

**A IMAGEM E O IMAGINÁRIO URBANO:
Uma visita ao Centro de Fortaleza¹**

Tarcísio MARTINS FILHO²

Resumo

Este artigo visa recapitular a experiência urbana no Centro de Fortaleza em um contexto do transeunte e de suas “errâncias”. Para tal, transformou-se a urbes em um sujeito por meio um relato acompanhado da observação participante, de entrevistas e de registros fotográficos. Como consideração, observa-se a construção de um espaço de grande densidade resignificado pelos usos da comunicação urbana. Predomina-se a heterogeneidade e o inesperado de intenções comunicativas, transformando a experiência urbana em um constante diálogo com as apropriações simbólicas do espaço.

Palavras-chave: Cidade. Comunicação. Sociabilidade. Centro de Fortaleza.

Estudar Cidade e Comunicação

A cidade, entendida como objeto de pesquisa, é um fenômeno que percorre muitas disciplinas. Sob o ponto de vista da Comunicação, interessa-me investigar o lugar das práticas comunicativas – da pichação a publicidade – na experiência urbana. Assim, elevaremos metaforicamente o objeto “cidade” à categoria de sujeito, permitindo que as narrativas e os percursos tornem-se relatos do cotidiano.

A matriz interdisciplinar da Comunicação acompanha este trabalho, em especial ao que tange a Antropologia Urbana e os interesses na investigação da urbes como espaço a ser cada dia conquistado em constantes relações de poder. O diálogo entre a comunicação e o espaço urbano demonstra novas formas de habitar nossas cidades e propõe questionamentos sobre como os espaços também se apropriam e resignificam novas e velhas formas de comunicação (midiáticas ou não, institucionalizadas ou não). As práticas comunicativas têm um papel importante nas cenografias urbanas, tornando a experiência na

¹ Texto original, como recebido pela coordenação do Interprogramas.

² Mestrando do programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Email: tarcisiobmf@gmail.com

7º Interprogramas de Mestrado

urbes um ensaio atravessado pela intenção de visibilidade e pela necessidade de interação dos sujeitos com a cidade.

Conduzo este relato a partir da experiência urbana na região da Praça do Ferreira e entorno, Centro de Fortaleza. Além das minhas próprias “errâncias”³, acompanha-me nesta missão, o relato de outros sujeitos, em particular, os transeuntes que também percorrem o espaço. Há também a polifonia dos sujeitos que não frequentam a região e os que, não só a atravessam, mas “ficam” (aposentados, garis, estudantes, enfim, aqueles que têm naquele espaço público o destino final seja para lazer ou por motivos profissionais).

Para fins ilustrativos, este relato será acompanhado de fotografias, em formato de bricolagens que funcionam como um rascunho do cotidiano. O texto demonstra os primeiros passos deste projeto de investigação, uma experimentação etnográfica em minhas primeiras idas ao campo em maio e julho de 2011. Ao todo, foram 18 visitas ao Centro, à luz da observação participante, de entrevistas e de registros fotográficos.

Ser transeunte: um devir-cidade

O confrontar-se com a diversidade, com a alteridade, com o outrem capaz de expandir a visão de mundo do “Eu” é uma característica da cidade potencializa no espaço público (CAIAFA, 2007). Este espaço demanda uma experiência singular sobre o sujeito que se encontra na constante possibilidade de ter no estranhamento e no imprevisível algo que o permita ir além daquilo que já está no plano do cotidiano. Viver em cidades é a possibilidade destas zonas do Eu, as fronteiras que separam o Eu do Outro serem contingencialmente deslocada dentro destes espaços públicos. Estas zonas são potencialmente alvo dos estranhamentos necessários para que a experiência do outrem⁴

³ Jaques (2008:52) sugere que as experiências urbanas podem ser estimuladas pelo que chamou de “errâncias”, isto é, as errâncias “são sobretudo as vivências e as ações que contam, as apropriações feitas *a posteriori*, com seus desvios e atalhos. Os praticantes da cidade, como os errantes, experimentam os espaços quando os percorrem e, assim, lhe dão ‘corpo’ pela simples ação de percorrê-los”. As “errâncias” se relacionam com o se perder na cidade, com o “devir-estrangeiro” (CAIAFA, 2007), com a experiência do outrem.

⁴ O outrem, na concepção deleuziana, “não aparece aqui como um sujeito, nem como um objeto, mas, o que é muito diferente, como um mundo possível, como a possibilidade de um mundo assustado. [...] Outrem é, antes de mais nada, esta existência de um mundo possível” (DELEUZE, GUATTARI, 1992:24-5).

7º Interprogramas de Mestrado

ocorra. Eis uma característica dos espaços público sob os privados:

A aventura própria da cidade só vingará se é possível produzir o coletivo. A experiência da alteridade, que cria o espaço aberto, que renova os processos subjetivos, não sobrevive nos meios privatizados, controlados, orientados para o comércio, onde só o reconhecimento é possível. O capitalismo pode suportar ou mesmo exigir alguma heterogeneidade, mas encaixada, desativada, posta a serviço de seus axiomas. Garantir o coletivo, lugar onde o imprevisível pode trazer a diferença, é condição fundamental para esta aventura. (CAIAFA, 2007:126)

O conceito da autora remete-nos igualmente à cidade experienciada no dia-a-dia, em oposição à cidade idealizada. Esta concepção, ao qual o imaginário urbano é atravessada pelas práticas sociais nele contido, está presente em diversas obras que tratam da questão, como em Certeau (1994). O autor estabelece a divisão entre o que chamou de a “cidade-conceito” e a “cidade praticada”. A primeira está inscrita no contexto da “utopia urbanística”, na visão dos planejadores urbanos ao produzir um projeto de cidade. A cidade praticada, por sua vez, agrega as relações sociais em torno deste lugar, dotando-a de sentido simbólico para além de sua materialidade concreta.

Tais debates possibilitam-nos compreender as cidades a partir da inserção do Outro, onde, a experiência urbana é construída por meio de uma constante alteridade, de um processo de confrontar-se com os demais sujeitos. Este olhar, que Caiafa (2007:122) chama de “aventura própria das cidades” é uma “experiência expandida do outrem, a produção feita de fora, um devir estrangeiro de todos, uma abertura subjetiva”. No Centro de Fortaleza a heterogeneidade de pessoas e de informações reproduzem esta natureza contingente do espaço urbano. O outro é sempre constante. O espaço compartilhado está permanentemente atravessado pela prática da alteridade.

Jaques (2008) propõe uma linha desenvolvimentista de complexidade para pensar as questões da urbes. Há, primeiro, a cidade como projeto urbano, do ponto de vista do urbanista. Em um segundo nível, as cartografias, estas atualizam (apropriam-se e modificam) o projeto arquitetônico por meio das práticas sociais. Em grau mais complexo, encontram-se as “coreografias”, isto é, os fluxos, “projetos de movimentação corporal, ou seja, um projeto para o corpo (ou conjunto de corpos) realizar, o que implica, como no projeto urbano, em desenho (ou notação), em composição (ou roteiro) etc.” (JACQUES, 2008:51). Esta coreografia, assim como na dança, sofre a influência da subjetividade de

7º Interprogramas de Mestrado

seus produtores, o que vem a gerar, por sua vez, um quarto e último nível ainda mais complexo: a experiência corporal das cidades ou corpografias urbanas. Este último nível, em suma, trata de uma “cartografia da coreografia”, isto é, apresenta em um mapa a variedade das coreografias existentes em um contexto dialógico. São estes últimos níveis, as corpografias, ou, seu correlato teórico, a “aventura própria da cidade” que dotaram sentido à construção de um imaginário urbano sobre o Centro de Fortaleza⁵.

Na região estudada, a Praça do Ferreira e os quarteirões de seu entorno, encontramos três diferentes tipos de espaços públicos: i) as ruas de passagem de pedestres; ii) as ruas convencionais; iii) a Praça do Ferreira. As formas de sociabilidade e as práticas comunicativas diferenciam-se de espaço a espaço. Para observar este fenômeno acompanhei como transeunte os fluxos da multidão. Nas imagens abaixo (Figura 1) é claro a presença massiva da apropriação do comércio formal e informal no local e as muitas formas de comunicação engendrada por este uso comercial do espaço:



Figura 1 – Ruas de passagem, ruas convencionais e a Praça do Ferreira.
Foto 1a: autor desconhecido; Foto 1b e 1c: registros do pesquisador.

O Centro é o “bairro-histórico” de Fortaleza, foi onde foi fundada a cidade e onde se desenvolveu economicamente até a metade do século XX. Até então era no Centro e entorno que morava a elite fortalezense em casarões *art déco*, alguns deles ainda preservados. Os equipamentos culturais da cidade também se encontravam no Centro: os cinemas, os teatros, os museus... Assim como os espaços políticos, de manifestação, as principais festividades e o comércio cearense. É constante em minhas entrevistas à não-

⁵ Ambas as referências utilizam como *background* a teoria deleuze-guattariana, em especial o que tange a produção de subjetividade no espaço por meio de conceitos como agenciamentos maquínicos, máquinas desejanças, outrem etc.

7º Interprogramas de Mestrado

usuários do bairro a representação do Centro contemporâneo como um espaço “desqualificado”, um lugar de “depredo, sujeira e ‘letreiros propagandísticos’” ou, como um lugar onde “só dá periferia”⁶. Tais sujeitos argumentam que as novas formas de sociabilidades e demarcações simbólicas do espaço (evidenciados principalmente pelas práticas comunicativas aqui observadas) “desqualificam” o espaço e subutilizam a potencialidade histórico-cultural do bairro.

Longe deste cenário *belle-époque*, o espaço nos dias de hoje traz consigo a movimentação de um espaço popular, comercial e denso. As lojas dividem o espaço com vendedores ambulantes que convidam o transeunte a conhecer seus produtos. Há ali dezenas de estratégias comunicativas que visam chamar a atenção do consumidor: as placas de sinalização dos comércios, os jingles reproduzidos em amplificadores, os sininhos que indicam vendedores de picolé, as descrições de produtos por parte de camelôs, as empenas, os folhetos etc. Gera-se, assim, uma ruidosa disputa pela atenção do transeunte. O transeunte, por sua vez, tem sua “experiência urbana” atravessada por estas muitas práticas comunicativas que acabam por dotar sentido ao lugar.

O Centro, pelo menos em seu estado cotidiano diurno, é comercial, ditado pelos dias úteis, pelas horas em que o comércio funciona. Isto não quer dizer que haja somente esta perspectiva. Ao contrário, a heterogeneidade e o inesperado são as naturezas do espaço urbano, de forma que, durante a noite, um outro bairro materializa-se formado por moradores de rua, prostitutas, casas de show e motéis “a preços populares” (conforme anuncia um destes estabelecimentos). Não há, portanto, um Centro, mas vários Centros. O “Centro-comércio”, o “Centro-política” – já que a maioria das manifestações políticas da cidade acontecem neste bairro –, o “Centro-cultura” – caracterizado por equipamentos culturais como museu, teatro e cinema –, o “Centro-prostíbulo” etc. Aqui, todavia, limite-me a observar o espaço diurno em dias comerciais.

⁶ Estas são falas de alguns interlocutores que não costumam frequentar o Centro ou que não o frequentam com o mesmo intuito que os convencionais transeuntes.

Ruas de passagem, ruas convencionais e a Praça do Ferreira.

As ruas de passagem são relativamente largas e, embora seu objetivo de construção tenha sido facilitar a ligação entre diferentes manchas comerciais, elas se tornaram por si só um ambiente tanto ou mais comercial que as ruas convencionais. A inexistência de uma via de automóveis possibilita a abertura para uma relativa grande área de fluxos de pessoas. Ao meio, árvores separam as ruas em dois corredores e as marquises das lojas em contato com a folhagem dão às ruas de passagem a impressão de superfícies fechadas.

O que haveria de ser uma estrutura bem orientada ao fluxo de idas e vindas de transeuntes, foi resignificada pelos interesses comerciais da região. Em ambos os lados, as lojas comerciais dividem espaços com os muitos vendedores ambulantes e, no meio do passeio, onde haveriam as árvores, ambulantes se organizam de forma a transformar a rua de passagem em dois corredores separados. Por tal motivo, os fluxos de pedestres não são bem demarcados e constantemente há esbarros entre transeuntes.

O mesmo pode ser identificado nas ruas convencionais. Nestas, a presença da via de carros estreita ainda mais o passeio do pedestre em comparação com as ruas de passagem. O comércio informal também ocupa os espaços de calçadas deixando ainda menor o espaço para o passeio. Os fluxos são igualmente desiguais e, enquanto pessoas vão e vem há o constante encontro dos corpos.

Conforme observei, a praça, ao contrário, estabelece-se como um espaço amplo, arejado onde a presença de ambulantes é bem menor e controlada pelos servidores da prefeitura. O espaço é estabelecido em torno do lazer e da sociabilidade entre os “sujeitos que ficam”: aposentados que sentam nos bancos, transeuntes em busca de um momento de descanso e os poucos ambulantes (normalmente voltados para a venda de comidas e bebidas como sorvete, água e lanches). Não é incomum encontrarmos apresentações performáticas, loucos, pastores pregando, cantores de ruas, assim como eventos institucionalizados.

No contexto comunicacional, há em todos os espaços a presença do interesse midiático em torno da publicidade. É comum em ambos os espaços a presença das placas de sinalização das lojas aproveitarem o máximo do espaço na guerra pela visibilidade. Os camelôs constantemente anunciam seus produtos aos gritos e fazem demonstração de seus

7º Interprogramas de Mestrado

usos. Em recente entrevista, quando confrontada pela proibição de araras e manequins, Laudelina Gomes, 50 anos, vendedora ambulante, observou: “As araras e os manequins ajudam a fazer a propaganda das nossas mercadorias”. O uso de megafones e amplificadores de som é comum tanto nas lojas como no comércio informal. Há também a constante estratégia de relacionar um sinal sonoro a um produto, como no caso dos vendedores de picolé da Praça do Ferreira que utilizam o sino para anunciar sua chegada. Como são muitos, os sinos fazem parte do espectro sonoro do espaço.

É comum que os produtos a venda, não só aqueles do comércio informal, invadam o passeio. Assim, é de praxe nas lojas, a contratação de um funcionário para assegurar que os produtos não sejam furtados. Igualmente comum é a utilização de cartazes e letreiros no Centro, em alguns casos, como a “Farmácia Oswaldo Cruz” na Praça do Ferreira, há uma certa preocupação em se manter a identidade visual *art déco* na faixa da dos prédios, mas, na grande maioria, isto é algo pouco realizado. A contradição do passado nobre e residencial do Centro com o presente popular e comercial demonstra as formas de apropriação e resignificação do espaço público, como exemplificado na Figura 2 abaixo:



Figura 2 – Rua Major Facundo a partir da Praça do Ferreira. Registro do pesquisador.

Apesar de seu valor histórico, o uso público dado ao bairro é principalmente comercial, logo, as apropriações do espaço público – mesmo no caso de relevante interesse histórico-cultural – perpassa as formas de atuais de resignificar o Centro. A experiência urbana pela região em questão é, necessariamente, uma relação constante com as intenções comunicativas do comércio formal e informal.

7º Interprogramas de Mestrado

Comunicação no Centro de Fortaleza: Imagem e Imaginário

É possível propor um imaginário da cidade a partir da experiência urbana, por meio da leitura da aventura cidadina e suas corpografias. A observação participante e as entrevistas mostraram uma importante relação entre as intenções comunicativas e a experiência proporcionada por este bairro. Herliande, 28 anos, por exemplo, ao questionada sobre a Praça do Ferreira, esclareceu:

Se você vai pesquisar a Praça, vai ter muita história para contar. Tem aquele louco [referindo-se a um indivíduo que diariamente performatiza shows na praça ao som de um rádio de pilha] e também tem outros.... Ele está aqui todo o dia, mais ou menos no mesmo horário. Ele já é comum aqui. E esse tipo de confusão com a mulher também [referindo-se a uma confusão entre um casal de moradores de rua]. *Aqui sempre tem uma novidade.*

A fala da interlocutora, demonstra uma característica do espaço público coletivo observado, a heterogeneidade de sujeitos e a constante possibilidade de defrontar-se com o imprevisível, o inesperado. O mesmo vale para as práticas comunicativas (vide Figura 3).



Figura 3 – Exemplos de práticas comunicativas: heterogeneidade e inesperado, a contingência do espaço público. Registros do pesquisador.

Desenvolvo esses dois pontos:

a) *Heterogeneidade*: Esta é uma questão que perpassa o interesse por visibilidade potencializada em espaços públicos. Não só as lojas e o comércio informal almejam a visibilidade com a venda, mas também eventos, manifestações públicas, intervenções artísticas e mesmo determinados sujeitos (como os “loucos”, usando o termo da interlocutora). Quando interroguei o motivo para a escolha *daquela* região específica para divulgação, as respostas confrontavam-se no mesmo argumento:

7º Interprogramas de Mestrado

A gente está usando a praça do Ferreira hoje como espaço democrático de divulgação [de um evento] que a comunidade promove todos os anos, o Halleluya. [...] Hoje a gente tá ocupando todas as praças de grande porte de fortaleza, porque a praça é um espaço de passagem, de grande concentração de pessoas, as pessoas estão aqui no vai-e-vem, e é uma oportunidade de pegarmos 2 minutinhos de uma pessoa para falar do amor de Deus, é um espaço interessante para a gente abordar as pessoas e fazer essa divulgação. [Carlos Eduardo, divulgador do evento Halleluya]

A gente sempre escolhe a praça do Ferreira porque ela é hoje um referencial para esses movimentos, por ser no Centro da cidade onde tem sempre gente passando. Passa gente de todos os lados e é onde queremos passar nossa mensagem de indignação. [...] A praça abrange todos os movimentos, de todas as entidades. Então aqui é sempre o foco. Aqui passa público de todos os segmentos. Ainda mais hoje que tem um movimento aqui. [Nina Carvalho, presidente da Associação das Esposas de Militares do Estado do Ceará na ocasião da passeata pró-servidores públicos do Estado]

A gente escolheu aqui o Centro, porque é um bairro histórico, porque se reúnem muitas pessoas. [...] Aqui tem gente de todo tipo. [Geovana Alencar, participante do movimento “Crítica Radical”]

O Centro é referência para a divulgação de eventos, para serviços de saúde para a comunidade de forma em geral, é um local de grande circulação de pessoas, não fica restringida a um público específico. [...] Aqui é melhor para se divulgar, porque como passa pessoas de várias idades, sexo, de todos os lugares... é uma forma divulgar também o projeto. [Pesquisadora do CETRATA, Centro de Tratamento de Transtornos Alimentares – um grupo de pesquisa interdisciplinar da Psicologia, Fisioterapia e Nutrição da Universidade Federal do Ceará]

Neste e em outros exemplos, a heterogeneidade de sujeitos é colocada como uma característica importante da experiência urbana no Centro de Fortaleza. A diversidade também está presente nas formas de comunicação, nas apropriações simbólicas do espaço. Por tal motivo, como ilustrado nos exemplos, um imaginário sobre o Centro perpassa esta heterogeneidade de imagens: a construção *art déco* que dialoga com os novos usos do espaço, com a publicidade de varejo, a publicidade não institucionalizada, os megafones, as manifestações etc. A heterogeneidade é uma característica importante do espaço público coletivo e são por meio das práticas comunicativas que este atributo é tão facilmente observado na experiência urbana, nas “cenografias” do lócus, influenciando os sujeitos e definindo, posteriormente, formas particular de “corpografias” (JAQUES, 2008).

b) Inesperado: A segunda característica é uma consequência da primeira e condiz com a possibilidade de defrontar-se com o desconhecido, isto é, com a potencialidade do outrem explicitado por Caiafa (2007) na definição da “aventura própria das cidades”. Um

7º Interprogramas de Mestrado

espaço tão heterogêneo quanto o Centro de Fortaleza tende a possibilitar a interação entre sujeitos diferentes o que possibilita os estranhamentos necessários para o inesperado. A fala de Herliande (“Aqui sempre tem uma novidade”) exemplifica isso.

No que tange o espaço e as práticas comunicativas, a experiência urbana no Centro de Fortaleza confronta-se constantemente com o inesperado adiante, mesmo que haja uma predisposição a entender o espaço público por meio deste atributo. O Centro mostra-se contingencial, isto é, perpassa a possibilidade dos acontecimentos serem possíveis, mas não certos. As “errâncias” na cidade surpreendem sob o contexto comunicacional e definem uma relação poderosa entre o transeunte e o espaço público.

Pensar o imaginário urbano é transcender à experiência do espaço e das suas matizes comunicacionais – sejam elas midiáticas ou não. No lócus em questão observamos claramente o apelo publicitário, fruto de um uso privilegiadamente comercial do espaço público. A intenção de visibilidade rege o espaço e o demarca simbolicamente por meio do constante confrontar-se com a diversidade e o inesperado de discursos. Ao transeunte, o espaço demonstra toda sua voracidade de estilos e interações imbricadas no hibridismo de intenções comunicativas resignificando constantemente o Centro.

No que tange o imaginário, são muitas as possibilidades de descrever o espaço urbano. Aos sujeitos da pesquisa, os transeuntes, confunde-se as corpografias do Centro de Fortaleza com o seu cidade imaginada. Aos muitos que não utilizam o espaço, resta a imagem idealizada de um bairro passado.

Em minha opinião, não vale apenas rascunhar a construção de um imaginário por meio de um centro-utopia de seu patrimônio histórico-cultural, mas a cidade de fato, percebida no dia-a-dia dos fortalezenses, no imaginário do transeunte que participa e constrói o sentido do espaço. Não coube aqui julgar se tais apropriações do espaço são ou não benéficas sob quaisquer valores, apenas certificar-se da sua importância cotidiana no espaço público e ressaltar, o argumento principal deste relato, a importância da comunicação nesta experiência.

7º Interprogramas de Mestrado

Referências Bibliográficas

CAIAFA, Janice. *Aventura das cidades: ensaios e etnografias*. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: Vol. 1 – Artes de Fazer*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. *O que é a filosofia?* Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.

JACQUES, Paola Berestein. Cenografias e corpografias urbanas: espetáculo e experiência na cidade contemporânea. *Revista Observatório Itaú Cultural*. n. 5, p. 47-67. abr./jun. 2008 – São Paulo: Itaú Cultural, 2008.