de Candidatura do Rio de Janeiro à Lista de Patrimônio da Humanidade*. Brasília, 181 p, 2012.

KAZ, S. *Um jeito Copacabana de ser: o discurso do mito em O Cruzeiro e Sombra*. Rio de Janeiro, RJ. Tese de doutorado. Rio de Janeiro, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC-RJ, 2010.

LEITE, R.P. Espaço e poder: os processos de Gentrification. *CESContexto: Paisagens Socioculturais Contemporâneas*, v. 12: 30-36, 2015a.

_____. Cities and Gentrification in Contemporary Brazil. *Current Urban Studies*, v. 03, p. 175-186, 2015b.

LEITE, R.P; PEIXOTO, P. Políticas urbanas de patrimonialização e contrarrevanchismo: o Recife Antigo e a Zona Histórica da Cidade do Porto, *Cadernos Metrópole*, 21, pp.93-104, 2009.

MALTA, E.C. *Políticas Urbanas de Patrimonialização e Consumo: A Paisagem Cultural da Cidade do Rio de Janeiro*. São Cristóvão, SE. Tese de doutorado, São Cristóvão, Universidade Federal de Sergipe – PPGS/UFS, 2015.

MILES, S.; MILES, M. *Consuming Cities*. London: Palgrave Macmillan, 2004.

PIO, L. G. Cultura, Patrimônio e Museu no Porto Maravilha. Revista Intratextos, v. 4, pp. 8-26, 2013.

PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO. (2011). Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano Sustentável do Município do Rio de Janeiro. Lei Complementar n.º 111/2011, Rio de Janeiro, 1º de fev., 151 p, 2011.

_____. Pós-2016: O Rio mais integrado e competitivo – Plano Estratégico da Prefeitura do Rio de Janeiro: 2013 – 2016. Rio de Janeiro, 243 p, 2013.

RIBEIRO, R.W. Paisagem cultural e patrimônio. Brasília, IPHAN/COPEDOC, 2007.

RODRIGUES, M.E. Ambiente, Sustentabilidade e Cidade. FORTUNA, C; LEITE, R.P. (org.). Plural de Cidade: Novos Léxicos Urbanos. Coimbra, Almedina, 2009.

UNESCO. Decisions adopted by the 27th session of the World Heritage Committee WHC-03/27.COM/24. Paris, 2003. Disponível em: <http://whc.unesco.org/archive/2003/whc03-27com-24e.pdf>. Acesso em 04-05-2013.

UNESCO. Committee Decisions (36ª Convention): Cultural Properties - Rio de Janeiro, Carioca Landscapes between the Mountain and the Sea (Brazil), WHC.12/36.COM /19. São Petersburgo, 2012. Disponível em <<http://whc.unesco.org/en/decisions/4813>>. Acesso em: out. 2012.

VAN DER DUIM, R. (2007). Tourismscapes. An Actor-Network Perspective. Annals of Tourism Research, v. 34, n. 4, pp. 961-976.

VARGAS, H. C e CASTILHO, A. L. H. Intervenções em Centros urbanos: objetivos, estratégias e resultados. In: Vargas, H. C. (org.); Castilho, A. L. H. (org.). 1. ed. Barueri, São Paulo: Manole, 2006.

WILLIAMSON, T. Uma Oportunidade Perdida no Rio. Rio On Watch. Abril. 2012. Disponível em <<http://riononwatch.org.br/?p=3023>>. Acesso em: 23 de jul. 2014.

ZALUAR, Alba; ALVITO, Marcos. Um Século de Favela. 5ª ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

ZUKIN, S. Paisagens do Século XXI: Notas sobre a mudança social e o espaço urbano. In: ARANTES, Antonio (org.). O Espaço da Diferença. Campinas: Papirus, 2000, p.104-115.

_____. Naked City: The Death and Life of Authentic Urban Places. Oxford: Oxford University Press, 2010.