“MEU PORTO MARAVILHA”: A INVENÇÃO DE NOVAS PAISAGENS DE CARTÃO POSTAL DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO[1]

GT15: Comunicação e Cidade

Maria Helena Carmo[2] e Anderson Ortiz[3]

Resumo

O artigo se propõe a discutir o emprego do instrumento do cartão postal na construção de imagem midiática para o Porto Maravilha, na cidade do Rio de Janeiro, Brasil. A exemplo de outras grandes cidades, trata-se de projeto de requalificação urbana de área até então degradada, mas de localização privilegiada, iniciativa sob o modelo de parceria público-privada. Para isso, articulam-se os conceitos de paisagem e de imagem, bem como uma breve historiografia sobre a zona portuária para compreender como tem sido a ordenação do espaço urbano e as representações que isso traz à cidade. Com esse levantamento, espera-se evidenciar como a exposição “Meu Porto Maravilha” é uma estratégia para aproximação dos moradores do Rio de Janeiro a uma das principais obras da Prefeitura em andamento na “década de ouro” de grandes eventos no Rio de Janeiro.

Palavras-chave: Meu Porto Maravilha; cartão postal; Rio de Janeiro; paisagem; imagem.

---

[1] Trabalho apresentado no GT15 Comunicação e Cidade do XII Congresso ALAIC 2014.

[2] Maria Helena Carmo: doutoranda em Comunicação pelo PPGC/Uerj, mestre em Comunicação pela UFRJ, coordenadora e professora do curso de Relações Públicas das Faculdades Integradas Hélio Alonso (FACHA).

[3] Anderson Ortiz: doutorando e mestre em Comunicação pelo PPGC/Uerj, professor das Faculdades Integradas Hélio Alonso (FACHA) e Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

Introdução

A cidade do Rio de Janeiro vive a "década de ouro"[4] dos grandes eventos. Por esses motivos, vários investimentos estão acontecendo por toda a cidade, como a construção das ligações rodoviárias TransOeste, TransCarioca, TransOlímpica, Transbrasil e, na área central da cidade, o projeto Porto Maravilha, de revitalização da zona portuária.

Desde o século XVI porta de entrada do Brasil, o porto do Rio, ao longo dos anos, sofreu vários processos de intervenção, sendo a mais importante nos governos do prefeito Pereira Passos e do presidente Rodrigues Alves (período republicano recente de 1902 a 1906). Maior porto importador do Brasil à época, a sua modernização representava um papel fundamenta no equilíbrio das contas federais.

Naquele momento, segundo Abreu (1987, p.19), "era preciso também criar uma nova capital, um espaço que simbolizasse concretamente a importância do país como principal produtor de café do mundo, que expressasse os valores e os *modi vivendi* cosmopolitas e modernos das elites econômica e política nacionais". Uma política de governo que, ao mesmo tempo em que embelezava a cidade e atacava a insalubridade crônica da capital federal, também "preparava a direção de expansão do uso residencial para a burguesia urbana" (RABHA; PINHEIRO, 2004, p. 46). Assim, urgia modernizar o porto como importante motor da economia nacional agrário-exportadora.

[4] Denominação oficial da Prefeitura do Rio de Janeiro. Cf. http://www.rio.rj.gov.br/web/riotur/exibeconteudo?article-id=1127038. Acesso em 10 de jan. 2014.

Mais de um século depois, a cidade enfrenta desafio semelhante: obsoleta e decadente "pela velocidade da evolução das técnicas e dos processos de produção de riquezas" (PAES, 2010, p. 5), a zona portuária, porta de entrada do turismo marítimo internacional do país[5], está passando pela sua segunda grande intervenção.

Nesse processo de transformação, várias estratégias de comunicação são adotadas para divulgar o Porto Maravilha, como a exposição interativa "Meu Porto Maravilha", na qual o visitante pode "tirar uma foto para interagir"[6] e/ou escolher um dos cinco cartões-postais virtuais (em ambos os casos, para encaminhar por e-mail), além de quatro postais impressos.

Considerando o contexto de reformas urbanísticas no Rio de Janeiro, especificamente no porto, interessa refletir sobre o processo de construção de imagem que se pretende comunicar para o Porto Maravilha, tendo como veículos a exposição "Meu Porto Maravilha", em particular os postais que articulam uma produção de sentido e percepção em torno do projeto. Que enunciados esses instrumentos de divulgação pretendem evidenciar?

Um objeto de consumo e de coleção (CORREIA, 2008, p. 118), os postais são indissociáveis das indústrias de viagens (idem, p. 121) e retratam fotos (imagens) que remetem a uma anterioridade, congelada em seu tempo e lugar (DUBOIS, 1993, p. 18). Contudo, na exposição "Meu Porto Maravilha", ao contrário, elas remetem a um futuro que, aos poucos, surge na cidade. Nessa criação de imagem *a priori*, é preciso entender a "imagem produzida para" (CAUQUELIN, 2007, p. 69), a retórica que a imagem resgata ou pretende propor na construção de outro imaginário. Se a imagem parece fixar o que existe (idem, p. 93), os postais "Meu

[5] Cf. texto da exposição "Meu Porto Maravilha".
[6] Cf. texto da exposição "Meu Porto Maravilha".

Porto Maravilha", ao contrário, parecem ter como objetivo fixar o que será, preparar para o porvir.

O porto do Rio de Janeiro

Mesmo antes da fundação do Rio de Janeiro, em 1565, o "porto" já era mencionado nos documentos portugueses do início do século XVI (SANTOS; LENZI, 2005) por ser um lugar estratégico devido às características geográficas, e mais tarde ele se tornaria um ponto fundamental de ligação entre o Rio da Prata e os postos negreiros da África (idem, 2005). Primeiramente instalado no Largo da Misericórdia, ao pé do morro do Castelo, o porto seria posteriormente deslocado para a Praça XV, onde se localizavam as praças de mercado e onde, "no século XVII, os escravos costumavam ser vendidos em troca de açúcar ou fumo, mercadorias que voltavam para Lisboa com a frota anual portuguesa" (KARACSH, *apud* SANTOS; LENZI, 2005, p.75-6).

Com a chegada da Família Real portuguesa começou um desenvolvimento maior do local, com a determinação do Príncipe Regente, em 1809, de que o Conselho da Fazenda demarcasse e arrendasse, nas praias da Gamboa e do Alferes, terrenos próprios para trapiches e armazéns (RABHA; PINHEIRO; SANTOS; LENZI). Com o fim do tráfico de escravos, os trapiches passaram a comercializar açúcar e, principalmente, café. O aumento da produção e exportação do "ouro negro" impulsionou a urbanização e melhorias, como aterros na rua da praia da Saúde, na Prainha e no Valongo (idem, 2005). Em 1885, eram 31 trapiches, sendo 11 na região Saúde.

Parte fundamental da atividade econômica da cidade e do país, o porto atraía milhares de brasileiros negros para trabalho braçal (principalmente com o fim da escravidão e crise do café) que se estabeleciam a princípio na Saúde, antigo

Valongo, onde a moradia era barata (ibidem, 2005). Segundo SANTOS; LENZI (2005, p.131), os bairros eram pobres e insalubres - em 1890, Saúde e Prainha foram o epicentro da primeira grande epidemia de febre amarela no Rio de Janeiro e, em 1904, a área foi um dos palcos mais importantes para a Revolta da Vacina. À época, os estrangeiros se referiam à capital fluminense como "porto sujo" e "cidade da morte" e muitos navios passaram a evitar a Baía de Guanabara (Revista de História, 2013). As reformas Pereira Passos e Rodrigues Alves mudariam esse cenário: a capital do país tornar-se-ia moderna, “uma vitrine do progresso” (JAGUARIBE, 1998).

Na esfera municipal, isso aconteceria graças a um projeto de remodelação e embelezamento da metrópole emergente, em que o centro da cidade sofreria sua primeira grande intervenção urbana: de um lado, o desejo de superar o passado colonial, cuja herança de ruas estreitas favorecia o ambiente insalubre; do outro, o novo, tendo a arquitetura francesa como referencial. As mudanças, amparadas em uma política higienista, coordenada pelo médico sanitarista Osvaldo Cruz, facilitariam a circulação de ar e o tráfego de bondes e dos primeiros veículos motorizados (SANTOS, 2012, p. 4). Para Azevedo (2011, p.16), a Reforma Pereira Passos estava associada às obras do porto e incluíam as aberturas da Avenida do Cais – futura Rodrigues Alves -, da Avenida do Mangue - posteriormente Francisco Bicalho - e da Avenida Central, concebidas para constituir um sistema viário destinado a melhor absorver as atividades de distribuição de mercadorias oriundas do porto.

Na esfera federal, “era imperativo agilizar todo o processo de importação/exportação de mercadorias, que ainda apresentava características coloniais devido à ausência de um moderno porto” (Abreu, 1987, p. 60) ao mesmo tempo em que se criava uma nova capital, símbolo do “principal país produtor do mundo”.

> As obras de melhoramento do porto eram vistas, portanto, como a *"base do sistema"*, devendo, além do "*saneamento"*, aumentar o "*comércio"*, a "*arrecadação das nossas rendas"* e as "*condições de trabalho"*, maneira como se refere à necessidade de resgatar a imagem da cidade, para ampliar a captação de mão-de-obra imigrante.
>
> A menção às obras portuárias como "*a base do sistema*" indica a ideia de que a intervenção urbana federal era pensada como um sistema viário integrado - no caso, as avenidas do Canal do Mangue, a Rodrigues Alves e a Central. (Abreu, 1987, p. 60)

Portanto, as duas reformas eram complementares[7] e tinham como objetivo principal apresentar uma nova imagem do Rio de Janeiro e abrir "outra perspectiva para movimentação de cargas e passageiros que chegavam e partiam da cidade" (RABHA; PINHEIRO, 2004, p. 13). No entanto, segundo os autores (2004, p. 46), a intervenção se "materializava no porto, foco das trocas comerciais", já que a modernização incluía operação e logística portuária (cais, máquinas, armazéns), além de escoar as mercadorias para o centro e zona norte, com a "abertura das avenidas Francisco Bicalho e Rodrigues Alves, tudo em aterro, contribuindo, assim, para a integração efetiva do país na nova divisão internacional do trabalho" (ABREU, 1987, p. 59).

[7] Conforme parecer da comissão encarregada de planejar as obras do porto, havia necessidade de construir a futura Avenida Central (atual Av. Rio Branco), além de uma larga via paralela ao próprio porto, a avenida do cais, mais tarde Av. Rodrigues Alves (SANTOS; LENZI, 2005, p 173). De acordo com os autores, o empréstimo realizado em Londres, 135 mil contos, era para as duas reformas. A um custo de 90 mil contos, a do porto, elaborada por engenheiros brasileiros, tendo à frente Francisco Bicalho, teria 3.500 metros de cais, entre Arsenal da Marinha, aos pés do Morro de São Bento, e embocadura do Mangue.

Obsoleto para a navegação a vapor e insuficiente para traduzir a importância do Brasil como principal produtor do mundo, projeta-se um novo cais retilíneo, com aterramento de trecho entre Prainha e embocadura do Mangue. O primeiro trecho foi inaugurado em 1906 com 500 metros de extensão; em 1907, estavam prontos mais 1.465 metros e, em 1910, a obra era finalizada, com total de 18 armazéns internos, 96 externos e 90 guindastes elétricos (SANTOS; LENZI, 2004). Haveria ainda uma ampliação das instalações portuárias em 1924, com inauguração parcial do prolongamento do cais de São Cristóvão em 1926 (RABHA; PINHEIRO, 2004, p. 68).

A construção da imagem da cidade esteve historicamente associada ao porto, cujas narrativas discursivas e imagéticas contribuíram na formação do imaginário urbano carioca. Atualmente, a área retoma o seu esplendor como Porto Maravilha, agora sob o viés do poder econômico (retomada imobiliária e turística); cultural (reaparelhamento dos espaços de convivência); e política (prefeitura como indutora com novas regras e infraestrutura de serviços).

É difícil saber se o Porto Maravilha será exatamente como suas maquetes digitais propõem, mas, através dos cartões-postais virtuais e impressos, que fazem parte da exposição “Meu Porto Maravilha”, têm-se algumas impressões do que pretende ser ou, ao menos, como deseja ser percebido.

O porto agora é Porto Maravilha

> O Rio de Janeiro dá claros sinais de uma nova dinâmica econômica, impulsionada pelos grandes eventos que vão ocorrer na cidade nos próximos anos. A Operação Urbana Porto Maravilha está preparando a Região Portuária, há

muitos anos relegada a segundo plano, para integrar este processo de desenvolvimento[8].

A partir da instituição da Lei Municipal número 101/2009, cria-se a Operação Urbana Consorciada da Área de Especial Interesse Urbanístico da Região Portuária do Rio de Janeiro, um projeto que abrange cerca de cinco milhões de metros quadrados, tendo como limites as avenidas Presidente Vargas, Francisco Bicalho, Rodrigues Alves e Rio Branco, "média de 22 mil habitantes, distribuída basicamente em seis bairros vizinhos – Centro, Santo Cristo, Gamboa, Saúde, Cidade Nova e São Cristóvão" (DIAS, 2010, p.222-3), Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) de 0,775 e o 24º lugar no *ranking* das 32 regiões administrativas do Grande Rio[9].

Denominado Porto Maravilha, esse projeto é dividido em duas fases: na primeira, a prefeitura investirá 350 milhões de reais, que incluem "a construção de novas redes de água, esgoto e drenagem nas avenidas Barão de Tefé e Venezuela e a urbanização do Morro da Conceição, além da restauração dos Jardins Suspensos do Valongo"[10]; na segunda, com recursos privados de oito bilhões de reais, a partir dos Certificados de Potencial Adicional Construtivo – CEPACs" (DIAS, 2010, p. 225) que, segundo site do BMFBovespa, é um instrumento de captação de recursos para financiar obras públicas cuja emissão é regulada e fiscalizada pela Comissão de Valores Mobiliários. Por meio da Companhia de Desenvolvimento Urbano da Região do Porto do Rio de Janeiro (Cdurp[11]) e operação financeira articulada pela Prefeitura do Rio de Janeiro, foi criado o Fundo de Investimento Imobiliário Porto Maravilha (FIIPM), administrado pela Caixa Econômica Federal.

[8] Cf. http://portomaravilha.com.br/web/sup/OperUrbanaApresent.aspx. Acesso em 11 jan. 2014.
[9] Cf. http://www2.rio.rj.gov.br/smu/compur/pdf/projeto_porto_maravilha.pdf. Acesso. 11 jan. 2014.
[10] Idem.
[11] Empresa de economia mista, controlada pela Prefeitura, tem como principais funções implementar e gerir a concessão de obras e serviços públicos na região, além da administrar os recursos patrimoniais e financeiros referentes ao projeto. Cf. http://portomaravilha.com.br/web/sup/OperUrbanaApresent.aspx. Acesso em 11 jan. 2014.

Em 2011, os 6,4 milhões de Cepacs foram arrematados em lote único, o que garantiu recursos para todas as obras e serviços da operação urbana Porto Maravilha por 15 anos.

Assim como Baltimore, Barcelona, Cidade do Cabo, Buenos Aires, Roterdã e Hong Kong, o principal objetivo do projeto é a recuperação urbanística e socioeconômica de uma região abandonada e decadente, apesar de alto poder de renovação (GÓES, 2010, p. 7) com investimentos em infraestrutura, habitação, comércio, indústria, mas também em cultura e entretenimento[12], como AquaRio, o maior aquário marinho da América Latina, o Museu do Amanhã (a ser inaugurado em março de 2015); a Pinacoteca do Rio, na Praça Mauá; e o Museu de Arte do Rio de Janeiro (MAR).

Com localização estratégica[13], a área é próxima a diversos cartões-postais do Rio de Janeiro, como Pão de Açúcar, Corcovado, Maracanã e Copacabana, aos principais modais de transporte (aeroportos Internacional Tom Jobim e Santos Dumont, rodoviária Novo Rio, terminais de ônibus, estação de trem Central do Brasil), diversas empresas, assim como de sítios e patrimônios históricos (Mosteiro de São Bento, Igreja de São Francisco da Prainha, Morro da Conceição, por exemplo).

Grandes intervenções urbanísticas fazem parte do Projeto Porto Maravilha, como importantes mudanças viárias[14] - demolição do elevado da Perimetral, a transformação da Avenida Rodrigues Alves em via expressa, a criação de uma nova rota, a Binário do Porto, e a reurbanização de 70 km de vias, entre outras. O empreendimento promete mudar totalmente "o conceito de mobilidade urbana na

[12] Cf. http://www2.rio.rj.gov.br/smu/compur/pdf/projeto_porto_maravilha.pdf, p. 9. Acesso em 11 de jan. 2014.
[13] Cf. Idem, p. 3, 4 e 6. Acesso em 11 de jan. 2014.
[14] Cf. Vídeo institucional Porto Maravilha. Disponível em: http://portomaravilha.com.br/web/sup/OperUrbanaApresent.aspx. Acesso 11 de jan. 2014.

Região Portuária (…), privilegia o transporte público coletivo, valoriza a ideia de morar perto do trabalho, cria mais espaços para pedestre, implanta 17 km em ciclovias, contempla recursos de acessibilidade e integra os sistemas de meios de locomoção na área"[15].

Para o novo sistema de mobilidade da Zona Portuária, a construção de uma Via Binária ou Binária do Porto[16] será uma das mais importantes obras estruturantes do projeto, substituirá a Perimetral e ligará a Rodoviária Novo Rio a Avenida Rio Branco e a Rua Primeiro de Março às alças do Viaduto do Gasômetro. Serão 3,5 km de extensão, com seis faixas e várias saídas como alternativa para a distribuição do trânsito. A construção de dois túneis faz parte desta etapa das obras: o Túnel da Saúde, próximo à Cidade do Samba, com 80 metros de extensão e o Túnel do Binário, próximo à Rua Primeiro de Março, com 1.480 metros.

A Central do Brasil, onde se localiza o Morro da Providência e o Terminal Rodoviário Américo Fontenelle, também está na lista dos locais a serem qualificados. Localizados em área da operação urbana Porto Maravilha, a prefeitura promete remodelar[17] e modernizar totalmente o local. Quanto ao Morro da Providência, o projeto prevê um teleférico, o "bondinho da Providência"[18]:

Programada para ser a última intervenção no processo de revitalização da região Portuária, a demolição de Elevado da Perimetral teve início em 2014, ocorrerá em etapas, com conclusão prevista para 2016. A operação promete grande

[15] Disponível em http://portomaravilha.com.br/materias/mobilidade-urbana/m-u.aspx. Acesso 11 de jan. 2014.
[16] Segundo informação na visita guiada à exposição Meu Porto Maravilha. Em 19 out. 2013.
[17] Disponível em http://portomaravilha.com.br/conteudo/terminal_americo.aspx. Acesso em 11 jan. 2013.
[18] Disponível em http://www.portomaravilha.com.br/materias/mobilidade-bondinho/mb.aspx. Acesso em 11 de jan. 2013.

modificação no sistema viário e estudos técnicos[19] comprovam que irá melhor e fluidez do tráfego local, promovendo uma nova lógica no plano de mobilidade urbana, mas causa polêmica entre urbanistas e população.

Com grandes eventos sendo realizados no Rio de Janeiro - Jogos Mundiais Militares (2011), Rio +20 (2012), Jornada Mundial da Juventude (2013), Copa das Confederações (2013) e Rock in Rio (2011 e 2013) - e os próximos, Copa do Mundo (2014) e Olimpíadas (2016), pelo menos no discurso político, "o porto do Rio está prestes a se transformar em um novo paradigma para o país, dessa vez integrado ao movimento das cidades mundiais (PAES, 2010, p. 5) e a região em "dinâmicos centros irradiadores de desenvolvimento econômico, social e cultural" (idem). O Porto Maravilha parece, pela sua própria denominação, antecipar o que é e será: "maravilha", como se uma metonímia da própria "Cidade Maravilhosa[20]". Estratégias de publicidade e de marketing, incluindo a própria expressão do projeto, estão em andamento, como site institucional*, house organ*, folhetos e exposição interativa "Meu Porto Maravilha".

"Meu Porto Maravilha": o cartão-postal e a invenção de novas paisagens

A exposição "Meu Porto Maravilha" foi inaugurada em julho de 2012, na esquina da Rua Barão de Tefé e Av. Venezuela, marco inicial das obras de

[19] Disponível em: http://portomaravilha.com.br/web/sup/serObrMapaPer.aspx. Acesso em 11 de jan. 2013.

[20] As belezas naturais já eram destaque nos relatos dos primeiros viajantes e colonizadores. No início do século XX, escritores descreviam a cidade como "Éden Tropical". A poetisa francesa Jeanne Catulle-Mendès teria sido a primeira pessoa a utilizar o termo "Cidade Maravilhosa" em uma série de poemas depois de visitar a cidade. Há ainda fontes que sugerem que o escritor Coelho Neto teria criado a alcunha em 1908. A expressão ainda seria nome do programa "Crônicas da Cidade Maravilhosa", da Rádio Mayrink Veiga antes se tornar popular com a marchinha "Cidade Maravilhosa", cantada pela primeira vez por Aurora Miranda em um concurso de marchinhas de carnaval em 1935. Cf. http://www.labeurb.unicamp.br/rua/pages/pdf/18-1/8-18-1.pdf. Acesso em 11 de jan. 2014.

‘requalificação’[21] urbana da zona portuária. À entrada, guias (graduandos em filosofia, história e engenharia) estão à disposição do público para tira dúvidas ou visita guiada.

No primeiro corredor, há murais sobre o Projeto Porto Maravilha, dentre os quais um em que o visitante pode ‘personalizar’ o nome da exposição “Meu Porto Maravilha”, ao escolher o pronome “meu” em português, inglês, francês, italiano, espanhol, japonês ou chinês, além de escolher a tipografia; nesse mesmo ambiente, há murais que contam a história do porto e as modificações propostas, além de um vídeo de apresentação (o mesmo disponível no site Meu Porto Maravilha).

No segundo ambiente, na exposição interativa, em uma tela de 22 metros e conteúdo em português ou inglês, “o visitante acessa o conjunto de transformações da região por meio de mapas, infográficos, fotos e vídeos das obras e perspectivas futuras”[22]; em uma mesa interativa, tem-se um panorama histórico da cidade, dividido em Colônia, Império, República Velha e Rio Moderno, sendo o porto o fio condutor; em outra mesa, em formato de mapa, pode-se localizar as principais intervenções na região, com foco nas mudanças no sistema viário. Por último, e o principal objeto de análise deste artigo, um painel “convida” o visitante a: 1) “tirar uma foto para interagir” para fazer parte do mural Meu Porto Maravilha; e/ou 2) escolher um postal sobre o Porto Maravilha (a saber: Via Binário do Porto; Túnel da Saúde; Passeio Público; Museu de Arte do Rio de Janeiro (MAR) e Museu do Amanhã) e enviar por e-mail.

Retomando o conceito de redes de produção cultural, mais do que aparecer nas telas da exposição, “o que importa é o que está por trás dela” (CRARY, 2013, p.

[21] Termo adotado nas peças de divulgação do projeto Porto Maravilha.
[22] Cf. http://portomaravilha.com.br/conteudo/meu_porto_maravilha.aspx. Acesso em 12 jan. 2014.

22), observando-se elementos hierarquizantes como formato, interatividade, opção de textos em inglês e português e, para começar, o título “Meu Porto Maravilha”, sugestão de aproximação com os visitantes (moradores da cidade ou turistas), na tentativa de criar um senso de pertencimento, de significados compartilhados com os olhos voltados ao porvir. Trata-se de produção de imagens, de ficção de uma narrativa construída a partir da escolha do nome da exposição até a última tela, a qual oferece o compartilhamento da experiência. Com a foto do visitante exposta no mural, se reforça a busca pela proximidade, pertencimento e simpatia ao projeto, padrão já observado em outras exposições (cf. CAUQUELIN, 2007, p. 109). É uma valoração da experiência visual, mais fortemente percebida “pela natureza híbrida dos artefatos tecnológicos” (FATORELLI, 2013, p. 33), que mescla uma interpretação da ideia enquadrada pelos cartões-postais impressos e a apropriação de tal ideia no uso das instalações multimídia, em especial as que oferecem o envio gratuito, por e-mail, de um postal virtual de uma das paisagens ainda em construção.

A paisagem é construída por definição, uma interpretação estética possível do espaço urbano (CAUQUELIN, 2007, p. 104). Assim, as duas versões dos cartões-postais comprovam isso: como instrumentos de comunicação do Porto Maravilha, divulgam locais que estão sendo construídos. Quer dizer, os cartões-postais virtuais não remetem a algum momento no passado, nem despertam o sentimento de nostalgia, tampouco são *souvenir* de viagem, mas projetam a experiência, antecipam o futuro; são uma estratégia de retórica atualizada, orientada para persuasão, para convencer (idem, p. 49) de que os lugares retratados nos postais (impressos e virtuais) serão “maravilhosos” – arborizados, com um sistema viário “perfeito”, ruas onde carros e VLTs circulariam sem os transtornos dos engarrafamentos das grandes cidades e onde os pedestres poderiam flanar com toda tranquilidade (postal do Passeio Público e do Museu do Amanhã). A partir da narrativa dos postais “Meu Porto Maravilha”, a rua, geometricamente definida por

um urbanismo e transformada em espaço para o pedestre, parece que também será um lugar adequado para o novo sistema viário da zona portuária, o que irrompe como dupla solução dos espaços utilitários transformados das cidades (cf. CANEVACCI, 1993, p.202).

Se a “fotografia é uma modalidade de representação univocamente associada ao passado e às motivações nostálgicas” (FATORELLI, 2013, p. 49), “um instantâneo em momento único do passado” (idem, p. 61), a paisagem dos postais “Meu Porto Maravilha” contradiz essa lógica ao “fabricar” o porvir e criar uma expectativa por esse futuro a ser construído. Imagens e narrativas como experiência estética futura atuam no nível da percepção e de uma nova relação do indivíduo com aquele espaço da cidade.

Ao surgirem em 1870, os postais eram impressos somente com gravuras. No entanto, com o domínio da técnica de fotografia, os cartões-postais passaram a apresentar, a partir de 1891, imagens fotográficas, principalmente de paisagens (FRANCO, 2006, p. 27) e tradicionalmente promovem a percepção de um produto turístico e a construção da imagem mercadológica de um lugar, além do registro de uma experiência vivenciada. Com as novas experiências estéticas, a paisagem já se encontra virtualmente associada ao lugar com realização do que virá a ser.

Para Boyer (*apud* FRANCO, 2006, p. 48), no processo de percepção da imagem turística, poder-se-ia notar características como:

> *imagem cognitiva*: o nome do lugar é conhecido, lembrado e percebido como turístico; *imagem idealizada*: o lugar provoca lembranças positivas, o desejo de conhecer ou de retornar por parte de turistas reais e potenciais; *imagem reconhecida*: o turista não aspira a visitar lugares absolutamente

> desconhecidos, seu desejo é o da redescoberta, da verificação e não da exploração, despertando o desejo de visitar ou revisitá-lo pela referência que se tem do lugar; *imagem consensual*: a população local e os visitantes tendem a compartilhar a percepção de que o lugar é digno de ser visitado e conhecido; *imagem consagrada*: a repetição de opiniões, a classificação em guias turísticos e a abundância de informações estimulam a escolha do destino e o posicionam na memória do possível consumidor.

Relacionando essas definições às imagens dos postais “Meu Porto Maravilha”, podemos observar que, mesmo pensando na função do porvir desses instrumentos, seria possível fazer uma correlação entre os objetivos: nos postais da exposição, a *imagem cognitiva* contribuiria para tornar o projeto Porto Maravilha conhecido; a *idealizada*, ao invés das boas lembranças de um registro da experiência turística, a expectativa por espaços e experiências futuras positivas; a *reconhecida*, a busca pela referência, por uma notoriedade e prestígio do lugar; a *consensual*, pela apresentação do projeto através da exposição e a tentativa de criar, *a priori*, uma identificação com a nova área que está sendo criada na zona central da cidade do Rio de Janeiro; e a *consagrada*, a formação de um posicionamento positivo para o produto Porto Maravilha.

Parte de um discurso social, cultural e político abrangente que, muitas vezes, contribui para a redefinição emocional e mítica do espaço em questão (PRITCHARD; MORGAN *apud* FRANCO, 2006, p. 57), os cartões-postais “Meu Porto Maravilha” contribuem para a invenção de um imaginário da área portuária por meio de narrativas visuais que projetam paisagens do que virá a ser. Segundo Debord (1997), isso seria resultado do discurso midiático que gera o quase-real, da simulação mediada por imagens as quais se tornam mais reais que o mundo

real, sendo a publicidade um estímulo para o consumo de valores, ideias que aparentemente destoam da realidade cotidiana mas que, graças a tais estratégias mobilizadoras, têm adquirido status de verdade.

Sontag (2004, p. 14) parece reforçar o argumento de Debord ao sugerir que as imagens fotografadas devem representar "não manifestações do mundo, mas pedaços dele, miniaturas da realidade" que, no caso dos postais "Meu Porto Maravilha", seria um reflexo de um "lugar a ser", uma representação da experiência do porvir, uma promessa de verdade. No entanto, enquanto fragmentador da própria imagem do projeto Porto Maravilha, os postais ordenam o discurso midiático e espetacularizam, de certa forma, a política governamental de qualificação urbana do porto do Rio de Janeiro.

Elaborados a partir de um pensamento prévio, os cartões-postais do porto ilustram a "predominância do mundo das imagens em que nossa experiência depende tanto da própria realidade quanto das imagens dessa realidade" (FONTCUBERTA, 2012, 177) com um detalhe importante: deseja-se mostrar uma "realidade", como se, no presente, o futuro pudesse ser antecipado.

Considerações Finais

Dois pontos chamam atenção neste artigo: as duas maiores fases de intervenção do Rio de Janeiro são em decorrência de motivos bem semelhantes. Tanto no início do séc. XX quanto nas duas primeiras décadas do séc. XXI a zona portuária estava abandonada e degradada e o porto não atendia mais à demanda; naquele momento, contudo, o desafio era transformar a cidade em "*showroom* da República Velha, produzindo uma cidade plasticamente impressionante, magnífico cenário que seria símbolo de um Brasil civilizado" (FRANCO, 2006, P. 46), atualmente, o "*showroom*" parece ser para a cidade "dos grandes eventos". De

qualquer forma, considerando os contextos específicos, o discurso das duas épocas leva-nos a concluir que as obras no porto poderiam trazer vantagens competitivas à cidade, atraindo mais investidores, turistas e tornando a cidade (e o país, em 1910) mais competitiva. Hoje em dia, alguns autores chamariam essas políticas urbanísticas de *city* marketing, como Maurice Roche, ou *branding marketing*, como Mirian Greenberg.

Neste artigo optamos estudar os cartões-postais criados como parte da exposição "Meu Porto Maravilha" e de que forma eles propõem o advento de novas paisagens para o Rio de Janeiro, tendo o porto como força motriz para uma nova imagem da cidade. Nessas paisagens da Via Binário do Porto, Túnel da Saúde, Passeio Público, Museu de Arte do Rio de Janeiro, Museu do Amanhã e Via Expressa, percebemos como os postais contribuem para a narração do projeto de revitalização da zona portuária e como são utilizados para ordenar um novo olhar para a região e a própria política de requalificação urbana no geral.

Ao escolher essas paisagens e não outras, prioriza-se a infraestrutura turística preparando a população da cidade e turistas para a incorporação de novos cenários à "Cidade Maravilhosa".

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abreu, M. de A. (1987). *A evolução urbana do Rio de Janeiro*. (147p). Rio de Janeiro, IphanRio, Zahar.

Almeida, A. G. de., & Najar, A. L. (2012, junho). Cidade Maravilhosa e Cidade Partida: notas sobre a manipulação de uma cidade deteriorada. Revista *Rua*, *1*(18). Acesso 11 de jan. 2014. Campinas, Disponível em http://www.labeurb.unicamp.br/rua/pages/pdf/18-1/8-18-1.pdf.

Azevedo, A. N. de. (2011, julho). A Reforma urbana do Rio de Janeiro pelo Presidente Rodrigues Alves: o progresso como forma de legitimação política. *Anais do XXVI Simpósio Nacional de História* – ANPUH, São Paulo. Acesso 4 de julho de 2013. Disponível em http://www.snh2011.anpuh.org/resources/anais/14/1300854212_ARQUIVO_ComunicacaodeAndreAzevedoparanapuh2011.pdf.

Barbosa, M. (2009, julho). Comunicação e História: presente e passado em atos narrativos. In: *Comunicação, Mídia e Consumo*. Revista do Programa de Mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo. 6 (16), 11-27. São Paulo: ESPM. Acesso em 15 de maio de 2013. Disponível em http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comunicacaomidiaeconsumo/article/viewFile/6845/6181.

Bias, M. de. Passado a limpo. Antes da Reforma Pereira Passos (1902 a 1906), Rio de Janeiro era conhecido como "Porto sujo" e "cidade da morte". Acesso em 11 de jan. 2014. Disponível em http://www.revistadehistoria.com.br/secao/reportagem/passado-que-condena.

Canevacci, M. (1993). *A cidade polifônica: ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana*. São Paulo: Studio Nobel.

Cauquelin, A. (2007). *A Invenção da Paisagem*. São Paulo: Martins.

Correia, M. da Luz. (2008, 2º semestre). O postal ilustrado da frente ao verso: imagens mais que reprodutíveis. *Logos 29, Tecnologias e Socialidades*. Ano 16. Acesso 12 jan. 2014. Disponível em: http://www.logos.uerj.br/PDFS/29/11MARIALUZCORREIA.pdf.

Crary, J. (2013). *Suspensões da percepção*. São Paulo: Cosac Naify.

Dias, S. (2010). Rio de Janeiro e o Porto Maravilha. In: Andreatta, V. *Porto Maravilha Rio de Janeiro + 6 casos de sucesso de revitalização portuária*. (pp. 210 a 233). Rio de Janeiro: Casa da Palavra.

Debord, G. (1997). *A Sociedade do Espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto.

Dubois, P. (1993). Introdução. (pp. 13-20). In: *O ato fotográfio*. São Paulo: Papirus.

Fatorelli, A. (2013). *A fotografia contemporânea: entre o cinema, o vídeo e as novas mídias.* (pp. 20-71) *Rio de Janeiro*: Senac Nacional.

Fontcuberta, J. (2012). Ruídos de Arquivo. In: *A câmera de Pandora: a fotografia depois da fotografia*. (pp. 171 a 191). São Paulo: Gustavo Gili.

Franco, P. dos S. (2006, jan./jun.). Cartões-postais: fragmentos de lugares, pessoas e percepções. *MÉTIS: história & cultura*, *5* (9), 25-62, jan./jun. 2006. Acesso 12 jan. 2014. Disponível em: http://ucs.br/etc/revistas/index.php/metis/article/viewFile/782/546.

Góes, F. (2010). A Cidade Maravilhosa cria um porto à sua altura. In: Andreatta, V. *Porto Maravilha Rio de Janeiro + 6 casos de sucesso de revitalização portuária*. (pp. 7 a 9). Rio de Janeiro: Casa da Palavra.

Jaguaribe, B. (2011). Imaginando a Cidade Maravilhosa: modernidade, espetáculos e espaços urbanos. In: Revista *Famecos: mídia, cultura e tecnologia*. *18* (2).

Paes, E. (2011). Apresentação. In: Andreatta, V. *Porto Maravilha: Rio de Janeiro + 6 casos de sucesso de revitalização portuária*. (p. 5). Rio de Janeiro: Casa da Palavra.

Pinheiro, A. I. de F., & Rabha, N. M. de C. (2004). *Porto do Rio de Janeiro: construindo a modernidade*. Porto do Rio de Janeiro: construindo a modernidade. Rio de Janeiro: Andrea Jakobsson Estúdio Editorial.

Santos, M. H. C. *Avenidas Rio Branco e Presidente Vargas e Porto Maravilha: a reinvenção do Centro do Rio de Janeiro***.** IV Encontro Nacional da Ulepicc-Brasil – Rio de Janeiro/RJ – 9 a 11/10/2012. Acesso em 11 jan. 2014. Disponível em

http://ulepiccbrasil4.com.br/anais/pdf/gt3/SANTOS_avenidas_rio_branco_e_presidentevargas_e_porto_maraviloha_a_reinvencao_do_centro_do_rio_de_janeiro.pdf.

Santos, N. M., & Lenzi, M. I. (2005). *O Porto e a Cidade*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra.

Sontag, S. (2004). *Sobre fotografia*. São Paulo: Cia. das Letras.