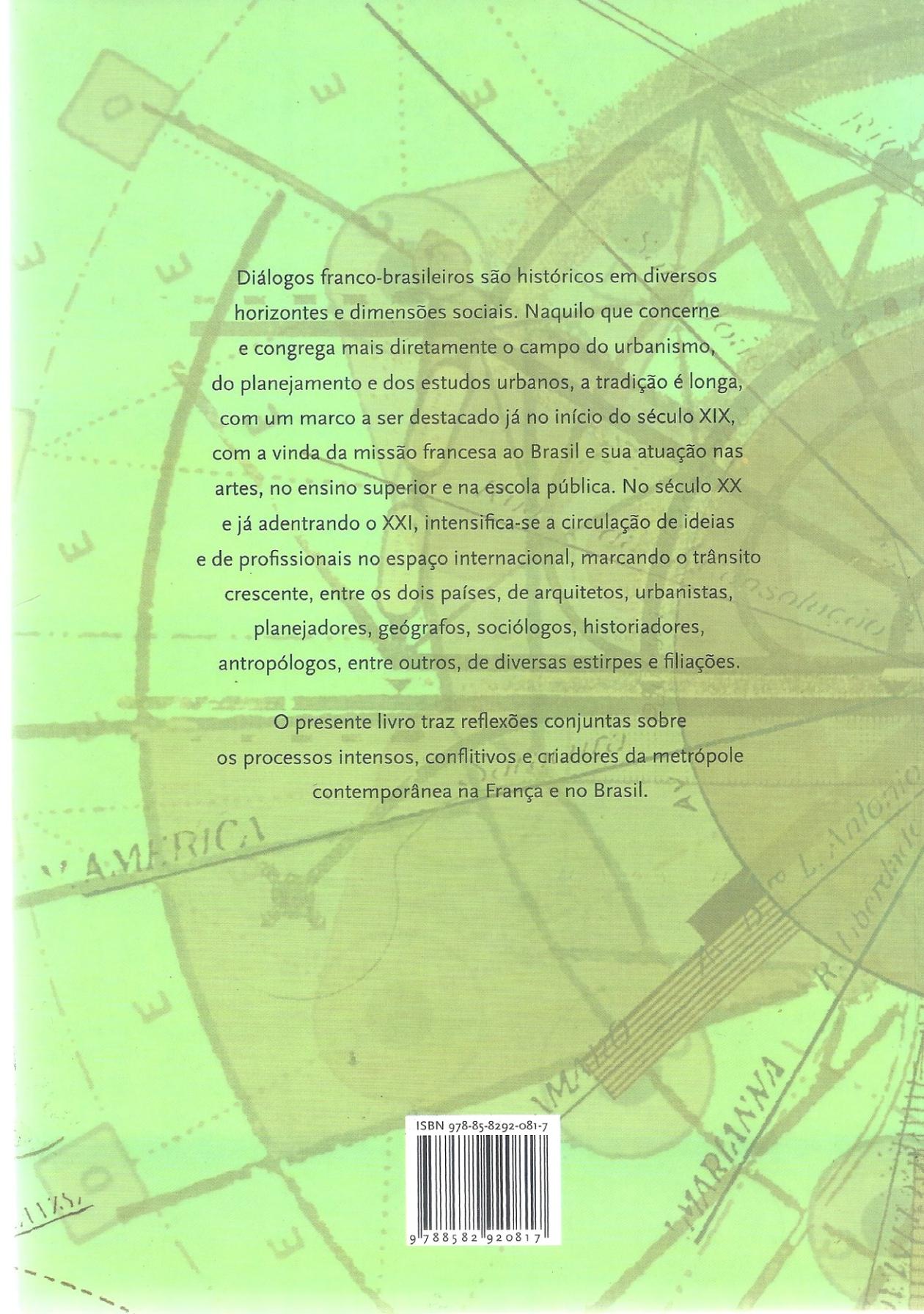




Ana Fernandes  
Nadia Somekh  
Jean-Pierre Frey  
Jocelyne Dubois-Maury  
Valter Caldana  
(Org.)

# Construir a Metr pole Contemporânea *Diálogos França-Brasil 2*





Diálogos franco-brasileiros são históricos em diversos horizontes e dimensões sociais. Naquilo que concerne e congrega mais diretamente o campo do urbanismo, do planejamento e dos estudos urbanos, a tradição é longa, com um marco a ser destacado já no início do século XIX, com a vinda da missão francesa ao Brasil e sua atuação nas artes, no ensino superior e na escola pública. No século XX e já adentrando o XXI, intensifica-se a circulação de ideias e de profissionais no espaço internacional, marcando o trânsito crescente, entre os dois países, de arquitetos, urbanistas, planejadores, geógrafos, sociólogos, historiadores, antropólogos, entre outros, de diversas estirpes e filiações.

O presente livro traz reflexões conjuntas sobre os processos intensos, conflitivos e criadores da metrópole contemporânea na França e no Brasil.

ISBN 978-85-8292-081-7



9 788582 192081 7

2016, autores.

Direitos para esta edição cedidos à Ufba.

Feito o Depósito Legal.

Os autores se responsabilizam pelo conteúdo e revisão dos textos.

Projeto Gráfico e Editoração

*Gabriela Nascimento*

Imagem Capa e Vinhetas

*Xico Costa*

Normalização

*Luana Lima*

*Francimar Dias Pereira de Carvalho*

*Tainá Amado*

Sistema de Bibliotecas - UFBA

---

Construir a metrópole contemporânea : diálogos França-Brasil 2 /

Ana Fernandes ... [et al.] Orgs.). – Salvador : UFBA, 2016.

414 p.

Apoio PPGAU-FAUFBA, FAU-Mackenzie, Institut d'Urbanisme de Paris/UPEC, EDUFBA, ANPUR, APERAU.

ISBN 978-85-8292-081-7

1. Administração de regiões metropolitanas - Brasil. 2. Administração de regiões metropolitanas - França. 3. Regiões metropolitanas - Brasil. 4. Regiões metropolitanas - França. 5. Planejamento urbano - Brasil. 6. Planejamento urbano - França. 7. Política urbana - Brasil. 8. Política urbana - França. I. Fernandes, Ana.

CDD - 711.430981

---



# A renovação do espaço público. Entre privatização e realização de eventos

*Maíra Machado-Martins<sup>1</sup>*

*Sandra Mallet<sup>2</sup>*

## INTRODUÇÃO

Atualmente observamos em diversas metrópoles do mundo alguns processos de transformação urbana consequentes à privatização e ao fechamento de espaços. Observamos uma certa regressão dos espaços públicos que coloca em questão as capacidades da cidade em acolher e propiciar sociabilização, assim como suas possibilidades de interação anônimas e impessoais. O futuro dos espaços públicos parece incerto. Seria o caso de uma simples regressão destes espaços? Podemos apontar uma tendência das políticas públicas urbanas em permanecer impassíveis a este processo, ou em favorecer

1 Bolsista de Pós-doutorado Júnior do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Lab'Urba – Université Paris-Est LeMetro-UFRJ – Laboratório de Etnografia Metropolitana, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Professora do Curso de Arquitetura e Urbanismo – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC – RJ). (mmartins.maira@gmail.com)

2 Mestre de Conferências em Urbanismo IATEUR-URCA (Institut d'Aménagement des Territoires, d'Environnement et d'Urbanisme de l' Université de Reims), EA 2076 Habiter. (sandra.mallet@univ-reims.fr)

a existência de formas diferenciadas de espaço público na cidade? Quais os espaços e os momentos favoráveis para reunir pessoas?

Desejamos nos debruçar sobre a organização de eventos pelo poder público que, segundo nossa perspectiva, manifesta um certo retorno à valorização do espaço público, mas apresentando significações diferentes na França e no Brasil.

Este artigo é fruto de uma reflexão construída a partir de diferentes pesquisas realizadas pelas duas autoras. Sandra Mallet concentra suas pesquisas em torno da consideração da temporalidade e dos ritmos urbanos no planejamento e desenvolvimento de cidades. Maira Machado-Martins trabalha, especificamente, sobre a privatização dos espaços e sobre a reprodução de formas de moradia comunitárias/coletivas e fechadas na cidade do Rio de Janeiro. Nossa troca de experiências se concentrou no papel atual do espaço público, visando compreender as dinâmicas urbanas no contexto de cidades francesas e brasileiras.

## NOVAS DINÂMICAS ENTRE ESPAÇOS PÚBLICOS E PRIVADOS

### *Processos de privatização dos espaços*

Há alguns anos o espaço urbano vem se transformando, dando lugar a uma privatização de espaços tradicionalmente públicos. A noção de “privatização” é entendida aqui como fechamento físico dos espaços, limitando seu acesso somente a alguns grupos ou pessoas. Esse processo de privatização compromete assim valores ligados à liberdade de circulação, arriscando também as interações anônimas e casuais entre indivíduos e entre diferentes grupos sociais. Os sinais desta transformação são frequentemente os mesmos: separação de diferentes grupos sociais, expansão das tecnologias de vigilância e de segurança, construção de elementos de fechamento (muros, cercas etc.) que fragmentam progressivamente a cidade. Esta privatização dos espaços se traduz, entre outros, pelo crescimento de “enclaves fortificados” no meio urbano, através de espaços residenciais (*gated communities*, nos Estados Unidos; condomínio fechado, no Brasil; *fraccionamiento cerrado*, no México e Chile; *lotissements fermés*, na França) ou de espaços dedicados ao consumo (*centres commerciaux*, na França; *shopping centers*, no Brasil).

A intensidade destas privatizações é variável de acordo com cada país e cada cidade. Na França, o fenômeno é limitado, mas ganha cada vez mais espaço: nas aglomerações de Paris, de Toulouse ou de Dijon, por exemplo, as residências fechadas com sistemas de controle de acesso se multiplicaram a partir dos anos 1980. Esta nova forma de moradia é um modelo baseado nas residências americanas protegidas, e oferecido por promotores imobiliários privados. Para o geógrafo Bruno Sabatier, “force est [donc] de constater que les résidences fermées sont clairement un créneau immobilier dont le succès ne fait pas que confirmer mais attise aussi une demande sociale de sécurité”.<sup>3</sup> (SABATIER, 2006) O sentimento de insegurança da população pode assim ser compreendido como o motor direto e principal do crescimento do número de habitações fechadas. De outro ponto de vista, a segurança constitui um argumento comercial entre tantos outros (qualidade de equipamentos coletivos de lazer, ofertas de serviços, áreas verdes etc.).

Nas metrópoles brasileiras o fenômeno de privatização apresenta outra dimensão. A segurança aparece como um dos aspectos mais mencionados pelos diferentes atores no processo de fechamento, sobretudo dos espaços dedicados à moradia. Os muros e dispositivos que filtram e vigiam permanentemente os usuários (câmeras de vigilância, agentes de segurança etc.) contribuem certamente para evitar ações violentas, na medida em que qualquer intruso pode ser rapidamente detectado. Mas estes elementos característicos dos enclaves urbanos contribuem também para a criação de espaços socialmente restritos. No Brasil a violência está diretamente associada à pobreza e à grande e histórica desigualdade social existente no país.<sup>4</sup>

Chegamos desta forma a espaços socialmente homogêneos, protegidos e, conseqüentemente, previsíveis, já que o controle estabelecido pelos administradores destes espaços é intenso. Estes enclaves marcam, então, uma forte oposição em relação ao espaço público da cidade, caracterizado por interações, movimento e surpresas. A negação em democratizar o espaço, no sentido de ser comum a todos, é também presente na forma dos enclaves mencionados: eles são voltados para o interior, e não para a rua.

3 É inevitável então constatar que as residências fechadas são claramente um produto imobiliário, cujo sucesso não somente confirma, mas também reaviva uma demanda social de segurança.

4 Segundo pesquisas publicadas pela Fundação Getúlio Vargas (NERI, 2012), o nível de desigualdade econômica no Brasil se apresenta entre os 10 mais elevados no mundo, apesar de os últimos dados mostrarem que em 2011 a taxa de desigualdade no país teve sua maior queda desde 1960.

No caso dos *centres commerciaux* ou de *shoppings centers*, podemos observar um grande investimento na criação de ambiências no interior destes espaços, com o objetivo de produzir um entretenimento susceptível de atrair consumidores. Na França, os novos espaços dedicados ao consumo apresentam algumas características similares aos espaços residenciais fechados. Gerados por empresas imobiliárias ou de distribuição comercial privadas (como Bercy Village, em Paris, ou Val d'Europe, na região metropolitana de Paris), eles oferecem ambientes públicos seguros, acessíveis e abertos à população, sob a condição de respeito às regras prescritas. O mesmo acontece no que diz respeito aos *shoppings centers* no Brasil, que encontram expansão nas grandes cidades, almejando grupos de consumidores diversos, do mais popular ao mais elitista. Os processos de privatização dos espaços se apresentam aqui de forma bem diferenciada em relação aos espaços de moradia: no caso destes últimos, a privatização se traduz pelo fechamento físico, enquanto que a privatização dos centros de consumo se caracteriza por um controle social mais sutil do espaço. Estes espaços reproduzem, assim, certas qualidades urbanas (entretenimento, composição arquitetônica, por exemplo), tornando os limites entre a “cidade real” e a “cidade cenográfica”, a imitação e a realidade, difíceis de serem reconhecidos pelos usuários ou passantes ordinários. (GASNIER, 2006)

Em todos os casos o objetivo é conseguir conciliar as qualidades ligadas à circulação e animação dos ambientes públicos tradicionais, mas evitando qualquer risco, transgressão e perigo possíveis. Fortemente controlado, o confronto com o outro fica então limitado no ambiente. A proliferação de espaços privados na cidade demonstra que a relação dos cidadãos com o espaço público está em transformação: este último já não é mais considerado como espaço de troca ou de igualdade. Segundo Teresa Caldeira (2000), nele é cada vez mais considerado como espaço de separação de grupos sociais, que passam então a se reagrupar nos enclaves homogêneos, isolados de todos aqueles que são considerados diferentes.

No Rio de Janeiro, o bairro da Barra da Tijuca se apresenta como um exemplo bem claro desta transformação do espaço da cidade. Projeto elaborado pelo arquiteto Lúcio Costa em 1969, o Plano Piloto foi orientado pelos princípios modernistas,<sup>5</sup> visando preparar essa parte da cidade para a expan-

---

5 Lúcio Costa elaborou o projeto para o bairro da Barra da Tijuca partindo dos mesmos princípios que orientaram o Plano Piloto da cidade de Brasília, inaugurada em 1960.

são urbana -especialmente dos bairros residenciais mais caros – e também para a criação de um novo *Central Business District* (CBD). Desde 1970, o bairro acolhe a grande maioria dos condomínios fechados da cidade do Rio de Janeiro, oferecendo também terreno fértil para a expansão dos *shoppings centers* temáticos. Os enclaves fortificados que proliferam na Barra da Tijuca há aproximadamente 40 anos contribuem para que este bairro seja caracterizado como sendo diferenciado do resto da cidade, contando com as características modernistas do projeto urbano de Lúcio Costa. O resultado é um espaço fragmentado, composto por elementos isolados uns dos outros e sem qualquer presença de um espaço eficaz para sociabilidades ou encontros. Estas rupturas são acentuadas pela presença de muros e barreiras que marcam os limites entre espaço privado, cuidado e protegido, e espaço público, abandonado e interpretado como perigoso.

### *As diferentes preocupações com o espaço público*

De acordo com Rodrigo Rosa (2010), a paisagem urbana do Rio de Janeiro sofreu uma transformação importante no fim do século XIX e início do século XX, incorporando uma dinâmica entre público e privado. Estas duas esferas passam a apresentar, cada uma, espaços e comportamentos sociais que lhe são associados. Neste momento, o espaço público das grandes cidades que se desenvolviam passa a ser compreendido como espaço de interação e de convívio harmonioso.<sup>6</sup> Os projetos urbanos realizados no Rio de Janeiro durante esse período são marcados pela criação de espaços de convívio que demonstram uma preocupação estética de valorização destes lugares. Praças, jardins, vitrines e grandes avenidas afirmam, assim, o sentimento cosmopolita e moderno da sociedade da época, influenciada pelo modelo francês de civilização.<sup>7</sup>

Mas o Brasil se afastou do modelo francês no que diz respeito aos espaços públicos. Podemos observar na França um retorno à valorização destes espaços da cidade, a partir de 1970, quando a expressão surge. O espaço é

6 Stuart Hall (2004) também aborda esta transformação quando afirma que este período histórico marca a passagem do “ser filosófico” para o “ser sociológico”.

7 Lembramos principalmente de nosso “Haussmann tropical”, o Prefeito Pereira Passos, que realizou reformas urbanas na antiga capital do Brasil, o Rio de Janeiro, como realizou seu homólogo francês em Paris, no período de 1902 a 1906.

desde então definido como “aquele que sustenta a cidade”, e que contribui à sua significação. Observamos assim o retorno de uma valorização primordial da rua, concebida como espaço de sociabilidade, e também do pedestre, contrariamente aos anos anteriores que privilegiavam ações e reflexões em favor do automóvel. Observamos então: o retorno do *tramway* (bonde) em diversas cidades, limitando a circulação de automóveis e liberando espaços públicos; a diminuição de vagas de carros nas ruas; e a requalificação dos cais de rios. Estes projetos são pensados cada vez mais, tanto para o uso noturno quanto diurno da cidade, em concomitância com projetos de iluminação urbana cada vez mais sofisticados.

A cidade de Bordeaux, por exemplo, teve seus espaços completamente requalificados a partir dos anos 1990. Um projeto de iluminação em escala urbana foi concebido em 1996, espaços foram liberados para acolher o tramway em 2004, e o cais de um dos lados do rio Garonne, que corta a cidade, apresenta desde 2009 uma pista destinada a pedestres, em um espaço que até então era abandonado. Com 4,5 quilômetros, a requalificação do cais se apresenta como uma espécie de “vitrine” da transformação urbana da metrópole francesa. Estas requalificações foram executadas em locais abandonados pela atividade industrial e portuária há anos, onde encontrávamos grandes depósitos sem uso, espaços degradados e barreiras que impediam o acesso à beira do rio em determinados pontos. O projeto “quais jardins”, concebido pelo paisagista Michel Corajoud e executado por Laurent Fachard, propõe um lugar destinado ao lazer “do nada”, segundo definição do sociólogo Patrick Baudry (2001). O lugar pretende ser antes de tudo “agradável”, espaço de passeio, de “flânerie”, de distração. A cenografia foi concebida a partir do usuário, que utiliza o espaço para passeio, e evita impor atividades de lazer específicas: a ideia é acompanhar, em um primeiro momento, as práticas que emergem neste espaço a partir de seu uso. O lugar convida os habitantes para um passeio, de dia e à noite, já que os cais apresentam um dispositivo de iluminação único, oferecendo luzes coloridas e uma ambiência festiva e segura.

Por fim, estes espaços se propõem a ser acessíveis e acolhedores, possibilitando a expressão da diversidade pelos grupos que o utilizam.

FIGURA 1 – Foto que ilustra a noite nos cais centrais do Rio Garonne, na cidade de Bordeaux



Fonte: Sandra Mallet (2008).

No Brasil observamos atualmente uma mudança nas relações sociais que pode se traduzir pela importância aferida ao espaço público. O individualismo e o sentimento de desconfiança que observamos nas sociedades modernas impõem uma mudança em relação à dinâmica entre o espaço privado e público. A segurança se manifesta através das grades que circundam as moradias das classes sociais mais altas e também através das câmeras que vigiam as ruas. O espaço público representa então um espaço de perigo que deve ser constantemente controlado.

No Rio de Janeiro, as transformações no centro revelam uma nova onda de modernização deste espaço tradicional da cidade, sobretudo no bairro da Lapa. Se no início do século XX os espaços públicos eram valorizados, constatamos agora a proliferação de espaços privados (bares, casas de espetáculo etc.) que reproduzem elementos do espaço público também associados à cultura boêmia nascida neste território da cidade, considerado tipicamente carioca. O bairro da Lapa é conhecido pela sua efervescência cultural, suas trocas materiais e simbólicas, que acolheram, no passado, compositores de música popular, malandros cariocas, prostitutas, artistas. Atualmente, os bares e casas de *show* se instalam frequentemente nos antigos casarões construídos na primeira metade do século XX, alguns deles apresentando jogos

e atividades típicas da Lapa “tradicional”, como samba de gafieira<sup>8</sup> e sinuca. Mas a presença destas atividades características de uma sociabilidade aberta, que parecem convidar a um retorno à tradição do bairro, é acompanhada de uma série de dispositivos tecnológicos destinados a filtrar a entrada de clientes que podem pagar para ter acesso a esse “novo espaço antigo”. Mesmo que tais atividades – símbolos da cultura popular – sejam utilizadas em uma estratégia de marketing para atrair clientes, a segregação de grupos sociais se reproduz da mesma maneira que em outros espaços da cidade.

## OS EVENTOS FESTIVOS: A ATRAÇÃO DE PESSOAS COMO FATOR DE VALORIZAÇÃO DO ESPAÇO PÚBLICO

### *Propagação dos eventos na França*

Em oposição ao processo de privatização abordado anteriormente, observamos processos de revitalização do espaço público brasileiro, sob uma ótica de criação de eventos neste espaço. Estes eventos apresentam formas diferentes em relação à “renovação festiva” que observamos na França ou na Europa.

A organização de eventos no espaço urbano não é um fato recente: eventos coletivos são celebrados desde a Antiguidade. Mas, a partir dos anos 1980, observamos o aparecimento de um novo paradigma festivo, baseado na organização de eventos artísticos, culturais e esportivos. A parada para festejar o Bicentenário da Revolução Francesa em Paris, em 1989, contribuiu fortemente para o início de uma nova era de grandes festas urbanas. Diferentes paradas (Techno, Gay Pride etc.), festivais e festas foram criados em seguida pelo poder público (a cidade de Paris é conhecida também por promover certos eventos, como a “Nuit Blanche” e “Paris-Plage”, mas ela também promove outros eventos culturais igualmente organizados por outras cidades francesas, como a “Noite dos Museus”, a “Festa da Música” etc.). Estes eventos, organizados de maneira pontual ou periódica, multiplicam-se e são celebrados em diferentes espaços da cidade: nas ruas, praças, cais de rios.

Para o geógrafo Jean-Pierre Augustin, este fenômeno marca uma mudança de direção no que diz respeito aos modos de funcionamento tradicionais

---

8 Tradicionalmente, as Gafieiras eram lugares de dança onde as camadas mais populares da população carioca se encontravam para dançar no início do século XX.

do espaço urbano: “*passage d’une ville-production fondée sur les zonages d’une territorialité établie à une ville-consommation formée de temporalités plus fluides et malléables*”. (AUGUSTIN, 1998, p. 12-13) A cidade se afirma como um espaço de contemplação, onde podemos caminhar despreocupadamente, e oferece certa diversidade de lugares-espetáculos.

De modo geral, o evento é utilizado para diversos fins e deve, normalmente, ter efeitos a longo prazo. Ele é um instrumento privilegiado para tornar uma cidade atrativa, para contribuir com a redescoberta de seus espaços públicos, requalificando-os, para mudar a imagem de um lugar e também para devolver espaços destinados ao pedestre.

O “Paris-Plage” é um exemplo dos diversos papéis que um evento pode desempenhar. Criado em 2002, ele acontece durante o verão na capital francesa. Um dos seus objetivos é transformar a imagem do lugar, o cais inferior do Rio Sena, usualmente utilizado para a circulação de veículos. O evento acontece principalmente sob uma das vias rápidas, onde pedestres e bicicletas não têm lugar: a via Georges Pompidou, que apresenta 13 quilômetros de extensão, e inaugurada em 1967, em uma época em que se pensava ser necessário adaptar Paris ao automóvel. A cidade possui outras ambições desde então: reduzir o tráfego de automóveis e fazer do Rio Sena a “linha vital de Paris”. Desde os anos 1980, observamos obras de reconversão do cais em pistas de passeio para pedestres, a restauração de pontes, a valorização de lugares e edifícios através da iluminação noturna e a requalificação de algumas áreasportuárias,<sup>9</sup> contribuindo assim para tornar os espaços de domínio do rio mais acessíveis e mais atrativos. Em 1991 o sítio do Rio Sena, na extensão que vai da Ponte Iéna até a Ponte de Sully, foi tombado como Patrimônio Mundial da Unesco.

Mas o fim definitivo da via rápida Georges Pompidou, assunto discutido desde os anos 1990, é um tema polêmico há muito tempo. O evento efêmero “Paris-Plage” é então utilizado para romper o uso tradicional, trazer um novo olhar para o lugar a partir de uma utilização lúdica, e para criar uma nova apropriação do cais do Rio Sena. Realizado em 3 quilômetros de extensão, o evento propõe a cada verão atividades de lazer sob um cenário que reúne elementos que lembram as férias estivais e o litoral: cabines de praia típicas do litoral da Normandia, guarda-sóis, areia, chuveiros, espreguiçadeiras, plantas

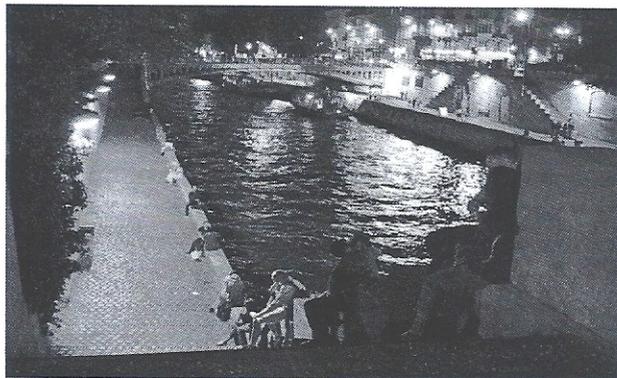
9 Port de la Rapée, Port Henri IV.

tropicais (palmeiras, bambus etc.). As atividades propostas pelo evento também estão fora do contexto urbano parisiense (por exemplo, vôlei de praia, futebol de areia e cursos de zumba), opondo-se ainda mais aos usos clássicos do lugar. Estas transformações radicais dos usos e normas espaciais tradicionais facilitaram a aceitação do projeto para a transformação integral desse cais em área de pedestres, sob uma extensão de 4,5 quilômetros, propondo atividades culturais, esportivas e de relaxamento. Assim,

Au-delà des débats que l'opération Paris plage a pu soulever, on peut constater qu'elle a permis de modifier de manière sensible l'image mentale que l'on a de la ville. Dès lors, dans nos représentations, la déambulation longitudinale au fleuve n'est plus exclusivement automobile. Au centre de Paris, la proximité physique au cours d'eau est désormais possible ailleurs que sur les îles".<sup>10</sup> (PARIS..., 2010, p. 8)

Um evento efêmero pode assim ter objetivos e repercussões a longo prazo. O evento se impõe assim como uma ferramenta completa de planejamento urbano.

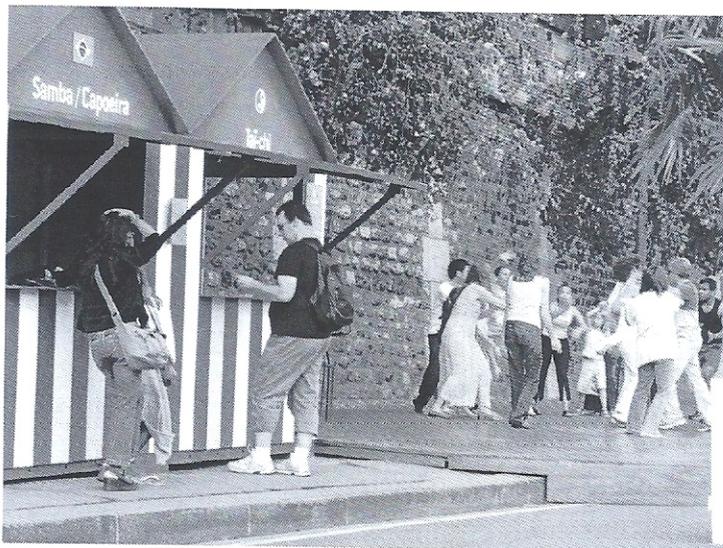
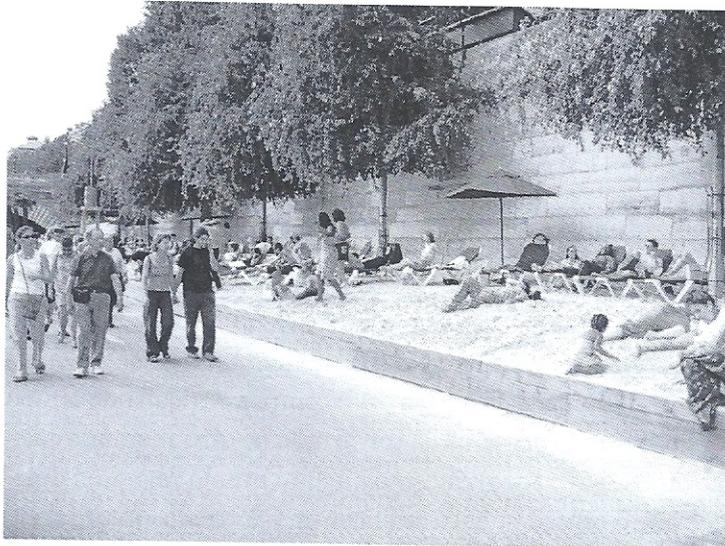
FIGURA 2 – Cais do rio Sena, que foram requalificados



Fonte: Sandra Mallet (2007).

10 "Além dos debates que o Paris-Plage levantou, podemos constatar que este evento permitiu alterar, de maneira sensível, a imagem mental que temos da cidade. A partir deste momento, na nossa representação, o ato de vagar ao longo do rio não é mais uma ação exclusiva do automóvel. A partir de então, a proximidade física com o curso d'água é possível no centro de Paris, e não somente nos cais centrais das ilhas presentes no rio Sena".

FIGURA 3 – Paris-Plage, edição 2005<sup>11</sup>



Fonte: Sandra Mallet (2005).

<sup>11</sup> O evento situado nos cais inferiores do rio Sena, ilustrado nestas três fotos, apresenta uma cenografia “estival”, utilizando elementos característicos de praias e de países tropicais.

Os espaços urbanos na França oferecem, a partir de então, uma gama de eventos variados, que se diferem pela amplitude, frequência, influência física sobre o espaço, capacidade de reunir público, objetivos e pelos meios mobilizados para sua realização.

Mas a difusão destes eventos produzidos pelo poder público coloca algumas questões em voga atualmente. A recorrência e a regularidade destes eventos, por exemplo, põem em risco o esperado efeito de ruptura da continuidade temporal, uma característica própria do “evento”. Este último deve, de forma intrínseca, ser um elemento perturbador, fazendo surgir o novo no cotidiano, no que é ordinário e no que é banal. Como uma manifestação singular e original, o evento deve marcar a sua diferença. Neste sentido, ele deve interromper a continuidade do tempo e o recompor. Articulando tempo curto e tempo longo, o evento participa da construção de uma memória coletiva (DI MÉO, 2001; DOSSE, 2010): mesmo que um evento seja uma organização efêmera e que o espaço público se encontre valorizado em um dado momento, as suas temporalidades “transbordam” o evento em si. (BOULLIER, 2010) Estes eventos são anunciados, criando assim uma expectativa específica e este é certamente um dos elementos que atrai o público para evento. Diversos elementos criam esta expectativa: as mídias de difusão, os rumores, as conversas... Desta forma, os espectadores já estão mobilizados e já se encontram quase presentes no evento. O momento do acontecimento é assim ultrapassado pela expectativa e é por esta razão que ele se faz “evento”: ele consegue prender a atenção antes mesmo do momento previsto para acontecer. Presume-se que o evento deve então conseguir deixar sua marca na memória das pessoas além do momento em que acontece. Mas, ao mesmo tempo, deve-se manter um mínimo de surpresa no evento para que ele possa criar esta impressão do “eu estive lá”. Existe assim uma espécie de “conversa” sobre o evento, que o torna presente e vivo antes e depois que ele aconteça.

Podemos questionar as formas de organização de eventos que se multiplicam atualmente em diversos países Europeus, criando assim uma narrativa: sua capacidade de gerar expectativa, surpresa, importância simbólica, marcas na memória. Sendo assim, podemos questionar sua capacidade de se reivindicar quanto “evento”. Assim como os espaços da cidade (LEFEBVRE, 1971), as organizações de eventos se diversificaram. Elas podem ser compreendidas como exemplos de “ville à la carte”, oferecendo diversidade de escolha aos usuários da cidade.

## *Carnaval, o inevitável evento carioca*

No Brasil, observamos que os eventos não se multiplicam da mesma forma que na França. Por outro lado, o carnaval representa um evento bem específico e bastante emblemático do país. Carregado de cultura e de tradição, ele é festejado de formas diferentes em cada região brasileira e reúne milhões de pessoas, sobretudo nas ruas, do norte ao sul do país.

Há cerca de 10 anos, observamos no Rio de Janeiro o retorno do “carnaval de rua”,<sup>12</sup> um evento que acontece nos espaços abertos da cidade, e que reúne centenas de blocos em diferentes bairros, que ganham ruas e outros espaços públicos durante aproximadamente 15 dias de festa. O carnaval de rua se caracteriza pela presença de blocos compostos por um grupo de músicos ou instrumentistas, que circula por um trajeto curto previamente estabelecido ou que permanece todo o tempo em um mesmo espaço (normalmente uma praça, ou rua de pouco movimento). A música atrai assim diferentes grupos que se reúnem para dançar, ou segundo a nossa expressão, para “brincar carnaval”. O carnaval é, sem sombra de dúvida, um evento lúdico.

Esta forma de agrupamento de pessoas, representado aqui pelo carnaval de rua, é uma herança histórica. Roberto Da Matta (1979) marca o início do carnaval popular carioca a partir de 1840, sendo, até esta data, uma festa celebrada em ambiente doméstico, reunindo membros da família e vizinhos dentro das casas. Segundo João Pimentel (2002), os blocos existem desde o fim do século XIX e se caracterizam, já neste período, como um evento popular, desprovido de organização formal, com forte influência africana. Até os anos 1990, o número de blocos no Rio de Janeiro era bem reduzido e a participação de foliões era pequena, limitando-se aos “*habitués*”: pessoas próximas ou amigas dos organizadores/fundadores e moradores do bairro onde o bloco circula. As razões que podem explicar a relativa falta de sucesso do carnaval de rua carioca neste período – sobretudo se comparada ao sucesso atual deste tipo de evento – não foram completamente verificadas. Marques (2006) argumenta que a ditadura militar (1964-1985), a inauguração da Pon-

12 O termo “carnaval de rua” é utilizado aqui para indicar, sobretudo, a diferença em relação ao “carnaval de desfiles”, em que as Escolas de Samba se apresentam durante os quatro dias de festa, no Sambódromo, um dos símbolos internacionais do carnaval carioca. É interessante observar que o antropólogo Roberto Da Matta (1979) utiliza em sua análise o termo “carnaval de rua” em oposição a “carnaval de clube”, realizado em clubes privados. O “carnaval de rua” engloba, no estudo feito pelo autor, o carnaval de desfiles das Escolas de Samba, e caracterizado como evento público.

te “Rio-Niterói” (Ponte Presidente Costa e Silva) em 1974, a forte influência do rock nos anos 1980 e o grande sucesso do carnaval da cidade de Salvador (capital da Bahia) são fatores que contribuíram para o enfraquecimento dos blocos cariocas na segunda metade do século XX. Até os anos 2000, a tendência entre os moradores era de partir da cidade durante o carnaval, deixando-a para os turistas provenientes de outras regiões brasileiras ou de outros países.

Na primeira metade do século XX e de forma paralela aos blocos, as Escolas de Samba começam a se estruturar no Rio de Janeiro, ganhando progressivamente adeptos. Mas é em 1984, momento da inauguração do Sambódromo do Rio de Janeiro—lugar onde se realizam os desfiles das Escolas de Samba, conhecidas internacionalmente nos dias de hoje—, que o carnaval ganha outra amplitude. A edificação deste novo espaço, especialmente para acolher a festa, contribuiu para a construção de uma nova significação do carnaval, que até então era tradicional: o carnaval se torna um grande espetáculo, privado e caro. As imagens dos desfiles das Escolas são progressivamente exportadas para o mundo todo, ganhando um status de símbolo do carnaval brasileiro. A participação neste evento passa a ter um preço elevado, seja para desfilar na Escola, ou para assistir aos desfiles na plateia.

O carnaval de rua volta à moda e se torna um grande evento a partir da multiplicação dos blocos, que se reforça, sobretudo, no início dos anos 2000. Atualmente, segundo o site oficial “Carnaval de Rua Rio 2012”,<sup>13</sup> o carnaval do Rio de Janeiro é o que acolhe o maior número de foliões, sendo considerado o maior carnaval do país: 424 blocos e 5 milhões de pessoas em 2012. O tradicional bloco “Cordão do Bola Preta”, que existe desde 1918 e “sai” às 9h do sábado de carnaval, reuniu 2 milhões de pessoas em 2012, o que representa um recorde segundo o site.

### *O carnaval de rua do Rio: retorno das sociabilidades festivas do espaço público*

Podemos observar atualmente um retorno da festa tradicional de carnaval, com um grande investimento no espaço da rua durante este evento, graças ao retorno dos blocos. Como no início do século XX, os grupos tocam as mú-

<sup>13</sup> Disponível em: <<http://www.rioguiaoficial.com.br/carnaval/blocosderua/>>. Acesso em: março de 2012.

sicas tradicionais de carnaval – as marchinhas –, uma grande parte do público se fantasia com grande criatividade e humor, inclusive utilizando fantasias também tradicionais de carnaval, como o Pierrô e a Colombina.

Durante todo o evento a rua se torna elemento central na cidade, pois alguns blocos duram toda a tarde. E mesmo após o seu fim, os foliões permanecem no local, o tempo de se organizar para a ida ao próximo bloco ou para beber a última cerveja, vendida por inúmeros ambulantes presentes de maneira bem distribuída no espaço público.

A quantidade e a diversidade de blocos demonstra que tudo é possível no carnaval de rua. A “surpresa esperada” se encontra, de certa forma, no centro do espaço público. Essa variedade se traduz, por exemplo, pelos blocos que interpretam músicas dos *Beatle* sem ritmo de batucada, e outros que homenageiam grandes compositores cariocas de samba do início do século XX, como, por exemplo, Cartola. Esta diversidade contribui para atrair o maior número de pessoas possível, tornando-se raro um bloco que não seja seguido por uma multidão ou por um grande número de pessoas.

A apropriação do espaço público é permanente durante os 5 dias de festa, e também nos finais de semana que antecedem e que sucedem o seu período “oficial”.<sup>14</sup> A cidade se adapta ao evento: diversas ruas são fechadas durante horas à circulação de automóveis para permitir o trânsito de foliões nos blocos, a circulação de carros diminui drasticamente na cidade e as pessoas, durante o evento, utilizam mais intensamente os transportes públicos, como ônibus e metrô. Roberto Da Matta (1979) observou esta transformação do espaço urbano, sobretudo no centro do Rio de Janeiro, para abrigar o carnaval já nos anos 1970: de centro de trabalho, negócios, decisões e funções preestabelecidas ele passa a “praça medieval”, tomado por pedestres que substituem carros, lugar de encontros, brincadeiras de carnaval, local em que pessoas passeiam e se olham mutuamente, fantasiadas ou não.

Durante o carnaval ressurge o sentimento de pertencimento a um mesmo espaço comum que representa, no momento desse evento, o lugar da festa, da celebração, da experiência comum, o mesmo espaço que, durante o resto do ano, só apresenta características e funções urbanas previamente

---

14 O período oficial de carnaval se inicia na noite de sexta-feira e termina na quarta-feira seguinte. Mas o grande número de blocos exige que eles comecem as manifestações nas ruas dois finais de semana antes do início oficial do carnaval e se prolonguem até o domingo seguinte ao seu término.

estabelecidas. O evento cria desordem nas referências urbanas cotidianas, pois as centralidades se recompõem e se adaptam, os elementos arquitetônicos e edificações são revisitados pelas intervenções “humanas”, os espaços são ocupados de uma nova forma, assim como observamos modificações no uso dos transportes coletivos e nas relações entre os indivíduos. Todo evento “apresenta uma dimensão perturbadora em relação ao equilíbrio existente”. (DOSSE, 2010, p. 5) Existe, neste sentido, uma desestabilização das referências habituais. Para Dominique Boullier, este desequilíbrio gerado pelo evento modifica os estados afetivos (excitação, medo, frustração) e, por fim, “a cidade evento nos modifica, enquanto seres urbanos, no espaço de um instante”. (BOULLIER, 2010)

FIGURA 4 – Grupo de foliões dançando pendurados à grade de um prédio, fantasiados de “paquitas”<sup>15</sup>



Fonte: Maira Machado-Martins (2012).

Esta festa altera também a ordem social e as práticas urbanas. Evidentemente, os blocos apresentam certa lógica territorial no espaço urbano, assim como os grupos sociais, não havendo uma mistura de fato (por exemplo, os moradores da Zona Norte frequentam os blocos da Zona Norte, assim como

<sup>15</sup> Uma imagem frequente durante o carnaval carioca que demonstra a apropriação e a mudança dos elementos arquitetônicos durante o evento.

os moradores da Zona Sul ou da Barra da Tijuca). Mas a tolerância e o desejo de troca são perceptíveis durante o evento, o que não pode ser observado nas atividades cotidianas. Um “clima” de alegria e tranquilidade se instala durante a festa. Ele pode ser observado, por exemplo, pelo estado de felicidade das pessoas que frequentam o carnaval (um evento esperado durante todo o ano) e pela criatividade na produção das fantasias, que muitas vezes ultrapassam os preconceitos e tabus com o único objetivo de brincar e fazer as pessoas rirem. Essas fantasias às vezes apresentam tal sofisticação no nível de detalhes, que devem ter sido produzidas com meses de antecedência.

FIGURA 5 – Folião fantasiado de “coelhinho da Playboy”<sup>16</sup>



Fonte: Maira Machado-Martins (2012).

O carnaval é um evento esperado e simboliza um momento singular, quando milhares de pessoas mergulham em uma maratona de alguns dias

<sup>16</sup> Símbolo da revista masculina, mas em versão feminina. Este exemplo ilustra a desprendimento ao espírito machão, tão comum no Brasil, e a inversão de papéis que pode se apresentar durante o carnaval através das fantasias.

no espaço público e ruas do Rio de Janeiro. Este momento também é marcado por uma “pausa” no ritmo cotidiano, pois as escolas e universidades ficam fechadas devido às férias, uma grande parte dos trabalhadores regulares é dispensada durante esses dias (pelo menos durante o carnaval oficial, podendo ser liberada também nos dois dias subsequentes). O fim do carnaval marca o início do ano escolar, o fim do verão e das férias.

As representações ligadas ao evento terminam por simbolizá-lo como uma tradição. A transmissão desta cultura também é notável, independentemente da classesocial: as crianças participam do evento, frequentemente fantasiadas, e dançam como os pais. Existem até mesmo blocos dedicados às crianças, como o “Gigantes da Lira”, formado por um grupo de palhaços profissionais de circo e que sai aos domingos de manhã, no final de semana que antecede o início do carnaval, em uma parte residencial do bairro de Laranjeiras. O espaço público ganha uma nova função também para as crianças, pois nessa ocasião as ruas são fechadas à circulação de automóveis, permitindo brincadeiras que não são possíveis em dias em que não há blocos de carnaval.

Por outro lado, o carnaval é de tal importância na cidade do Rio de Janeiro que ele pode se tornar um transtorno para as pessoas que não desejam participar da festa. Ele se torna um evento que se impõe a toda a população da cidade, tendo em vista que a circulação de automóveis é limitada, o barulho forte ressoa nas ruas que acolhem os blocos e, muitas vezes, os automóveis estacionados correm o risco de ser degradados pela multidão que se aperta nas ruas estreitas pelas quais alguns blocos circulam. Para compreender a amplitude do carnaval carioca, não podemos esquecer a participação ativa do setor privado nesse evento. Se o carnaval de rua permanece como evento gratuito, que se passa no espaço público e aberto a todas as pessoas, ele pode também se tornar objeto de manipulação comercial de investidores e empresas. As cervejas comercializadas durante o carnaval, por exemplo, são previamente negociadas pela empresa que possui o monopólio do mercado, denominada AmBev.<sup>17</sup> A marca escolhida para o carnaval de 2012, por exemplo, foi “Antártica”: tornou-se uma tarefa impossível encontrar outras marcas de cerveja sendo vendidas por ambulantes nas ruas, e a decoração

---

17 AmBev: “Companhia de Bebidas das Américas”. É uma filial do grupo Belga-Brasileiro Anheuser-Busch InBev, líder mundial na produção de cervejas.

de carnaval foi dominada pela cor azul (já que a lata da cerveja Antártica também é dessa cor). Outras empresas, como bancos, distribuem acessórios de fantasias, como chapéus ou saias em tule, com as cores que representam seus empreendimentos e com suas logomarcas estampadas. Quando a multidão veste estes acessórios, ela também divulga as marcas, aparecendo em fotografias tiradas durante o carnaval e difundidas pelo mundo através da internet, jornais internacionais, blogs, entre outros. O carnaval permite também às classes sociais mais desfavorecidas a geração de uma renda importante através do trabalho de vendedor ambulante. Não podemos, assim, negligenciar o fato de que o carnaval é um “negócio” que faz girar a economia, e que a amplitude dessa festa é também uma consequência dos investimentos e esforços empregados pelas empresas para lucrar, associando suas marcas ao evento.

No caso francês, constatamos que os eventos apresentam menor importância, comparados com o carnaval. Certamente a organização e a produção dos eventos na França são diretamente associadas ao poder público, que permanece sendo o “dono” da festa. Mas outros aspectos também participam dessa produção: na França observamos a multiplicação de eventos no espaço público, criando um ritmo diferente deste constatado no Rio de Janeiro. Nesse contexto, os eventos franceses seguem como propostas de reunião de pessoas, de sincronização entre indivíduos, sendo a participação em um evento algo que depende, sobretudo, de uma escolha, de uma decisão. Na França, o evento permanece como uma das opções oferecidas pela cidade, enquanto que, no Rio de Janeiro, o evento “Carnaval” é motor, o centro das atenções que atrai milhares de pessoas durante 5 dias consecutivos de festa. Temos assim duas opções: ficar, participar dos blocos e sucumbir à festa, ou deixar a cidade, procurando outras destinações, como, por exemplo, países estrangeiros.

Mas o ponto comum que pode ser observado nestes dois países se refere às diferenças relativas às formas de sociabilidade urbanas ordinárias, que são importantes. Sobre o “Paris-Plage”, Benjamin Pradel (2010) observa que o evento proporciona interações diversas (verbais, visuais, físicas), os encontros entre indivíduos são mais numerosos que no espaço público “cotidiano”, e ele acaba redefinindo os distanciamentos tradicionais em relação ao outro, que caracterizam normalmente a vida social na metrópole. (PRADEL, 2010)

Inclusive, este é um dos pontos mais importantes para tornar o evento atrativo: as pessoas se encontram e vivem contatos sociais mais facilmente do que em outros locais ou em outras ocasiões, fazendo com que também tenham maior tendência em participar novamente do evento. Este propõe uma situação lúdica extra cotidiana que oferece, assim, uma presença de indivíduos fora do usual, que favorece o encontro. Mas as entrevistas do sociólogo demonstram que 76% dos participantes do “Paris-Plage” se programaram para participar do evento: este dado representa um horizonte temporal a ser atingido pela maioria das pessoas, exigindo que elas elaborem uma estratégia temporal, a partir da sua programação antecipada em participar do evento.

Da mesma forma, o aspecto lúdico do carnaval carioca permite a seus participantes descontraírem-se e multiplicarem os contatos com o outro, motivados pela música, pelo calor e pelo consumo de bebidas alcoólicas.

## CONCLUSÕES

Apesar da importância do fenômeno de privatização dos espaços públicos, persiste certo desejo de troca entre indivíduos, a partir da multiplicação de eventos urbanos e pelo sucesso de público, tanto no Brasil quanto na França. De uma forma geral, as festas e eventos reúnem pessoas, criam relações concretas entre indivíduos e desconhecidos e geram uma proximidade espacial entre seus participantes: é este conjunto que faz do evento sua primeira razão de existir. O que é primordial em cada evento é sua capacidade em reunir pessoas. Um evento terá sucesso se ele for capaz de atrair pessoas, um público suficientemente numeroso, uma multidão, e será um fracasso se não conseguir. Para que exista, ele exige que a sociedade seja capaz de criar um ritmo coletivo, uma sincronização específica. O evento se relaciona a um tempo e a um espaço de troca, ele é um momento coletivo que se dá em um espaço que se torna comum a todos. O espaço público pode se associar a outras representações, através da memória coletiva: de lugar de interação não desejada, abandonada ou de não pertencimento dos indivíduos, ele pode se tornar progressivamente um espaço requalificado, mesmo que temporariamente, para abrigar eventos e criar ambiências festivas, de troca e de encontro.

Mas o significado da produção de eventos é diferente nos dois países. Na França, ela gera temporalidades sociais que constituem, primeiramente,

uma proposta de participação da vida coletiva, pública, ao mesmo tempo que criam um ritmo regular na cidade. Participar desta cidade e incorporar esses ritmos urbanos depende de uma escolha e constitui um espírito de “cidade à la carte”. No caso do carnaval carioca, o evento se impõe aos habitantes da cidade de tal forma que eles não podem “escapar” da festa. Observamos, assim, a imposição de um tempo social específico. A produção de eventos pode, dessa forma, compor-se de significações variadas, de acordo com sua amplitude mas também de acordo com suas temporalidades e seus ritmos.

## Referências

- AUGUSTIN, Jean-Pierre; LATOUCHE, Daniel (Dir.). *Lieux culturels et contextes de villes*. Talence: Maison des sciences de l'homme d'Aquitaine, 1998.
- BAUDRY, Patrick. Un lieu pour des loisirs “de rien”. *Urbanisme*, [S.l.], juil./ août, n. 319, p. 84-85, 2001.
- BOULLIER, Dominique. *La ville événement: foules et publics urbains*. Paris: Presses universitaires de France, 2010. (La ville en débat).
- CALDEIRA, Teresa Pires do Rio. *Cidade de muros: crime, segregação e cidadania em São Paulo*. São Paulo, Edusp: Ed. 34, 2000.
- CAVALCANTI, Maria Laura. *O rito e o tempo: ensaios sobre o carnaval*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.
- DI MEO, Guy. *La géographie en fêtes*. Paris: Géophrys:2001.
- DOSSE, François. *Renaissance de l'événement*. Paris: Presses Universitaires de France, 2010. (Le nœud gordien).
- GASNIER, Arnaud. De nouveaux espaces publics urbains? Entre privatisation des lieux publics et publicisation des lieux privés. *Urbanisme*, [S.l.], n. 346, p. 70-73. 2006.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.
- LEFEBVRE, Henri. La ville et l'urbain. *Espaces et sociétés*, [Paris], n.1, p. 71-80, 1971.

- MARQUES, M. A revitalização do carnaval de rua do Rio de Janeiro. *Revista Eletrônica Jovem Museologia, estudosgerias sobre museus, museologia e patrimônio*, Rio de Janeiro, n. 1, ano 1, 2006
- MATTA, Roberto da. *Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro*. Rio de Janeiro: Rocco, 1979.
- NERI, Marcelo. *De volta ao país do futuro: projeções, crise europeia e a nova classe média*. Rio de Janeiro: FGV/CPS, 2012.
- PARIS, *métropole sur Seine*. Paris: Atelier parisien d'urbanisme, 2010. (Projet, n. 40).
- PIMENTEL, João. *Blocos: uma historia informal do carnaval de rua*. Rio de Janeiro: Relume Dumará: Prefeitura do Rio de Janeiro, 2002.
- PRADEL, Benjamin. Nouveaux rythmes collectifs et urbanité événementielle. Communication lors de la journée du Pôle Ville de l'Université Paris Est, Ville, Transports, Territoires. 2010.
- ROSA, Rodrigo. Espaço público e modernidade, quando a sociabilidade se constrói como projeto. *Revista on-line e-metropolis*, [S.l.], n. 1, ano 1, p. 34-49, 2010
- SABATIER, Bruno. Les résidences fermées à Toulouse: une offre immobilière construisant la «ville privée». *Espaces et sociétés*, [Paris], n.123, p. 129-149, 2006.