

“Cara, tão passando o cerol direto nos meus cartazes, principalmente na Zona Sul. A prefeitura, o Choque de Ordem, a Comlurb... Eles estão rasgando, pintando por cima dos cartazes... O próprio cliente já começou a reclamar: ‘a gente cola o cartaz numa noite, no dia seguinte já foi arrancado. Como pode?’. A gente vai lá, repõe, mas não adianta”¹.

3

A rua como lugar de uma disputa territorial

3.1

Um museu a céu aberto?

Quando falamos da apropriação da rua como aparato visual como uma tática para a constituição de um “meio de publicidade alternativo” e, num segundo momento, para a constituição de “outros mundos artísticos”, o pensamento de Bakhtin e aquela ferramenta metodológica que chamamos de “rebaixamento” voltam à tona.

Segundo Bakhtin, os festejos, ritos e práticas que constituem a cultura popular cômica da Idade Média estavam relacionados, por suas imagens e por um “poderoso elemento de *jogo*”, ao espetáculo teatral, no entanto, diferentemente do teatro, não agiam num tempo e espaço particular, isolado do tempo e espaço da vida cotidiana: “o núcleo dessa cultura, isto é, o carnaval, não é de maneira alguma a forma puramente *artística* do espetáculo teatral e, de forma geral, não entra no domínio da arte”².

“Na verdade, o carnaval ignora toda a distinção entre atores e espectadores. Também ignora o palco, mesmo na sua forma embrionária. Pois o palco teria destruído o carnaval (e inversamente, a destruição do palco teria destruído o espetáculo teatral). Os espectadores não assistem o carnaval, eles o *vivem*”³.

Desta maneira, coloca Bakhtin, o carnaval se situa “nas fronteiras entre a arte e a vida”:

“não era uma forma artística de espetáculo teatral, mas uma forma concreta (embora provisória) da própria vida, que não era simplesmente representada no palco, antes, pelo contrário, vivida enquanto durava o carnaval”⁴.

¹ BARANDA, entrevista realizada para esta pesquisa.

² BAKHTIN, Mikhail op. cit. p. 6.

³ BAKHTIN, Mikhail op. cit. p. 6.

⁴ BAKHTIN, Mikhail op. cit. p. 6.

Para Bakhtin, o fato de ignorar a distinção entre arte e vida, fazendo justamente coincidir estas duas instâncias, pode ser compreendido na negação que a cultura carnavalesca fazia do palco – o palco como o dispositivo físico que prepara, apresenta e emoldura o espetáculo teatral, materializando a separação entre a produção e a recepção. Por analogia, a mesma espécie de distinção pode ser colocada entre a ideia da cidade como uma galeria, ou museu, a céu aberto e a ideia da rua como um aparato visual, que estamos propondo. Na verdade, quando pensamos a rua como um “dispositivo de visibilidade alternativo”, o fazemos tendo em vista um plano de visualidade mais superficial, mais ao rés do chão, menos solene, enfim, mais rebaixado – lembrando que para Bakhtin o rebaixamento é “a transferência ao plano material e corporal, o da terra e do corpo na sua indissolúvel unidade, de tudo o que é elevado, espiritual, ideal e abstrato”⁵.

No livro *Arte Ambiente – Cidade Rio de Janeiro*, que citamos no capítulo anterior, o trecho do muro do Jóquey Club no bairro do Jardim Botânico é apresentado sob a seguinte introdução:

“A maior galeria a céu aberto da cidade encontra-se nos muros do Jardim Botânico. Arte efêmera, o painel vive se transformando pela ação de artistas que se comunicam com as obras existentes em permanente recriação do espaço urbano. A convivência de grupos de artistas diferentes torna o local rico para a investigação dessa nova linguagem”⁶.

A apropriação do espaço urbano como aparato visual é, como dissemos, uma prática cotidiana. Pensar a cidade como uma galeria ou museu a céu aberto, como se houvesse uma relação meramente *evolutiva* entre o fato de se apropriar da rua como tática de veiculação de imagens e a entrada no meio institucional de arte, nos impede de ver detalhes fundamentais de uma série de acontecimentos visuais, enquanto outros deixam simplesmente de ser enxergados. A abordagem feita de um espaço como o muro do Jóquey – que não é de forma alguma particular à obra recém citada, mas ao contrário, impressionantemente recorrente – ignora completamente que, além dos “artistas” que ali “convivem”, uma série de outros acontecimentos visuais estão em jogo – imagens que não pretendem ser apreendidas como *artísticas*: um monte de pixações, que talvez já estivessem ali há bem mais tempo, e cartazes de todos os tipos que são o tempo todo colados e rasgados, por exemplo. Em segundo lugar, deixa escapar o fato de que, mesmo esses que são descritos e que talvez se entendam e procurem mesmo serem vistos como “artistas”, não estão simplesmente, lindamente, se “comunicando” com as “obras existentes”, mas num embate seríssimo, que constitui parte da *sua própria* “dialética de distinção cultural”, para usarmos os termos de Bourdieu. A vontade de qualificar aquele espaço como um mero “suporte” ou um “um painel” ignora, portanto, que esse muro é o local de um conflito visual, uma disputa complexa, ao mesmo tempo delicada e brutal. Como nos conta um de nossos entrevistados, essa disputa caracteriza de forma particular o meio de arte de rua do Rio de Janeiro,

⁵ BAKHTIN, Mikhail op. cit. p. 17.

⁶ VARZEA, Mariana e AINBINDER, Roberto (orgs.), op. cit.

“A primeira coisa que eu percebi quando voltei da Europa é que lá existe um desapego pela pintura muito maior do que aqui. Tem histórias de que o cara está pintando o grafite, terminando e já tem um pessoal esperando e perguntando: “Bateu a foto já? Porque eu vou apagar”. Você passa três vezes pela mesma rua e aquela parede já mudou completamente. Então existe um desapego muito maior. Você pinta sabendo que logo depois alguém vai passar por cima.

Aqui, o seu muro é o seu muro e é sagrado. É como uma horta, uma árvore que você plantou. É um *apego* mesmo. Você passa pelo muro do Jóquei e a quantidade de coisas horríveis que estão lá. Hoje aquele muro é, setenta por cento, uma grande cagada. E a galera não renova porque sabe que pode arrumar um estresse, uma briga. O muro está lá, todo cinza, mas se você pintar por cima... Eu já arrumei problema com um cara de São Paulo. Eu estava pintando ali, do lado da minha casa, o cara veio de São Paulo e disse: “Esse muro é meu”, e foi lá e sacaneou a nossa pintura. Duas vezes. Depois veio uma pessoa do Rio, dizendo que vinha em nome do cara, e também rasurou a nossa pintura só para mostrar que aquilo tinha um “dono”. Eu falei: “Meu amigo, me desculpa, mas eu não vou deixar de pintar do lado da minha casa, porque você acha que o muro é *seu*”⁷.

Até certo ponto, este é uma briga travada no interior de um grupo de agentes que se identificam como pares, e que como diz Bourdieu, são *também* concorrentes. No entanto, ela ultrapassa os limites deste campo específico e envolve diversos outros agentes, instituições e manifestações. Entendida como um aparato visual, a rua passa a se colocar como o lugar de um conflito visual – uma disputa que se dá no espaço e se manifesta no plano das imagens, através da manipulação, do acúmulo e da sobreposição de indícios visuais. Este é o tema deste capítulo.

3.2

A rua como lugar de uma disputa territorial

“Polícia ocupa nove favelas em menos de duas horas”, diz a legenda da fotografia publicada na primeira página do jornal O Globo, do dia 7 de fevereiro de 2011, a qual mostra um tanque blindado da marinha com soldados armados de fuzis, no Morro dos Prazeres, na ação em que foram ocupadas nove favelas do Complexo de São Carlos, no Estácio e de Santa Teresa (fig. 3.1). A operação, que antecedeu a instalação de três UPPs, reuniu as polícias Militar e Civil, fuzileiros navais, Polícia Federal e Polícia Rodoviária. “Nenhum tiro foi disparado”, diz a legenda da imagem⁸.

“Em meio aos blindados que passavam pelas ruas de Santa Teresa, moradores de Classe média acenavam com um sinal positivo para a ocupação. Nas comunidades, a reação foi a mesma. Uma doméstica de 29 anos saiu de casa por volta de 8h para ir à praia com os filhos, de 5 e 6 anos. Foi parada na descida do morro e teve que mostrar a bolsa. – Se for para a gente ficar

⁷ BrunoBig, entrevista realizada para esta pesquisa.

⁸ A *liberdade é azul*, O GLOBO, 7 de fevereiro de 2010. p. 9.

tranquila, sem risco de bala perdida, acho bom a polícia ocupar – disse ela, que não quis revelar seu nome”

“A liberdade é azul”, é a manchete da reportagem. “Para marcar a retomada do território pelo estado, policiais soltaram sinalizadores com fumaça azul”. “As nuvens azuis surgiram nos morros dos Prazeres, Escondidinho, Fallet e Fogueteiro”.

“Praias vermelhas”, anuncia a manchete na capa da edição de 11 de março de 2012 do jornal O Globo, sobre a fotografia da orla da praia de Ipanema colorida de vermelho por milhares de barracas de sol na areia⁹. Conforme a reportagem, os guarda-sóis foram distribuídos aos 1.146 barraqueiros que trabalham nas praias do Flamengo ao Recreio dos Bandeirantes, pela marca de cerveja Itaipava, a única que continuou oferecendo kits de barracas e cadeiras aos barraqueiros, após a prefeitura da cidade, “diante da poluição visual generalizada”, ter proibido, em 2009, a colocação de logomarcas nas barracas alugadas. “Com a logomarca proibida, a Itaipava optou pelas barracas vermelhas, cor símbolo da cervejaria”. De acordo com o jornal, “a onda vermelha que tomou conta da faixa de areia da orla carioca, do Leme ao Pontal, vai durar até o próximo verão, quando a prefeitura proibirá a monocromia” (fig. 3.2).

O primeiro evento noticiado faz parte da série de operações militares de ocupação de áreas importantes da cidade do Rio de Janeiro e de instalação das chamadas UPPs, Unidades de Polícia Pacificadora, nas favelas da cidade, iniciada em dezembro de 2008, com a ocupação do morro Dona Marta, em Botafogo. As operações envolveram a articulação de autoridades municipais, estaduais e federais, contando não apenas com as polícias militar e civil como também com as forças armadas. A segunda matéria é uma continuação de uma série de reportagens que anunciaram as medidas adotadas pela prefeitura do Rio de Janeiro para “regularizar” a orla da cidade. As reportagens citadas ilustram como diferentes acontecimentos, a ocupação militar das favelas em torno dos bairros do Estácio e Santa Teresa e a estratégia de marketing implementada por uma empresa privada, podem ser concomitantemente observados como eventos espaciais e visuais. Se, por um lado, o que está em jogo são conflitos territoriais – a disputa de um espaço por agentes antagônicos – por outro, é por meio da manipulação de indícios visuais – a “fumaça azul” e “as barracas vermelhas” – que estas disputas são representadas publicamente.

No livro, *A Condição Urbana*, Paulo Cesar da Costa Gomes observa práticas culturais como a frequência às praias no Rio de Janeiro ou o papel do futebol no imaginário da cidade, bem como uma série de confrontos envolvendo jovens provenientes dos subúrbios parisienses e a polícia ou as lutas raciais que ocorreram em Chicago no final dos anos 50, procurando abordá-los segundo uma ótica espacial. O autor procura demonstrar que por trás desses fenômenos pode ser enxergada uma variável em comum, “uma dinâmica espacial”, e que conflitos sociais “que têm a cidade como palco” podem ser compreendidos, analisados e interpretados como disputas territoriais¹⁰.

⁹ As praias vermelhas do Rio, O GLOBO, 11 de março de 2012. p 10.

¹⁰ GOMES, Paulo Cesar da Costa, *A Condição Urbana: ensaios de geopolítica da cidade*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

“Com frequência podemos ler nas manchetes dos jornais que a polícia ‘ocupou’, ‘invadiu’, ou ‘fez um cerco’ à favela. Este vocabulário nos revela fatos bastante interessantes. Ele nos indica que se trata de uma situação de guerra entre territórios, por meio da qual se afirma claramente que estes espaços estariam submetidos a forças hegemônicas diferentes”¹¹.

Para o autor, o *fenômeno da disputa territorial na cidade* – ou seja “as lutas que têm como objeto de disputa a busca pela afirmação de um poder que é também a luta por um território” e que “se faz a partir de uma certa estrutura que associa pessoas a uma forma específica, a cidade” – é o assunto da geopolítica urbana. Assim, a partir de um enfoque essencialmente espacial, o autor procura realizar abordagens originais para uma série de acontecimentos sociais.

Nos apropriaremos aqui dos conceitos de “espaço”, “espaço público” e “território”, desenvolvidos neste campo de estudo, para analisarmos diversos eventos em que, através da manipulação, da produção e da veiculação de objetos visuais, a rua é tomada como local de uma disputa territorial.

3.2.1

O conceito de território e seus derivados

Conforme coloca Manuel Correia de Andrade, no artigo *Territorialidades, desterritorialidades, novas territorialidades: os limites do poder nacional e do poder local*, os conceitos de “território”, bem como seus derivados, “territorialidade” e “desterritorialidade”, expressões que têm uso antigo nas ciências naturais, vêm sendo recentemente retomados pela geografia política. Não apenas neste campo, mas em outras áreas do conhecimento, estes termos passaram a ser utilizados como ferramentas essenciais para discussões como o papel do Estado no controle do território nacional; a constituição, a “degeneração” ou “reconfiguração” da categoria de “espaço público”; os diversos processos sociais de apropriação simbólica desta esfera, etc. Os autores e estudos que discutiremos agora abordam estas e outras questões, apresentando definições algumas vezes convergentes, outras, contraditórias sobre estes conceitos.

De acordo com Andrade, nas Ciências Naturais, “o território seria a área de influência e dominação de uma espécie animal que exerce o domínio da mesma, de forma mais intensa no centro e que perde essa intensidade ao se aproximar da periferia, onde passa a concorrer com o domínio de outras espécies”¹². Já no campo da geopolítica o termo território estaria sempre associado à ideia de poder, de domínio ou gestão de uma determinada área e assim “não deve ser confundido com o de espaço ou lugar”¹³.

¹¹ GOMES, Paulo Cesar da Costa, op. cit. p. 15.

¹² ANDRADE, Manuel Correia de, *Territorialidades, desterritorialidades, novas territorialidades: os limites do poder nacional e do poder local* in SANTOS, Milton; SOUZA, Maria Adélia A. de; SILVEIRA, Maria Laura (orgs), *Território, Globalização e Fragmentação*. Editora HUCITEC, São Paulo: 1994. p. 213.

¹³ ANDRADE, Manuel Correia de, op. cit.

Essa distinção inicial entre o conceito de território e o de espaço é também marcada por outros autores. Mário Trompowsky, em *O Espaço público como território, uma sucinta reflexão*¹⁴, sublinha que “uma das propriedades do Espaço é ser preexistente a qualquer ação humana que se materialize sobre suas ‘bases’”, enquanto, “o território, por sua vez, se forma como ‘o resultado de uma ação produzida por um ator sintagmático (ator que realiza um programa) em qualquer nível. Ao apropriar um espaço concreta ou abstratamente – por exemplo pela representação –, o ator territorializa o espaço”¹⁵.

De forma análoga, Roberto Lobato Corrêa, no artigo *Territorialidade e corporação: um exemplo*, publicado na mesma coletânea do texto de Andrade, diz que, embora subordinado a esse conceito mais abrangente, “o território é o espaço revestido da dimensão política, afetiva ou ambas”¹⁶. Segundo Corrêa,

“Etimologicamente território deriva do latim *terra* e *torium*, significando terra pertencente a alguém. Pertencente, entretanto, não se vincula necessariamente à propriedade da terra, mas à sua apropriação. Essa apropriação, por sua vez, tem um duplo significado. De um lado, associa-se ao controle de fato, efetivo, por vezes legitimado, por parte de instituições ou grupos sobre um dado segmento do espaço. (...) A apropriação, por outro lado, pode assumir uma dimensão afetiva, derivada das práticas especializadas por parte de grupos distintos definidos segundo raça, religião, sexo, idade ou outros atributos. (...) Apropriação passa a associar-se à identidade de grupos e à afetividade espacial. Os dois conceitos podem, contudo, combinar-se definindo territórios plenamente apropriados, de direito, de fato e afetivamente”¹⁷.

Essa “apropriação”, que, de acordo com Corrêa, pode se referir tanto ao controle legitimado de um grupo sobre o espaço quanto ao sentimento de pertencimento nutrido por um determinado grupo em relação ao espaço, é aquilo que esse autor chama de “territorialidade”. O termo abarca igualmente “o conjunto de práticas e suas expressões materiais e simbólicas capazes de garantir a apropriação e a permanência de um dado território por um determinado agente social”¹⁸.

Antes de prosseguirmos com a apresentação dos conceitos derivados daquele de território, gostaríamos de nos deter numa discussão ecoada em diversos autores abordados aqui: a do papel do Estado na territorialidade da Nação. Tradicionalmente, nos indicam estes autores, o Estado foi entendido como o agente territorializador primordial, ou seja, aquele responsável pela constituição do território nacional. Segundo Trompowsky, a relação que historicamente se faz entre o termo território e a ideia de dominação de uma população sobre um determinado espaço fez com que este parecesse

¹⁴ TROMPOVSKY, Mario, *O Espaço público como território, uma sucinta reflexão*. in VAZ, Lilian Fessler; ANDRADE, Luciana da Silva; GUERRA, Max Welch (orgs.) *Os Espaços Públicos nas Políticas Urbanas – Estudos sobre o Rio de Janeiro e Berlim*. Rio de Janeiro: 7Letras, 2008.

¹⁵ TROMPOVSKY, Mario, op. cit. p. 251.

¹⁶ CORRÊA, Roberto Lobato, *Territorialidade e corporação: um exemplo*, in SANTOS, Milton; SOUZA, Maria Adélia A. de; SILVEIRA, Maria Laura (orgs), *Território, Globalização e Fragmentação*. Editora HUCITEC, São Paulo: 1994. P. 251.

¹⁷ CORRÊA, Roberto Lobato, op. cit. p. 251.

¹⁸ CORRÊA, Roberto Lobato, op. cit.. p. 251-252.

indissoluvelmente associado ao conceito de Estado, “como se território fosse sempre sinônimo de *território de um Estado*”¹⁹.

No entanto, como apontam os estudos citados aqui, recentemente uma série de acontecimentos que agem em planos globais e locais vem colaborando para rearticular a relação entre Estado e território. Por um lado, torna-se cada vez mais importante evidenciar que este “agente social territorializador” pode ser também representado tanto por um grupo social particular (como a população de uma determinada localidade, que mesmo informalmente ou ilegalmente, apropria-se *legitimamente* deste espaço, ou uma sub-cultura específica que interage em um espaço, ainda que de forma temporária, como o grupo de torcedores de futebol em torno do estádio, ou os frequentadores das praias cariocas, analisados por Gomes²⁰), quanto por uma empresa ou corporação privada. Por outro lado, a crescente pressão de forças externas agindo no interior do território conformado em torno do Estado vem colaborando para o processo chamado de “transnacionalização” do território. Como coloca Milton Santos, na coletânea que estamos citando, da qual é um dos organizadores,

“Vivemos com uma noção de território herdada da Modernidade incompleta e do seu legado de conceitos puros, tantas vezes atravessando os séculos praticamente intocados”.

“Antes, era o Estado, afinal que definia os lugares (...). O território era a base, o fundamento do Estado-Nação, que, ao mesmo tempo, o moldava. Hoje, quando vivemos uma dialética do mundo concreto, evoluímos da noção, tornada antiga, de Estado Territorial para a noção pós-moderna de transnacionalização do território”²¹.

Essa transnacionalização do território – levada adiante por empresas multi-nacionais e por uma nova divisão internacional do trabalho, que estabelece como estratégia de produção a ligação, em rede, de locais de países diversos – além de abalar a relação tradicional entre os distintos Estados nacionais, traz consequências para dentro daqueles territórios.

“O Estado-nação continua sendo um elemento significativo dessa estrutura das atividades de produção; no entanto, ele é certamente cada vez menos autárquico, no plano econômico, em razão da internacionalização das estruturas de produção (que fazem pesar coações cada vez mais onerosas sobre a política macroeconômica nacional) e o crescente papel das organizações internacionais (nas quais as nações abandonam parte de sua soberania em favor de uma coordenação em níveis territoriais mais elevados). É a luz dessas evoluções que se impõe a noção do sistema global como um mosaico de economias regionais (e não apenas como uma justaposição de economias nacionais)”²²

¹⁹ TROMPOVSKY, Mário, op. cit. p. 19.

²⁰ GOMES, Paulo Cesar da Costa, op. cit.

²¹ SANTOS, Milton. Op. cit. p. 15.

²² BENKO, Georges, *Organização Econômica do Território*, in SANTOS, Milton; SOUZA, Maria Adélia A. de; SILVEIRA, Maria Laura (orgs), op. cit. p. 54-55.

O processo de constituição do território brasileiro é analisado por Andrade, que questiona a “unidade” – simbolizada na unicidade da língua portuguesa e de costumes culturais – com a qual este território costuma ser indubitavelmente representado. Segundo este autor, a despeito do que estes fatores parecem atestar, a formação deste território foi, em diversos períodos históricos e políticos, bem como nas diferentes escalas – nacional, regional e local –, uma questão problemática²³.

“o Brasil, que possui desde o período colonial um grande espaço, durante séculos não o transformou em território, através do exercício da gestão do mesmo, só vindo a tentar fazê-lo a partir dos meados do século XX, quando o governo Vargas, no Estado Novo, criou a Fundação Brasil Central e pregou a ‘marcha para Oeste’ procurando expandir a área de ação e de domínio do Governo. Em seguida, com a transferência da capital federal para o Planalto Central, Juscelino Kubischek promoveu não só uma grande transferência de população, como fez abrir estradas ligando Brasília aos mais diversos pontos do território nacional, procurando desenvolver uma política de integração, política esta que foi continuada pelos militares ao promoverem a abertura de estradas nas áreas mais isoladas para implantar núcleos coloniais, embora de forma improvisada e sem respeito às populações que habitavam a área desde períodos imemoriais – as nações indígenas”²⁴.

Ao processo de formação – material e simbólico – de um território, Andrade dá o nome de “territorialização”. Neste processo, forças centrípetas e centrífugas estão em jogo, sendo articuladas numa dinâmica complexa e instável.

É no sentido das “forças centrípetas” referidas por Andrade que podemos compreender a mobilização de imagens como estratégias de representação de poder e o uso que a linguagem monumental faz do espaço público na afirmação dessa representação (lembremos da análise que Renata Santos faz do uso da imagem impressa e da litografia por parte do poder imperial durante o século XIX e das mobilizações em torno da construção do primeiro monumento da cidade, apresentadas por Mariana Várzea). A relação entre estas imagens e o espaço no qual são inseridas é discutida por, Lucrécia D’Alessio Ferrara, no texto *Do mundo como imagem à imagem do mundo*²⁵. Ferrara associa à noção de território aquela de imaginário. Em suas palavras,

²³ Segundo Andrade, nacionalmente, essa questão se manifesta nos conflitos envolvendo os diversos estados e o poder central quanto à gestão administrativa do território. “O parlamento nacional legisla praticamente sobre quase todos os assuntos, impondo aos estados periféricos decisões que contrariam a sua formação e os seus interesses”. Por outro lado, “os grandes estados, apesar de sub-representados na Câmara dos Deputados, têm um forte poder de pressão e impõem uma legislação que os beneficia”.

Em momentos de crise, esse conflito se colocou na emergência de movimentos separatistas: no Sul, com a ideia da criação da República dos Pampas; em São Paulo, após a Revolução de Trinta, em torno de uma classe cafeeira dominante; no Nordeste, com as revoluções pernambucanas de 1817 e 1824, por exemplo. Numa escala regional, movimentos igualmente desagregadores atingem o interior dos estados, reclamando a formação de novas unidades territoriais. Num plano local, os municípios, que no período colonial concentravam um grande poder administrativo, vieram perdendo autonomia e importância ao longo do tempo, no Império, na Primeira República e mais ainda nos períodos ditatoriais, da década de trinta e Estado Novo, até a ditadura militar. ANDRADE, Manuel Correia de, op. cit.

²⁴ ANDRADE, Manuel Correia de, op. cit. p. 214.

²⁵ FERRARA, Lucrécia D’Alessio, *Do mundo como imagem à imagem do mundo* in SANTOS, Milton; SOUZA, Maria Adélia A. de; SILVEIRA, Maria Laura (orgs) op. cit.

“Imaginário corresponde à prática social de atribuir significados a significados, ou seja, à prática social pela qual os significados passam a acumular imagens e a significar mais. Através dessa prática, pessoas, datas, espaços, fatos ou objetos podem incorporar significados extras e passam a constituir representações autônomas que desconhecem a prática social que lhes deu origem; circulam e a elas não cabe acerto ou erro, verdade ou mentira, são amorais”.

“Portanto, o imaginário social corresponde àquelas representações que, entremeadas e articuladas, correspondem, sistemicamente e em linha ascendente, a desejos, expectativas, projetos, valores, crenças e hábitos. (...) Crenças e hábitos correspondem ao estágio máximo e ideal do imaginário social e, não raro, se articulam, simbolicamente, em emblemas que celebram aqueles valores e atuam como mediação entre eles e a sociedade que lhes deu origem. Os emblemas se concretizam visualmente e se tornam populares: são as armas, brasões, bandeiras, hinos, etc. São responsáveis pela criação de uma comunidade de sentidos que faz do imaginário uma elaboração coletiva²⁶.”

O imaginário deve ser entendido, assim, como um sistema de imagens que, em momentos específicos, atua como instrumento na constituição simbólica de um território. Através da materialização e da publicização dos valores que fundamentam a afirmação desse território, a construção do imaginário social passa a se colocar como uma ferramenta de poder. A manipulação de imagens se apresenta, desta forma, como uma estratégia de territorialização.

A autora coloca que o uso estratégico do imaginário esteve presente no processo de constituição do território nacional brasileiro, em sua ampliação e em sua independência, agindo assim como uma “forma de ordem”, atuando do exterior para o interior, “dos desejos de alguns para as realidades coletivas”.

“Entre nós, a afirmação da nação perante o mundo se deu por meio da criação do imaginário da unidade nacional defendida por indivíduos que, emblematizados, se transformaram em heróis”.

“O caráter icônico desses heróis é indispensável para provocar uma atenção popular, em geral ausente e dispersa e, sobretudo, para redimir a ambiguidade de uma identidade nacional decidida alhures e à revelia da consciência nacional. Essa imagem icônica empresta foros de credibilidade ao imaginário e troca o verbal discursivo pelo visual da pose e do espetáculo: através da pose emblemática do herói, o imaginário se expõe publicamente e impõe, ao mundo, a sua identidade e a sua máscara: a pretendida unidade nacional”²⁷.

Voltando ao texto de Andrade, vemos que os processos de territorialização visam gerar um sentimento de pertencimento àquele espaço chamado de “territorialidade”. A territorialidade envolveria “tanto o que se encontra no território e está sujeita à gestão do mesmo, como, ao mesmo tempo, ao processo subjetivo de conscientização da população de fazer parte de um território, de integrar o território”.

²⁶ FERRARA, Lucrécia D'Alessio, op. cit. p. 45.

²⁷ FERRARA, Lucrécia D'Alessio, op. cit.. p. 46.

“Dialeticamente, porém, a expansão do território, ao mesmo tempo em que promovia a ampliação da territorialidade, provocava a desterritorialidade nos grupos que se sentiam prejudicados com a forma e a violência com que era feita”.

“Os indígenas, por exemplo, tomaram conhecimento do processo de espoliação econômica e desaculturação a que estavam sendo submetidos; os posseiros, que já estavam sendo expropriados nas áreas de origem e procuravam acesso à terra naquelas em povoamento, se sentiam novamente espoliados e, naturalmente, reagiam à territorialização a que eram submetidos pelas forças políticas e pelos órgãos e comunicação. E aí, na expansão do território e na consolidação da territorialidade, eles sentiam os choques culturais que os violentavam, como no caso do uso da terra, a diferença entre a concepção da terra como mercadoria e da terra como valor de uso”²⁸.

“Desterritorialidade” é a consequência desconsiderada dos processos de territorialização levados adiante por determinados grupos sociais. É o resíduo inesperado desse processo, aquilo que é sentido pelos *outros* grupos, que se percebem (espacial e, com isso, socialmente) desfavorecidos. A reação a esse processo é representada no movimento de formação de “novas territorialidades”. Estas são definidas como “novas formas de concepção do uso e do processo de domínio de território”. Tomando não apenas o exemplo do Brasil, mas de outros países, o autor coloca que,

“quando o território, unidade de gestão, se expande pelo espaço não conquistado, cria novas formas de territorialidade que dialeticamente provocam novas formas de desterritorialidades. Isto, ao se analisar a ação do setor público, porque processo semelhante ocorre também no setor privado, nos territórios produzidos pelas empresas em suas áreas de influência, áreas que se expandem ocupando novos espaços...”²⁹.

Ao questionar a unidade com que o território brasileiro foi historicamente representado, Andrade aponta que o processo de configuração do território (nacional) deve ser sempre entendido como um processo problemático, onde os interesses de grupos diversos estarão em conflito, sublinhando a “necessidade de se encarar o território (...) como uma categoria temporária, de vez que no espaço e no tempo nada é permanente, tudo se acha em constante transformação”³⁰.

Ao mesmo tempo em que se torna uma categoria cada vez menos consensual e mais problematizada, os conceitos de território e de seus derivados são arrastados para outros campos de estudo onde passam a ser articulados na discussão de uma série de questões. Aqui, eles nos serão úteis para analisarmos as manifestações e práticas que tomam a rua como meio de publicidade.

²⁸ ANDRADE, Manuel Correa de, op. cit. p. 214.

²⁹ ANDRADE, Manuel Correa de, op. cit. p. 220.

³⁰ ANDRADE, Manuel Correa de, op. cit. p. 220.

3.2.2

Práticas territoriais

Como vimos no capítulo anterior, as caçambas de entulho que se encontram espalhadas pela cidade podem ser vistas como objetos gráficos/de marcação visual. Elas pontuam diversas localidades em meio à malha urbana e circulam por esta estrutura, veiculando, em sua superfície, as imagens e marcas impressas das empresas de recolhimento de detritos físicos: agem portanto como ferramentas visuais de territorialização. Com a padronização das caçambas e a fixação dos adesivos, para além da necessidade de otimizar a prestação deste serviço, a Prefeitura confirma o entendimento desta peça como um aparato visual de considerável alcance e garante a veiculação de *sua marca* em uma mídia visual que pontua a cidade como um todo. Estes objetos sustentam e fazem circular signos visuais de demarcação espacial e, precisamente por isso, tornam-se alvo de uma disputa de poder.

Ao colar um adesivo sobre a configuração gráfica de uma caçamba de ferro impressa em estêncil, a prefeitura reproduz inadvertidamente uma prática comum tanto ao mundo das artes gráficas quanto à cultura visual de rua – um procedimento que para o profissional gráfico leva o nome de *overprint* e que remete a diversos momentos da história das artes gráficas: a prática de sobrepor impressões sobre um mesmo suporte.

Joaquim Marçal Ferreira de Andrade, por exemplo, estudando as revistas ilustradas em circulação na segunda metade do século XIX no Rio de Janeiro, coloca que grande parte dessas publicações era editada em duas etapas: enquanto, de um lado da folha, toda a parte textual era impressa em tipografia, as imagens eram compostas e impressas em litografia no verso. A aparente lentidão desse processo – acentuada pelo fato de não raramente essas duas etapas serem realizadas em estabelecimentos diferentes, obrigando o editor a transportar a edição de um local para outro no meio dela – era compensada pela agilidade que a litografia trazia então para a ilustração jornalística e justificada pela dificuldade em se obter, naquele meio gráfico, profissionais capacitados a gravar em madeira imagens que pudessem ser impressas concomitantemente aos caracteres tipográficos³¹.

Na realidade grande parte dos impressos que vemos hoje em dia são produzidos através da sobreposição de diferentes impressões – por exemplo os impressos coloridos realizados através do sistema CMYC, no qual quatro impressões são sobrepostas em ciano, magenta, amarelo e, por último, em preto. No entanto, alguns objetos *tematizam*, por assim dizer, esse procedimento. Um exemplo disto pode ser dado com o caso dos cartazes de produtos colados nas paredes de bares e padarias, que *abrem* no próprio impresso o espaço para uma ação subsequente – a inscrição do preço da mercadoria, feita pelo vendedor (fig.3.3).

³¹ ANDRADE, Joaquim Marçal Ferreira de, *História da Fotorreportagem no Brasil: a fotografia na imprensa do Rio de Janeiro de 1839 a 1900*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

O acúmulo de ações que esses impressos, como “obras abertas”³², preveem e recepcionam é uma prática comum na cultura visual de rua. A ela propomos associarmos uma prática correlata – o *rateio*. Oriunda do mundo da pixação, no qual representa a maior ofensa que pode haver entre dois agentes desse grupo, o *rateio*, ou o atropelo, é a prática de rasurar, por retaliação ou desafio a marca visual do *outro*, o seu par-concorrente. Trata-se de uma ação sempre intencional – uma vez que, conforme Bourdieu, da mesma forma que o fato de ignorar a lei não atenua o crime, “a ninguém é permitido ignorar a lei cultural”.

Se o *rateio* pode ser compreendido como uma prática de territorialidade, como um caso específico de overprint, ele pode ser também visto como um acúmulo de ações. Como ilustram as imagens apresentadas, o acúmulo e o *rateio* podem ser acompanhados na documentação do cotidiano de um muro específico (fig. 3.4, 3.5 e 3.6). Um cartaz sobrepõe uma impressão em estêncil sobre o muro; outros cartazes são colados sobre aquele para serem então rasgados por algum outro agente e em seguida sobrepostos por outra série de cartazes... Alguns artistas em atuação no meio de arte de rua da cidade problematizam esse conflito visual. Como coloca Bokel, é exatamente o acúmulo de ações que a rua manifesta aquilo com o que sua pintura dialoga:

“Na verdade, o que eu utilizo da rua são aquelas obras do acaso, é a pixação que vem um pôster por cima, aí vem outro lambe-lambe e é colado por cima, mas fica um pedaço da letra em baixo... Isso foi o que sempre me fascinou e não exatamente o grafite em si. Eu gostava mais da coisa do acaso e do tempo, a obra do tempo, algo que você não tem controle”³³.

Em uma série recente de trabalhos, Bokel se apropria dos cartazes *rateados* de Baranda, aplicando, sobre a camada de cal com a qual as informações daqueles impressos foram inutilizadas, dizeres com significado abertos: “ante – o mar – antigo”, “uma – coisa – pura”; “colheita – do – acaso”, etc. (fig. 3.7). Arrancados do muro onde estavam dispostos, estas imagens produzidas pelo acúmulo de ações distintas e distantes são emolduradas tornando-se objetos passíveis de serem transportados para outros ambientes, uma galeria ou uma sala de estar.

3.2.3

Camuflagem urbana

Outro que problematiza o conflito territorial gerado pela sobreposição das ações de diferentes agentes e manifestações no interior da esfera de visualidade na qual a rua se transforma é Julio Ferretti, também conhecido como Flô. Atuando desde 2004 basicamente através do cartaz de rua, Ferretti pensa seu trabalho como um “ação no cenário da arte de rua”. Através de um ícone, “um

³² ECO. Umberto, *Obra aberta*. Rio de Janeiro: Perspectiva: 1994. Para Eco, uma obra de arte pode ser considerada como uma “obra aberta” no momento em que tematiza, ou traz para dentro de sua própria estrutura própria poética, a *abertura* que toda obra necessariamente pressupõe.

³³ BOKEL, entrevista realizada para esta pesquisa.

avatar”, que o representasse – a forma de uma flor recortada – Ferretti desenvolve ações onde discute a proposta de “se camuflar entre os signos da rua” e de estudar, ou jogar com, os “movimentos e intempéries do espaço urbano”³⁴. Em um de seus trabalhos, Camuflagem Urbana No. 2, diversos recortes com a forma da flor são realizados em folhas de papel de seda pintadas em tons de cinza e linhas riscadas em spray. Essas flores são coladas ao longo da extensão de um muro qualquer. A transparência do papel e as manchas neles produzidas tornam-nas praticamente indistinguíveis do suporte sobre o qual são aplicadas. “Enquanto a maior parte das pessoas procura se fazer visível, eu estou inserindo imagens que se camuflam, apenas perceptíveis por um olhar muito atento”.

Em outro trabalho, Camuflagem Urbana No. 5, realizado ao longo de meses nos tubos de ventilação do metrô da Praça Sans Peña, na Tijuca, bairro onde mora e onde atua com mais frequência, diversas flores recortadas em papel de alta gramatura são coladas sobre aquela superfície com uma cola muito aguada. Em seguida, o tubo – as flores e o fundo – é todo ele pintado de branco. Como um “suporte”, o tubo se torna uma superfície convidativa à ação de outros agentes, que, buscando sempre a ampliação de sua territorialidade, não suporiam serem aquelas formas parcamente distinguíveis o trabalho de um de seus pares. E de fato, logo em seguida um grafite é realizado em torno do suporte. Com o passar dos dias, sob a ação do sol e da chuva, a cola aguada que sustentava as flores começa a se dissolver e, à medida que elas se descolam, suas formas são reveladas por debaixo do grafite. A documentação fotográfica diária de toda a ação apresenta o conflito visual que a rua como um aparato visual manifesta, ou seja, “a relação de constante experimentação com o espaço urbano” que o trabalho desse artista politiza.

3.2.4

Coletivo Gráfico

Em outubro de 2010, Julio Ferretti, que terminava sua graduação em gravura na Escola de Belas Artes da UFRJ, eu e outros 9 integrantes, que também frequentavam os ateliês de gravura daquela escola, formamos o grupo Coletivo Gráfico³⁵. Além de do espaço de produção da universidade, os membros do grupo compartilhavam o interesse em pesquisar meios alternativos de veiculação de imagens no contexto urbano. Elvis Almeida, por exemplo, era também membro do grupo de grafiteiros, Kovok Crew, de Olaria. Além disso, ele, Luiza Stavale e Mariana Moysés mantinham, desde a adolescência, um envolvimento com a produção de zines – publicações alternativas, produzidas em baixo custo, de acordo com a cultura *do it yourself*, e distribuídas em eventos e festas de rock no subúrbio da cidade.

Depois de várias experiências articulando a produção de diversos membros, uma de nossas primeiras ações como grupo foi a ocupação gráfica do muro do Espaço Cultural Municipal Sérgio Porto. Iniciada como uma ação clandestina, realizada sem a autorização dos responsáveis pelo espaço, essa

³⁴ Julio Ferretti, entrevista realizada para esta pesquisa em 28/02/2011.

³⁵ www.coletivografico.com De formação flutuante, o grupo contou com a participação dos seguintes integrantes: Elvis Almeida, Gabriel Bernardo, Julia Jacobina, Julio Ferretti, Lara Miranda, Luiza Cascon, Luiza Stavale, Mariana Moysés, Pedro Sánchez, Suelen Gonçalves e Thadeu dos Anjos.

ocupação era feita gradativamente, através do acúmulo contínuo de ações sobre aquele suporte. Em um dado momento, em outubro de 2010, fomos contatados pelos organizadores do Projeto Entre, responsáveis pela administração cultural do espaço, para formalizarmos nossa atividade. Desde então mais de 12 edições do muro foram realizadas. A cada uma delas, novos cartazes são produzidos e sobrepostos àquela superfície, às vezes cobrindo totalmente a imagem anterior, às vezes dialogando com ela (fig. 3.10).

Outro trabalho desenvolvida pelo grupo foi a série de cartazes intitulada Cristo Vazado. Desenvolvida logo após o incidente de pixação do monumento do Cristo Redentor e a reação pública que ele teve, que serão analisados no próximo capítulo, Cristo Vazado foi uma série de intervenções urbanas com cartazes nos quais a forma do monumento era cortada. Esta folhas eram coladas sobre cartazes de rua rasgados ou inutilizados, pinturas rabiscadas, grafites rateados. Ao sobrepor aqueles grafismos, os cartazes preenchiam a imagem do monumento com estes acidentes visuais, colocando em evidência a disputa territorial que os muros da cidade deflagram (fig. 3.11).

As ações do Coletivo Gráfico, bem como os trabalhos individuais de Julio Ferretti e Bokel, tematizam a disputa visual que ocorre no interior do campo de arte que se constitui com a apropriação da rua como aparato visual e meio de publicidade alternativo. No entanto, como dissemos, essa disputa ultrapassa os limites do meio de arte de rua e envolve diversos outros agentes, práticas, eventos e manifestações que estão em atuação no campo, ampliado, da cultura visual de rua.

3.2.5

Maldito lambe-lambe

O rateio e o overprint, como práticas territoriais que compõem o conflito visual que identificamos, podem ser observados em duas vias na atuação de Baranda, agente que abordamos no capítulo anterior.

Em primeiro lugar, agindo no plano visual da rua, sem no entanto integrar o meio de arte de rua conformado no interior deste, os funcionários de Baranda responsáveis pela veiculação de seus impressos não se vêem (naturalmente) comprometidos com as regras de funcionamento que regem aquele campo autonomizado. Não raramente, grafites e painéis de grafiteiros, inclusive daqueles mais reconhecidos no meio cultural do Rio de Janeiro são sobrepostos pelos cartazes de Baranda. No dia 27 de março de 2012, um post publicado por Marcelo Ment, um dos artistas e grafiteiros mais reconhecidos da cidade, citado em reportagens apresentadas aqui e nos relatos dos nossos entrevistados, tornou pública a questão até então restrita ao grupo de pares ao veicular a foto de um cartaz produzido por Baranda anunciando a Babilônia Feira Hype colado por cima de um de seus grafites pintados no muro do Jôquei Club³⁶. O post reuniu mais de 420 indicações de aprovação (Curti!) e mais de 146 comentários (fig. 3.12), dentre os quais grande parte se dividia entre os que se mostravam igualmente indignados com o “desrespeito” em relação à obra do artista, os que

³⁶ <http://instagr.am/p/IsEfYZDoje/>

planejavam uma reação, pintando por cima de todos os cartazes daquele muro e os que teciam todo um discurso contra o cartaz de rua e a favor do grafite e da arte de rua: nada mais, nada menos que uma polêmica territorial deflagrada. Os conceitos de território, territorialidade, novas territorialidades e desterritorialidade aparecem incorporados às palavras do próprio autor da publicação:

“Os caras que colam enxergam nos muros com pinturas um “spot” novo para a colagem desses cartazes, como disse antes, você descobre o pico, gasta tempo e tinta, aí os infelizes vão lá e pensam, ‘esse muro é bom e tem visibilidade, fizeram um graffiti lá então podemos colar nossos cartazes...’; a prefeitura não multa, os contratantes querem ver suas marcas/eventos estampadas a qualquer preço, sinceramente eu não esperava essa repercussão toda, caiu de ser a Babilônia Feira Hype, já tinham colado outros cartazes lá, mas não na CARA da mulher da minha pintura...eles vão invadindo mais e mais, até o muro todo virar propaganda...”

A casualidade de o cartaz em questão ser da Babilônia Feira Hype, um evento cultural no qual a prática do grafite é representada, com a participação de artistas e grupos em estandes, comercializando e expondo seus trabalhos, tornou o acontecimento ainda mais polêmico. Organizadores e participantes do evento se esforçaram em apresentar-se em favor da causa dos artistas de rua e em justificar a adoção do lambe-lambe como tática de publicidade, propondo formas de conciliação entre as duas práticas.

“Galera a BABILÔNIA FEIRA HYPE é tb bem vítima deste equívoco de colagem do LAMBE LAMBE. AMAMOS A ARTE URBNA!!! Estou em plena montagem do evento e quando soube fiquei muito chateado e revoltado pois acabaram falando mal do evento, que jamais permitiria esta colagem, pois somos grandes incentivadores da cena urbana na cidade, tanto que em nossa última edição em dezembro reunimos vários artistas urbanos (com parceria com o INSTITUTO RUA) e neste fim de semana estaremos com o GRUPO TOCAYO, dois importantes movimentos da cena street art do Rio. Quando soube do lamentável ocorrido, imediatamente reclamei e exigi que limpassem. O fato é que como todos os eventos alternativos contamos com esta ferramenta importante para divulgar a cena off da cidade, pois os meios de comunicação estão cada vez mais inviáveis e fechados para promover o off: shows do circo voador, de novos cantores, de novos artistas, de novas bandas tem nesta mídia alternativa a garantia de divulgação. Quero aqui não só esclarecer este ocorrido envolvendo a BABILÔNIA FEIRA HYPE, mas tb propor que seja iniciada uma campanha para oficializar a prática de grafite, como também a da colagem destes lambe-lambes em painéis culturais espalhados pela cidade, a exemplo de Buenos Aires, porém restringindo somente a divulgação de programação cultural. Ambas as práticas feitas na ilegalidade e que precisam já de um rumo legal para garantirem sua integridade e função. Galera não vamos bater em quem também é vítima! Valeu!”

As palavras do organizador nos abrem uma série de questões. Em primeiro lugar, demonstram, sob o ponto de vista do cliente que encomenda o serviço, a importância do lambe-lambe como uma mídia publicitária informal: “shows do circo voador, de novos cantores, de novos artistas, de novas bandas tem nesta mídia alternativa a garantia de divulgação”. Mesmo estabelecidos no

cenário cultural da cidade, esses eventos, não têm acesso aos grandes aparatos de comunicação e por isso o lambe-lambe se apresenta como “uma ferramenta importante para divulgar a cena off da cidade”. Em segundo lugar, o devemos sublinhar o interesse em defender o uso desta mídia, do qual decorre a tentativa de aproximação entre o lambe-lambe e o próprio grafite: a fala citada coloca ambas como manifestações visuais que se apropriam extra-oficialmente do espaço urbano, e que se encontram às voltas com sua informalidade, num processo que Bourdieu chamaria de “em vias de consagração”.

Essa proximidade entre o lambe-lambe e o grafite, insuspeitada pela massa de comentadores e pelo próprio autor do post, contrasta-se frontalmente com a vontade de distinção por trás do discurso deste, que, sentindo-se *desterritorializado* pela sobreposição do lambe-lambe “na CARA” da sua imagem, reage contra essa prática, procurando diferenciar as manifestações de “arte” daquelas meramente “publicitárias”: enquanto as primeiras encontram no seu valor “artístico” a justificativa para a ocupação daquele espaço, as outras são automaticamente desprovidas de valor cultural ou visual (uma manobra discursiva que vimos ensaiada no investimento no uso do termo pôster-arte).

O evento citado nos mostra ainda como, embora uma esfera particular representada pelo meio de arte de rua (que, como vimos, vem conquistando para si uma visibilidade cada vez mais estabelecida e criando suas próprias normas de funcionamento) se conforme a partir de dentro daquele campo estamos chamando de cultura visual de rua, é *nesta esfera mais ampla que ocorre, na realidade, o conflito visual do qual a rua é lugar*.

Embora não seja reconhecido como um par pelos integrantes do meio de arte de rua do Rio de Janeiro, Baranda pode ser considerado, pela recorrência de seus cartazes, um dos agentes de mais poderosa atuação no meio de cultura visual de rua da cidade. Se por um lado, desrespeitando ou desconsiderando como legítimas as regras internas de um meio estrangeiro, seus cartazes rateiam a *arte* de outros agentes, por outro, como ele mesmo coloca, estes passaram há cerca de dois ou três anos a ser alvo de coerções legais cada vez mais acirradas.

Como coloca Baranda, a coibição a seus cartazes, concentrada principalmente nos bairros da Zona Sul, tem duas formas: a retirada do cartaz, rasgando-o ou raspando-o; ou simplesmente a rasura das informações, através da aplicação de cal sobre os dizeres impressos (justamente aquilo que Bokel se apropria em sua série citada), como mostram as fotos tiradas na Rua Muniz Barreto, em Botafogo (fig. 3.13 e 3.14).

“Isso sempre teve. Depois de trinta anos trabalhando com lambe-lambe, sempre você passa por essas proibições... Mas isso atrasa pra caramba.

Eu não vejo possibilidade de ser 100% legalizado. Existe uma lei para o lambe-lambe, criada pelo Cesar Maia, em 1995. Só que ela é inviável. Ela permite a exibição de cartazes na rua com finalidades culturais, colados em tapumes, desde que o proprietário da obra te dê autorização por escrito. Por exemplo, ali na Barra, tinha aquele condomínio Riviera, que era o maior ponto de cartazes da gente por lá. Aquilo era do Sérgio Naya. Como é que você vai chegar ao Sérgio Naya e pedir: ‘Posso colar cartaz no seu tapume?’ Como você vai ter acesso a esse cara? Quanto você acha que ele ia cobrar pra cada cartaz colado ali?

Há cerca de quinze anos atrás teve uma reunião com gente da prefeitura, Comlurb, artistas, produtores culturais, e eles disseram: ‘Vamos passar pra

vocês quatro lugares para vocês colarem cartazes'. Eu fui a Buenos Aires há pouco tempo e lá você tem uns pirulitos onde você cola cartaz. Em Nova York também. O pessoal vai colando, colando e aquilo vai virando uma bobina. Depois dá pra você cortar aquilo e ainda reciclar tudo aquilo de papel (risos). No mundo inteiro existe lambe-lambe, é uma linguagem, uma mídia global"³⁷.

Como dissemos, como parte de um programa de intensificação do controle do uso do espaço público, a atual administração municipal do Rio de Janeiro tem investido em estratégias de repressão de uma série de práticas, que passaram a ser consideradas abusivas. Entre elas estão aquelas formas de impressos como cartazes de rua, lambe-lambe, banners, faixas, letreiros e filipetas que passaram a ser taxados como "publicidade irregular". Veremos agora uma série de reportagens na qual tais ações são noticiadas.

3.3

A farra das placas

3.3.1

Outdoor sem vergonha

"Outdoor sem-vergonha", diz a nota publicada no dia 12 de agosto de 2010³⁸.

"Dois alpinistas usam o rapel para colocar a advertência do Choque de Ordem num dos outdoors em situação irregular, na Rua Visconde de Pirajá, em Ipanema. Em seguida, a fiscalização foi para a Tijuca, onde cobriu um painel de 180 metros quadrados que divulgava o endereço de uma concessionária de automóveis (...) A prefeitura pretendia coibir mais dois painéis, mas eles foram retirados, antes, pelas empresas".

A fotografia publicada na segunda página da edição de 12 de agosto de 2010 do jornal O Globo mostra uma das inúmeras ações realizadas pela Secretaria Especial de Ordem Pública (Seop) com o objetivo de coibir dispositivos visuais considerados *irregulares* (fig. 3.15).

³⁷ BARANDA, entrevista realizada para esta pesquisa.

³⁸ *Outdoor sem-vergonha*, O GLOBO, 12 de agosto de 2010. p. 2.

3.3.2

Ilegalidade para todo mundo ver

Um ano antes, no dia 21 de maio de 2009, uma matéria de página inteira relata o início dessas ações. Novamente uma grande fotografia é publicada na qual com o auxílio de um veículo especial da RIOLUZ, uma faixa preta escrito “PUBLICIDADE IRREGULAR” em branco é colada sobre a imagem de um outdoor (fig. 3.16). Segundo a matéria, “mapeamento da prefeitura revela que 90% da publicidade nas ruas não são autorizados”³⁹.

“Enquanto prepara alterações na legislação que permitam *reduzir a poluição visual na cidade*, nos moldes do que foi feito em São Paulo, a prefeitura deflagrou ontem uma grande operação para retirar, em três dias, 163 engenhos publicitários da Zona Sul – de outdoors a painéis que tomam laterais inteiras de prédios”.

Como informa a reportagem, tais ações iniciaram-se em janeiro de 2010, quando, através da Seop, a prefeitura começou a mapear “pontos que devem ser alvos de fiscalização” e a colar as faixas que rotulam de “publicidade irregular” cartazes, outdoors e painéis espalhados pela cidade. Segundo o então secretário da Ordem Pública, Rodrigo Bethlem:

“Estamos levantando as áreas onde a propaganda deve ser banida, onde pode ser permitida, vendo quais são os valores das multas. Enquanto o estudo não acaba, a gente tem que fazer cumprir as leis que já existem. Se isso acontecer já dá uma boa limpeza na cidade”.

Com o mapeamento foram somados “mais de dois mil pontos e três mil peças do mobiliário urbano usados irregularmente para veiculação de publicidade”, os 90% dos anúncios expostos na rua colocados na chamada. O mapeamento calculou ainda uma dívida de mais de 100 milhões referente a taxas de autorização não pagas pelas empresas responsáveis pela veiculação de publicidade no espaço público. De acordo com Bethlem:

“Nos locais onde a publicidade é permitida, as empresas muitas vezes não pagam as taxas de autorização à prefeitura. São notificadas, multadas e continuam na irregularidade. Nos locais proibidos, acontece o mesmo. Não podemos permitir que uma prática que gera poluição visual e nenhum benefício à prefeitura continue”⁴⁰.

Em uma caixa de texto separada o jornal aponta São Paulo como uma cidade em que a coibição à propaganda visual se deu de forma exemplar: “Em

³⁹ *Ilegalidade para todo mundo ver*. O GLOBO, 21 de maio de 2009. p 10.

⁴⁰ *Ilegalidade para todo mundo ver*. O GLOBO, 21 de maio de 2009. p 10.

São Paulo, multa começa em R\$ 10 mil”. “Cidade Limpa aumentou as punições, gerou reações, mas deu resultado”.

“Depois de muita polêmica, São Paulo conseguiu se livrar da poluição visual, graças à lei que criou o projeto Cidade Limpa. Implantado em janeiro de 2007, ele proibiu todo tipo de publicidade externa, como outdoors, painéis em fachadas de prédios, backlights e frontlights. (...) Quem descumpre as proibições recebe multas altas. Elas começam com o valor mínimo de R\$ 10 mil e são aplicadas à empresa que instala o painel publicitário, ao anunciante e ao dono do terreno que permite a instalação. Se a propaganda não for retirada no prazo, as multas são reaplicadas em dobro”.

3.3.3

Propaganda cresce às margens das vias e da lei

24 de maio de 2010. Quase exatamente um ano depois o mesmo jornal anuncia: “Propaganda cresce às margens das vias e da lei”⁴¹.

“O emaranhado de informações estampadas em outdoors e painéis gigantesco continua a poluir a paisagem carioca. Fachadas, laterais de edifícios e canteiros são os locais favoritos para as empresas chamarem a atenção de quem passa”.

A reportagem lembra ainda que “durante a campanha eleitoral, o prefeito Eduardo Paes prometeu seguir o exemplo de São Paulo, que implantou o projeto Cidade Limpa, e estabelecer novas regras que livrariam o Rio da poluição visual”, e, dando continuidade às matérias anteriormente citadas, enfoca outra série de ações empreendidas pela Seop, que desta vez agiu também contra aparatos publicitários contratados por grandes marcas e instalados nas fachadas e laterais de edifícios, clubes e shopping centers: “Secretaria de Ordem Pública dá 72 horas para shopping da Barra retirar publicidade que envolve toda a fachada”.

Além de reportar as ações da Secretaria, o jornal aponta diversos outros casos semelhantes, assumindo um tom de cobrança:

“Na rua Mário Ribeiro na Gávea, toda a fachada lateral de um edifício foi tomada pela propaganda de uma companhia telefônica, num anúncio de mais de 20 metros de altura. Mais adiante, num outdoor instalado dentro da sede do Flamengo, outra empresa de telefonia tenta chamar a atenção. O secretário disse que os anúncios na via serão analisados pela Seop e, caso estejam fora das especificações, serão retirados”.

⁴¹ *Propaganda cresce às margens da via e da lei*. O GLOBO, 24 de maio de 2010. p. 12.

Uma série de argumentos são levantados contra os aparatos publicitários identificados pela reportagem. Alguns lembram a ilegalidade em que as propagandas implicam:

“Segundo a Lei Orgânica do Município, é proibido instalar engenhos publicitários de qualquer natureza, a menos de 200 metros de entradas e saídas de túneis, pontes, viadutos e passarelas. Também não podem ser colocados em orlas marítimas, na faixas de domínios de lagoas, em encostas de morros, em áreas florestadas e na faixa de domínio (15 metros) de estradas municipais, estaduais e federais”.

No entanto, outras formas de justificativas também são utilizadas. No Leblon, onde uma marca de refrigerante e uma de televisão a cabo instalaram dois painéis na lateral de um edifício, na Rua Ataulfo de Paiva, o depoimento de um morador, que “sustenta ser contra a propaganda”, sugere como os anúncios são prejudiciais, tanto em termos de poluição visual como em termos de segurança pública: “Caminho na rua com medo de eles caírem. Além disso, não acho que combinem com o visual do Leblon”. Já uma moradora da Barra da Tijuca, onde um shopping foi autuado pela instalação de um painel publicitário é entrevistada, dizendo: “Este anúncio mudou totalmente o cenário da avenida. Dá pra ver de longe. Impossível não notá-lo. Esteticamente, está feio, não combina com a cidade e não é nada bom para a imagem do shopping”.

No centro, emoldurado pela reportagem, ocupando 25 % da área da folha dupla que traz a matéria, o jornal publica o anúncio do Banco Itau: “Imagine um banco de portas abertas para os seus sonhos” (fig. 3.17).

3.3.4

O “Ilegal. E daí?” que compensa

No dia seguinte, o Globo informa que o shopping Barra Point, notificado por expor uma propaganda da Telemar, teve que retirá-la da fachada, mas que os painéis denunciados na Rua Mário Ribeiro, na Gávea, no entanto, estavam ainda em exibição, “interferindo na paisagem e desviando a atenção dos motoristas que passam pela Lagoa-Barra”⁴².

Novamente, São Paulo é exortada como exemplo, no pequeno editorial com o sugestivo título de “Cidade Suja”:

“O Rio é uma cidade moldada por belezas naturais, agredida por toda a sorte de dispositivos publicitários e, a julgar pela leniência do poder público, impotente contra a parafernália que polui sua paisagem.

O prefeito Eduardo Paes assegurou durante a campanha eleitoral, que, a exemplo de São Paulo, criaria regras para livrar o município da maldição de outdoors, painéis e faixas expostos sem critério.

⁴² O “Ilegal. E daí?” que compensa, O GLOBO, 25 de maio de 2010. p. 13.

Dois anos depois, a promessa virou uma lembrança de palanque, ao passo que as propagandas às margens das vias – e da lei – cresceram e a cidade ficou mais emporcalhada”.

Segundo o jornal a Seop estaria elaborando projeto para aumentar o valor da multa. “esta seria uma das medidas para *disciplinar* a propaganda no Rio”. Outra estratégia é a adoção da “tarja preta”, já em vigor desde 2009, conforme coloca Alex Costa secretário da Ordem Pública:

“estamos desde o início do ano passado, colando nas propagandas ilegais uma faixa preta, com os dizeres: ‘publicidade irregular’. Qual o anunciante que vai querer apagar para ver seu produto associado à ilegalidade?”

Esta ação é como a derrubada de prédio ilegais. Todo mundo notificava e nada acontecia. Agora a Seop vai lá e derruba”

3.3.5

Polêmica Olímpica à vista

Retornando ao dia 26 de maio de 2009⁴³, cinco dias após a primeira publicação das que citamos sobre as novas medidas da prefeitura contra os abusos de propaganda na cidade, o jornal O Globo publica uma matéria em que engenhos publicitários instalados pela própria administração municipal são denunciados: os painéis da campanha da candidatura do Rio de Janeiro a sediar as Olimpíadas de 2016, instalados ao longo da Linha Vermelha, em fachadas de shoppings e no canteiro lateral das Avenidas das Américas, na Barra, para a ocasião da visita do Comitê Olímpico Internacional para analisar a candidatura da cidade. Mais de 20 dias após a visita do COI, os painéis continuavam no mesmo lugar, denunciava o jornal.

Segundo o jornal, o então secretário especial de Ordem Pública, Rodrigo Bethlem, alegou que não se tratava de publicidade, e sim de campanha institucional de divulgação da cidade. Em nota divulgada, o secretário diz

“Não se trata de publicidade, e sim uma campanha institucional de divulgação da cidade, que disputa sediar as Olimpíadas. Logo, não tem valor comercial e, por isso, as regras para publicidade, com fins comerciais, não podem ser aplicadas”.

No entanto, o promotor Marcus Leal, da 3ª Promotoria de Meio Ambiente do Ministério Público estadual, questionou a exibição dos painéis, argumentando que “não importa o conteúdo da mensagem, mas sim o veículo em que ela está sendo anunciada. Um painel instalado numa via expressa como a Linha Vermelha é considerado irregular porque tira a atenção dos motoristas”. Ainda

⁴³ *Polêmica Olímpica à vista*, O GLOBO, 26 de maio de 2009. p. 9.

assim, no dia seguinte, uma pequena reportagem anuncia que os painéis continuariam onde estavam.

“O prefeito Eduardo Paes disse ontem que os painéis instalados ao longo da Linha Vermelha, veiculando mensagens de apoio às Olimpíadas de 2016, vão continuar sendo utilizados pela prefeitura para promover campanhas institucionais pela cidade”.

A despeito do alerta de especialistas do trânsito, que, segundo o jornal, destacavam o risco de acidentes proporcionado pela presença dos painéis, o prefeito alegou que a campanha não era publicitária e sim institucional e que só iria retirar os painéis quando fosse “oportuno”. Para o prefeito,

“São locais indevidos para publicidade. Para a campanha institucional da cidade do Rio, não. Vai permanecer e vamos utilizar aquele espaço. A gente tem que limitar a publicidade, temos que fazer esse trabalho de organizar a cidade. Mas acho que uma publicidade para a Rio 2016 é muito importante para a cidade”.

3.3.6

A farra das placas

“Prefeitura e estado espalham painéis irregulares pelas ruas até para anunciar obras não iniciadas”, diz a reportagem intitulada “A farra das placas”, publicada em 23 de junho de 2010⁴⁴ (fig. 3.18).

“Publicidade ou informações de interesse público? A pretexto de divulgar obras, a prefeitura e o governo estadual espalharam pela cidade dezenas de placas e galhardetes que, segundo os especialistas, não passariam de propaganda disfarçada”.

Preferencialmente, o material se encontra em áreas nobres, muitas vezes longe do local onde são executadas as obras e até mesmo fora dos padrões estabelecidos pelos próprios órgãos públicos”

“Em Copacabana, por exemplo, a RioLuz cravou uma grande placa, que danificou o piso de pedras portuguesas, no canteiro central da Avenida Princesa Isabel, para divulgar melhorias da prefeitura nos serviços de iluminação das favelas do Chapéu Mangureira e da Babilônia”

“O Ministério Público eleitoral já abriu um procedimento para investigar a colocação de placas anunciando obras. O MP vai verificar se os trabalhos estão mesmo sendo realizados. A ideia é apurar se está havendo publicidade irregular”

⁴⁴ A farra das placas, O GLOBO, 23 de junho de 2010. p. 15.

“A poluição visual patrocinada pelo estado”, como coloca o jornal, burla os padrões estabelecidos pelos próprios órgãos públicos.

“No caso do município, as placas contrariam também o Manual de Identidade Visual criado pelo prefeito Eduardo Paes logo após vencer as eleições em 2008, ainda durante o período de transição. O guia, que *estabelece o azul como cor padrão da prefeitura (banindo o laranja da era Cesar Maia)* fixou regras para a sinalização visual que podem ser consultadas no site www.rio.rj.gov.br.”

Ainda de acordo com o jornal, “o conflito entre propaganda e informação pública é antigo no Rio”:

“O padrão adotado pela prefeitura durante anos foi único: 2m x 1,40m. Com base nisso, o ex-prefeito Cesar Maia orientou fiscais e chegou a arrancar vários painéis de obras do governo do estado considerados irregulares, alegando que cabia à prefeitura fiscalizar o uso do solo”.

No dia seguinte é publicada uma nota dizendo “Prefeitura vai retirar propaganda irregular sobre obra no Dona Marta”⁴⁵. Se a prefeitura negou-se a retirar os painéis que divulgavam as Olimpíadas de 2016, as placas que anunciavam as obras no Dona Marta tiveram que ser removidas após a reportagem publicada pelo O Globo.

“Já a placa da RioLuz no canteiro Central da Avenida Princesa Isabel, em Copacabana, vai ficar. A peça, sem dados técnicos, anuncia a nova rede de iluminação nos morros Chapéu Mangueira e Babilônia, cujos acessos ficam a 500 metros. Osório diz que a secretaria instalou apenas uma placa informativa na Princesa Isabel porque há grande fluxo de pessoas, inclusive de turistas: - Decidimos que era importante informar às pessoas as intervenções nas duas comunidades com UPP (Unidade de Polícia Pacificadora)”.

3.3.7

Uma batalha de outros carnavais

“Polêmica em torno da publicidade irregular”, anuncia o jornal no dia 8 de fevereiro de 2010⁴⁶. A reportagem conta que o Ministério Público estadual notificou a prefeitura pedindo “a retirada de galhardetes com a marca da cerveja Antártica, patrocinadora do carnaval de rua, em locais onde a publicidade é proibida, como a orla, canteiros centrais de avenidas, vias expressas, lagoas e estradas” (fig. 3.19). Segundo o promotor Carlos Frederico Saturnino, “os galhardetes são considerados irregulares pois caracterizam propaganda e não

⁴⁵ Prefeitura vai retirar propaganda irregular sobre obra no Dona Marta, O GLOBO, 24 de junho de 2010. p. 15.

⁴⁶ Uma batalha de outros carnavais, O GLOBO, 8 de fevereiro de 2010. p. 9.

decoração, e por isso ferem a lei”. Segundo a reportagem, “as peças são de pelo menos dois modelos. Na orla tem mensagens orientando as pessoas a não urinarem na rua. Nos corredores de tráfego são exibidas apenas a logomarca da prefeitura e da cervejaria”.

O secretário de Ordem Pública, Rodrigo Betlhem, alegou que um decreto permitia que, em ocasiões especiais, esse tipo de publicidade fosse autorizado pela prefeitura. “O decreto permite, mas se os galhardetes estiverem inadequados vamos retirar”, disse Betlhem. Por seu turno, o promotor alega que um decreto não pode se sobrepôr a uma lei. Segundo o secretário municipal de Turismo, Antônio Pedro Figueira de Melo, a publicidade autorizada pela prefeitura é a contrapartida dada ao patrocinador em troca da exigência da colocação de banheiros químicos, ambulâncias e operadores de trânsito, medidas que teriam gerado uma economia de R\$ 5 milhões aos cofres públicos.

A matéria é acompanhada de outra, publicada no dia seguinte, “Inquérito do MP investiga galhardetes”, na qual é denunciada a instalação de galhardetes da Antártica, ao longo de ruas e avenidas onde haveria blocos de carnaval. O jornal sublinha que a instalação destes aparatos em pontos da cidade nos quais a exibição de publicidade é proibida pela Lei Orgânica, por “configurar poluição visual”. No entanto, de acordo com o secretário municipal de Turismo, que recebeu a notificação do MP, a marca da cervejaria aparece apenas nas faixas e cartazes espalhados pelos pontos de passagem dos blocos. Eles fazem parte de uma campanha de conscientização para o folião não urinar na rua. E acrescenta: “O Rio é uma cidade que promove grandes eventos. As empresas têm interesse de apoiar a festa, mas querem que suas marcas sejam exibidas em contrapartida”

O promotor Carlos Frederico Saturnino, novamente entrevistado, diz:

“As operações do choque de ordem começaram no Rio tendo como um dos focos a retirada de outdoors irregulares. Os galhardetes estão nessa situação. Se não forem removidos, isso coloca o choque de ordem em xeque. Ele seria seletivo: vale para os outros e não para quem o aplica”

Na série de reportagens que acabamos de citar e nos eventos e manifestações analisados anteriormente, a apropriação do espaço público como meio de visibilidade é o ensejo de um conflito visual. Enquanto diversos agentes procuram fazer-se representar visualmente neste espaço, os limites da legitimidade de cada uma dessas manifestações visuais tornam-se indistinguíveis. A Prefeitura da cidade reclama o direito e assume a tarefa de regulamentar o uso do espaço público, mas é pressionada pela opinião pública e o tempo todo questionada em suas ações. Nenhum consenso é alcançado. Quem irá decidir que tipo de sinalização “agride o meio ambiente” e em que grau? Qual o significado e a que tipos de interesses vem legitimar o conceito de “poluição visual”, utilizado nos argumentos que justificam o controle da paisagem visual da cidade? Que riscos esse tipo de ação oferece para o “patrimônio visual” da cidade? Que instância administrativa deve ser responsável pela regulamentação do espaço público? A quem interessa esse tipo de preocupação? O aprofundamento dessa querela nos leva à discussão sobre o uso, a regulamentação e o processo de configuração da esfera na qual ela é encenada, o *espaço público*.

3.4

Espaço público como espaço da lei e seu questionamento

De acordo com a apresentação do livro *Espaço Público nas Políticas Urbanas*, uma coletânea de artigos organizada pelo departamento de Urbanismo, PROURBE, da FAU UFRJ, em parceria com a Bauhaus Universität Weimar⁴⁷, a partir da década de 1990, a categoria de espaço público volta a entrar no centro dos debates urbanísticos, na medida em que esta esfera é “descoberta” “como cenário para medidas urbanísticas de revalorização” urbana e social. Esta (re)descoberta formulou uma “nova agenda política” para esse espaço, que teve como objetivo “fortalecer a atratividade das áreas centrais em contraposição às áreas de expansão, buscando dessa maneira um destaque na competição mundial entre as cidades”,

“Por outro lado, o campo dos projetos dos espaços públicos surgia como alternativa para comunidades de poucos recursos para, com meios reduzidos, apresentarem indícios visíveis de uma forte ação de desenvolvimento social”⁴⁸.

Na introdução desta publicação, o espaço público é apresentado como um conceito ao qual diversos entendimentos podem ser atribuídos:

“No jargão dos arquitetos-urbanistas, espaço público é uma expressão utilizada para designar espaços livres, sem edificação, com acesso público, tais como ruas, praças, largos, parques, etc. Tal é a naturalização deste conceito que em diversos textos a expressão é trabalhada como se seu significado fosse tão óbvio quanto o significado de elementos construtivos como parede, telhado, janela e porta.

Mas, de fato, o conceito de espaço público está longe de ter uma interpretação de consenso em diferentes disciplinas nas ciências sociais, aplicadas ou não. Quando nos afastamos por outras áreas do conhecimento, percebemos que a mesma expressão pode assumir outros significados que sequer consideram uma dimensão físico-urbanística da expressão”⁴⁹.

Entre as diferentes conotações que este conceito pode assumir, três vertentes podem ser distinguidas. Uma delas diz respeito a essa dimensão física do espaço urbano. Outra leva em consideração a “esfera pública” gerada com a interação entre as diferentes pessoas que, sob a representação pública do Estado encontram-se associadas mediante os termos de um “contrato social”. E uma terceira se relaciona às questões de poder e representação política que se encontram em jogo neste espaço.

⁴⁷ VAZ, Lilian Fessler; ANDRADE, Luciana da Silva; GUERRA, Max Welch (orgs.), op. cit.

⁴⁸ VAZ, Lilian Fessler; ANDRADE, Luciana da Silva; GUERRA, Max Welch (orgs.), op. cit. p. 7.

⁴⁹ VAZ, Lilian Fessler; ANDRADE, Luciana da Silva; GUERRA, Max Welch (orgs.), op. cit. p. 8.

A partir da concepção tradicional do papel central do Estado como agente constituidor e regulamentador da territorialidade nacional, uma representação igualmente tradicional do *espaço público* como o signo espacial da atuação do Estado foi construída, uma imagem na qual o espaço público é concebido como a própria representação do poder.

Este entendimento, que pode ser encontrado no argumento de Gomes, pressupõe que a existência de um espaço público propriamente dito depende da constituição de uma “esfera pública”, ou seja, de uma esfera de interação social regida por normas que garantam e, ao mesmo tempo, *regulem* a participação daqueles indivíduos por ela abarcados. Assim, a configuração de um espaço público dependeria do estabelecimento de um “contrato social”, um “pacto” assumido entre os indivíduos do grupo com o objetivo de proteger e garantir determinados direitos e liberdades, que, no fim das contas, constituem “os maiores benefícios supostos dessa cooperação”⁵⁰. Para garantir a validade de tais direitos e deveres torna-se necessário o estabelecimento de regras específicas, aquilo que é chamado de “lei”. Elas têm objetivo regulamentar os conflitos que possam surgir entre os interesses divergentes, promovendo os critérios para se alcançar os objetivos comuns aos membros do grupo, e, sobretudo, protegendo, resguardando os direitos dos pactuantes⁵¹.

A promulgação desse conjunto de regras cria um espaço: o território dentro do qual se encerram os limites de validade dessas regras, ou seja o território cujas fronteiras, precisas, coincidem com os limites da validade das leis. Ao mesmo tempo, os componentes do grupo são distinguidos: aqueles indivíduos para os quais as regras se aplicam, para os quais as regras são (igualmente) válidas e aqueles que estão fora de seus limites. Nessa concepção, o espaço no interior desse território, o espaço criado e limitado pela lei, onde se dará a convivência social estabelecida entre os pactuantes, o espaço normatizado onde cada indivíduo se encontra *como cidadão* é o *espaço público*. Por isso, escreve Gomes, “esse espaço é o *locus* da lei”.

“esse espaço público é, antes de mais nada, o resultado de um gênero de relação contratual com o espaço. (...) O que constrói o espaço público é a obediência à lei e a seus limites. (...) Ele depende diretamente, pois, da afirmação permanente do contrato social que o funda”⁵².

A aceitação dos termos desse contrato implica na criação daquilo que o autor chama de “uma cultura pública ou democrática”. Nela,

“há um certo número de valores que devem ser vividos por esses indivíduos, os da justiça social, liberdade individual, ética comportamental, moral lógica, etc. Fora destes valores, as diferenças são por princípio infinitas e aceitas na medida em que não intercedam nesses princípios”⁵³.

⁵⁰ VAZ, Lilian Fessler; ANDRADE, Luciana da Silva; GUERRA, Max Welch (orgs.), op. cit. p. 31.

⁵¹ GOMES, Paulo Cesar da Costa, op. cit.

⁵² GOMES, Paulo Cesar da Costa, op. cit.

⁵³ GOMES, Paulo Cesar da Costa, op. cit. p. 89.

Assim, nas entrelinhas do contrato que formaliza a constituição do Estado moderno está implícita uma distinção entre uma esfera pública e uma esfera privada. Esta cisão é normatizada e representada fisicamente no espaço constituído pelo Estado e é, ao mesmo tempo, vivenciada no interior de cada membro:

“Dessa forma, há uma nítida separação entre o público e o privado, uma vez que aos indivíduos cabe, no exercício de sua liberdade, a escolha dos termos do contrato, a cooperação generalizada entre cidadãos e a solidariedade, fruto dessa construção coletiva; à potência pública cabem a garantia da igualdade de condições, a defesa dessa comunidade política e de seu território, a coerção social em nome da justiça e a organização e desenvolvimento das instituições que promovem os valores fundadores do contrato”⁵⁴.

Da mesma forma que a centralidade do Estado na formação do território nacional e esta própria categoria vêm sendo abaladas e revistas, a concepção de espaço público como espaço da lei vem sendo questionada no plano teórico e desafiada no plano empírico. Quando, por exemplo, o Ministério Público estadual aciona a administração municipal, questionando a instalação de aparatos visuais na orla das praias durante o carnaval, acertada num acordo com uma marca de cerveja, algo se explicita: Em primeiro lugar, o fato de que o próprio poder público, nesse caso representado pela atual administração municipal do prefeito Eduardo Paes, não pode deixar de ser visto como *mais um agente da querela em questão*, posicionando-se portanto *ao lado* das grandes marcas que veiculam suas imagens em aparatos publicitários gigantescos, daqueles que se representam como “artistas de rua” manipulando essa representação como justificativa para sua prática, do dono da empresa que oferece o serviço de produção de impressos e de apropriação informal da rua, do anotador do bicho que divulga o resultado dos sorteios fixando-os no poste da esquina e de vários outros agentes que vimos aqui. E em segundo, consequentemente, o fato de que o conflito em torno da apropriação visual do território na cidade passa a se colocar, em última instância, como uma disputa de poder, articulada em torno do desejo de representação de cada um desses agentes.

3.4.1

Espaço público como território

Contrastando com a visão que pressupõe o estabelecimento de uma relação contratualista como a garantia de validade do espaço público, temos a concepção de espaço público que leva em consideração as questões de representação de poder nele contidas. Uma abordagem representativa desse tipo de entendimento pode ser encontrada no texto de Mário Trompowsky publicado em *Os espaços públicos nas políticas urbanas*. Considerando não apenas a dimensão física que comporta, mas os conflitos de poder envolvidos

⁵⁴ GOMES, Paulo Cesar da Costa, op. cit. p. 53.

nessa esfera, Trompowsky propõe, para a discussão sobre a condição da categoria de espaço público, a associação com o conceito de território.

“Se pudermos considerar a definição do termo Território, um dos conceitos-chave utilizados pela Geografia – juntamente com os de Espaço, Região, Paisagem e Lugar –, talvez possamos passar a contar com uma outra categoria de análise que venha a contribuir para o estudo do que se pode depreender por *Espaço Público*, isto é, por espaço na dimensão existencial de uma apropriação coletiva, reconhecida pública e politicamente por uma sociedade”⁵⁵.

Considerando o *território* como um espaço de domínio, delimitado a partir de relações de poder, e a *territorialidade* como o conjunto das práticas sociais responsáveis pela construção do sentimento de *territorialização* em um determinado grupo social, ou seja, o sentimento de pertencimento a um espaço específico, Trompowsky coloca:

“o *Espaço Público* se traduz como uma figura socioespacial que simboliza uma expressão coletiva, constituindo-se a partir de uma territorialidade que lhe é inerente e que, assim, pode ser qualificado como Território, não como um Espaço tão somente – ou mesmo um Lugar –, definido pela produção social do espaço segundo diferentes agentes, processos e escalas nas esferas pública e política das relações sociais”⁵⁶.

É a partir de sua territorialidade que este autor procura definir o espaço público. Este passa a ser entendido, portanto, como “um espaço apropriado em função de um conjunto de práticas sociais capazes de garantir a manutenção dessa apropriação”⁵⁷.

“o *Espaço Público* se forma não ao acaso, mas através de uma apropriação consciente e direcionada do espaço que se processa em função de uma vida cotidiana e se volta para a materialização de uma expressão coletiva que evidenciará o sentido de legitimidade pública e política das atividades humanas...”⁵⁸.

Invertendo a lógica do pensamento de Gomes, para Trompowsky, a territorialidade passa a ser compreendida como “a propriedade que justifica a constituição de um território”, ou seja, ela passa a ser considerada a “expressão espacial das relações sociais que se concretizam nessa esfera”. Não é o Espaço Público, como expressão espacial da lei, que normatiza e orienta as práticas sociais e sim estas próprias práticas que orientam a configuração do espaço público como um território.

⁵⁵ TROMPOWSKY, Mário, op. cit. p. 18.

⁵⁶ TROMPOWSKY, Mário, op. cit.

⁵⁷ TROMPOWSKY, Mário, op. cit.. p. 19.

⁵⁸ TROMPOWSKY, Mário, op. cit.. p. 22.

“Pode-se admitir que em sua totalidade um território se constitui ao longo do tempo a partir da espacialização sucessiva de práticas sociais em diferentes escalas que se ‘sobrepoem’ à medida que o espaço é conquistado, ou seja, à medida que novas territorialidades são exercidas e reestruturam e/ou expandem o espaço de domínio original evidenciando gradientes socioespaciais diversos...”⁵⁹.

A configuração do espaço público se apresenta, assim, não de maneira pré-estabelecida, mas como um *processo*. Esta categoria é assim representada como uma *construção sempre inacabada*.

“o *Espaço Público* se inscreve, por si só, em uma escala temporal, e ainda que sua existência venha a ser publicamente reconhecida naquele momento, este fato não pode garantir, de todo, a estabilidade de sua permanência, ou melhor, que ele represente *ad eternum* o que fez sentido para uma sociedade em uma determinada época. O exercício da territorialidade é uma constante, mas as práticas sociais que a caracteriza não o são necessariamente: elas podem mudar de caráter, transmutando a essência de um *Espaço Público*. (...) Deste modo, um *Espaço Público* pode se transformar, lograr permanecer, vir a desaparecer ou mesmo ressurgir – tal qual um território”⁶⁰.

Os acontecimentos visuais que apresentamos aqui constituem um conjunto de manifestações significativas que viemos abordando sob o nome de cultura visual de rua. Acreditamos que os fazeres, os artefatos, bem como os agentes que compõem essa esfera de visualidade conformam um conjunto diferenciado de formas culturais, produzido cotidiana e coletivamente, que merece ser documentado e analisado. No entanto, acreditamos que mais importante do que construir uma representação definida desse conjunto, seja refletir sobre as disputas de força que se escondem por trás do uso do espaço público para, como aponta Stuart Hall, compreender “as relações de poder que constantemente pontuam e dividem o domínio da cultura em suas categorias preferenciais e residuais”⁶¹.

3.5

A cidade como representação e a cidade como território simbólico

As operações de regulamentação da paisagem visual da cidade do Rio de Janeiro, reportadas no tópico “A farra das placas” fazem parte de um projeto mais amplo de fiscalização e controle do uso espaço urbano levada adiante pela atual administração municipal e articuladas desde o período de campanha eleitoral⁶². Esse projeto compreende não apenas aquilo que diz respeito à esfera

⁵⁹ TROMPOWSKY, Mário, op. cit.. p. 20-21.

⁶⁰ TROMPOWSKY, Mário, op. cit.. p. 26-27.

⁶¹ HALL, Stuart, *Notas sobre a desconstrução do ‘popular’*, op. cit. p. 241.

⁶² “Favelização, trânsito caótico, desordem urbana e conservação de ruas são desafios para o novo prefeito”, diz a legenda da reportagem da capa do dia 5 de outubro de 2008, às vésperas das eleições em que o candidato Eduardo Paes seria eleito. “Quem vai dar um jeito nisso?”, era a manchete sobre

de visualidade com que o espaço público pode ser compreendido⁶³, mas intervenções estruturais ainda mais profundas, que envolvem a reforma de bairros inteiros⁶⁴; a abertura de auto-estradas e, com elas, a relocação de milhares de habitações; a ocupação pelas forças armadas de áreas importantes da cidade, como as favelas do entorno do centro e da zona sul⁶⁵; a fiscalização do uso de áreas de lazer simbólicas para a vida cultural, como as praias⁶⁶, etc.; o loteamento do espaço público como palco de eventos espetaculares⁶⁷, etc. Toda essa movimentação – paralelamente reportada e veiculada pela grande imprensa, que passou a agir não apenas como órgão de comunicação mas como uma instância que fiscaliza e cobra resultados do próprio poder público, como pudemos perceber nas reportagens que citamos – foi articulada em torno de um mesmo conceito, que procurou trazer a ideia de uma “nova” fase da vida econômica, política e social da cidade, justo no momento em que esta se prepara para abrigar mega eventos culturais e esportivos mundiais: o conceito de ordem, ou para ser mais exato, o de um “choque de ordem”⁶⁸.

Retomando a colocação que acabamos de fazer, poderíamos dizer que as operações de controle do uso da rua como aparato visual se fundamentam, de uma forma mais profunda, na construção de uma *imagem da Cidade*, ou seja, a imagem de um projeto de representação visual que transforma o meio urbano em um território administrável, à custa do afastamento, esquecimento ou atropelo de todas as impurezas encobertas aí.

Do alto do 110º andar do World Trade Center, Certeau, observou a gigantesca massa da cidade de Nova Iorque, transmutada pela distância em pura texturologia perguntando-se, “a que erótica do saber se liga o êxtase de ler tal cosmo?”.

“Subir até o alto do World Trade Center é o mesmo que ser arrebatado até o domínio da cidade. O corpo não está mais enlaçado pelas ruas que o fazem rodar e girar segundo uma lei anônima; nem possuído, jogador ou jogado, pelo rumor de tantas diferenças e pelo nervosismo do tráfego nova-iorquino. Aquele que sobe até lá foge à massa que carrega e tritura em si mesma toda a identidade de autores ou de espectadores. (...) Sua elevação o transfigura em *voyeur*. Coloca-o à distância. Muda num texto que se tem diante de si, sob os olhos, o mundo que enfeitava e pelo qual se estava ‘possuído’. Ela permite lê-lo, ser um Olho solar, um olhar divino. Exaltação de uma pulsão escópica e gnóstica. Ser apenas esse ponto que vê, eis a ficção do saber”⁶⁹.

a fotografia do Morro Dois irmãos, visto da praia de Ipanema, com a favela do Vidigal em sua encosta. *Quem vai dar um jeito nisso?* O GLOBO, 5 de outubro de 2008.

⁶³ *Choque de estética no Centro*, O GLOBO, 20 de dezembro de 2010, p. 10.

⁶⁴ *Um novo marco no Centro dos contrastes*, O GLOBO, 10 de maio de 2010, p. 13.

⁶⁵ *Um choque de ordem para receber a UPP*, O GLOBO, 19 de maio de 2010, p. 10.

⁶⁶ *Operação Choque de Ordem nas Praias chega às orlas do Flamengo e da Urca*, O GLOBO, 20 de maio de 2010, p. 12.

⁶⁷ *Caos universal e autorizado*, O GLOBO, 22 de abril de 2010, p. 9..

⁶⁸ No carnaval de 2010, a escola de samba São Clemente voltou a desfilar no grupo especial com o enredo “Choque de ordem na folia”, numa referência ao programa da prefeitura. *Choque de ordem na folia*, O GLOBO, 17 de fevereiro de 2010.

⁶⁹ CERTEAU, Michel de, op. cit. p. 170.

Para Certeau, a torre de Manhattan é vista como uma representação intelectual. Ela obedece a mesma pulsão que traçou em perspectiva as cidades renascentistas, tornando-as visíveis para um olho “que no entanto não existira até então”. Trata-se, portanto, de um “artefato ótico”, um simulacro teórico e visual:

“é o análogo do fac-símile produzido, graças a uma projeção que é uma espécie de colocação à distância, pelo administrador do espaço, o urbanista ou o cartógrafo (...), em suma, um quadro que tem como condição de possibilidade um esquecimento e um desconhecimento das causas”⁷⁰.

A representação visual do fato urbano é o artifício que faz com que esse possa ser visto e, assim, manipulado, transformado, reduzido a uma “superfície tratável”. Segundo Certeau, esta espécie de redução manifesta-se *no próprio conceito de cidade*, utopia que remete ao século XVI. “Muito antes de o próprio conceito destacar uma figura histórica, ele supõe que este fato seja tratável com uma unidade que depende de uma racionalidade urbanística”⁷¹.

“A ‘cidade’, à maneira de um nome próprio, oferece assim a capacidade de conceber e construir o espaço a partir de um número finito de propriedades estáveis, isoláveis e articuladas uma sobre a outra”⁷².

Para se realizar, diz Certeau, essa representação requer que sejam afastadas, ignoradas, “todas as poluições físicas, mentais ou políticas que a comprometeriam”⁷³.

Algum tempo depois da publicação das reportagens citadas, no momento que este capítulo estava sendo reestruturado e preparado ser apresentado formalmente, no dia 2 de maio de 2012, o prefeito da cidade assinou o decreto proibindo boa parte da publicidade em imóveis de 22 bairros da Zona Sul e do Centro, criando a Zona de Preservação Paisagística e Ambiental (ZPPA), onde tais aparatos passaram a ser proibidos. Inspirado na cidade de São Paulo, a medida foi chamada de “Rio Limpo” e levou a uma nova cruzada de operações para a retirada de centenas de engenhos publicitários⁷⁴. Mais uma vez, um jogo de imagens é mobilizado na articulação do argumento a favor da medida. De acordo com a reportagem que anuncia o decreto, “a primeira vista de quem chega ao Rio pelo Elevado do Gasômetro é um anúncio de plano de saúde – a segunda, o Cristo Redentor. (...) A poluição visual que suja a paisagem do Rio entrou na mira da prefeitura” (fig. 3.20). Segundo o próprio prefeito Eduardo Paes, “O Rio tem uma beleza fantástica e a publicidade briga com isso. É essa ambiência que se quer proteger. Estamos criando a Apac da publicidade. Escolhemos o Centro e a Zona Sul por serem turísticos, mas a ideia é ampliar o decreto depois de um ano”⁷⁵. É construída uma imagem da cidade do Rio de Janeiro como um local de belezas naturais que deve ser preservado pelos

⁷⁰ CERTEAU, Michel de, op. cit. p. 171.

⁷¹ CERTEAU, Michel de, op. cit. p. 172.

⁷² CERTEAU, Michel de, op. cit. p. 173.

⁷³ CERTEAU, Michel de, op. cit. p. 173.

⁷⁴ Decreto reduz publicidade em lojas e prédios do Rio, O GLOBO, 1 de maio de 2012. p. 1.

⁷⁵ Outdoors fora de vista, O GLOBO, 1 de maio de 2012. p. 10.

órgãos públicos da ambição publicitária, recalcando com isso o entendimento da cidade como um território no qual diversos grupos sociais e agentes, entre eles a própria prefeitura, procuram se fazer ver.

Em *Cidade Vaidosa*, livro que reúne oito artigos sob a coordenação de Paulo Knauss, os objetos analisados – o monumento a D. Pedro I; o monumento aos Pracinhas; a estátua do Cristo Redentor; o Pão de Açúcar; o monumento a Zumbi, entre outros – são inscritos sob a categoria de “imaginária urbana”⁷⁶. Segundo Knauss,

“A categoria de imaginária, como coletivo de imagens, permite extrapolar a dimensão técnica e material da escultura e ao mesmo tempo abarcar o significado das noções de marco e monumento, que se relacionam, respectivamente, à ordem espacial e temporal”⁷⁷.

A partir desta investigação sobre a imaginária urbana da cidade do Rio de Janeiro, os autores buscam refletir sobre a produção social dos sentidos atribuídos à cidade. No lugar de “palco de obras de arte” ou “museu ao céu aberto”, a cidade é encarada como um *território simbólico*. Os monumentos, bustos, marcos, estátuas, chafarizes – produtos desta imaginária – representam modos de significar e demarcar simbolicamente o ambiente urbano. O espaço da cidade é assim caracterizado como um produto social, a constituição material e simbólica deste espaço é vista como “resultado histórico das disputas em torno da significação do território”. É, sob este ponto de vista que, conforme aponta Knauss na introdução do livro, “a disputa simbólica surge como transfiguração da disputa de poder da sociedade”.

“Ao longo da história, diferentes grupos sociais, em diferentes circunstâncias, puderam intervir no ambiente urbano mediante a colocação ou atribuição de caráter histórico e artístico a uma peça urbana. Além disso, a partir dessa intervenção, os cidadãos ressignificam os diversos territórios do seu cotidiano e constroem a sua identidade com a cidade. Diferentes emblemas são assim erguidos, conferindo sentidos à cidade. Desse modo, ao mesmo tempo que a imaginária organiza e caracteriza os diversos espaços urbanos, a cidade é demarcada simbolicamente”⁷⁸.

Se vivemos atualmente um momento de revitalização do espaço público, isso significa não apenas que esse passa a ser cada vez mais o lugar de políticas públicas e de especulação por forças públicas e privadas, mas que esse tem seu *valor* aumentado, explicitado e, conseqüentemente, cada vez mais disputado.

Segundo a reportagem que anuncia a medida “Rio Limpo”,

⁷⁶ KNAUSS, Paulo, (coord.), *Cidade vaidosa: imagens urbanas do Rio de Janeiro* – Rio de Janeiro: Sette Letras, 1999.

⁷⁷ KNAUSS, Paulo, op. cit. p. 7.

⁷⁸ KNAUSS, Paulo, op. cit. p. 7.

“o decreto é implacável com a propaganda dos outros: proíbe anúncios em outdoors, laterais e coberturas de prédios; reduz o tamanho dos letreiros das lojas, bares, restaurantes, bancos e shoppings; mas permite que o próprio prefeito autorize publicidade oficial ou transitória (de eventos) pelas ruas”

“O município admitiu ainda que a propaganda institucional também poderá ter algum tipo de publicidade embutida, de parceiros em projetos especiais. Um exemplo é o caso do réveillon, que apesar de ser um evento público, é financiado por patrocinadores. ‘Tem o aspecto monetário do valor da paisagem do Rio. A exposição publicitária tem que valer muito onde for permitida’, afirmou Paes”⁷⁹.

No momento em que o espaço público tem seu valor recapitalizado, o monopólio da exploração de um recurso como a visualidade da esfera pública torna-se uma fonte de lucros inigualável. Consequentemente, a disputa visual em torno da demarcação simbólica da cidade, manifestada através de signos visuais, passa a se tornar uma discussão central.

Se, como coloca Certeau, a construção da uma imagem administrável de cidade depende da rejeição de “tudo aquilo que não é tratável e constitui portanto os ‘detritos’ de uma administração funcionalista (anormalidade, desvio, doença, morte, etc.)”; “em baixo”, contrapostos aos que a veem de cima através de suas lentes e representações, “vivem os praticantes ordinários da cidade”. São os caminhantes, os pedestres, “cujo corpo obedece aos cheios e vazios de um ‘texto’ urbano que escrevem ser poder lê-lo”.

“As redes dessa escritura avançando e entrecruzando-se compõem uma história múltipla, sem autor nem espectador, formada em fragmentos de trajetórias e em alterações de espaços: com relação às representações elas permanecem cotidianamente, indefinidamente, outra”⁸⁰.

Uma diversidade de práticas escapa assim “às totalizações imaginárias do olhar”, ao espaço geométrico das construções teórico-visuais. Criadas a partir de operações ou maneiras de fazer específicas, elas remetem a uma *outra* espacialidade.

“Hoje, sejam quais forem os avatares desse conceito, temos que constatar que se, no discurso, a cidade serve de baliza ou marco totalizador e quase mítico para as estratégias sócio-econômicas e políticas, a vida urbana deixa sempre mais remontar àquilo que o projeto urbanístico dela excluía. A linguagem do poder se ‘urbaniza’, mas a cidade se vê entregue a movimentos contraditórios que se compensam e se combinam fora do poder panóptico. A Cidade se torna o tema dominante dos legendários políticos, mas não é mais um campo de operações programadas e controladas. Sob os discursos que a ideologizam

⁷⁹ “Decreto reduz publicidade em lojas e prédios do Rio”, O GLOBO, 1 de maio de 2012. p. 1.

⁸⁰ CERTEAU, Michel de, op. cit. p. 171.

proliferam as astúcias e as combinações de poderes sem identidade, legível, sem tomadas apreensíveis, sem transparência racional – impossíveis de gerir”⁸¹.

Ao processo de resistência gerado pelas operações cotidianas que brotam por entre as frestas dessa representação, Certeau denomina “o retorno das práticas”. São elas “as práticas microbianas, singulares e plurais, que um sistema urbanístico deveria administrar ou suprimir e que sobrevivem a seu perecimento”⁸².

O pensamento de Certeau é retomado e atualizado por Paola Berenstein Jacques, professora da faculdade de Arquitetura e vice-coordenadora da Pós-Graduação em Urbanismo da Universidade Federal da Bahia. Esta autora realiza, em diversos textos seus, uma reflexão sobre o processo que ela denomina de “espetacularização das cidades”. Esta espetacularização, que reflete a atual “crise da noção de cidade”, é levada adiante por uma corrente global do urbanismo contemporâneo e refere-se à perda do contato direto entre o cidadão e o próprio espaço urbano. Em suas palavras,

“o processo de espetacularização parece estar diretamente relacionado a uma diminuição tanto da participação cidadã quanto da própria experiência corporal das cidades enquanto prática cotidiana, estética ou artística no mundo contemporâneo”⁸³.

Dois processos aparentemente antagônicos, mas com resultados bem semelhantes vêm colaborando para a configuração das cidades-espetáculo: o *congelamento* (que produz a cidade-museu e a patrimonialização desenfreada); e a *difusão* (produzindo o que a autora chama de cidade genérica ou urbanização desenfreada).

“A corrente mais conservadora, pós-modernista tardia ou neo-culturalista, radicaliza a preocupação pós-moderna com as culturas pré-existentes, e preconiza a petrificação ou o pastiche do espaço urbano, principalmente de centros históricos, provocando uma museificação e patrimonialização, e também o surgimento da cidade-parque-temático e uma *disneylandização* urbana, exemplos típicos da cidade-espetáculo. A corrente dita progressista, neo-modernista, retoma alguns princípios modernistas – sem a mesma preocupação social ou utopia dos primeiros modernos – principalmente a ideia de *tabula rasa*, e faz a apologia da grande escala (XL) e dos espaços urbanos caóticos, geralmente periféricos ou de cidades da periferia mundial: *junkspaces*, cidades-genéricas, cidades-shoppings ou espaços terminais do capitalismo selvagem, que também são mostradas de uma forma totalmente espetacular”⁸⁴.

⁸¹ CERTEAU, Michel de, op. cit. p. 174.

⁸² CERTEAU, Michel de, op. cit. p. 175.

⁸³ JACQUES, Paola Berenstein, *Corpografias Urbanas*.

<http://www.corpocidade.dan.ufba.br/arquivos/Paola.pdf>

⁸⁴ JACQUES, Paola Berenstein, *Errâncias Urbanas – a arte de se perder pela cidade*.

http://www.ufrgs.br/propar/publicacoes/ARQtextos/PDFs_revista_7/7_Paola%20Berenstein%20Jacques.pdf

A partir da constatação da espetacularização urbana, Jacques procura investigar aquilo que ela considera um tipo de “micro-resistência” a este processo: “a própria experiência urbana, e, em particular, a experiência corporal das cidades”⁸⁵. Esse tipo de experiência pode ser vivenciada e proposta através da prática que a autora denomina “errâncias urbanas”, que resulta em diferentes “corpografias”. Em suas palavras,

“uma corpografia urbana é um tipo de cartografia realizada pelo corpo, ou seja, a memória inscrita no corpo, o registro de sua experiência da cidade, uma espécie de grafia urbana, da própria cidade vivida, que fica inscrita mas que também configura o corpo de quem a experimenta”⁸⁶.

Através das práticas de errância urbana, da experiência corporal da cidade, a cidade passa a ser experimentada e deixa de ser simples cenário, passando ser apreendida como um “(outro) corpo”. Da relação entre esses dois corpos – o do cidadão e o da própria cidade – pode nascer uma nova forma de apreensão da cidade. Estas práticas, cotidianas como o caminhar, o perder-se pelas ruas, mostram-se ainda capazes de articular uma crítica ao urbanismo contemporâneo, *atualizando* o que, até então, era apenas projeto. No entanto,

“Os praticantes das cidades atualizam os projetos urbanos, e o próprio urbanismo, através da prática dos espaços urbanos. Os urbanistas indicam usos possíveis para o espaço projetado, mas são aqueles que o experimentam no cotidiano que os atualizam. São as diferentes ações, apropriações ou improvisações dos espaços que legitimam ou não aquilo que foi projetado, ou seja, são essas experiências do espaço pelos habitantes, passantes ou errantes que reinventam esses espaços no seu cotidiano”⁸⁷.

A apropriação do espaço da cidade, que Jacques chama de “corpografia urbana de resistência” denuncia assim, o que o projeto urbano exclui.

“pois mostram tudo o que escapa ao projeto espetacular, explicitando as micro-práticas cotidianas do espaço vivido, as apropriações diversas do espaço urbano que não são percebidas pelas disciplinas urbanísticas mais hegemônicas (preocupadas demais com projetos, projeções a priori, e pouco com os desvios a posteriori), mas que não estão ou não deveriam estar fora do seu campo de ação”⁸⁸.

As práticas de ocupação visual do espaço urbano levadas adiante por vários agentes que trouxemos aqui podem ser compreendidas como “práticas de

⁸⁵“Parto da premissa de que o estudo das relações entre o corpo – corpo ordinário, vivido, cotidiano – e a cidade, pode mostrar alguns caminhos alternativos, desvios, linhas de fuga, micro-políticas ou ações moleculares de resistência ao processo molar de espetacularização das cidades contemporâneas”. JACQUES, *Corpografias urbanas*.

⁸⁶ JACQUES, Paola Berenstein, *Corpografias urbanas*.

⁸⁷ JACQUES, Paola Berenstein, *Corpografias urbanas*.

⁸⁸ JACQUES, Paola Berenstein, *Corpografias urbanas*.

resistência” no sentido que Certeau e Jacques colocam. A forma como estes objetos são produzidos e veiculados obedecem à lógica das “táticas de visualidade” e de um modo de experimentação corpóreo com a cidade, realizando um mapeamento do espaço urbano, pontuando-o e articulando-o em um território visual.

Acreditamos que estas práticas, observadas no meio de cultura visual de rua, – representando uma faceta do processo de apropriação simbólica com que, individual e coletivamente, nos engajamos como cidadãos na vida pública – contribuem para um questionamento acerca do entendimento de espaço público e, principalmente, para a reconfiguração constante dessa esfera.

Como práticas sociais, produzidas cotidianamente num processo que muitas vezes questiona os entendimentos tradicionais de “autoria” e de arte, as manifestações observadas na cultura visual de rua, reclamam uma compreensão *aberta* da categoria de espaço público, que o apreenda não como uma instância acabada, cujas normas devem ser seguidas como garantia do direito à cidadania, mas como uma *construção*, uma produção social. Nas palavras de Milton Santos, “é o uso do território e não o território em si mesmo que faz dele o objeto da análise social”⁸⁹.

⁸⁹ SANTOS, Milton *in* SANTOS, Milton; SOUZA, Maria Adélia A. de; SILVEIRA, Maria Laura (orgs), op. cit.