



Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Centro de Educação e Humanidades

Faculdade de Comunicação Social

Ana Teresa Gotardo

Rio de Janeiro, cidade-mercadoria: (des)construções de sentidos sobre a cidade e sua marca em documentários internacionais de televisão em tempos de megaeventos

Rio de Janeiro

2020

Ana Teresa Gotardo

**Rio de Janeiro, cidade-mercadoria: (des)construções de sentidos sobre a cidade e sua
marca em documentários internacionais de televisão em tempos de megaeventos**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em
Comunicação da Universidade do Estado do Rio de
Janeiro como requisito parcial para a obtenção do
título de Doutora. Área de Concentração:
Comunicação Social

Orientador: Prof. Dr. Ricardo Ferreira Freitas

Coorientador: Gabriel Silvestre de Campos Salles (University of Sheffield)

Rio de Janeiro

2020

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ / REDE SIRIUS / BIBLIOTECA CEH/A

G683 Gotardo, Ana Teresa.
Rio de Janeiro, cidade-mercadoria: (des)construções de sentidos sobre a cidade e sua marca em documentários internacionais de televisão em tempos de megaeventos / Ana Teresa Gotardo. – 2020.
266 f.

Orientador: Ricardo Ferreira Freitas
Coorientador: Gabriel Silvestre de Campos Salles
Tese (Doutorado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Comunicação Social.

1. Comunicação Social – Teses. 2. Olimpíadas – Rio de Janeiro – Teses. 3. Documentário (Cinema) – Teses. I. Freitas, Ricardo Ferreira. II. Salles, Gabriel Silvestre de Campos. III. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Comunicação Social. IV. Título.

es CDU 316.77(815.3)

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta tese, desde que citada a fonte.

Assinatura

Data

Ana Teresa Gotardo

**Rio de Janeiro, cidade-mercadoria: (des)construções de sentidos sobre a cidade e sua
marca em documentários internacionais de televisão em tempos de megaeventos**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em
Comunicação da Universidade do Estado do Rio de
Janeiro como requisito parcial para a obtenção do
título de Doutora. Área de Concentração:
Comunicação Social

Aprovada em 13 de fevereiro de 2020.

Banca examinadora

Prof. Dr. Ricardo Ferreira Freitas (Orientador)

Faculdade de Comunicação Social – UERJ

Prof. Dr. Gabriel Silvestre de Campos Salles (Coorientador)

University of Sheffield

Prof. Dr. Kleber Santos de Mendonça

Universidade Federal Fluminense (UFF)

Profa. Dra. Maria Helena Carmo dos Santos

Faculdade de Comunicação – Faculdades Integradas Hélio Alonso (Facha)

Prof. Dr. Gabriel Chavarry Neiva

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio)

Rio de Janeiro

2020

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho à minha avó, Olympia; à minha mãe, Creusa; e à minha filha, Ana Laura. Juntas, somos quatro gerações de mulheres em toda a sua potência. Ao patriarcado!

AGRADECIMENTOS

Em quatro anos muitas coisas acontecem, e a vida é capaz de surpreender com suas mudanças. Ao olhar para trás, penso em tudo o que fez parte dessa trajetória, identificando perdas – especialmente porque o trabalho de pesquisa no Brasil é duro, solitário e pouco reconhecido –, mas agradecendo infinitamente por todos os ganhos que esse trabalho me proporcionou tanto pessoal, quanto profissionalmente. E, a despeito de qualquer dificuldade, característica da profissão ou imposta por políticas que queiram diminuir a importância e o impacto da ciência, eu amo a pesquisa e considero que este não é um ponto final em minha atuação. Enquanto eu puder, serei pesquisadora.

Esse meu amor pelo campo está diretamente relacionado às grandes experiências que me foram proporcionadas. Por isso, agradeço, em primeiro lugar, ao PPGCOM da UERJ e a toda acolhida e apoio que tive da Amanda e da Eliana, que, além de eficientes para a solução de demandas, me proporcionaram momentos ótimos com papo e conselhos. Aos professores que guardarei para sempre em meu coração, em especial Denise, Letícia e Patrícia, meu muito obrigada, vocês são incríveis. Aos colegas de turma “Em busca do objeto perdido” e “Mulheres que tesem”, meu muito obrigada por fazer a experiência de escrita um pouco menos solitária e dolorida. Compartilhamos nossas dores e vitórias, celebramos juntas o fim de um ciclo que proporcionou mudanças em todas nós.

À University of Sheffield, que me proporcionou uma experiência única de vida que pude compartilhar com minha mãe e minha filha. Ao Gabriel Silvestre, professor que, mesmo sem me conhecer, aceitou me receber no sanduíche. Suas leituras e sugestões me abriram os olhos para todo um campo de pesquisa que agregou de forma imensurável em meu olhar, ainda que tenha sido um tempo curto. E às colegas que fiz na universidade, especialmente Patrícia Schappo e Katherine Blaker, vocês fizeram meus dias melhores, mais leves, mais felizes. Agradeço também à Capes e à UERJ, especialmente ao Erick e à Cintia (que se empenharam de forma admirável), pela concessão da bolsa Capes Print, pois sem esse financiamento não teria sido possível viver tudo isso. Agradeço ainda à UFF pela concessão da licença, que me permitiu dedicação integral à pesquisa.

Ao Ricardo, meu orientador, a quem me faltam palavras para agradecer. Nada do que eu disser aqui trará a dimensão da gratidão que eu sinto. Eu costumo dizer que emendei o doutorado no mestrado porque era com você. Uma mente brilhante, um coração enorme, alguém em quem eu me espelho – a pesquisadora que eu quero ser “quando eu crescer”. Agradeço

demais sua confiança em meu trabalho, as portas que você me abriu, além de todo apoio e entendimento nos momentos de crise. Você é uma luz no meu caminho!

Às amigas Rachel Seródio e Cecília Lameirão, por todo apoio, todas as terapias de grupo, todo companheirismo mesmo em momentos de treta. Agradeço todos os dias por ter amigas como vocês.

À minha família, Alessandra, Genésio, Olympia, Cormac, Owen, Gilmar, obrigada por poder contar com vocês mesmo a distância. E à minha mãe, Creusa, que sempre me apoiou em meu trabalho e que comprou comigo o sonho do doutorado-sanduíche. Serei eternamente grata por você ter abdicado momentaneamente da sua vida para cuidar de mim e da Ana Laura enquanto eu trabalhava. Sem você, não teria sido possível.

À minha filha, Ana Laura, uma companheira para toda hora que vive ao meu lado as aventuras da vida e que me proporcionou a aventura mais louca do mundo: a maternidade. Meu amor por você é infinito, assim como a felicidade que eu sinto pela sua existência.

Sou um técnico, mas tenho técnica só dentro da técnica.
Fora disso sou doido, com todo o direito a sê-lo.
Com todo o direito a sê-lo, ouviram?
Não me macem, por amor de Deus!
Queriam-me casado, fútil, quotidiano e tributável?
Queriam-me o contrário disto, o contrário de qualquer coisa?
Se eu fosse outra pessoa, fazia-lhes, a todos, a vontade.
Assim, como sou, tenham paciência!
Álvaro de Campos, Lisbon Revisited, 1923

RESUMO

GOTARDO, Ana Teresa. Rio de Janeiro, cidade-mercadoria: (des)construções de sentidos sobre a cidade e sua marca em documentários internacionais de televisão em tempos de megaeventos. 2020. 266 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2020.

Esta pesquisa objetiva compreender como se dão a construção e as mudanças de sentidos em relação à cidade do Rio de Janeiro e sua marca em documentários produzidos por estrangeiros e veiculados por redes de televisão internacionais durante o chamado “momento olímpico”. O trabalho foi realizado a partir de uma construção metodológica, ou seja, não há um método único, mas uma composição que permite a formulação de questões e a compreensão crítica do *corpus* sobre como essas narrativas atuam na produção de significados por meio de uma leitura polivalente, não dominante. Foram selecionados 11 programas, considerando o seguinte recorte: documentários exibidos por redes internacionais de televisão entre 2013 e 2016, produzidos por estrangeiros, que promovessem deslocamentos, em suas narrativas, em relação ao projeto de cidade construído pela e para a Marca Rio por ocasião dos megaeventos esportivos sediados na cidade em 2014 e 2016 e que estivessem disponíveis *on-line* para visualização ou *download*. As análises mostram os debates possíveis acerca das formas como os imaginários sobre a marca Rio estão sendo construídos, desconstruídos e reconstruídos. Trata-se de um processo regido por interesses econômicos, mas que possui, de certa forma, “vida própria”, já que os sentidos são reapropriados pelos cidadãos, os quais constroem novas formas de ser, de estar e de viver essa cidade que se propõe mercadoria a ser consumida e também empresa a gerir seus processos. As narrativas documentais fazem emergir novos sujeitos e subjetividades que não compõem o discurso oficial da marca, colocam em debate o projeto de cidade construído pelo planejamento estratégico e demonstram parte das disputas que constituem o tecido urbano, em especial no que diz respeito às disputas pelo direito à cidade, indo muito além do achatamento promovido pelo *branding* e do consenso buscado pela cidade-empresa na construção da cidade-mercadoria. Compreender esses processos é uma forma de problematizar essas questões e trazê-las para um debate mais amplo – um debate que inclua os diversos nós que compõem a complexa rede de construção da Cidade Olímpica.

Palavras-chave: Cidade Olímpica. *City Branding*. Documentários de Televisão. Disputas Narrativas. Produção De Sentidos.

ABSTRACT

GOTARDO, Ana Teresa. Rio de Janeiro, commodity-city: (de)construction of meanings about the city and its brand in international television documentaries in times of megaevents. 2020. 266 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2020.

This research aims to understand the construction and changes of meaning about the city of Rio de Janeiro and its brand in documentaries produced by foreigners and broadcast by international television networks during the so-called “Olympic moment”. The work was carried out from a methodological construction, that is, there is no single method, but a composition that allows the formulation of questions and the critical understanding of the *corpus* about how these narratives act in the production of meanings through a multipurpose and non-dominant reading. Eleven programs were selected, considering the following excerpt: documentaries shown by international television networks between 2013 and 2016, produced by foreigners, which promoted displacements in their narratives in relation to the city project built by and for the brand Rio on the occasion of the sports mega-events hosted by the city in 2014 and 2016 and that were available online for viewing or downloading. The analyses show some possible debates around the construction, deconstruction and reconstruction of the imaginaries about the brand Rio and the city. It is a process governed by economic interests, but it is also a living-process, since the senses are re-appropriated by citizens, who build new ways of being and living in this city that it proposes merchandise to be consumed and also a company to manage its processes. The documentary narratives emerge new subjects and subjectivities that are not part of the official discourse of the brand. They also debate the city project built by strategic planning and demonstrate part of the disputes that constitute the urban fabric, especially with regard to disputes over the right to the city, going far beyond the flattening promoted by branding and the consensus aimed by the entrepreneurial city in the construction of the commodity city. Understanding these processes is a way of problematizing these issues and bringing them into a broader debate – a debate that includes the different nodes that constitute the complex construction of the Olympic City.

Keywords: Olympic city. City branding. Television documentaries. Disputes over narratives. Production of meanings.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ADA –	Amigos dos Amigos
BBC –	British Broadcast Corporation
BOPE –	Batalhão de Operações Especiais
COI/IOC–	Comitê Olímpico Internacional
CV –	Comando Vermelho
FIFA –	Federação Internacional de Futebol (<i>Fédération Internationale de Football Association</i>)
LGBT+(Q) –	Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais ou Transgêneros (<i>Queer</i> , presente na sigla em inglês) ¹
MPL –	Movimento Passe Livre
ONU –	Organização das Nações Unidas
PCD –	Pessoa com deficiência
UPP –	Unidade de Polícia Pacificadora

¹ A opção pelo uso da sigla LGBT+ vem da explicação contida no Glossário LGBT+ (COLETIVO AMETISTA UERJ LGBT+, 2019, p. 5): “Inicialmente, a sigla era descrita como GLS, incluindo apenas gays, lésbicas e ‘simpatizantes’. Após alguns anos, foram incluídos bissexuais e transgêneros, e a sigla passou a ser LGBT. A adição do + significa a inclusão de diversos grupos que não se encaixam nas outras letras do termo, como assexuais, não binários, genderqueers, intersexos, dentre outros. Alguns segmentos utilizam siglas como LGBTQ, LGBTQI, LGBTI”.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Rocky em <i>Welcome to Rio</i>	71
Figura 2 – Acme em <i>Welcome to Rio</i>	74
Figura 3 – Bope em <i>Welcome to Rio</i>	79
Figura 4 – Visão e missões do movimento olímpico.....	87
Figura 5 – Legado como visão conjunta do COI e da cidade-sede	93
Figura 6 – Ferramenta no <i>site</i> do COI para pesquisa de legado nas cidades-sede	94
Figura 7 – Rose em <i>Welcome to Rio</i>	121
Figura 8 – Thammy Delícia em <i>Welcome to Rio</i>	128
Figura 9 – Rocinha: the pedreiro and the master planner	138
Figura 10 – Naturópolis	148
Figura 11 – Abertura de <i>Rio 50 Degrees</i>	167
Figura 12 – <i>Rio 50 Degrees</i>	183
Figura 13 – <i>Rio 50 Degrees</i>	189
Figura 14 – <i>Vinegar Revolution</i>	196
Figura 15 – <i>In the Shadow of the Hill</i>	208
Figura 16 – <i>Gaycation</i>	228
Figura 17 – Luana Muniz e a transexualidade em <i>Gaycation</i> e <i>Rio 50 Degrees</i>	237
Figura 18 – Copacabana Palace	242
Figura 19 – <i>A Bump Road to Rio</i>	246

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1 TELEVISÃO, DOCUMENTÁRIO E A CONSTRUÇÃO DAS EMOÇÕES.....	32
1.1 O Movimento Documentário Britânico e os documentários de televisão	35
1.2 A trilha sonora e suas narrativas musicais	45
1.3 A construção das emoções sobre, na e para a cidade.....	55
1.3.1 <u>Welcome to Rio – Peace: construção da empatia e consumo da alteridade.....</u>	64
1.3.2 <u>Bope: morte e salvação, ou a alteridade da alteridade</u>	76
2 CIDADE OLÍMPICA, GLOBAL, UTÓPICA: DAS NARRATIVAS OFICIAIS ..	82
3.1 A construção dos imaginários de salvação por meio dos megaeventos esportivos..	84
2.2 A cidade global e a economia dos megaeventos.....	105
2.2.1 <u>Cidade global: um conceito em disputa</u>	108
2.2.2 <u>O aquecimento econômico como oportunidade.....</u>	118
2.3 Da utopia pelo “milagre das Olimpíadas” ao paraíso tropical distópico	139
3 UM RIO DE CONTRADIÇÕES: DISPUTAS NARRATIVAS	169
3.1 Da cidade colonial à cidade global: as contradições históricas	175
3.2 As Jornadas de Junho e o rompimento com o projeto de cidade olímpica.....	192
3.3 A violência da política de pacificação.....	202
3.4 Turismo LGBT+ no Rio de Janeiro: as desconstruções em Gaycation	217
3.5 Corpos dissonantes e as lutas pelo espaço urbano	229
CONSIDERAÇÕES FINAIS	249
REFERÊNCIAS	256

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, o Rio de Janeiro esteve sob os olhos do mundo. Especialmente após a eleição da cidade como sede dos Jogos Olímpicos e do Brasil como sede da Copa do Mundo de Futebol, e com a reconfiguração da imagem da cidade em decorrência dos megaeventos esportivos por meio de técnicas de *city branding*, multiplicou-se o número de documentários televisivos sobre a cidade. Esses produtos audiovisuais buscavam não apenas “desvelar-nos” como outro, mas, em consonância com o discurso de reconstrução da marca-cidade, contribuíam também para a construção de uma sensação de segurança para a chegada de turistas, de investidores, para o consumo da cidade e dos megaeventos (GOTARDO, 2016).

Em 2016, defendi em minha pesquisa de mestrado que documentários internacionais de TV produzidos entre 2007 e 2012 apresentaram uma mudança em suas narrativas. A pesquisa tinha como objetivo compreender a produção de sentidos sobre o carioca e o Rio de Janeiro em documentários seriados de turismo (*travel shows* ou *travel documentary television series*) produzidos para a televisão por estrangeiros, analisando as narrativas de dois momentos históricos distintos: o primeiro, compreendendo os anos de 2007 e 2008, quando a cidade sofria com problemas relacionados à violência com ampla repercussão midiática; e o segundo, em 2012, ano que precede megaeventos esportivos sediados na cidade, após a implantação das Unidades de Polícia Pacificadora (UPPs) e do projeto de *city branding*. De uma cidade que excluía a favela ou que a apresentava como um lugar de grande risco, as produções passaram, dentre outras questões, a civilizá-la (a favela, no singular, porque, nas representações da mídia internacional, elas são todas iguais, diferenciando-se apenas entre pacificadas e não pacificadas, sendo a pacificação uma parte do processo civilizador) para que ela também se tornasse produto a ser consumido, em uma nova geografia do consumo turístico da cidade. Da mesma forma, apresentavam as UPPs como solução para a violência e para o medo na cidade. Pobreza e medo produziam a narrativa da cidade partida (e a “verdade” dos cariocas da praia, do asfalto, *versus* os não cariocas, moradores da favela), enquanto o governo do estado tentava, com seu programa de pacificação, “unir” novamente a cidade, levando polícia (“segurança”) e serviços públicos para as áreas mais pobres. Em 2012, os documentários de TV estrangeiros pareceram se unir em torno desse mesmo eixo, defendendo-o como a melhor alternativa para o Rio de Janeiro. Além disso, estereótipos e clichês produziam sentidos sobre a “cidade perfeita” em consonância com os objetivos do *city branding* presentes no *Plano Aquarela*, plano de Marketing Turístico Internacional do Brasil, produzido pela Embratur e pelo Ministério do Turismo. A análise comparativa possibilitou observar que houve uma mudança das narrativas sobre a cidade no

que diz respeito ao seu consumo turístico, especialmente em relação à favela, incluída na geografia do consumo da cidade, à violência e à pobreza, que passaram a ser consumidas como produto turístico junto aos mais sólidos clichês do Rio: Pão de Açúcar, Cristo Redentor, carnaval, futebol, praia, dentre outros (GOTARDO, 2016).

As mudanças políticas e econômicas vividas no país, a partir de 2013, reverberaram na mídia internacional e iniciaram uma série de questionamentos a respeito da imagem de perfeição construída mercadologicamente com o envolvimento de diversos agentes e grande apoio da mídia. Inicia-se, então, um processo de deslocamentos das narrativas anteriores, promovendo o que pode ser entendido como um processo de desconstrução dessa marca-cidade. Com as narrativas midiáticas pré-olímpicas desenvolvidas em torno do medo da violência e da epidemia do vírus Zika e, posteriormente, as mudanças políticas e a crise financeira do Estado do Rio de Janeiro, com a já prevista “falência” do projeto das UPPs, as Jornadas de Junho 2013 e as narrativas pré/anti-Copa, questionam-se a cada dia os problemas relacionados a esse projeto de cidade-mercadoria, cidade global, seus rumos, seus interesses, a quem serve, seus impactos, dentre outras problematizações. A pesquisa aqui proposta visa compreender esses deslocamentos em uma perspectiva abrangente, para além do escopo da pesquisa anterior, com o propósito de avaliar criticamente o processo de construção e de desconstrução da marca Rio na mídia internacional, relacionando-os com pontos cruciais das técnicas de *city branding* e seus efeitos na cidade.

As metrópoles são cenário, argumento e foco de grande parte das produções midiáticas. O fascínio exercido pelas cidades no cotidiano é representado das mais diversas formas, nos mais diversos meios e artefatos da cultura, como pela publicidade, pelo cinema, pela televisão, pelo jornal, pelas artes, dentre outros. Por isso, pensar a cidade em seu viés comunicacional requer um esforço crítico, o qual busco, neste trabalho, embasada em alguns teóricos que visam orientar a leitura e compreensão das narrativas analisadas. No que diz respeito aos megaeventos, eles mobilizaram a sociedade brasileira, não apenas em relação às mudanças que ocorreram nas cidades, como também sobre uma nova pauta de negócios e, ainda, como forma de protesto – a luta por hospitais e escolas “padrão Fifa”, por exemplo. Os megaeventos são uma estratégia de desenvolvimento urbano que agregam, em sua forma, consumo, patriotismo, mudança de imagem, promessa de globalização e de legado a partir da reestruturação das cidades que eles ajudam a catalisar e transformar. Arelado a isso, vê-se um cenário complexo que envolve processos de gentrificação aliados às novas formas de se fazer estar no espaço urbano (MELLO; GOTARDO; FREITAS, 2018).

Para entender como funcionam essas estratégias narrativas e os deslocamentos nos discursos oficiais, analisarei documentários internacionais exibidos pela televisão entre 2013 e 2016 (o processo de seleção do *corpus* desta pesquisa está detalhado no item 1.2). A hipótese deste trabalho é que os documentários em questão constroem sentidos sobre a marca Rio e a cidade como mercadoria a ser consumida a partir de suas narrativas que atuam na produção de localidades e de alteridades, e que esse processo está ligado à realização dos megaeventos Copa do Mundo e Jogos Olímpicos no Rio de Janeiro e à reconstrução da imagem da cidade por meio das técnicas de *city branding*; mas que também abrem espaço para uma possível desconstrução dessa marca por meio de deslocamentos nos discursos em relação à cidade olímpica, e por abordarem espaços subalternizados como centrais na produção de sujeitos, de outras formas de cidadania e de lutas pelo direito à cidade e à existência.

Trata-se, aqui, de compreender o processo de construção e desconstrução da imagem da cidade como um processo que leva anos. A investigação tem início em minha dissertação (GOTARDO, 2016), buscando entender como as produções criavam sentidos sobre o Rio de Janeiro que contribuíram para a formação de uma imagem da cidade, para a construção de sua marca no mercado global, tendo os megaeventos como meio e fim para a realização desse processo, sob a perspectiva mercadológica do *city branding*, tais como apontados pelo Marketing como campo de conhecimento da Administração (tendo como exemplo outras cidades que passaram pelo mesmo processo), e construindo um projeto de cidade idealizada que não levava em conta as subjetividades e especificidades que compõem o cotidiano urbano.

Com o passar dos anos e o desenrolar dos acontecimentos, os documentários internacionais foram tomando novas formas que os afastavam desses discursos oficiais, mudança apontada na pesquisa exploratória, que possibilitou encontrar narrativas que tensionavam os ideais da marca-cidade. Produtos midiáticos pré-olímpicos que exploravam especialmente o medo – da violência urbana, do vírus Zika, das construções mal ou não acabadas, dos problemas políticos – poderiam estar contribuindo para um possível deslocamento dos imaginários consolidados da alegria e do belo – ou seja, poderia estar havendo uma tentativa de desconstrução de um projeto de cidade, mesmo que de forma incipiente. Ainda em relação à pesquisa exploratória, foi possível observar nos audiovisuais tanto narrativas que ratificam o discurso mercadológico, quanto aquelas que atuam em possíveis deslocamentos, além de um forte apelo emocional e à construção da empatia pelas alteridades apresentadas – tanto de sujeitos, quanto de espaços.

Entendo que este trabalho contribuirá para a discussão teórica no campo da Comunicação e, mais especificamente, das Relações Públicas, e também potencialmente para

o campo dos Estudos Urbanos, em relação à problematização da construção de imagem e da marca por meio da estratégia de megaeventos (aplicados, nesse caso específico, à cidade do Rio de Janeiro) e suas conexões com os aspectos políticos e econômicos do país. Os questionamentos trazidos neste trabalho se dão tanto no que diz respeito à principal justificativa para aplicação das técnicas de *city branding* (a ideia de necessidade de investimentos para atração de divisas para a cidade, o estado e o país, tal como preconizado e defendido pelos discursos governamental e mercadológico), quanto nas formas como esses investimentos e as medidas de construção de uma cidade ideal para consumo impactam na vida dos cidadãos, nas subjetividades que compõem o cotidiano e o tecido urbano, em uma perspectiva crítica desse processo.

Atualmente, a teoria mais utilizada para orientar essa produção da marca-cidade, a teoria do *city branding*, é desenvolvida no campo do Marketing a partir de uma visão da Administração e da cidade como produto, e não como lócus de circulação dos imaginários contemporâneos, e é “vendida” mundo afora há cerca de 30 anos como solução para diversos problemas. Essa visão orienta novos modos de ser, estar e viver na cidade, gerando uma nova ideia de cidadania – e os meios de comunicação são elementos-chave na construção dessas novas subjetividades. No entanto, o processo de produção desse espaço a ser consumido também gera resistência que pode sinalizar “o profundo desencontro entre território vivido e imagem oficial” (SÁNCHEZ, 2010, p. 37).

Por isso, e também por se tratar de uma área complexa que envolve diversas outras áreas do conhecimento (Comunicação, Geografia, Arquitetura, Urbanismo, dentre outras), faz-se necessária e urgente sua problematização, com produção de conhecimento crítico. Acredito ainda que será possível repensar tanto a aplicação prática dos conceitos de construção de imagem e marca, com o desenvolvimento de estratégias de comunicação alinhadas aos interesses da sociedade, e também em como os meios de comunicação constroem sentidos sobre a cidade, seus habitantes e seu consumo, refletindo sobre a produção de conteúdos acerca da cidade que se almeja – ou da cidade que grita resistência.

Com essas questões em foco, busco, como objetivo geral, compreender como se dão a construção e as mudanças de sentidos, entendendo-as como processos, nos documentários que abordem a questão do “momento olímpico” na cidade e que tenham sido produzidos por estrangeiros e veiculados por redes de televisão internacionais entre 2013 e 2016. Dentre os objetivos específicos, destaco:

- a) Analisar as construções narrativas sobre imagens e imaginários da cidade, buscando os deslocamentos nos sentidos produzidos em relação aos discursos oficiais sobre a marca Rio;
- b) Identificar as relações dessas narrativas com o projeto de *branding* urbano e com a construção do Rio de Janeiro como cidade-mercadoria;
- c) Identificar os ideais de cidade estabelecidos pelas narrativas, relacionando-os com os ideais estabelecidos pelo projeto de *city branding*;
- d) Compreender os processos ligados aos deslocamentos das narrativas em relação à cidade olímpica;
- e) Analisar as construções de localidades e as produções de alteridades;
- f) Analisar as críticas ao projeto de *branding* urbano, assim como os discursos que o apoiam;
- g) Identificar os silenciamentos e deslocamentos em relação à construção da “cidade perfeita” de 2012, estabelecendo uma relação com minha pesquisa anterior (GOTARDO, 2016) e visando compreender o processo de uma forma mais ampla.

Quando tratamos das representações sobre a cidade do Rio de Janeiro e sobre o carioca produzidas por estrangeiros para exibição internacional, é necessário também compreender os imaginários envolvidos em sua produção e consumo, ou seja, quem cria os sentidos nessa produção discursiva e como o telespectador percebe essa produção, além dos objetivos mercadológicos envolvidos no processo – como, por exemplo, a construção de uma imagem favorável da cidade. Mas tão importante quanto isso é buscar compreender as resistências e novas formas de cidadania que surgem desses processos. Este trabalho propõe-se a abordar a primeira etapa do processo proposto por Hall (2013) – a produção de sentidos sobre o carioca e o Rio de Janeiro em documentários estrangeiros exibidos pela televisão, sentidos esses amplamente baseados em uma racionalidade econômica típica da modernidade, cujo objetivo é transformar a cidade em produto a ser consumido, em especial por estrangeiros.

Neste capítulo, apresento e divido em três seções: (1) os caminhos investigativos percorridos até o momento e que me conduziram ao objeto proposto, bem como (2) se deu a árdua tarefa de busca e seleção os documentários que compõem o *corpus* desta pesquisa e, por fim, apresento também a (3) construção metodológica que guia a análise crítica que busquei empreender neste trabalho.

No segundo capítulo, intitulado *Televisão, documentário e a construção das emoções*, busco compreender a produção televisiva tanto no que diz respeito à abordagem da produção,

dentro do circuito de Hall (2013), quanto em sua centralidade para os megaeventos como negócio. Além disso, abordo o documentário de televisão a partir das raízes do Movimento Documentário Britânico e da inclusão do formato na televisão britânica, bem como dedico especial atenção ao som no audiovisual, como forma de “romper” com a hegemonia da visualidade. Encerro o capítulo buscando compreender o uso das emoções no documentário para a construção da empatia com o outro e com o espaço a ser consumido, bem como em relação aos objetivos mercadológicos para a construção de imaginários acerca da marca Rio, uma marca que se propõe “*lovemark*” (ROBERTS, 2004). Trata-se de compreender como a televisão opera dos sentidos narrativos e discursivos a partir de estratégias de produção, como o uso das emoções, tangenciando o discurso oficial da cidade-empresa para a produção da cidade-mercadoria, mas também promovendo deslocamentos nesse sentido, de forma a questionar o projeto de cidade e as estratégias para atingi-lo.

O terceiro capítulo, intitulado *Cidade Olímpica, Global, Utópica: das narrativas oficiais*, busquei entender como operam os discursos oficiais tanto em todos dos megaeventos, focando nas estratégias discursivas do Comitê Olímpico Internacional (COI). Assim, foi possível identificar algumas linhas narrativas: a de que os megaeventos representam uma espécie de salvação para a cidade, pois se trata de um catalisador das mudanças desejadas, e que terão visibilidade mundial; além de “salvar” as cidades, os megaeventos também a colocariam no mapa das cidades globais, o que representaria uma mudança importante para a economia de algumas cidades, especialmente as do sul global, estimulando novas formas de crescimento econômico para além dos megaeventos; e que os megaeventos podem também ser catalisadores da reconstrução da cidade utópica, do paraíso, pela “volta à natureza” a partir do foco em sustentabilidade. É interessante observar como essas estratégias narrativas se completam para produzir um desejo sobre qual seria a cidade que todos, governantes e populações, devem almejar.

Em *Um Rio de Contradições: disputas narrativas*, apresento os principais deslocamentos identificados nos documentários em análise, os quais operam tanto na tensão com as narrativas sobre a “cidade olímpica” ou sobre o “momento olímpico”, quanto em relação a sólidos imaginários sobre a cidade, e ainda sobre certos estereótipos e clichês. Assim, vê-se a busca dessa desconstrução a partir da história da cidade, com o apoio de imagens de arquivo na reconfiguração do passado; as Jornadas de Junho como rompimento com a política de consensos que tomou conta da cidade e que compõe o planejamento estratégico urbano; a denúncia da violência na implantação das Unidades de Polícia Pacificadora (UPPs), as quais, embora não fizessem parte do programa oficial de construção da cidade olímpica, foram o

principal eixo para a mudança da imagem da cidade (de uma cidade perigosa para uma cidade “impossível de não se amar”, tal como abordado em Gotardo, 2016); a denúncia da cidade *gay-friendly*, atributo para um importante público consumidor, que, na verdade, faz parte do país onde se mata mais pessoas LGTB+ no mundo; e, por fim, a presença dos corpos dissonantes da perfeição física que passam a ocupar a cidade e reclamar seus direitos sobre ela.

Por fim, nas *Considerações Finais*, busco confrontar os achados da pesquisa com a hipótese inicial, bem como com os objetivos geral e específicos a partir de um panorama de sentidos possíveis sobre os achados.

Caminhos de pesquisa

Esta seção apresenta os caminhos investigativos percorridos, assim como os métodos de análise utilizados para o desenvolvimento desta pesquisa.

O contexto de desenvolvimento deste trabalho se dá dentro de uma rápida mudança na produção de sentidos sobre a marca-cidade após os Jogos Olímpicos no Rio de Janeiro. Quando ingressei no Doutorado, no início de 2016, ainda havia um “sentimento” de que a marca Rio estava, de alguma forma, “funcionando”, em um sentido mercadológico. As pesquisas exploratórias, no entanto, começavam a apontar em outro sentido: Freitas e Fort (2018), por exemplo, analisaram narrativas do medo do vírus Zika nos jornais *O Estado de S. Paulo* e *Le Monde* no fim de 2015 e início de 2016, demonstrando como informações imprecisas e uma ciência ainda incipiente sobre o assunto aumentaram o medo e a incerteza entre aqueles que pensavam em viajar para as áreas afetadas, criando novos imaginários sobre o consumo das cidades. Ainda em 2016, uma compilação de notícias animadas do canal taiwanês *TomoNews*, do YouTube, exibida em 5 de agosto de 2016, dia de abertura dos Jogos, exibia a descrença na capacidade da cidade de sediar o megaevento, devido a questões como poluição, violência, Zika e sexualidade exacerbada (FREITAS; GOTARDO, 2018). Em outro exemplo, narrativas da mídia inglesa de avaliação pós-Jogos Olímpicos no Rio ressaltavam o “espetacular maravilhoso”, um dos mais sólidos clichês da cidade explorado em seu *city branding*, com sua geografia única como distinção entre as outras cidades-sede, o engajamento dos cidadãos para a satisfação dos consumidores do megaevento esportivo, com a ideia do povo receptivo e caloroso, a eficiência do consumo da cidade em seus espaços públicos e/ou gratuitos (GOTARDO, FREITAS e ELIAS, 2017); no entanto, essas mesmas narrativas também ressaltaram falhas, como a comunicação visual do evento, a ausência do *local flavour* na Barra da Tijuca, a falta de engajamento da população, considerada como “desconectada” (atribuída

aos problemas econômicos do país, associados ao alto custo do ingresso e aos problemas políticos). “Alguns consideraram o evento um sucesso, a cidade ‘perfeitamente imperfeita’, ‘o lugar mais lindo do mundo’. Para outros, a cidade foi um lugar de perigo, assustador, de sobrevivência do evento” (GOTARDO, FREITAS e ELIAS, 2017, p. 18-19). A partir dessas análises, foi necessário buscar o que havia mudado na construção do amor ao Rio pela mídia internacional, o que resultou na definição dos objetivos, hipóteses e *corpus* que conduziram esta pesquisa.

Parti, então, em busca dos *deslocamentos* nas narrativas de construção da marca Rio nos documentários internacionais. A essas narrativas que estabelecem os atributos da marca, aquelas que são pensadas institucional e estrategicamente na produção mercadológica, com fundamentos na teoria do *branding* urbano, chamo de *narrativas oficiais*. A pesquisa foi realizada a partir de uma construção metodológica, ou seja, não há um método único, mas uma composição que permite a formulação de questões e a compreensão crítica do *corpus* sobre como essas narrativas atuam na produção de significados. Desta maneira, não segue um método rígido, mas, sim, de acordo com a perspectiva teórica no qual está inserida, busca as formas para trazer uma leitura polivalente, não dominante.

Considero, tal como Rose (2002, p. 343), que “os meios audiovisuais são um amálgama complexo de sentidos, imagens, técnicas, composição de cenas, sequência de cenas e muito mais”. Assim, torna-se necessário levar essa complexidade em conta durante a análise. Por não haver, segundo a autora, uma forma “verdadeira” para a coleta, transcrição e codificação dos dados, uma forma que produza um resultado “mais fiel”, é necessário explicitar os recursos metodológicos, que envolvem seleção, transcrição e análise dos dados. Com isso, é possível um melhor julgamento, por parte do leitor, de forma a fomentar adequadamente os debates possíveis, com espaços para oposições e conflitos.

Apresento a seguir o caminho percorrido até o presente momento e as etapas planejadas para a continuação da pesquisa, visando construir um método de análise que dê conta das especificidades do objeto aqui proposto.

Levantamento e seleção do *corpus* de pesquisa

Antes da pesquisa exploratória, meu desejo era dar continuidade ao *corpus* da pesquisa realizada no mestrado, trabalhando com documentários seriados; no entanto, as questões levantadas durante o primeiro ano do Doutorado apresentadas anteriormente conduziram a uma ampliação que entendi como necessária desse *corpus*. Na pesquisa exploratória, emergiram dois

produtos audiovisuais que foram divisores de água na determinação tanto do objeto de pesquisa, quanto do material a ser estudado. O primeiro, *Welcome to Rio*, exibido pela BBC na última quinzena de junho e primeira semana de julho de 2014 (durante a Copa do Mundo no Brasil), composto por três episódios intitulados *Peace*, *War* e *Ingenuity*, cujo objetivo era explorar “as favelas do Rio e a campanha militar do governo para arrancar os traficantes de drogas do controle”² e revelar “a verdade sobre a vida dentro das famosas favelas do Rio, por meio das vidas das pessoas que moram lá”.³ O segundo, o episódio *Brazil*, da série *Gaycation*, um *travel show* exibido pelo canal americano *Viceland* em março de 2016 que propunha conhecer a cultura LGBT+ sob a ótica de dois apresentadores cisgênero homossexuais, Ellen Page e Ian Daniel. Ambos se tratavam de documentários seriados (um categorizado com *travel show* e outro como observativo) e apresentavam, embora de formas distintas e referindo-se a atributos distintos da marca-cidade, deslocamentos no ideal de cidade proposto pelo *city branding*.

A partir desses dois produtos audiovisuais, minhas pesquisas se intensificaram em sites de busca (Google), repositório de vídeos (YouTube e DailyMotion), sites de canais de televisão (BBC, Vice, Discovery, SBS, Al-Jazeera, ABC, CBC, National Geographic, ITV, RTP, Channel4, PressTV Documentaries) e também bases de dados (IMDB, The TVDB e Docuwiki). O levantamento foi feito com base em alguns critérios: a produção deveria ser internacional (um documentário feito pela BBC Brasil, por exemplo, foi excluído por ser produzido por brasileiros); e ter sido exibida entre 2013 e 2016 em rede(s) internacional(is) de televisão. As palavras-chave usadas na busca foram: *documentary*, Rio, Rio de Janeiro, *Brazil*, *Olympics*, *World Cup* e suas combinações, além de pesquisa por data nos sites que dispunham dessa opção.

O resultado inicial do levantamento continha mais de 30 produtos audiovisuais que não eram necessariamente seriados – alguns com importantes contribuições para o entendimento do processo de construção e desconstrução da marca-cidade. Considerando a grande quantidade de material produzido e veiculado, foram seguidas as orientações de Bauer e Aarts (2002, p. 57), as quais entendem que deve haver uma prioridade da análise compreensiva e uma arbitrariedade da seleção, ponderando o interesse principal dos pesquisadores qualitativos em

² Descrição extraída do site da série: <<http://www.bbc.co.uk/programmes/b045h9nn>>. Do original: “*Documentary series exploring Rio's shanty-towns, the favelas, and the government's military campaign to wrest control from the drug gangs*”. Acesso em: 17 ago. 2018. As traduções aqui contidas são de responsabilidade da autora.

³ Do original: “*As the eyes of the world turn to Rio de Janeiro for the 2014 World Cup, this three-part observational series reveals the truth about life inside Rio's famous shanty-towns, the favelas, through the lives of people who live there*”. Fonte: <<https://www.bbc.co.uk/programmes/b045h914>>. Acesso em: 17 ago. 2018.

tipificar a “variedade de representações das pessoas no seu mundo vivencial”. Segundo os autores,

Em resumo, embora significados mais antigos de “corpo de um texto” impliquem a coleção completa de textos, de acordo com algum tema comum, mais recentemente o sentido acentua a natureza proposital da seleção, e não apenas de textos, mas também de qualquer material com funções simbólicas. Esta seleção é, até certo ponto, inevitavelmente arbitrária: a análise compreensiva tem prioridade sobre o exame minucioso da seleção. (BAUER; AARTS, 2002, p.45).

O recorte, então, foi ampliado para incluir as narrativas não seriadas, mas foi necessário fazer uma primeira seleção, dada a quantidade de material levantado. Os critérios considerados foram os seguintes: 1) a disponibilidade do programa *on-line* e/ou para *download*; 2) a presença de deslocamentos nos discursos de construção da “cidade ideal”; 3) o produto ser classificado como “documentário” por seus produtores e/ou pela emissora; 4) o programa ser veiculado em língua de domínio da autora (inglês ou espanhol). Ainda assim, entendo, tal como Rose (2002, p. 343), que “existirão sempre alternativas viáveis às escolhas concretas feitas, e o que é deixado de fora é tão importante quanto o que está presente”. Após essa fase de seleção, 11 programas foram selecionados, conforme a Tabela 1, apresentada por ano de exibição (do mais antigo para o mais novo).

A etapa de seleção levantou, portanto, os seguintes documentários exibidos por redes internacionais de televisão entre 2013 e 2016, todos em língua inglesa (nada foi encontrado em espanhol), produzidos por estrangeiros, que promovessem deslocamentos, em suas narrativas, em relação ao projeto de cidade construído pela e para a marca Rio por ocasião dos megaeventos esportivos sediados na cidade em 2014 e 2016 e que estivessem disponíveis *on-line* para visualização ou *download*.

Tabela 1 – Documentários exibidos por redes de televisão internacionais segundo levantamento e após primeira seleção

Título	Ano de exibição	Emissora(s)	Sinopse
1. <i>Naturopolis: Series 1</i> <i>Rio, from chaos to a sustainable city</i>	2014	Arte/Blue Ant Media/Servus TV/TV5 Quebec Canada/RSI/Canal + Cyfrowy and TG4.	Uma nova era está aqui: bem-vindo à Cidade-Planeta. O fim de 2008 marcou uma mudança significativa na história da humanidade – somos agora uma espécie predominantemente urbana. Hoje, toda metrópole moderna deve responder a uma questão fundamental: como a natureza pode desempenhar um papel central em seu desenvolvimento, que é tanto ecológico quanto sustentável, e que permite que os seres humanos vivam em harmonia, como em um ecossistema? Nova York, Tóquio, Rio de Janeiro e Paris são pioneiras. Cada cidade é um laboratório gigante, experimentando e desenvolvendo a ecologia urbana, de acordo com sua própria história natural. Por meio de sua investigação, nossos personagens – cientistas, artistas, arquitetos e naturalistas – estarão na vanguarda desses grandes desafios tecnológicos e arquitetônicos, com o objetivo de criar uma sinergia entre a cidade e a natureza e trabalhar no processo de desenvolvimento dos ingredientes para o mundo de amanhã. <i>NATURÓPOLIS</i> mergulhará no coração de algumas das ideias urbanas mais originais, aquelas que podem garantir o sucesso de um ecossistema criado por humanos. Aqui reside o grande desafio do século XXI. ⁴
2. <i>Welcome to Rio</i>	2014	BBC 2	Série documental que explora as favelas do Rio e a campanha militar do governo para arrancar os traficantes de drogas de seu controle. ⁵ <i>Peace</i> À medida que os olhos do mundo se voltam para o Rio de Janeiro para a Copa do Mundo de 2014, essa série observacional em três partes revela a verdade sobre a vida dentro das famosas favelas do Rio por meio da vida das pessoas que moram lá. Durante anos, as favelas foram consideradas áreas proibidas, governadas por traficantes de drogas brutais. O governo chegou a construir muros para escondê-las. Agora, com acesso extraordinário a esses mundos ocultos, essa série revela que as favelas são lugares de energia, desenvoltura e humor, um resumo de tudo o que é bom no Rio. Como parte dos preparativos para a Copa do Mundo e as Olimpíadas, o governo lançou uma campanha militar para tomar o controle das favelas dos traficantes de drogas, um processo que eles chamam de "pacificação". A série mostra como a pacificação ameaça o modo de vida das favelas, criando novos problemas enquanto resolve os antigos.

⁴ Do original: “A new era is here: welcome to Planet City. The end of 2008 marked a significant shift in the history of humanity - we are now a predominantly urban-living species. Today, every modern metropolis must respond to a fundamental question: how can nature play a central role in their development, which is both ecological and sustainable, and which allows humans to live in harmony, like in an ecosystem? New York, Tokyo, Rio de Janeiro and Paris are pioneers. Each city is a giant laboratory, experimenting and developing urban ecology, according to its own natural history. Through their investigation, our characters - scientists, artists, architects and naturalists - will find themselves at the forefront of these major technological and architectural challenges, aiming to create a synergy between city and nature, and working on the process of developing the ingredients for tomorrow’s world. *NATUROPOLIS* will dive into the heart of some of the most original urban ideas, those that might ensure the success of a human-created ecosystem. Here lies the great challenge of the 21st century.” Fonte: <<https://www.zed.fr/en/tv/distribution/catalogue/programme/naturopolis-4-x-52-hd>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

⁵ Do original: “Documentary series exploring Rio’s shanty-towns, the favelas, and the government’s military campaign to wrest control from the drug gangs”. Fonte: <<https://www.bbc.co.uk/programmes/b045h9nn>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

Tabela 1 – Documentários exibidos por redes de televisão internacionais segundo levantamento e após primeira seleção

Título	Ano de exibição	Emissora(s)	Sinopse
			<p>O primeiro episódio é filmado em uma das primeiras favelas a serem pacificadas, a Cantagalo, um labirinto de escadarias secretas que fica no alto das colinas com vista para as praias de Copacabana e Ipanema.</p> <p>O filme acompanha dois homens: Rocky, um entregador extraordinário, que trabalha todos os dias para sustentar sua família carregando frigoríficos, fornos e televisões em seus ombros pelas escadarias íngremes de Cantagalo. Como se essas façanhas não bastassem, ele também tem de lidar com seu filho rebelde, Felipe, que está preso na batalha entre a polícia e os traficantes de drogas pelo controle do morro.</p> <p>Também conta a história de Acme, um grafiteiro que vive com sua família ao lado de um campo de futebol onde os traficantes de drogas costumavam executar aqueles que quebraram suas regras. O tiroteio pode ter parado, mas Acme enfrenta uma nova ameaça, graças à pacificação. O governo declarou que sua casa não é segura e precisa ser demolida.⁶</p> <p>War</p> <p>Esse episódio dá uma olhada nas favelas do tráfico, controladas por gangues, que estão sendo pacificadas pelas forças especiais do governo antes da Copa do Mundo e dos Jogos Olímpicos.</p> <p>No Complexo da Maré, Carlos dirige a Associação de Moradores local. Até alguns anos atrás, ele era um traficante de drogas de alto escalão, mas quando descobriu que sua esposa Adrianna estava grávida de gêmeos, ele decidiu seguir uma carreira mais convencional. Agora, Carlos está fazendo campanha contra as incursões do governo, especialmente se eles entrarem com tanques e helicópteros durante o horário escolar de seus filhos.</p> <p>Enquanto isso, no Complexo do Lins, Breguete chegou à final de uma competição de dança. Se ele ganhasse, o prêmio em dinheiro seria suficiente para construir sua própria casa na favela, para que ele pudesse finalmente morar com sua namorada e dois filhos pequenos.</p>

⁶ Do original: “As the eyes of the world turn to Rio de Janeiro for the 2014 World Cup, this three-part observational series reveals the truth about life inside Rio's famous shanty-towns, the favelas, through the lives of people who live there. For years, the favelas were considered dangerous no-go areas, ruled by brutal drug traffickers. The government even built walls that hide them from view. Now with extraordinary access to these hidden worlds, this series reveals the favelas are places of energy, resourcefulness and humour, the crucible of all that is hot about Rio. As part of the preparations for the World Cup and Olympics, the government has launched a military campaign to wrest control of the favelas from the drug gangs, a process they call 'pacification'. The series shows how pacification threatens the favelas' whole way of life, creating new problems even as it solves the old. The first episode is filmed in one of the first favelas to be pacified, Cantagalo, a labyrinth of secret stairways that sits high on the hills overlooking the beaches of Copacabana and Ipanema. The film follows two men: Rocky, a delivery man extraordinaire, who works every day to support his family carrying fridges, ovens and televisions on his shoulders up Cantagalo's steep staircases. As if those feats were not enough, he's also got to deal with his wayward son Felipe, who's caught up in the battle between the police and drug traffickers for control of the hill. It also tells the story of Acme, a graffiti artist who lives with his family beside a football pitch where drug traffickers used to execute those who broke their rules. The shooting may have stopped, but Acme faces a new threat, thanks to pacification. The government has declared his house is unsafe and has to be demolished”. Fonte: <<https://www.bbc.co.uk/programmes/b045h914>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

Tabela 1 – Documentários exibidos por redes de televisão internacionais segundo levantamento e após primeira seleção

Título	Ano de exibição	Emissora(s)	Sinopse
			<p>Enquanto isso, as incursões do governo estão se tornando cada vez mais frequentes e violentas, com manifestações contra a Copa do Mundo e as Olimpíadas em toda a cidade.⁷</p> <p>Ingenuity O episódio final da série celebra a desenvoltura de alguns dos moradores mais pobres do Rio. Vivendo em seu juízo, os moradores da favela exploram quaisquer oportunidades que surjam em seu caminho. Rosie e seu marido Marcos costumavam trabalhar no aterro do Rio, mas quando souberam que ia fechar, decidiram abrir seu próprio negócio, um centro de reciclagem em seu próprio quintal. Com sete filhos para alimentar, eles fazem bom uso dos itens deixados para trás pelas pessoas no cotidiano do Rio. Nas praias de Copacabana e Ipanema, o empreendedor de favela Assis tem um novo plano de negócios, enquanto Jorge, o catador de mar, afunda a areia sob as ondas à procura de tesouros deixados pelos turistas e pelos ricos moradores locais. Thamy Delícia é uma estrela em ascensão na cena do funk na favela. No entanto, suas letras explícitas e suas danças provocantes significam que ela precisa ajustar sua conduta se quiser sair da favela e conquistar o respeito de sua mãe evangélica.⁸</p>
3. <i>The Vinager Revolution</i>	2014	PressTV Doc	<p>2013 provou ser um ano de inquietação para o Brasil. Como um país que testemunhou um incrível crescimento na última década e que está a poucos meses de sediar o maior evento esportivo do mundo, a Copa do Mundo de Futebol, as principais cidades brasileiras não deveriam ser palco de grandes manifestações e raiva pública. O que começou como protestos contra a tarifa de transporte público em cidades maiores logo se transformou em protestos em todo o país contra a corrupção governamental, a brutalidade policial, o superfaturamento dos projetos esportivos e a injustiça social. Para diminuir o ardor nos olhos e combater os efeitos do gás lacrimogêneo e do <i>spray</i> de pimenta, os manifestantes se armaram com garrafas de vinagre, daí a mídia apelidou as manifestações de Revolução do Vinagre.</p>

⁷ Do original: “*This episode takes a look at the drug-trafficking, gang-controlled favelas, which are being pacified by the government's special forces ahead of the World Cup and Olympic Games. In the favela Complexo da Maré, Carlos runs the local Residents' Association. Until a few years ago, he was a high-ranking drug trafficker himself, but when he found out his wife Adrianna was pregnant with twins, he decided to take a more conventional career path. Now Carlos is campaigning against the government's incursions, especially if they come in with tanks and helicopters during his children's school run. Meanwhile, in the favela Complexo do Lins, Breguete has reached the finals of a dance competition. If he wins, the prize money would be enough to build his own favela house so that he could finally move in with his girlfriend and two young children. All the while, the government incursions are becoming more and more frequent and violent, with demonstrations against the World Cup and Olympics breaking out across the city*”. Fonte: <<https://www.bbc.co.uk/programmes/b0464yj5>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

⁸ Do original: “*The final episode of the series celebrates the resourcefulness of some of Rio's poorest residents. Living on their wits, favela residents are adept at exploiting whatever opportunities come their way. Rosie and her husband Marcos used to work on Rio's landfill but when they heard it was going to close, they decided to start their own business, a recycling centre in their own backyard. With seven kids to feed, they make good use of the items left behind by the everyday folk of Rio. Down on the beaches of Copacabana and Ipanema, favela entrepreneur Assis has a new business plan, whilst Jorge the sea scavenger rakes the sand beneath the waves looking for treasures left behind by the tourists and rich local residents. Thamy Delicia is a rising star in the favela funk scene. However, her explicit lyrics and provocative dancing mean she needs to clean up her act if she is going to make it big outside of the favela and win the respect of her evangelical mother*”. Fonte: <<https://www.bbc.co.uk/programmes/b046s0lj>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

Tabela 1 – Documentários exibidos por redes de televisão internacionais segundo levantamento e após primeira seleção

Título	Ano de exibição	Emissora(s)	Sinopse
			Esse filme cronologiza as manifestações e procura ver mais profundamente as demandas das pessoas e os resultados finais de seus protestos mais pacíficos. ⁹
4. <i>Building the World Cup</i>	2014	Discovery	Veja os bastidores de um dos maiores projetos de engenharia do Brasil: a criação de três estádios de futebol de última geração capazes de sediar o futebol internacional no mais alto nível. Uma reforma complexa do icônico Estádio do Maracanã, no Rio de Janeiro – o local da derrota da última Copa do Mundo em casa; a Arena de alta tecnologia do Corinthians, em São Paulo – um projeto tão inovador que grande parte de sua tecnologia avançada nem sequer foi testada em nível internacional; e o projeto imensamente caro e vaidoso que é a Arena Amazônia no coração da floresta tropical brasileira. Todos os três estádios são diferentes – arquitetonicamente e em engenharia. Mas todos os três compartilham os mesmos problemas – cronogramas apertados, orçamentos explosivos, condições climáticas imprevisíveis e protestos em massa em todo o país. Com a Copa do Mundo de 2014 se aproximando, e os olhos do mundo no Brasil, o país pode entregar no prazo e dentro do orçamento? ¹⁰
5. <i>Battle for Rio</i>	2014 (exibido pela última vez em 9 de julho de 2016)	CBC (Canadá)	<i>Battle for Rio</i> leva você a uma turnê pré-Copa do Mundo no Rio de Janeiro, Brasil, e analisa o que o Rio está fazendo para limpar suas violentas favelas antes de sediar a maior partida de futebol do mundo. O Rio de Janeiro é conhecido por seus impressionantes cenários naturais, celebrações animadas de carnaval e praias magníficas. Mas, por três décadas, seus morros espetaculares foram infestados por drogas e violência. As favelas são lares para milhões de pessoas. A grande maioria dos moradores são pessoas comuns com empregos comuns, mas guerras entre as facções do tráfico de drogas contra a temível Polícia Militar transformaram as favelas em zonas de guerra. Em preparação para a próxima Copa do Mundo da Fifa de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016, o Rio decidiu retomar os morros com uma experiência única – um “processo de pacificação”. A cidade se envolveu em uma ambiciosa operação de segurança para libertar suas favelas do controle dos traficantes de drogas com novas forças policiais de bairro, as UPPs ou Unidades de Polícia Pacificadora.

⁹ Do original: “2013 proved to be a restive year for Brazil. As a country that has witnessed incredible growth in the past decade and is a few months shy of hosting world's greatest sports event, the football World Cup, Brazilian major cities were not expected to be the scene of major demonstrations and public anger. What started out as protests against public transport fare hike in bigger cities soon turned into nationwide outcry against governmental corruption, police brutality, overbilling sports projects and social injustice. To soothe their smarting eyes and fight off the effects of tear gas and pepper spray, protesters would arm themselves with bottles of vinegar, hence the media dubbed the demonstrations as the Vinegar Revolution. This movie choronologizes the demonstrations and seeks to see deeper into people's demands and the final results of their mostly peaceful protests”. Fonte: < <https://www.youtube.com/watch?v=8snjmrpOEJM&t=2s>>, canal oficial da PressTV Documentaries no YouTube. Acesso em: 15 jul. 2018.

¹⁰ Do original: “Go behind-the-scenes of one of Brazil's biggest engineering projects: The creation of three state-of-the-art football stadiums capable of hosting international soccer at the highest level. A complex refurbishment of Rio de Janeiro's iconic Maracanã Stadium - the site of the country's last World Cup defeat on home turf; the high-tech Corinthians Arena in São-Paulo - a project so cutting edge much of its advanced technology hasn't even been tested at international level; and the vastly expensive vanity project that is the Amazônia Arena in the heart of the Brazilian rainforest. All three stadiums are different - architecturally and engineering-wise. But all three share the same problems - tight schedules, sky-rocketing budgets, unpredictable weather conditions and mass, country-wide protests. With the 2014 World Cup looming and the eyes of the world on Brazil, can the country deliver on time and on budget?” Fonte: < <https://press.discovery.com/emea/dsc/programs/building-world-cup/>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

Tabela 1 – Documentários exibidos por redes de televisão internacionais segundo levantamento e após primeira seleção

Título	Ano de exibição	Emissora(s)	Sinopse
			No entanto, a segurança não é a única lógica por trás do programa. Como tudo, os interesses econômicos e a exposição internacional estão impulsionando a dramática transformação do Rio de Janeiro. ¹¹
6. <i>Rocinha: The pedreiro and the master planner</i>	2014	Al-Jazeera	<p>O construtor informal Ricardo de Oliveira luta com o plano do governo para o futuro da Favela da Rocinha no Rio de Janeiro.</p> <p>Ricardo de Oliveira é um pedreiro brasileiro, um verdadeiro arquiteto rebelde. Ele construiu mais de cem casas sem treinamento formal, utilizando as ferramentas mais básicas, tudo dentro de sua comunidade local da Rocinha, a maior favela do Brasil, situada bem no centro do Rio de Janeiro.</p> <p>Trabalhando em uma variedade de projetos em toda a favela, incluindo sua própria casa, Ricardo explica como esses prédios simples atendem às necessidades sociais e orçamentárias de seus clientes. Mas como a cidade se prepara para a Copa do Mundo e os Jogos Olímpicos, a vida na Rocinha está mudando, e até mesmo Ricardo não pode escapar da violência que transborda do programa de 'pacificação' do governo.</p> <p>Enquanto Ricardo luta para proporcionar uma vida melhor para sua própria família, o novo perfil do Brasil no cenário mundial também levou a um influxo de urbanistas, ONGs e arquitetos bem-intencionados, todos esperando melhorar as condições físicas da favela – e trazendo com eles a ameaça muito real da gentrificação.</p> <p>Luis Carlos Toledo, o arquiteto por detrás do plano-mestre para a regeneração do governo da Rocinha, foi considerado um radical por trabalhar na urbanização da favela muito antes de se tornar moda e diz que as condições de vida podem e devem ser melhoradas.</p> <p>No entanto, até ele começa a questionar os benefícios de um sistema de teleférico que chama a atenção, enquanto milhares de residentes ainda não têm acesso à educação ou à saúde. A batalha pelo futuro das favelas do Brasil está em andamento.¹²</p>

¹¹ Do original: “*Battle for Rio takes you on a pre-World Cup tour of Rio de Janeiro, Brazil and looks at what Rio is doing to clean-up its violent slums prior to hosting the world's biggest football match. Rio de Janeiro is known for its stunning natural settings, lively carnival celebrations and magnificent beaches. But for three decades, its spectacular hills have been plagued by drugs and violence. The favelas, the city's urban slums, are home to millions of people. The vast majority of residents are ordinary people with ordinary jobs, but turf wars between drug trafficking gangs against the fearsome Military Police have turned the favelas into war zones. In preparation for the upcoming FIFA World Cup in 2014 and the 2016 Olympic Games, Rio has decided to take back the hills with a unique experiment – a “pacification process.” The city has engaged in an ambitious security operation aimed at freeing its favelas from the control of gangs and drug traffickers with new neighbourhood police forces, the UPP or Police Pacification Units. However, security is not the only rationale behind the program. As with everything, economic interests and international exposure are driving Rio's dramatic makeover*”. Fonte: <<http://www.cbc.ca/passionateeye/m/episodes/battle-for-rio>>. Acesso em: 22 jan. 2018.

¹² Do original: “*Informal builder Ricardo de Oliveira struggles with the government's plan for the future of Rio's Rocinha favela. Ricardo de Olivera is a Brazilian 'pedreiro', a real rebel architect. He has built over 100 houses with no formal training while utilising the most basic tools, all within his local community of Rocinha, Brazil's largest favela, situated right in the centre of Rio de Janeiro. Working on a variety of projects across the favela, including his own house, Ricardo explains how these simple buildings meet the social and budgetary needs of their clients. But as the city gears up for the World Cup and Olympic Games, life in Rocinha is changing and even Ricardo cannot escape the violence spilling over from the government's favela 'pacification' programme. Whilst Ricardo struggles to provide a better life for his own family, Brazil's new profile on the world stage has also led to an influx of urban planners, NGOs and well-meaning architects, all hoping to improve the physical*

Tabela 1 – Documentários exibidos por redes de televisão internacionais segundo levantamento e após primeira seleção

Título	Ano de exibição	Emissora(s)	Sinopse
7. <i>A Bumpy Road to Rio</i>	2015	BBC	O Rio de Janeiro está se preparando para o seu grande ano. A famosa cidade brasileira sediará os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016. Atletas de elite com deficiência de todo o mundo se reunirão para o que os organizadores dizem que serão os maiores paraolímpicos de todos os tempos – e a cidade está sendo preparada para recebê-los. Mas como é a vida cotidiana no Rio para as pessoas com deficiência – e como essas preparações paraolímpicas as afetarão? A correspondente da <i>Disability Affairs</i> , da BBC, Nikki Fox, viaja ao Rio para descobrir o nosso mundo. ¹³
8. Rio de Janeiro: <i>In the Shadow of the Hill</i> (originalmente feito para o cinema com 1h38min, adaptado para a TV, tendo 47min de duração)	2016	Al-Jazeera	Moradores da favela do Rio de Janeiro manifestam-se contra a brutalidade policial, a corrupção, a impunidade e a opressão impiedosa do estado. Em novembro de 2011, a Polícia Militar assumiu o controle da maior favela do Rio de Janeiro, Rocinha, expulsando as facções armadas de traficantes de drogas sem disparar um único tiro, em uma iniciativa do governo para "pacificar" as favelas. No entanto, pouco depois começaram a surgir relatos de abuso policial generalizado, que culminou com o desaparecimento do pedreiro local Amarildo de Souza. Ele foi visto pela última vez sendo levado para a delegacia de polícia para interrogatório, mas nunca voltou para casa. Sua família acreditava que ele tinha sido torturado e assassinado pela polícia, com impunidade, como muitos outros civis inocentes na cidade. Diante da brutal opressão, os moradores locais iniciaram um movimento de protesto, "Onde está Amarildo?", que abalou até os altos escalões das instituições brasileiras. ¹⁴
9. Copacabana Palace	2014 a 2017	BBC	Enquanto o Brasil se prepara para sediar a Copa do Mundo, <i>Copacabana Palace</i> segue as vidas dos funcionários e convidados em um dos hotéis mais emblemáticos da América Latina. O Brasil agora possui mais bilionários do que a Grã-Bretanha, e o Copacabana Palace é um ímã para a nova elite rica do Brasil. Em seus 90 anos de história, o hotel já foi anfitrião de todos, de Orson Welles a Justin Bieber e ao rei da Suécia.

conditions of the favela – and bringing with them the very real threat of gentrification. Luis Carlos Toledo, the architect behind the master plan for the government's regeneration of Rocinha, was considered a radical for working on favela urbanisation long before it became fashionable and says living conditions can and must be improved. However, even he starts to question the benefits of an attention-grabbing cable-car system, whilst thousands of residents are still without access to education or healthcare. The battle for the future of Brazil's favelas is on. Fonte: < <https://www.aljazeera.com/programmes/rebelarchitecture/2014/06/pedreiro-master-planner-201463095846773290.html>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

¹³ Do original: “*Rio de Janeiro is gearing up for its big year. The famous Brazilian city will host the 2016 Olympic and Paralympic Games. Elite disabled athletes from across the world will gather for what the organisers say will be the biggest Paralympics ever - and the city is being prepared to welcome them. But what is everyday life like in Rio for disabled people - and how will these Paralympic preparations affect them? The BBC's Disability Affairs Correspondent Nikki Fox travels to Rio to find out for Our World.*” Fonte: <<http://www.bbc.co.uk/programmes/n3csy4kn>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

¹⁴ Do original: “*Rio de Janeiro favela residents rally against police brutality, corruption, impunity and ruthless state oppression. In November 2011 military police took control of Rio de Janeiro's largest favela, Rocinha, forcing out armed gangs of drug traffickers without a single shot fired, in a government initiative to "pacify" the slums. However, shortly afterwards reports began to emerge of widespread police abuse, which culminated in the disappearance of local bricklayer Amarildo de Souza. He was last seen being taken into the police station for questioning but never came home. His family believed that he was tortured and murdered by the police, with impunity, like many other innocent civilians in the city. In the face of brutal oppression, local residents started a protest movement, "Where is Amarildo?", that shook the Brazilian establishment to the core.*” Fonte: <<https://www.aljazeera.com/programmes/witness/2016/11/rio-de-janeiro-shadow-hill-161130075613038.html>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

Tabela 1 – Documentários exibidos por redes de televisão internacionais segundo levantamento e após primeira seleção

Título	Ano de exibição	Emissora(s)	Sinopse
			Hoje, a gerente Andrea Natal lidera uma equipe de 600 pessoas que atendem aos caprichos dos hóspedes ricos e famosos. Mas luxo não sai barato; o preço inicial de uma noite no Copacabana Palace é de £ 400, e o preço de suas suítes VIP não é sequer divulgado. Mas em um país onde uma em cada cinco pessoas ainda vive abaixo da linha da pobreza, a realidade para muitos funcionários do hotel é muito diferente. Esse documentário para <i>This World</i> revela como a história do hotel reflete a sorte de toda a nação, e como o Brasil é cada vez mais um país de extremos extraordinários. ¹⁵
10. <i>Rio 50 Degrees: Carry on CaRIOca</i>	9 de setembro de 2016 (última exibição)	BBC	Verão de 2014. Enquanto o Brasil se prepara para sediar a Copa do Mundo da Fifa nesse verão e os Jogos Olímpicos de 2016, <i>imagine...</i> explora a história cultural e social da cidade do Rio de Janeiro, lar de mais de seis milhões de cariocas. Uma cidade de extremos, o Rio ainda é visto por muitos como um paraíso tropical, mas também é uma cidade dividida por classe, devastada pela pobreza e pelo crime armado. Com suas raízes e ritmos no samba, a música carioca influenciou diretamente décadas de mudanças sociais e culturais. <i>imagine...</i> viagens através de uma cidade extraordinária, ilustrada e narrada pelas músicas e vozes dessa metrópole brasileira. ¹⁶
11. <i>Gaycation</i>	9 de março de 2016	Viceland (EUA)	Ellen e Ian estão no Rio de Janeiro para o carnaval para ver como a comunidade <i>queer</i> vive. Ellen e Ian chegam ao Rio durante o carnaval para descobrir como a comunidade <i>queer</i> do Brasil vive em um lugar com a maior taxa de homicídios LGBTQ do mundo – uma jornada que os leva a um dos mais perigosos confrontos de suas vidas. ¹⁷

Fonte: Levantamento realizado pela autora a partir de dados disponíveis nos sites das emissoras de TV.

¹⁵ Do original: “As Brazil prepares to host the World Cup, Copacabana Palace follows the lives of the staff and guests at one of Latin America's most iconic hotels. Brazil now boasts more billionaires than Britain, and the Copacabana Palace is a magnet for Brazil's new wealthy elite. In its 90-year history, the hotel has played host to everyone from Orson Welles to Justin Bieber and the king of Sweden. Today, manager Andrea Natal heads a staff of 600, who cater for the rich and famous guests' every whim. But luxury doesn't come cheap; the starting price for a night at the Copacabana Palace is £400 and the price for their VIP suites isn't even made public. But in a country where one in five people still live below the poverty line, the reality for many of the hotel's staff is very different. This documentary for *This World* reveals how the hotel's story reflects the fortunes of the entire nation and how Brazil is increasingly a country of extraordinary extremes.” Fonte: < <https://www.bbc.co.uk/programmes/b043nqvw>>. Acesso em: 15 de jul. 2018.

¹⁶ Do original: “*Summer 2014. As Brazil prepares to host the Fifa World Cup this summer and the Olympic Games in 2016, imagine... explores the cultural and social history of the city of Rio de Janeiro, home to more than six million Carioca. A city of extremes, Rio is still seen by many as a tropical paradise, but it is also a city divided by class, ravaged by poverty and gun crime. With its roots and rhythms in samba, the music of Rio has directly influenced decades of social and cultural change. imagine... journeys through an extraordinary city, illustrated and narrated by the music and voices of this Brazilian metropolis.*” Fonte: < <https://www.bbc.co.uk/programmes/b044jg7d>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

¹⁷ Do original: “*Ellen and Ian are in Rio for Carnival to see how Brazil's queer community live. Ellen and Ian arrive in Rio during Carnival to find out how Brazil's queer community live in a place with the highest LGBTQ murder rate in the world--a journey which eventually leads them to one of the most dangerous confrontations of their lives.*” Fonte: < https://www.viceland.com/en_us/video/brazil/56a90e3f59b6e07a13d27d01>. Acesso em: 15 jul.2018.

Outra questão ainda presente nessa etapa diz respeito às particularidades dos programas de televisão apontadas por Machado e Vélez (2007) (meio no qual estão inseridos os produtos em análise), e que muitas vezes apresentam dificuldades de enquadramento – trata-se de um meio com produtos não homogêneos, que muitas vezes se apropria de produtos feitos originalmente para outras mídias (filmes feitos para o cinema – do qual temos o claro exemplo, no levantamento acima, do filme *In the Shadow of the Hill*, reeditado e exibido pela rede Al-Jazeera no programa *Witness* – e conteúdos publicados na internet, dentre outros). Como entender, para esta pesquisa, o que seria exatamente um documentário de televisão? Os autores reiteram que “um problema complicado é, portanto, distinguir entre obras feitas para a televisão e obras feitas nos estúdios de televisão para difusão em outros circuitos de exibição, como é o caso de muitos trabalhos de vídeo-arte” (MACHADO, VÉLEZ, 2007, p. 6). Para atender essa particularidade, foi considerado, tal como exposto anteriormente, como um dos fatores, o enquadramento do programa como “documentário” por seus produtores e/ou pela emissora, pois, como reiteram os autores, “investigações empíricas têm demonstrado que tanto a produção quanto a recepção televisiva continuam se baseando fortemente em núcleos de significação coerentes, como os formatos, os gêneros e os programas” (MACHADO, VÉLEZ, 2007, p. 5). Além disso, a BBC¹⁸ trabalha com muitas produções independentes (e outras redes também, mas na BBC há uma política muito clara a esse respeito), o que torna difícil – para não dizer impossível – uma seleção que tenha como requisito produções feitas essencialmente por redes de televisão internacionais ou que tenham partido exclusivamente de dentro de seus estúdios.

Sobre os procedimentos de análise

No que diz respeito aos procedimentos de análise, trago o modelo desenvolvido por Rose (2002) para investigar representações da loucura na televisão e que, segundo a autora, pode ser aplicado a outros materiais audiovisuais, também considerando, conforme Duarte (2017, p. 17), que

[...] os textos televisuais, embora se utilizem, para sua expressão, das mesmas linguagens convocadas por outras produções audiovisuais, pautam-se por uma “gramática” própria, estreitamente relacionada não só aos meios técnicos de

¹⁸ As políticas da BBC para produções independentes estão descritas em: < <https://www.bbc.co.uk/commissioning/tv/articles/how-we-do-business#programme-production-agreement>>. Todos os requisitos para o desenvolvimento de programas independentes, incluindo técnicos e de conteúdo, podem ser acessados em: < <https://www.bbc.co.uk/commissioning/tv/production>>. Ambos os *sites* foram acessados em: 15 jul. 2018.

produção, circulação e consumo de seus programas, como ao próprio modo de funcionamento da televisão comercial [...].

É interessante observar as semelhanças do método da autora com proposições clássicas da análise cinematográfica. A proposta metodológica flui entre um campo e outro por serem, tanto cinema, quanto televisão, produtos audiovisuais; no entanto, ainda que as similaridades aproximem as opções metodológicas, é necessário resguardar diferenças dos meios no que diz respeito às etapas de produção, circulação, distribuição/consumo, reprodução (HALL, 2013).

Embora a análise proposta neste trabalho esteja inscrita na etapa de produção, é necessário considerar todo o contexto em que o produto é produzido e consumido, bem como “as molduras econômicas, ideológicas e psicológicas que norteiam a ‘leitura’ [...] e a amplitude maior ou menor de seu alcance” (MACHADO, VÉLEZ, 2007, p. 2) – para tanto, ressaltam os autores, pode ser necessário buscar em outros materiais (como textos jornalísticos ou, mais especificamente no contexto deste trabalho, em documentos oficiais relacionados aos megaeventos), informações fundamentais para a análise e compreensão mais ampla de um programa de televisão.

Mendonça (2018) também ressalta, em sua pesquisa, tanto a necessidade de articulação dos vários níveis de estratégias de construção de sentidos e de enunciação, quanto de se levar em conta a circularidade comunicacional para que seja possível conhecer o fenômeno de forma mais precisa. Para tanto, propõe uma metodologia de análise que “leve ao máximo em conta a multiplicidade de aspectos que compõem as estratégias enunciativas, políticas e interacionais de tais produtos audiovisuais” (MENDONÇA, 2018, p. 68). Creio que, aqui, este também seja o grande desafio: buscar elementos da análise fílmica, da televisão e das narrativas para construir uma metodologia que possibilite uma leitura crítica da produção de sentidos e de imaginários nos produtos audiovisuais.

Os episódios serão analisados considerando suas dimensões de texto (narrações, diálogos, informações escritas), imagem (luz e posicionamento de câmera, por exemplo) e banda sonora (trilha musical, silêncio e paisagens sonoras), baseando-se no método proposto por Rose (2002), com o objetivo de analisar as dimensões verbais, visuais e sonoras do conteúdo semântico e estrutura narrativa dos episódios. Segundo a autora, no entanto,

A televisão é um meio audiovisual e deverá existir algum modo de descrever o visual, bem como a dimensão verbal. [...] É impossível descrever tudo o que está na tela e eu diria que as decisões sobre transcrição devem ser orientadas pela teoria. [...] Diferentes orientações teóricas levariam a diferentes escolhas sobre como selecionar e transcrever. (ROSE, 2002, p. 349).

Considero, tal como Aumont e Marie (2004, p. 39), que “não existe um método universal para analisar filmes” e que “a análise de um filme é interminável”. Assim, busco realizar análises das narrativas de forma a desconstruí-las sob a luz da perspectiva teórica, buscando identificar os “modos como imagens, figuras e discursos da mídia funcionam dentro da cultura em geral” (KELLNER, 2001, p. 77), sob a perspectiva do consumo dessa cidade-mercadoria cuja marca foi reconstruída por meio do *city branding*. Desta forma, ainda de acordo com Aumont e Marie (2004), procuro realizar a análise do filme como uma maneira de explicar de forma racionalizada os fenômenos observados nos filmes, com vistas à produção do conhecimento e à interpretação.

Também entendo, tal como Sánchez e Broudehoux (2013, p. 132-133), que “a produção da Cidade Olímpica é resultado de um intenso processo de construção de imagem que mobiliza múltiplos agentes e complexas estratégias territoriais”, sendo a comunicação – e, mais especificamente, a televisão internacional – parte essencial desta rede/trama composta por muitos “nós”. Tendo em mente essas questões, busco, neste trabalho, uma compreensão ampla e crítica sobre as relações entre dois dos principais agentes envolvidos na reformulação da imagem da cidade – a mídia e as estratégias urbanas – e as produções de sentidos veiculadas a partir dessas relações, de forma a refletir sobre a atual situação dessa marca-cidade, seus impactos e resultados.

1 TELEVISÃO, DOCUMENTÁRIO E A CONSTRUÇÃO DAS EMOÇÕES

Produzir um trabalho sobre televisão em 2020, tempos de conteúdo *on-demand*, *streaming*, convergência, já me pareceu muitas vezes uma má ideia, antiga, ultrapassada. Eu mesma não tenho TV aberta ou paga em minha casa. Foi necessário, para mim, entender os novos processos da TV expandida, e que ela ainda opera como importante produtor de subjetividades. No entanto, enquanto analisava os documentos do COI, fui convencida não apenas porque a televisão é ainda um grande produtor de subjetividades, mas também porque ela é central na geração de renda tanto do comitê, quanto da Fifa, a partir da venda dos direitos de exibição dos jogos, receita que gira na casa dos bilhões de dólares. Estima-se que a audiência desses megaeventos ultrapasse os 3,5 bilhões de pessoas ou, como salienta o COI, “metade da população mundial” (IOC, 2016, p. 34) (ainda que guardadas as devidas críticas a essa extrapolação, ela está presente no documento: “com metade da população mundial assistindo à cobertura dos Jogos Olímpicos do Rio, e mais cobertura de televisão e digital que nunca, 2016 provou ser outro momento decisivo na história das transmissões olímpicas”¹⁹). O mesmo foi divulgado em relação à Copa do Mundo da Rússia (FIFA, 2018).

O consumo da TV durante os megaeventos esportivos cresce a cada ano e ganha novos suportes físicos. No entanto, esse consumo não está restrito apenas ao período de realização dos eventos em si, ainda que seja ele o grande gerador de receitas para as organizações. A TV também opera na construção de imaginários sobre os Jogos Olímpicos, Copa do Mundo e o esporte em geral, produzindo sentidos sobre eles que contribuem para (ou desconstroem) sua relevância e seu alcance. Também poderíamos considerar que, para que um megaevento seja classificado como tal, é imprescindível que também sejam considerados o impacto na mídia (antes, durante e depois do acontecimento) e cobertura midiática (global) (FREITAS; LINS; SANTOS, 2014). Por fim, a saturação da cidade na mídia é considerada um dos benefícios intangíveis da estratégia de megaeventos (BURBANK; ANDRANOVICH; HEYING, 2001).

Assim, as produções pré-olímpicas compõem essa saturação midiática, ainda que não necessariamente sejam relacionadas com as (subordinadas, feitas sob demanda, ou provocadas pelas) organizações proprietárias dos megaeventos e as cidades, embora essas cidades possam atuar, por meio de suas equipes de Comunicação Estratégica, na sugestão de pauta para veículos de interesse ou, tal como foi o caso da produção de *Rio 50 Degrees*, as cidades-sede

¹⁹ Do original: “With half the world’s population watching coverage of the Olympic Games from Rio, and more television and digital coverage than ever before, 2016 proved to be another watershed moment in the history of Olympic broadcasting”.

possam estabelecer acordos de cooperação por interesses diversos (inclusive, essas estratégias compõem o planejamento de marketing de turismo, como é possível observar no Plano Aquarela 2020). Sob outro ponto de vista, observa-se em diversas produções midiáticas que a cidade-sede é classificada como o “centro dos olhos do mundo”, o que por si só já seria motivo de interesse jornalístico. “Tornar-se olhos do mundo” guarda uma relação estreita com a promessa do COI para cidades-sede que trataremos no capítulo seguinte deste trabalho.

Considerando que a estratégia de megaeventos pressupõe reconstrução de imagem (BURBANK; ANDRANOVICH; HEYING, 2001), avaliar documentários internacionais ajuda a entender esse processo. Isso porque, a despeito das promessas do COI, dos estratégicos do *city branding*, da estratégia de megaeventos ou do planejamento estratégico, as representações podem romper com o discurso oficial, como é o caso dos documentários que compõem o *corpus* deste estudo. Tratar a comunicação sobre a cidade como comunicação organizacional parece-me, nesse sentido, muito redutor e simplificador de todas as relações e conflitos que se dão no cotidiano urbano, além de desconsiderar também interesses específicos no contexto da produção (por exemplo, a linha editorial do programa ou da rede de televisão que irá exibir o produto). Se no âmbito da comunicação organizacional a construção e o controle da imagem de uma empresa ou produto já é considerado trabalho estratégico complexo, especialmente em épocas de mídias sociais, no que diz respeito à cidade como empresa ou mercadoria, o trabalho torna-se exponencialmente mais complexo.

Entendo, tal como Hall (2013a), que, em primeiro lugar, a produção da mensagem não é um processo transparente, tendo em vista a estrutura complexa de significação que constitui a mensagem; a recepção não é algo aberto, que ocorre de forma determinista na outra ponta do processo; e a cadeia de comunicação não opera de forma unilinear. Em segundo lugar, o contexto político no qual estão inseridos o processo e a necessidade que têm as questões políticas em lidar com a construção e reconstrução do sentido, bem como com a forma que ele é estabelecido e contestado, opera na direção do entendimento que: “[...] o significado não é fixo, de que não existe uma lógica determinante global que nos permita decifrar o significado ou o sentido ideológico da mensagem contra alguma grade. A noção de que o sentido sempre possui várias camadas, de que ele é sempre multirreferencial” (HALL, 2013a, p. 392-393).

É necessário, ainda segundo o autor, pensar a comunicação de massa como um processo composto por “uma estrutura produzida e sustentada através da articulação de momentos distintos, mas interligados – produção, circulação, distribuição/consumo, reprodução” (HALL, 2013, p. 428). O objeto, nesse processo

é composto por significados e mensagens sob a forma de signos-veículo de um tipo específico, organizados, como qualquer forma de comunicação ou linguagem, pela operação de códigos dentro da corrente sintagmática de um discurso. [...] O processo, desta maneira, requer, do lado da produção, seus instrumentos materiais – seus meios – bem como seus próprios conjuntos de relações sociais (de produção) – a organização e a combinação de práticas dentro dos aparatos de comunicação. Mas é sob a forma discursiva que a circulação do produto se realiza, bem como sua distribuição para diferentes audiências. Uma vez concluído, o discurso deve então ser traduzido – transformado de novo – em práticas sociais, para que o circuito ao mesmo tempo se complete e produza efeitos. Se nenhum “sentido” é apreendido, não pode haver “consumo”. Se o sentido não é articulado em prática, ele não tem efeito. (HALL, 2013, p. 429).

Pensar o processo a partir desse formato tem como principal benefício a compreensão de que cada momento, a partir de suas condições de existência, pode constituir uma ruptura no fluxo da produção. Dentro ainda do contexto de produção, também considero, tal como Gomes (2009, p. 9), “a TV como configuradora da realidade, como experiência de realidade na cultura contemporânea, como meio que embaralha as fronteiras entre realidade e ficção, entre informação e entretenimento”, e que é necessário compreender essas figurações do “real televisivo”, problematizando certas concepções. Nesse sentido, o desejo institucional de operar uma configuração do real a partir de um processo de produção que não é transparente conduz a um questionamento das formas possíveis de comunicação sobre a cidade, as quais não podem ser tão simplistas quanto prega a teoria do *city branding*, tema que será posteriormente aprofundado neste trabalho.

Esse desejo da cidade-empresa em controlar sua comunicação organizacional esbarra também nas táticas cotidianas dos cidadãos, que fazem circular das mais diversas formas – desde pichos a manifestações com milhares de pessoas nas ruas – suas visões sobre a cidade que se constrói, produzindo, por meio das práticas sociais, sentidos que entram em circulação, produzindo efeitos sobre as estratégias discursivas, pois tal como salienta Hall (2013, p. 431),

[...] embora as estruturas de produção da televisão originem os discursos televisivos, elas não constituem um sistema fechado. Elas tiram assuntos, tratamentos, agendas, eventos, equipes, imagens da audiência, ‘definições da situação’ de outras fontes e outras formações discursivas dentro da estrutura sociocultural e política mais ampla da qual são uma parte diferenciada. [...] a audiência é, ao mesmo tempo, a “fonte” e o “receptor” da mensagem televisiva.

No que diz respeito aos deslocamentos em relação à imagem planejada, há uma grande relevância no fato de esses discursos passarem a circular na mídia hegemônica, ainda que dentro também de um processo discursivo constituído a partir de um referencial de sentidos e ideias, de questões técnicas e institucionais, suposições sobre a audiência, dentre outros, pois, ao romper com essa produção de sentidos controlada estrategicamente pelo *branding* urbano, contribuiu para a emergência de toda uma gama de sujeitos e sociabilidades que lutam contra

um poder simbólico institucional, muitas vezes pelo direito básico de existência e autorrepresentação. Assim, busco compreender e explorar, aqui, uma parte do fenômeno que compõe a complexa rede de construção da “cidade olímpica”: a disputa discursiva que envolve a construção de sentidos sobre a “marca Rio”.

Vale ressaltar também que os Jogos Olímpicos, assim como outros megaeventos, são um fenômeno de comunicação produzido em uma cidade e reproduzido midiaticamente ao redor do mundo; e, dada a importância da marca, seus organizadores atuam de forma a controlar as construções de sentidos sobre eles. Considerando que a mídia, conforme salientado anteriormente, atua na construção de realidades, esse desejo de controle da narrativa pelos organizadores como exercício de poder, tende, por interesses diversos, a silenciar as deficiências do processo. Os megaeventos são, assim, construídos também pela mídia com credibilidade e prestígio (SPA; RIVENBURGH; LARSON, 1995), tanto que um dos pontos ressaltados pelo COI para as cidades-sede é associar a marca-cidade à marca olímpica, conforme será destacado no capítulo posterior deste estudo. Nesse sentido, romper com essa realidade construída inclusive pela TV usando a própria TV, ocupando certos espaços para fazer emergir os questionamentos em relação aos benefícios de sediar um megaevento, é disputar, de certa forma, esse exercício de poder.

1.1 O Movimento Documentário Britânico e os documentários de televisão

O termo “Documentário” é comumente associado somente ao cinema e, em especial, a um cinema não *mainstream*. Em muitos trabalhos que apresentei em congressos científicos, havia dúvidas em relação ao que seriam os “documentários de televisão”. Mesmo sendo um gênero cuja origem se dá no cinema, uma de suas escolas mais clássicas – a Escola Britânica de Documentário (também conhecida como Movimento Documentário Britânico ou Escola Griersoniana) – deixa um grande legado no contexto televisivo tanto no que diz respeito à linguagem, quanto até mesmo da participação de seus fundadores na adaptação da linguagem ao novo meio que surgia, evidenciando que há mais relações entre o gênero e a televisão do que costumamos supor.

Manuela Penafria (2006, 1999) ressalta que, embora o cinema tenha se iniciado com registros *in loco* dos acontecimentos da vida cotidiana, e que essa é a base do filme documentário, este ainda não se compunha como gênero – seu desenvolvimento se dá nos anos de 1930, na Grã-Bretanha, com John Grierson, que passa a defender o documentário em suas

potencialidades.²⁰ Barnouw (1974) destaca que Grierson via o documentário como uma “missão” de “não apenas explicar, mas inspirar”, “trazer aos olhos dos confins da terra para a história, sua própria história” (BARNOUW, 1974, p. 85), e não via problemas como o termo “propaganda”, dizendo, inclusive, que “via o cinema como um púlpito” (BARNOUW, 1974, p. 85). Grierson entendia que o documentário era uma categoria superior em relação às demais produções, e que deveria ter função social e pedagógica, de educação pública (PENAFRIA, 1999).

Grierson ganha destaque a partir de seu filme *Drifters*, de 1929, impulsionando o chamado “movimento documentarista britânico”. O filme é descrito como “um golpe de relações públicas para uma importante indústria de exportação britânica” no documentário *Britain Through A Lens: The Documentary Film Mob* (2011). Segundo Penafria (2006, p. 2), Grierson define o documentário como “tratamento criativo da realidade”: combinar e recombinar o material recolhido *in loco*, trabalhá-lo de forma criativa para revelar algo sobre os fenômenos tratados (fenômenos, no caso, eram os problemas sociais e econômicos da Grã-Bretanha nos anos 1930, apresentados como crise passageira a ser solucionada pelo governo), de forma a “revelar a realidade do objeto tratado”. Barnouw (1974) destaca que *Drifters* foi determinante na carreira de Grierson, que se tornou um “organizador criativo” (p. 89) com grande atuação no *Empire Marketing Board*²¹, de forma a criar a *EMB Film Unit* para atuar na consolidação do Império Britânico. Ele levantava fundos, gerenciava e supervisionava todas as produções, administrando uma equipe que começa com dois funcionários e chega a mais de 30 – pessoas com pouca ou nenhuma experiência profissional. Para inspirar seus funcionários ante as dificuldades, Barnouw (1974) destaca que Grierson trouxe dois grandes nomes para o grupo: o estadunidense Robert Flaherty, com quem havia trabalhado anteriormente nos EUA, e o brasileiro (erradicado na França) Alberto Cavalcanti, os quais trabalharam com fotografia e som, respectivamente.

Grierson entendia que seu trabalho era, em primeiro lugar, de “propagandista”, e em segundo lugar, de cineasta. “Era parte da genialidade de Grierson que ele pudesse construir uma

²⁰ Apesar do desenvolvimento do documentarismo ter se dado na Grã-Bretanha, o primeiro filme do gênero é *The Nanook of the North*, de Robert Flaherty, lançado nos Estados Unidos em 1922 (BARNOUW, 1974).

²¹ O *Empire Marketing Board* (EMB – 1926-1933) foi criado na Grã-Bretanha entre guerras com a finalidade de manter o império “vivo” ante as colônias cada vez mais independentes, por meio da criação e manutenção de laços comerciais, científicos e culturais entre o Reino Unido e suas colônias. Dirigido por Sir Stephen Tallents, englobava tudo, desde cinema-documentário até demonstrações de yoga. Fonte: <http://www.screenonline.org.uk/film/id/513720/>. Acesso em: 09 de ago. 2018. O autor do texto, Scott Anthony, foi responsável pelo estudo que deu origem à publicação *Public Relations and the Making of Modern Britain*, pela Manchester University Press em 2012.

atmosfera de entusiasmo pela propaganda necessária e vital, sem nunca ter sido muito claro sobre seu objetivo, além da ideia geral de que era a educação para a cidadania, visando uma vida melhor e mais rica” (BARNOUW, 1974, p. 90).

Após a dissolução do *Empire Marketing Board*, em 1934, a *EMB Film Unit* migrou para o *General Post Office*, tornando-se *GPO Film Unit*. Barnouw (1974) ressalta que o *General Post Office* era uma espécie de Ministério das Comunicações, que se encarregava também do desenvolvimento da radiodifusão e da televisão, e que Grierson viu uma oportunidade para explorar o que seria seu tema favorito: “o papel da comunicação na sociedade moderna” (BARNOUW, 1974, p. 93). Penafria (2006, p. 2) destaca que

Enquanto alternativa ao filme de ficção e aos filmes de actualidade, o filme documentário facilitava uma tomada de consciência social para problemas que a todos diziam respeito. Os filmes deste movimento eram concebidos tendo como suporte uma ideia de utilidade pública. A escola de Grierson contribuiu para a divulgação das medidas governamentais para a resolução dos problemas da Grande Depressão dos anos 30. Um conjunto de técnicas específicas identifica esses filmes e, ao mesmo tempo, adequam-nos aos propósitos de divulgação governamental, nomeadamente, uso de *voz off* (locução) e a chamada “*problem structure*” (os problemas da Grã-Bretanha eram apresentados como um momento menos bom na evolução desse grande país, esses problemas seriam facilmente ultrapassados pois o Governo estava a implementar medidas concretas).

A autora (1999, 2006) também aponta que o movimento documentarista britânico não era exatamente um projeto de cinema, considerando que sua ideia central era a função e utilidade social dos filmes. No entanto, Grierson se destaca pela importância dada ao tratamento do material (em relação ao simples uso) e pela ideia de autenticidade do resultado (em detrimento da autenticidade do material). E, embora ele tenha reconhecido que há várias formas de se organizar um material de forma a se gerar pontos de vista distintos, isso foi “esquecido”, tendo em vista a forte defesa da função social do documentário.

Apesar dos diversos ataques à escola de Grierson tanto em nível teórico, quanto em nível prático, o legado do documentarista vai muito além da classificação do gênero documentário:

Concluindo, poderemos dizer que o documentarismo assenta em três princípios: a obrigatoriedade de se fazer um registo *in loco* da vida das pessoas e dos acontecimentos do mundo, deve apresentar as temáticas a partir de um determinado ponto de vista e, finalmente, cabe ao documentarista tratar com criatividade o material recolhido *in loco*, podendo combiná-lo e re-combiná-lo com outro material (por exemplo, legendas, outro tipo de imagens, etc.). Estes princípios que têm como suporte o passado histórico do documentário marcam a identidade do filme documentário; trata-se de um filme possuidor de um estilo de produção próprio e distinto da restante produção fílmica. No entanto, as características que a escola de Grierson associou ao documentário e que não lhe eram de todo inerentes marcaram-no profundamente. O documentário ficou conotado como sendo um filme de responsabilidade social onde predomina a voz em *off* (esta é uma das razões porque o documentário é geralmente confundido com a reportagem) de tom sério, pesado e, conseqüentemente, vulgarmente entendido como maçador e aborrecido. Ao

apresentar-se como tal apenas ganhou nos últimos anos nada mais que uma forte marginalização. Os estereótipos que lhe estão associados (por exemplo, supor-se que as problemáticas sociais são as temáticas mais adequadas para serem tratadas pelo documentário) assentam necessariamente na herança que a escola de Grierson lhe legou. (PENAFRIA, 1999, p. 3).

O ideal de Grierson sobre o documentário como educativo vai diretamente ao encontro dos valores pregados pela *British Broadcasting Corporation* (BBC). Originalmente chamada de *British Broadcasting Company*, foi fundada em 18 de outubro de 1922 por um grupo de empresários, dentre eles, John Reith, que tinha como visão uma emissora independente, livre de interferência política e comercial, com a finalidade de educar, informar e entreter toda a nação.²² Em 1927, tornou-se a *British Broadcasting Corporation* por ato do rei George V (*Royal Charter*²³), John Reith foi nomeado *Sir* e primeiro diretor-geral da emissora. Jean Seaton, professora de História da Mídia da *University of Westminster* e historiadora oficial da BBC, salienta que o *Royal Charter* é a base constitucional da BBC, oficializando sua função pública e garantindo sua independência.²⁴ O primeiro *charter*, cujos efeitos datam de 1º de janeiro de 1927 e têm a duração de dez anos, reconhece a BBC como instrumento de educação e entretenimento:

E considerando que, tendo em conta o interesse generalizado que demonstra ser desejado pelo Nosso Povo no Serviço de Transmissão e do grande valor do Serviço como meio de educação e entretenimento, Nós consideramos desejável que o Serviço seja desenvolvido e explorado para a melhor vantagem e no interesse nacional. (THE ROYAL CHARTER, 1926, p. 1).²⁵

Os documentos subsequentes mantêm o ideal educativo e expandem a função da emissora, incluindo em seu rol de atividades a disseminação da informação. Em 2 de novembro de 1936, a BBC inaugura o primeiro serviço regular de televisão em “alta definição” do mundo e tem rápido desenvolvimento entre 1936 e 1939.²⁶ No ano de seu lançamento, produz o filme *Television Comes to London*, feito para documentar como a televisão chegou ao Alexander Palace,²⁷ local onde funcionavam os estúdios da emissora. No site *BBC Genome Project*,²⁸ que

²² Fonte: <http://downloads.bbc.co.uk/historyofthebbc/1920s.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2018.

²³ Sobre o funcionamento dos *Royal Charters*, ver: <https://www.theguardian.com/media/2012/dec/07/leveson-inquiry-royal-charter-history>. Acesso em: 10 ago 2018.

²⁴ Fonte: <https://www.bbc.co.uk/historyofthebbc/charter-archive>. Acesso em: 10 ago. 2018.

²⁵ Do original: “*And Whereas in view of the widespread interest which is thereby shown to be taken by Our People in the Broadcasting Service and of the great value of the Service as a means of education and entertainment, We deem it desirable that the Service should be developed and exploited to the best advantage and in the national interest*”.

²⁶ Fonte: <http://downloads.bbc.co.uk/historyofthebbc/1930s.pdf>. Acesso em: 10 de ago. 2018.

²⁷ Fonte: <<https://www.bbc.co.uk/programmes/p02cjphq>>. Acesso em: 13 de ago. 2018.

²⁸ Fonte: <<https://genome.ch.bbc.co.uk/>>. Acesso em: 13 ago. 2018. Foi realizada uma pesquisa com a palavra-chave “*documentary*” – documentários não identificados como tal foram excluídos do resultado, tais como *The Hert of an Empire* (1946) e *The Palace of Westminster* (1947), ambos produzidos para construir a ideia

reúne informações impressas na revista *Radio Times* entre 1923 e 2009, é possível encontrar outras referências a documentários produzidos e exibidos pela emissora no fim da década de 1930: *The World of Women: The Making of Documentary and “Secrets of Nature” Films: Mary Field*, exibido em 25 de janeiro de 1937; *Soho*, exibido em 19 de abril de 1939; e *Salute to America*, de 8 de maio de 1939.

Durante a Segunda Guerra Mundial, a BBC suspende seus serviços de televisão; os filmes documentários, no entanto, continuavam a ser produzidos pelos discípulos de John Grierson, nos moldes do Movimento Britânico. Em 10 de dezembro de 1946, a BBC exibe *Early History of the Film*, programa descrito como “uma pesquisa ilustrada de Roger Manvell de documentários britânicos de 1929-1935”.²⁹ Em 27 de maio de 1947, John Grierson, que havia assumido como diretor de Comunicação de Massa da Unesco, discute no programa *The Film* o uso dos documentários pela Grã-Bretanha; a partir daí, a rede passa a investir mais nos documentários. O mesmo programa traz Roger Manvel para discutir o formato como “uma janela para o mundo”, em 16 de junho de 1947. Em 3 de novembro de 1947, a BBC lança *I Want to Be a Doctor*, classificado como um “programa documentário para televisão”, com o objetivo de mostrar “o que acontece com o aluno admitido e tenta delinear a tradição do ensino médico descrevendo o legado de conhecimento que é transmitido de geração em geração”.³⁰ No mesmo ano, exibe os filmes *Song of Ceylon*, dirigido por Basil Wright e produzido por Grierson, *Early One Morning* e *The Floods* (vencedor do Festival de Cannes na categoria Documentário daquele ano).

Em 8 de abril de 1948, exibe um documentário de televisão produzido por John Grierson chamado *Unesco*, sobre a atuação da organização no mundo pós-guerra e na recuperação da Bacia Amazônica. Diversos programas e filmes documentários compõem a grade da emissora nesse ano, que tem como destaque um documentário seriado: *Magistrate’s Court*, composto por uma série de três programas documentários.³¹ O modelo seriado é aplicado novamente no início do ano seguinte em *London after Dark*.³² Chapman (2015) destaca que

Alguns documentaristas responderam entusiasticamente à promessa da televisão. Duncan Ross, por exemplo, que havia sido produtor assistente de Paul Rotha³³ para a *Britain Can Make It* antes de ingressar na BBC no final da década de 1940, viu o

de estado-nação, tal como aponta Chapman (2015); bem como documentários feitos para o cinema e exibidos pela BBC no período pós-guerra.

²⁹ Fonte: <<https://genome.ch.bbc.co.uk/0a8ff933a85b4f3594302fbec18bc91a>>. Acesso em: 13 ago. 2018.

³⁰ Fonte: <<https://genome.ch.bbc.co.uk/9d37302a5cea42b68e65a1ebd9cdf627>>. Acesso em: 13 ago. 2018.

³¹ Fonte: <<https://genome.ch.bbc.co.uk/a71e01b1581241539a4ab47b9ad6d9d1>>. Acesso em: 13 de ago. 2018.

³² Fonte: <<https://genome.ch.bbc.co.uk/6e1c0bb99a164017b53a8989b57bd4ac>>. Acesso em: 13 ago. 2018.

³³ Paul Rotha foi um dos formadores do Movimento Documentário Britânico e escreveu com John Grierson o livro *Documentary Film* (1935).

documentário de televisão na tradição Griersoniana de “o tratamento criativo da realidade”. A ideologia do serviço público de radiodifusão britânica – como manda o *Royal Charter* tanto para a *British Broadcasting Corporation* quanto para sua rival comercial *Independent Television* – combinava com o *ethos* educativo e socialmente propositivo do projeto documental. (CHAPMAN, 2015, p. 172).

Fox (2013) destaca que entre o início da década de 1950 e a metade de 1960 a televisão se popularizou, passando por uma revolução em suas formas de produção e consumo. Sua programação era composta por comédias, performances, variedades, notícias e programas factuais voltados para educação e entretenimento. No entanto, a TV era vista como “trivial”, voltada para o “gosto popular” e refletia um “cotidiano mundano”, o que gerava um desejo de regulação para incluir programas mais “sérios”, com “melhor” conteúdo, incluindo os documentários. Chapman (2015) também aponta o crescimento da televisão como um grande potencial de público para os documentaristas: na década de 1960, 90% dos lares britânicos tinham acesso ao serviço, somado ao declínio dos espectadores no cinema.

O desenvolvimento do documentário para televisão se dá também em um contexto institucional distinto do Movimento Documentário Britânico dos anos 1930: a existência de diretrizes em relação à publicidade, que culminou com a necessidade de produção de conteúdo próprio, proporcionando, em parte o surgimento de novos formatos e estilos de acordo com a tecnologia e estética específica do meio (dentre eles, o *current-affairs* e o observativo), enquanto ainda dava continuidade a práticas vigentes com o docudrama (ou drama documentário), já que a televisão pós-guerra estava intimamente relacionada com os formatos desenvolvidos anteriormente pelo cinema e pelo rádio. Em 1955, o monopólio da BBC se encerra com a criação da ITV, gerando competição entre as emissoras (ainda que a ITV também tivesse a finalidade de prestar um serviço público) (CHAPMAN, 2015).

Chapman (2015) diz que o documentário na televisão britânica pode ser entendido em um processo institucional de negociação: na BBC, por exemplo, houve uma separação do *current affairs*, incorporado pelo *Talks and Features Department*, enquanto o documentário não era reconhecido – passando a sê-lo somente após a criação do *Documentary Department*, em 1953, por Cecil McGivern, que ocupava o cargo de diretor de Programas de Televisão, e responsável também por levar Paul Rotha à chefia do departamento. O autor destaca que

Como outros documentaristas, Rotha ficou inicialmente animado com as possibilidades oferecidas pela televisão. Em 1953, ele disse ao colega documentarista Stanley Hawes que a televisão era “nosso meio” e detectou na BBC um “novo e contagiante entusiasmo [...] reminescente do documentário dos anos 30”. No entanto, sua passagem pela BBC seria breve e infeliz. O episódio destaca as dificuldades de adaptar as práticas de trabalho do documentário (pequenas unidades operando com um considerável grau de liberdade criativa) nas estruturas institucionais da televisão (grande, burocrática e hierárquica). Rotha evidentemente viu o documentário de

televisão como uma extensão do filme documentário: sua principal contribuição na BBC foi uma série de 12 episódios chamada *The World is Ours*, que foi produzida em película e examinou o trabalho da UNESCO e de outras agências das Nações Unidas. Rotha entendeu *The World is Ours* como uma continuação da tradição do documentário social de filmes como *World of Plenty* e *The World is Rich*. Mas os membros mais jovens do *Documentary Department* tinham origens diferentes, incluindo teatro (Steve McCormack), jornalismo (Norman Swallow) e rádio (Denis Mitchell), e eles não necessariamente se lançaram na mesma tradição do documentário social como Rotha. McCormack, que produziu os programas de variedade *About Britain* e *London Town*, sugeriu que o impulso do documentário da BBC era mais jornalístico do que político: “Estávamos realmente interessados em Londres e em como apresentar a variedade, a infinita variedade, de Londres aos espectadores. Nós não tínhamos nenhum cunho político. Nós não nos importávamos com nada [...] Você quase poderia dizer que éramos ingênuos”. (CHAPMAN, 2015, p. 175-176).

Na rede comercial britânica, o processo institucional se deu de forma distinta: a produção de documentários visava atender a demanda de programas para “conscientizar” o público (função educativa pregada pelo *Royal Charter*), tendo em vista a “responsabilidade social” pregada pela *Independent Television Authority* (ITA), reguladora da televisão comercial. Um exemplo desse marco regulatório é a contratação de John Grierson pela *Scottish Television* (STV) para produzir a série documental *This Wonderful World*, exibida entre 1957 e 1965 (segundo Fox (2013), Grierson era reconhecido na Escócia como um excelente analista em mídia e educação e foi considerado a figura ideal para alavancar a autoestima e a relevância cultural da emissora). Na década de 1960, o prestígio do documentário aumenta na televisão, tendo como grande expoente da aceitação do formato o programa *Royal Family* (1969). Produzido pela BBC, foi transmitido também pela ITV, atingindo cerca de 63% da população britânica (CHAPMAN, 2015).

Assim como questões institucionais, questões estéticas e tecnológicas foram cruciais no desenvolvimento do documentário para a televisão, especialmente em relação à necessidade que as limitações tecnológicas do meio impunham, até o fim da década de 1950, que os programas fossem “ao vivo”. Chapman (2015) destaca que o surgimento das câmeras de 16mm e do gravador portátil em 1963 criaram as condições necessárias para o florescimento do documentário de televisão. Em termos estéticos e de linguagem, o autor destaca que o *docudrama* foi o formato pensado, na década de 1950, para se adequar ao meio. Tratava-se de uma forma híbrida entre o drama de estúdio e o documentário, a qual era vista tanto como uma forma de controlar editorial e tecnicamente o material documental por meio da dramatização, quanto de atender a demanda ideológica televisiva (educativa) com o apelo popular. Caryl Doncaster, um dos primeiros membros do *Documentary Department* da BBC, viu o docudrama “como uma alternativa ao formato *Talks*: ‘O *talks* informa. O documentário dramatizado interpreta. Um apela ao intelecto, o outro às emoções’” (CHAPMAN, 2015, p. 179). O formato,

no entanto, não foi inteiramente aceito pela crítica, a qual entendia que a dramatização comprometia o senso de “verdade” do documentário (segundo Chapman (2015, p. 180), um crítico teria dito: “se não é literalmente verdade, não é documentário, mas outra coisa”); não se pode dizer o mesmo em relação ao público, o qual, segundo pesquisa desenvolvida pelo *Audience Research Department* da BBC, não apenas distinguia o que era do que não era reconstrução dramática como a dramatização não impedia o engajamento com o produto final. O formato tornou-se obsoleto com as novas tecnologias da década de 1960, mas deixou marcas em produtos posteriores – por exemplo, no desenvolvimento das telenovelas.

Os discursos institucionais sobre o documentário televisivo foram influenciados pelo desenvolvimento da tecnologia de gravação. Chapman (2015, p. 180-181) destaca que documentos da BBC

revelam que a corporação estava muito envolvida com debates teóricos sobre *cinéma vérité* nos anos 1960. De fato, como Brian Winston apontou corretamente, não foi o movimento francês de *cinéma vérité*, encabeçado por documentaristas como Jean Rouch, que orientou a prática documental da televisão, mas sim o contemporâneo *Direct Cinema*, associado a cineastas norte-americanos como Richard Leacock e Albert e David Maysles. A noção de *vérité* da BBC era mais próxima do *Direct Cinema* (que pretendia observar de maneira “objetiva”, sem a intromissão da câmera) do que da escola francesa (que envolvia a interação entre o cineasta e o sujeito com a câmera como um catalisador para encontrar alguma “verdade” mais profunda). Foi durante a década de 1960 que a ideia da televisão como “janela do mundo” – uma expressão institucionalizada nos discursos de produção de documentários *current affairs*,³⁴ como o *Panorama* – foi popularizada. No entanto, isso não sugere que o documentário televisivo tenha sido menos mediado do que seus equivalentes cinematográficos. Um manual de treinamento da BBC do início dos anos 1970 afirma que “até mesmo o mais puro” *ciné vérité* nunca pode ser – e de fato nunca deveria ser – totalmente livre da direção cotidiana”. O papel do diretor era interpretar a matéria-prima – mais uma variação do “tratamento criativo da realidade” [Griersoniano]. No entanto, as práticas institucionais do documentário televisivo policiam a extensão de seu “tratamento criativo” com bastante rigor.

Outro fator fundamental na formação do documentário televisivo diz respeito ao seu tempo de duração para que pudesse ser “encaixado” na grade de programação, limitando as possibilidades de edição. Dessa limitação, no entanto, surgiu uma maior exploração do formato seriado, alguns com longevidade extraordinária (*Horizon*, da BBC, por exemplo, foi lançado em 1964 e permanece até o presente momento na grade da emissora). Também ligada a essa questão, temos a emergência do documentário observativo, também conhecido por *fly-on-the-wall* (FoW), que também deriva do *Direct Cinema*. Apesar de um início marcado pelo foco em

³⁴ O formato *current affairs*, amplamente utilizado pela televisão até os dias atuais, apesar de guardar semelhanças com o documentário (por exemplo, a missão de educar e informar, característica do Movimento Documentário Britânico), é definido como outro tipo de produto pela indústria (também conhecido por *talks*). Trata-se de uma categoria que não possui equivalente no cinema e foi definida em contextos ideológicos e institucionais específicos, com maior cunho político e jornalístico (CHAPMAN, 2015).

espaços privados e familiares, no fim dos anos de 1970 passa a abordar instituições públicas e grupos profissionais, em uma proximidade com o legado do Movimento Documentário Britânico. O *fly-on-the-wall* tornou-se popular entre produtores de televisão por ser relativamente barato de produzir e por captar a atenção do público, mas também “demonstra a capacidade da televisão de abordar temas sociais por meio da forma de documentário” (CHAPMAN, 2015, p. 200).

Com a desregulamentação e competição implantadas pelo *Broadcast Act of 1990*, de orientação thatcherista, a televisão britânica passa pela maior mudança ideológica e institucional de sua história desde a criação da ITV, em 1955, com impactos profundos para a televisão e para o lugar do documentário. A competição aumentou, os orçamentos diminuíram e os números da audiência se tornaram a principal preocupação, enfraquecendo consideravelmente o caráter de serviço público da BBC. Diversos programas foram descontinuados, tanto *current affairs* como documentários, que passaram a ser considerados “programas de nichos” em canais específicos, como *Discovery Channel* e *History Channel* – desse cenário, emerge uma “crise” no documentário de televisão britânico. Dover (2004) ressalta que não apenas questões estruturais e culturais contribuem para mudanças nos formatos, mas também as percepções dos produtores sobre o gênero e suas tradições, assim como sua lealdade a ele. Nesse sentido, a prática profissional (e o funcionamento da indústria cultural como um todo) também possui impacto como comunidade simbólica que constrói práticas comuns, tradições e percepções de gênero – e, tal como abordado na seção anterior deste trabalho, gênero, formato e programa ainda são definições centrais tanto para a produção, quanto para a recepção televisiva (MACHADO; VÉLEZ, 2007).

Em sua pesquisa sobre a identidade profissional, crenças e práticas de documentaristas, Caroline Dover (2004) identifica, além do compartilhamento de práticas comuns de trabalho, tradições e suposições ideológicas, que os documentaristas trabalham com definições vagas sobre o que seria o “documentário de televisão”, normalmente girando em torno das diferenças em relação a outros tipos de programas (como *current affairs* e jornalismo), demonstrando uma flexibilidade dos limites conceituais, suas regras, e elas estão mudando. E ressalta:

o gênero documentário, embora escorregadio, é um conceito poderoso que agrega uma variedade de praticantes em torno de valores compartilhados. E assim, diretores /produtores de documentários compõem uma comunidade que é delimitada não tanto em termos físicos, mas simbólicos, por práticas comuns, linguagem e percepções compartilhadas de tradições e regras. Estas características são flexíveis e são adaptadas por membros individuais ao longo do tempo, mas são tratadas como se fossem constantes na construção da identidade profissional e na separação de diretores/produtores de documentários de outros praticantes da televisão. (DOVER, 2004, p. 244).

Três novas categorias de documentário, com novas linguagens, surgiram no contexto da “crise” do documentário britânico da década de 1990: de serviços de emergência, o “faça você mesmo” e o “*undercover vérité*”, o que seria uma evidência da flexibilidade e atemporalidade da forma documental. Formatos híbridos também emergem nesse período, como o *docusoap*, um híbrido entre documentário e novela que adota o modelo observacional para documentar indivíduos em suas vidas privadas ou em seus trabalhos. Novos modelos, no entanto, não excluíram os tradicionais, como o docudrama. Isso demonstra, segundo Chapman (2015), que a diversidade da forma para a televisão é o ponto mais marcante da história do documentário televisivo, com formas narrativas específicas para a tela pequena. Trata-se, ainda segundo o autor, da flexibilidade do meio, que permitiu mais inovações na prática documental que o cinema, e da audiência massiva que o meio possui.

É necessário destacar a importância que o Movimento Documentário Britânico possui na construção do gênero, bem como que os documentários têm sido parte da grade da televisão britânica desde sua constituição, reforçada, em parte, pela missão educativa de uma rede pública, a qual possibilitou uma grande quantidade de produtos de qualidade veiculados, contribuindo ainda para a consolidação da televisão como principal meio de trabalho de documentaristas desde o fim da Segunda Guerra Mundial (e também que a visão do documentário de cinema é de um produto maçante, conforme destacou Penafria). O surgimento de múltiplos formatos documentais, segundo Dover (2004), demonstra uma potencial flexibilidade da televisão documental britânica, mas também a capacidade do gênero de preencher os requisitos de programação quando outros produtos falham ou entram em crise.

Essa tradição documental pode ser vista na seleção do *corpus* aqui apresentada: dos 11 produtos levantados, quatro foram veiculados pela BBC e um pelo Channel 4 (também britânico); dois pela Al-Jazeera, cuja operação se iniciou a partir da contratação de funcionários da BBC World Service;³⁵ um é da CBC Canadá, país para onde Grierson foi enviado em 1939 pelo *Imperial Relations Trust* para “aplicar suas habilidades organizadoras em outra parte do império” (BARNOW, 1974, p. 99); e *Building the World Cup* foi produzido por uma empresa inglesa, totalizando ao menos nove produções que guardam de alguma forma as tradições inglesas.

³⁵ Fonte: <<https://www.theguardian.com/media/2005/oct/26/broadcasting.bbc>>. Acesso em: 28 ago. 2018.

1.2 A trilha sonora e suas narrativas musicais

A presença de intervenções sonoras existe desde o surgimento do cinema, por meio dos acompanhamentos musicais ou de dublagens ao vivo feitas atrás da tela (CARVALHO, 2007; SBABO, 2017). A partir do momento que o cinema torna-se falado (em oposição a tornar-se “sonoro”, já que o é desde seu surgimento), em 1927, entende-se que ele é construído em duas bandas da película: a sonora e a visual. A banda sonora é conhecida como “trilha sonora”, e é composta por elementos como música, efeitos sonoros (tais como ruídos e outros sons) e voz, integrando a linguagem cinematográfica (CARVALHO, 2007). Nesse sentido, “a trilha sonora [...] participa da articulação e da organização da narrativa cinematográfica compondo um elemento de sua montagem. E desse modo, a percepção fílmica é ‘áudio (verbo) visual’ e permite numerosas combinações entre sons e imagens visuais” (CARVALHO, 2007, p. 2).

O sincretismo das linguagens sonora e imagética no audiovisual, especialmente no cinema documental, foi por muito tempo pouco explorado (SBABO, 2017) ou objeto de uma crítica cotidiana que ignorava, ou até mesmo não compreendia a materialidade sonora do cinema (CARVALHO, 2007). Nos últimos anos, no entanto, há um emergente interesse acadêmico pelo campo (MIRANDA, 2016; COSTA, 2013), especialmente no que diz respeito a estudos que contemplem a materialidade da música (e da trilha sonora, de forma mais ampla), na construção de sentidos no audiovisual, compreendendo imagem e som como elementos integrantes do mesmo valor, e não como se o som fosse apenas um acessório da imagem. Cresce o entendimento de que se faz necessário explorar os sentidos construídos pelo som no audiovisual.

A produção científica sobre a sincronização das imagens com os sons no cinema (e que usaremos aqui para os produtos audiovisuais de televisão) segue modelos teóricos relacionados à semiótica, à linguística, a estudos da psicologia aplicada à música e a técnicas cinematográficas (BAPTISTA, 2007). Os estudos clássicos/dominantes a respeito do tema trazem a abordagem de uma “impressão da realidade”, de convenções que visam

especializar os elementos sonoros oferecendo-lhes correspondentes na imagem visual, o que garante uma combinação redundante e simplista. Esta concepção de trilha sonora respeita a linearização da narrativa e de seu impacto dramático para a obtenção dos efeitos realistas e da mobilização emocional do espectador. (CARVALHO, 2007, p. 2).

O entendimento de que a música também tem funções narrativas dentro dos filmes tem em seu expoente o trabalho de Claudia Gorbman. A autora propõe que, “ao favorecer os

elementos narrativos do filme, a música típica do cinema narrativo clássico permanece a maior parte do tempo ‘transparente’ e imperceptível para o espectador” (MIRANDA, 2011, p. 26), contribuindo para um processo de “sutura” narrativa. Ángel Rodríguez, por sua vez, considera que a linguagem audiovisual é uma organização da imagem e do som feita artificialmente de forma a transmitir ideias e/ou conceitos que deve ser ajustada à capacidade humana de percepção e interpretação, ou seja, engloba uma vontade prévia do enunciador com a cultura iconográfica, literária e dramática da civilização atual, e tem como característica a capacidade de simulação (ou dissimulação) do real, buscando expor uma ideia ou situação que seja “a mais parecida possível com a realidade” (MARQUES, 2016, p. 798).

Marques (2016, p. 802) salienta ainda que, tal

[...] como atesta Rodríguez (2006, p. 278): “o áudio não atua em função da imagem e dependendo dela; atua como ela e ao mesmo tempo que ela; nossos ouvidos não dependem de forma alguma de nossos olhos para processar informação; atuam em sincronia e em coerência com eles”. Acrescentaríamos à “sincronia” e “coerência” pontuadas pelo autor, que o som pode atuar em desconexão com a imagem, com o intuito de causar outros efeitos de sentido, negando-a ou ironizando-a, por exemplo. Portanto, se outrora a análise de imagens era tecnicamente mais fácil, deixando o som à deriva de interpretação, atualmente com o recrudescimento de novos artefatos e técnicas, os quais resultam em maior facilidade para trabalhá-lo, não cabe mais colocar o visual à frente do sonoro em pesquisas que tomam o audiovisual como objeto analítico.

Assim, é possível afirmar, tal como Sbabo (2017), que a sincronização de sons e imagens é capaz de gerar diversos efeitos de sentidos nos espectadores, levando-os a estados passionais, e que sua compreensão no contexto do audiovisual é essencial para a análise mais completa da produção de sentidos, entendendo que não deve haver uma hegemonia da visualidade. Nesse mesmo sentido, Born (2013) aborda o crescimento dos estudos do som nas ciências humanas e sociais como parte de uma “crítica à visualidade” que visa contestar a produção do conhecimento baseada na hegemonia do visual, em textos e em modelos representacionais com uma metodologia que propõe “ouvir a cultura” como forma de compreender essa cultura de forma mais profunda, e traçando elos entre som e espaço (o desenvolvimento do conceito de “paisagem sonora”, segundo a autora, se dá nesse contexto). Não se trata, contudo, ainda segundo a autora (BORN, 2013), de uma dicotomia entre visão e audição, mas de desenvolver estudos interdisciplinares entre os sentidos, englobando os estudos do som e a antropologia dos sentidos.

Embora a autora traga esse viés antropológico para seus estudos, é possível fazer uma relação entre seu trabalho e o estudo do audiovisual. Se considerarmos, como diz a autora, que a música é uma forma de mediação social, do som e do espaço, “seja na perspectiva de sua

capacidade de engendrar modos de ser público e privado, sua constituição de formas de subjetividade e personalidade, sua ressonância afetiva ou sua incorporação na dinâmica capitalista de mercantilização e reificação” (BORN, 2013, p. 7), podemos considerar que ela também o é no audiovisual, quando atua na produção sentidos sobre essas questões. Mas, no caso específico do *corpus* que compõe esta pesquisa, está inserida em um produto veiculado por um meio de comunicação de massa, a televisão.

Tal como Vila (2014), entendo que o processo de construção de identidades é discursivo, considerando que o discurso “é toda prática que carrega e confere significado” e que “as práticas musicais (e, em geral, quaisquer práticas culturais) também são consideradas discursos com capacidades identitárias precisas” (VILA, 2014, p. 18). E, considerando, ainda como o autor, que os processos de identificação não estão ligados apenas de uma base discursiva, mas também a uma origem narrativa, é necessário apontar que essa é uma forma específica de discurso e que

[...] permite a compreensão do mundo ao nosso redor de determinada forma que ações humanas são relacionadas umas com as outras e adquirem significado devido ao seu efeito na realização de objetivos e desejos. Em outras palavras, [...] a narrativa seria uma das mais importantes formas cognitivas que os seres humanos têm para entender a causalidade das ações dos agentes sociais. (VILA, 2014, p. 17).

Os produtos audiovisuais são discursos e, mais especificamente, são também narrativas. As músicas que compõem a trilha sonora desses produtos audiovisuais também atuam no processo de construção de sentidos e, assim, também possuem sua função narrativa e discursiva, com uma particularidade importante: sua grande capacidade interpelatória, “porque ela[s] trabalha[m] com experiências emocionais intensas, experiências que são muito mais poderosas que aquelas produzidas por outros artefatos culturais” (VILA, 2014, p. 22). Embora o autor faça essa diferenciação comparando, por exemplo, música com televisão, é necessário questionar o quanto dessa capacidade interpelatória da música é usada na construção de sentidos do audiovisual, especialmente neste momento em que emergem estudos nesse sentido, conforme já abordado anteriormente.

Na articulação desses pensamentos com a ideia de materialização das identidades pela música, e desta como mediadora (BORN, 2011), é necessário observar (em recorte para este estudo, tendo em vista que o trabalho da autora traz mais questões para debate) que a música, (1) embora não tenha essência material, possui materialidade (e talvez, poderíamos dizer, se “materialize”, de certa forma, com certa intenção, nas imagens do audiovisual); e (2) a mediação da música se dá bilateralmente nas relações sujeito-objeto,³⁶ na medida em que

³⁶ Haveria relação com a ontologia orientada a objeto?

condiciona e gera subjetividades e sociabilidades humanas, mas também é construída discursivamente e nas práticas sociais. A partir dessas observações, a autora salienta que

Pois se a música gera uma miríade de formas sociais, ela requer uma análise social que englobe quatro planos de mediação social. No primeiro plano, a música produz suas próprias relações sociais diversas – nas socialidades íntimas da performance e da prática musical, nos conjuntos musicais e na divisão musical do trabalho. No segundo, a música evoca e anima comunidades imaginadas, agregando seus ouvintes a coletividades virtuais e públicos baseados em identificações musicais e outras. No terceiro plano, a música é atravessada por formações mais amplas de identidade social, das mais concretas e íntimas às mais abstratas das coletividades – a refração musical das relações hierárquicas e estratificadas de classe e idade, raça e etnia, gênero e sexualidade. No quarto, a música está ligada às formas sociais e institucionais que fornecem os fundamentos para a sua produção, reprodução e transformação, seja patrocínio de elite ou religiosa, mercado ou troca não mercantil, arena de instituições culturais públicas e subsidiadas ou economia cultural do capitalismo. (BORN, 2011, p. 378).

Por fim, a autora ainda desenvolve três argumentos em relação à capacidade da música de mediar e mobilizar formações identitárias. O primeiro diz respeito ao fato de que as socialidades engendradas pela performance musical são atravessadas por relações sociais mais amplas; o segundo, relacionado ao segundo plano de mediação social, “as comunidades musicalmente imaginadas podem reproduzir ou memorizar formações de identidade existentes, gerar identificações puramente fantasiosas ou prefigurar formações de identidade emergentes forjando novas alianças sociais” (BORN, 2011, p. 381); e o terceiro trata da interação entre o segundo e o terceiro planos da mediação social: o gênero musical é o mecanismo primário para a articulação de comunidades e identidades, considerando as relações sociais mais amplas e seus sistemas (de gênero).

Há que se estabelecer, aqui, que os trabalhos de Born e Vila estão ligados às sociabilidades (em um sentido mais antropológico), mas que tento, aqui, entendê-los também dentro do processo de construção narrativa de documentários internacionais de televisão. Embora haja um deslocamento no objeto de estudo dos autores, entendo que é possível observar as questões aqui destacadas na medida em que os produtos audiovisuais também são artefatos da cultura que atuam na produção de sentidos, de localidades, de alteridades em um momento de consumo da cidade do Rio de Janeiro, de (re)construção de sua marca, de uma marca-cidade que se pretende mercadoria global.

Na produção audiovisual das redes de televisão internacionais sobre a cidade, a trilha sonora também entra em cena na construção desses imaginários, produzindo sentidos sobre os sujeitos documentais e o espaço a ser consumido. Nesse sentido, esta seção visa compreender o papel da trilha sonora, mais especificamente da música que a compõe, na produção de sentidos sobre identidades e sobre a marca-cidade, assim como na construção das emoções acerca dos

sujeitos e dos espaços representados, tendo como exemplo o episódio *Peace*, de *Welcome to Rio*, que reproduz o modelo da maior parte dos documentários deste estudo. O documentário que mais foge a essa dinâmica é *Rio 50 Degrees*, abordado com mais detalhe nos Capítulos 3 e 4 desta tese.

Na página da BBC destinada ao episódio³⁷, encontramos os créditos das músicas utilizadas em sua trilha sonora, decupadas da seguinte forma, e considerando, tal como Born (2011), que a centralidade do gênero musical na articulação de comunidades e identidades:

Tabela 2 – Decupagem: contexto narrativo/imagético, música e gênero musical

Descrição	Autor – Música	Gênero ³⁸
Abertura do programa	Yaiza Varona – Olinda 60's	samba
Apresentação da cidade e dos preparativos para os megaeventos	Mozart – Turkish March	clássica
Apresentação do filho adolescente de Rocky	Oliver Ledbury – Empty City	Sparse, mysterious soundscape with flugelhorn, wood bass & drone
Rocky interagindo com pessoas na rua (asfalto), com uma certa malandragem	Tim Garland – Freeway beat	Solid 60's cruising jazz
Rocky sobe as escadas carregando uma geladeira, escadarias infinitas	Tina Guo – Sanctus	New age?
Rocky organiza o trânsito na entrada da favela	Barker & Lomax – Little Nemo	Rock?
Apresentação de Acme, falando que ele cresceu entre traficantes	Verdi – Les vêpres siciliennes	Clássica
Apresentação do programa de pacificação e do Bope	Rap das Armas, MC Júnior e MC Leonardo	Funk
Treinamento do Bope (artes marciais)	Paris Dreamer – Bob Bradley, Lincoln Grounds	Vintage quirky Parisian waltz with magic, mystery, comedy & romance
Bope invade uma favela	Pete Masitti & John Andrew Barrow – Farewell	Rock
Cenas aéreas da favela após corte seco da invasão do Bope	Hallelujah Chorus	Clássica
Felipe empina pipa em prisão domiciliar pelo tráfico, solidão	Oliver Ledbury – Empty City 3	Solo, nocturnal jazz flugelhorn
Sobre a relação dos moradores das favelas com os traficantes	Afro Cuban Groove – Bill Bruford	Solo drum groove with an Afro Cuban feel in 7/4
Sobre os custos das obras na cidade	Afro Cuban Groove – Bill Bruford	
Sobre a gentrificação no morro	Last Dance – Tim Garlan	Classic, early jazz with lazy trumpet leading clarinet, trombone & banjo
Sobre o turismo no morro e a especulação imobiliária, Rocky e o amor ao futebol	Swing Thing – Christopher Ashmore	Fun New Orleans big band
Torcida fala palavrões durante jogo de futebol, com ápice no gol	Lohengrin – Richard Wagner	Clássica
Rocky desce o morro para fazer um "dinheiro fácil" procurando lixo na Zona Sul – apresentação da riqueza da Zona Sul	Glory to the god in the highest	Clássica

³⁷ Fonte: <https://www.bbc.co.uk/programmes/b045h914>.

³⁸ Ainda há dúvidas sobre alguns dos gêneros musicais. As descrições mais completas foram extraídas do site <https://www.audionetwork.com/>.

Tabela 2 – Decupagem: contexto narrativo/imagético, música e gênero musical

Descrição	Autor – Música	Gênero ³⁸
Rocky recolhe televisões do lixo	Down Orange Street – Crispin Taylor, Ernie McKone, Toby Baker	Ska?
Vascomóvel e o sonho impossível de Rocky. O risco do Bope. Morte no Bope.	The cuckoo in the depth of the forest – Arthur Fiedler, Leo Litwin, Samual Lipman, Martin Hoerman, Boston Pops Orchestra	Clássica
Encontro de policiais do Bope para "relaxar"	(não identificada ainda, talvez "Farewell")	Rock
Introdução para o trabalho "heroico" de Rocky: carregar uma mulher que não pode andar	(não identificada ainda)	Clássica
Amanhece na favela, Acme tenta mobilizar as pessoas para acabar com as demolições	Tequila – The Champs	Rock 50's
<i>The government tread a fine line between helping and interfering</i>	Peer Gynt Suite n.1 – Anitras Dance – Edvard Grieg	Clássica
Sobre os protestos anti-Copa	Impressions of Twilight – Tim Devine, Francisco Renno	Haunting, beautiful & nostalgic classical romantic solo piano
Felipe trabalha duro, e Rocky tem esperança em deixar um legado ao filho. Rocky encerra sua loja de produtos usados a mando da polícia e tenta vender seu material na Zona Sul	Clair de Lune – Claude Debussy	Clássica
Acme desce o morro para fazer um grafite, polícia acompanha/ interrompe/questiona	Alley Catz – Barrie Gledden, Richard Lacy, Richard Kimmings	Tom tom swing jazz groove with cool guitar & Rhodes melody
Acme termina seu painel, favelas e polícia "talvez tenham mais em comum do que imaginam"	Royale St. – Keith Nichols	Jazz
Morte do subtenente Gripp	The cuckoo in the depth of the forest – Arthur Fiedler, Leo Litwin, Samual Lipman, Martin Hoerman, Boston Pops Orchestra	Clássica
Rocky anda pela orla no Vascomóvel	Galloping Home – Tema de "The Adventures Of Black Beauty" – London String Chorale	Clássica?
Encerramento	Voodoo Nights – Keith Nichols	Medium tempo Creole jazz complete with tom-toms and fluid clarinet

Fonte: Tabela elaborada pela autora com base em dados extraídos de BBC Two, Audio Network e Welcome to Rio (2018).

É interessante observar como o episódio é dominado musicalmente por temas clássicos e jazz. Na abertura do programa, o samba, um estereótipo musical da cidade, é apresentado como fundo de imagens que compõem os mais sólidos clichês da cidade: um *travelling* que passa sobre a mata, sobre a favela e que termina em um panorama de um bairro nobre da Zona Sul, com a praia e o Pão de Açúcar ao fundo, talvez no intuito de garantir a compreensão sobre o território a que diz respeito o documentário.

Essencialmente aéreas, as vistas introdutórias do Rio compõem o mais imediato leque de clichês sobre a cidade. Esta facilidade de composição plástica, possibilitada pela

exuberante corografia, estabelece com a presença do mar – a Baía de Guanabara ou as praias oceânicas – um conjunto do qual a natureza tropical parece se nutrir para um efeito de espetacularidade. A natureza emoldura o nicho urbano e lhe dá substância pictórica. (AMÂNCIO, 2000, p. 147-148).

É possível inferir que as músicas, nos documentários internacionais de televisão, podem ser usadas para garantir entendimento por meio dos estereótipos que carregam. Por outro lado, elas também podem estar vinculadas ao modelo tradicional de documentário da BBC, suas raízes históricas e suas funções social e educativa (componentes tanto do movimento documentário britânico, quanto da missão da emissora), em um ideal de “grandeza” e “solenidade” que garantem “propriedade” a uma suposta fala educacional “erudita” em relação ao outro, exótico, que se pretende “desvelar”, e corroborando, tal como pondera Amâncio (2000), a negociação narrativa, plástica e sonora necessária para a representação do outro, dentro dos limites e prerrogativas estabelecidos pelo estrangeiro.

Mas, se entendermos que músicas também são narrativas, e, portanto, carregam sentidos, elas também são centrais na construção de imaginários no documentário, afinal, produz-se um efeito ao se colocar como trilha sonora *Hallelujah Chorus* na chegada da polícia a uma favela pacificada, e outro quando se coloca um rock mais pesado quando o Bope invade o território (o que reproduz efeitos de sentido construídos no filme *Tropa de Elite* (2007), conforme veremos mais abaixo, buscando acionar possíveis prefigurações sobre esse espaço a ser desvelado não somente pelas músicas – sua trilha sonora é revisitada em outro momento do documentário – como também pelas imagens). De um lado, a “força” ou “opressão” policial, caracterizada pelo rock que acompanha homens fortemente armados em cenas noturnas dentro de um “caveirão”, em sons/imagens que produzem sentidos de um caminho para a guerra (mais uma vez, reforçando efeitos de sentido do filme *Tropa de Elite*); de outro, a polícia que chega em carros de passeio em cenas diurnas, acompanhada por uma música clássica com um sentido de “finalmente chegou a solução”. Se invertêssemos a trilha sonora das duas passagens, certamente, teríamos a produção de outros sentidos. Assim, os significados que as músicas carregam são essenciais para o entendimento/identificação/reafirmção das “verdades” construídas em relação às intervenções urbanas, e, em especial, ao Programa de Pacificação, realizadas na cidade “em nome do esporte internacional”, tal como mencionado na narração.

É necessário esclarecer também que, de acordo com Miranda (2011), o uso da música clássica faz parte da história do cinema desde antes da sincronização entre som e imagem, sendo composta tanto por melodias do repertório erudito, quanto por peças originais, organizadas de acordo com possíveis situações dramáticas. Há, inclusive, o termo *leitmotiv* – “uma técnica de composição, sobretudo da ópera wagneriana, que articula motivos musicais com ideias

narrativas diversas, o que resulta em uma lógica sintática que não necessariamente prioriza a forma musical em si – em detrimento das necessidades dramáticas do texto” (MIRANDA, 2011, p. 23). A autora reitera que, embora haja, a partir dos anos 1960, um maior uso de compilações de música popular no cinema,

modelo clássico hollywoodiano é constantemente revisitado. Principalmente por autores que, como Kathryn Kalinak (1992) e Anahid Kassabian (2001), refletem, mesmo que por caminhos bem distintos, sobre a persistência de determinados padrões, que não apenas abundam no cinema, mas na televisão, nos jogos eletrônicos, na internet e em outros meios audiovisuais. (MIRANDA, 2011, p. 27).

Embora o uso da música clássica seja um modelo, é possível também inferir que ela atribui sentidos à cidade que se prepara para os megaeventos: tal como nas orquestras, nas quais muitos instrumentos devem estar em sintonia para que a música seja tocada, na construção da cidade-mercadoria há múltiplos agentes que devem “operar” de forma consoante para seu funcionamento. Os preparativos da cidade para receber os jogos, a arte e o trabalho como salvagens em meio ao tráfico, a chegada do “ordenamento” policial na favela, o “futebol-arte” (e a ironia com os palavrões da torcida), a riqueza da Zona Sul da cidade, o sonho, o heroísmo, a “retomada” do território da favela pelo estado, os protestos anti-Copa e a violência policial, a esperança no futuro dos jovens e o triunfo do personagem principal da série são algumas das representações acompanhadas pela música clássica no episódio e compõem tanto um leque de imaginários sobre os supostos “benefícios/legados” da realização dos megaeventos na cidade, quanto possíveis deslocamentos na produção de sentidos sobre esses imaginários – por exemplo, ao mostrar a violência policial na repressão das manifestações anti-Copa, passagem que é exibida no documentário como uma luta dos moradores da favela contra as demolições promovidas pelo estado (e, portanto, como uma luta pelo direito à moradia e à ocupação daquele território que, nos próprios termos do documentário, pertence a seus moradores).

Especificamente em relação a essa passagem da manifestação, enquanto as imagens acompanham o protesto, o qual acontecia sem intervenção policial, a paisagem sonora domina as cenas, e diversos “gritos de guerra” são ouvidos. Somente um, no entanto, é traduzido: “ih, fodeu, a favela desceu”, e torna-se “*you’re fucked! The favela’s on the march*”. Acme faz alguns comentários sobre a atuação da polícia: primeiro, que estão rondando como tubarões; depois, que estão jogando bombas (a fumaça é vista ao longe); por fim, avisa: “olha o olho aí, olha o gás de pimenta!”. Nesse exato momento, a música clássica inicia, mas ainda é possível ouvir a passagem sonora: pessoas fugindo, bombas e balas de borracha sendo lançadas, o barulho do fogo que queima o lixo. O volume da música fica um pouco mais baixo quando um manifestante oferece vinagre a uma vendedora ambulante para aliviar o ardor nos olhos. O destaque dessa

fala, além da inclinação e do cuidado abordados na seção anterior, pode estar ligado também a uma outra “função educativa”: explicar como essas manifestações ficaram conhecidas por “*The Vinegar Revolution*” (um dos documentários levantados como *corpus* da tese tem, inclusive, esse título, e será abordado posteriormente neste trabalho).

Outro ponto interessante para observação é em relação às músicas que acompanham o Bope. A apresentação da corporação é feita ao som do “Rap das Armas”, música do início da década de 1990 que também foi tema do filme *Tropa de Elite*, em 2007. Única música nacional presente na trilha sonora do documentário britânico, é uma denúncia contra a violência, inclusive policial, e o poder bélico. No filme brasileiro, é tocada logo na primeira cena, um baile funk na favela – ou seja, relacionada a um território específico. No documentário em análise, ela é usada para apresentar o Bope³⁹ e o programa de pacificação: há, portanto, um deslocamento do “território” do funk, que sai da favela para atribuir sentidos a um poder institucionalizado de “segurança”. Vale salientar, ainda, que no filme o Bope é identificado pela música também intitulada *Tropa de Elite*, um rock da banda *Tihuana*. Essa mesma música é trazida em *Rio 50 Degrees*, associada à emergência da violência relacionada ao tráfico de drogas nas favelas na década de 1990.

O rock também é um gênero associado à corporação: tanto em um momento de “guerra” (a preparação dentro do “Caveirão” para a invasão de uma favela), como já abordado acima, mas também em um momento de descanso – quando os policiais se encontram para “relaxar”, após a morte de um colega. Os sentidos de força e luta presentes nos textos e imagens parecem ser corroborados pela música “pesada”: sujeitos que matam e morrem no exercício de sua função, “em nome do esporte internacional”. Curiosamente, no entanto, uma valsa rege as cenas de treinamento da corporação, enquanto seus golpes são exibidos como passos de dança, o que poderia ser um misto de ironia com leveza, já que o episódio, apesar de demonstrar a força dos policiais, também busca construir empatia pelo Bope, pelas pessoas que o compõem e pelo programa de pacificação, conforme demonstrado na seção anterior.

No processo de construção de empatia com o Bope, a música clássica tem papel central. Desde a entrada na favela do carro da polícia, ao som de *Hallelujah Chorus*, como se esse local estivesse, agora, em “salvação” (e o poder público como uma alteridade que simboliza a ordem

³⁹ “A corporação é apresentada pelo subtenente Gripp não somente em seu trabalho, mas também nos simbolismos, no sentimento de coragem, no treinamento duro, na entrega a um projeto que consideram ser a salvação para a cidade e seus moradores: ‘São pessoas de bem que vivem em um local que é dominado por traficantes... com certeza, todas as comunidades do Rio de Janeiro que ainda não foram beneficiadas pela Unidade de Polícia Pacificadora esperam ansiosamente nossa chegada. E, se Deus quiser, vamos estar em todas em breve’” (GOTARDO, 2017, p. 10).

e a “civilidade”), até quando se constrói a fragilidade desses sujeitos pela morte. A música *The Cuckoo in the Depth of the Forest* é ouvida em dois momentos do episódio: o primeiro, durante imagens de policiais trabalhando de forma mais “tranquila” (andando calmamente em meio ao mato, conversando com uma pessoa), e, após um corte seco, imagens do enterro de um policial; o segundo momento, 15 minutos depois, quando a morte do subtenente Gripp, principal personagem da corporação no episódio, é anunciada.

É claro o papel da música e do gênero musical nessas produções de sentidos no produto audiovisual, e como servem para a construção de uma representação possível e desejada da cidade pelos produtores da série. É interessante observar ainda como os gêneros musicais mediam a produção de sentidos das imagens (que poderiam ter outra interpretação em caso de uma trilha sonora distinta) por meio dos significados que carregam. Observa-se ainda que a música (ou a materialidade sonora) nos documentários internacionais de televisão possui papel central na construção de sentidos e de emoções acerca dos territórios e dos sujeitos a serem consumidos por ocasião da realização da Copa do Mundo de Futebol e dos Jogos Olímpicos no Rio de Janeiro, com especial atenção para o gênero como mecanismo primário dessa articulação.

Na representação do território pelo documentário de televisão e na construção de sentidos sobre identidades e alteridades de sujeitos e espaços, observa-se uma articulação entre o audiovisual (suas imagens e sonoridades), o projeto de cidade almejado, os territórios em construção pelo gênero documental e consumidos por meio da televisão ou *in loco* durante os megaeventos e as emoções que visam criar empatia com esses sujeitos documentais e esses espaços a serem consumidos.

Fica claro o papel da música e do gênero musical nessas produções de sentidos no produto audiovisual, e como servem para a construção de uma representação possível e desejada da cidade pelos produtores da série, seja em sua capacidade interpelatória e de produzir experiências emocionais intensas (VILA, 2014), seja em sua capacidade de engendrar modos de ser, de constituir subjetividades e até mesmo de ser incorporada na dinâmica de mercantilização ou reificação na sociedade neoliberal (BORN, 2013).

É interessante observar ainda como os gêneros musicais mediam a produção de sentidos das imagens (que poderiam ser outra interpretação em caso de uma trilha sonora distinta), por meio dos significados que carregam. A partir dessas observações, ratifica-se a necessidade de aprofundamento na temática, deixando de lado a centralidade da imagem e da fala para compreender a produção de sentidos de forma integrada no audiovisual, especialmente se considerarmos que a escolha da música não é arbitrária.

1.3 A construção das emoções sobre, na e para a cidade

Do ponto de vista do *Marketing*, a construção de uma marca-cidade passa por etapas (assim como a construção de uma marca para um produto qualquer). No caso do Rio de Janeiro, é possível dizer que o maior desafio era convencer os potenciais visitantes (e investidores) de que se tratava de uma cidade segura, especialmente porque imaginários da favela como selva urbana, da violência e do medo andam juntos com os demais imaginários da cidade, relacionados ao belo, ao exotismo, ao paraíso, à alegria, à sexualidade, dentre outros. Uma das formas de reconstruir esses imaginários que poderiam ser considerados negativos para a marca-cidade, e, portanto, para essa mercadoria a ser consumida, foi por meio de uma imprensa especializada: aquela dos documentários turísticos exibidos por TVs internacionais. Neles, foi possível constatar a “importância” do viajante que vive *in loco* a relação de alteridade e demonstra, com sua experiência e seu olhar “avaliador”, como o esporte e o projeto das Unidades de Polícia Pacificadora (UPPs) são a “salvação” possível, que poderiam proporcionar a “união” da tão celebrada “cidade partida” (GOTARDO, 2016). Esse formato narrativo muito comum também no cinema estrangeiro de ficção foi categorizado por Amâncio (2000) como “Filiação Pero Vaz” e “reporta-se também à longa tradição dos viajantes que por aqui passaram, como principais construtores lá fora da imagem brasileira” (AMÂNCIO, 2000, p. 39).

No entanto, ante as diversas dificuldades enfrentadas na preparação para a Copa do Mundo (desde as manifestações de 2013 até as dificuldades para finalizar as construções e alterações urbanas solicitadas pela Fifa), começam a emergir documentários que questionam o modelo de combate à violência no Rio de Janeiro, destacando violências físicas e simbólicas a que são submetidos os moradores da cidade, especialmente os moradores das favelas. As narrativas de alegria e amor são substituídas pelas narrativas do medo, associando-as ao projeto de cidade construído e implantado para receber os megaeventos esportivos, mas também destacando um modo de vida único, repleto de afetos e emoções.

Dentro desse contexto, esta seção busca compreender o uso das emoções nos deslocamentos das narrativas de construção da marca-cidade, especialmente em relação a uma empatia com o outro e com o espaço a ser consumido. Trata-se de um Rio que não é mais somente celebrado por seus mais sólidos clichês, mas que passa a ser contestado em seu projeto de cidade pela exclusão que ele representa a um outro importante imaginário sobre a cidade: as favelas. Para tanto, utiliza argumentos emocionais – uma característica tanto do jornalismo (se considerarmos que esses documentários flertam com o jornalismo, embora muitas vezes pareçam produtos publicitários), quanto do marketing/*branding*. A adesão das narrativas à

exclusão e violência geradas pelos megaeventos cria um forte apelo emocional (e talvez um questionamento sobre um “consumo consciente da cidade”) e traz à tona elementos culturais que despertam a atenção e a empatia do público – elementos necessários também para o consumo dos produtos audiovisuais. Assim, busco compreender as relações estabelecidas na construção das emoções pelo *marketing* e pelas narrativas dos documentários internacionais.

Narrativas de uma cidade-mercadoria para consumo *versus* narrativas que buscam emoções para criar uma conexão possível com os telespectadores/potenciais consumidores. No primeiro modelo, poderíamos fazer um paralelo com narrativas publicitárias inseridas no processo de construção da marca; no segundo, com a utilização “dos efeitos de dramatização buscando tocar o receptor, provocar nele certo estado emocional favorável à recepção dos conteúdos e sentidos da notícia” (SIQUEIRA, 2015, p. 17) ou, dito de outra forma, de estimular o consumo dos programas, já que eles também são produtos que circulam no mercado. E, apesar da oposição de finalidade, as narrativas publicitárias também objetivam a construção de emoções como estratégia, conforme abordaremos a seguir.

“Tanto corpo quanto as emoções são também construções sociais e frutos de uma cultura (ou várias delas), elementos de uma época, reflexo de *l’air du temps*” (SIQUEIRA, 2015, p. 16) e constituem o processo midiático, produzindo sentidos, reforçando e reconstruindo imaginários. Nesse contexto, as emoções e a expressão dos corpos possuem papel fundamental, apesar de serem apresentadas, nos produtos midiáticos, de forma secundária, já que as emoções não compõem a lógica racional da suposta objetividade jornalística. Ainda assim, “a expressão das emoções, do *pathos*, está presente nos diversos espaços, mesmo os que assumem os discursos mais objetivantes” (SIQUEIRA, 2015, p. 17).

No que diz respeito aos documentários internacionais televisivos sobre o Brasil, vê-se um apelo às emoções baseado na alteridade, no binômio *nós X eles*. Essa relação, no entanto, não é exclusiva dos documentários, embora seja uma característica marcante nas representações estrangeiras. Tal como dizem Siqueira e Siqueira (2016, p. 3, grifo dos autores) em sua análise sobre uma publicidade uruguaia, “o imaginário acerca da alteridade emerge como parte de uma fronteira interétnica baseada na relação contrastiva *nós X eles*, mas também como uma construção social, uma mediação entre sociedade, cultura e inconsciente”. A questão das identidades, entendidas aqui em uma perspectiva pós-moderna, é chave para esse conceito. Woodward (2000, p. 41) diz que “a diferença é aquilo que separa uma identidade da outra. [...] As identidades são construídas por meio de uma clara oposição entre ‘nós’ e ‘eles’. A marcação da diferença é, assim, o componente-chave em qualquer sistema de classificação”. Trata-se de partir de elementos constitutivos do imaginário internacional sobre o Brasil, e também sobre as

próprias culturas das quais os criadores dos produtos midiáticos fazem parte para buscar essa oposição.

Considerando ainda que a expressão das emoções é socialmente regrada, que “todos os tipos de expressões orais dos sentimentos que são essencialmente, não fenômenos exclusivamente psicológicos, ou fisiológicos, mas fenômenos sociais, marcados eminentemente pelo signo da não espontaneidade, e da obrigação mais perfeita” (MAUSS, 1999, p. 325), pode-se pensar que, nas representações do estrangeiro sobre o Brasil, há um “conjunto de regras” atuando sobre a construção de uma narrativa midiática que visa expressar (ou construir, reforçar) imaginários sobre um outro “conjunto de regras”. E, nessa busca, muitas vezes as narrativas classificam, exotizam, numa tentativa de “desvelar” um desconhecido que, para eles, representa uma “infância da humanidade” e, por isso, precisa ser “civilizada” ou “docilizada” (GOTARDO, 2016).

A construção do outro no contexto das identidades pós-modernas, e também do consumo turístico que o processo de *city branding* propõe, parte da ideia de exaltação da diferença: “(...) os territórios competem entre si e precisam se posicionar com diferenciação e preferência na mente dos potenciais decisores para que, quando chegue o momento de eleger, eles tenham claro que a proposta de valor de um território é melhor que a de seus competidores” (GARCÍA; GÓMEZ; MOLINA, 2013, p. 111).

Como o preço não é uma vantagem competitiva sustentável em longo prazo, torna-se necessário buscar-se ativos intangíveis para a construção de uma reputação mercadológica dos territórios, ou seja, transformá-los em marca. Trata-se de criar valor por meio dos referidos ativos, visando “construir uma percepção que evoque certos benefícios, qualidades e emoções sobre o que oferece esse território” (GARCÍA; GÓMEZ; MOLINA, 2013, p. 112). No entanto, para o caso dos territórios, a gestão desses ativos devem considerar sua elevada capacidade de diferenciação, dificuldade de serem copiados, a criação de empatia e laços emocionais e a capacidade de atenuar efeitos de crises.

Então, tendo como premissa que a diferenciação é um dos pontos fundamentais para o *city branding* e que os documentários constroem imaginários sobre um outro a ser consumido (pelas telas, pelo turismo ou por investimentos), além da questão da alteridade, temos outro conceito central para esta discussão: de imaginários. Segundo Siqueira e Siqueira (2016), os imaginários são uma relação socialmente construída, negociada e mantida no curso das interações sociais, que está em constante transformação (e, portanto, é histórico e dinâmico), têm natureza da ordem do simbólico (uma mediação entre sociedade, cultura e inconsciente) e

não se reduzem à consciência individual nem a um tempo preciso, perpassando tempos e espaços. Ainda segundo os autores:

[...] entendemos que o real se apoia na realidade e que o imaginário se apoia no real sem, contudo, se identificar a ele. O imaginário é tributário da realidade, do que pode ser visto e percebido, mas não é uma cópia fidedigna. De fato, jamais poderia sê-lo, afinal, pensamos através de categorias ou grades das quais não somos os criadores, mas que são capazes de nos guiar em um universo movediço de objetos, pessoas e grupos. (SIQUEIRA; SIQUEIRA, 2016, p. 6).

No que diz respeito à alteridade e à relação *nós X eles* que ela implica, temos, hoje, um conceito que emerge na busca da compreensão deste binômio: o de empatia, que pode ser entendida como um processo multidimensional e unificado composto por quatro dimensões, a saber:

(1) uma receptividade (“abertura”) à comunicabilidade do afeto de outras pessoas, seja no encontro face a face ou como artefatos da imaginação humana (“receptividade empática”), cujo exemplo de paradigma é sentimento indireto; (2) uma compreensão do outro indivíduo em que o outro é reconhecido em relação como uma possibilidade de florescimento humano – uma possibilidade de escolha autônoma, compromissos e implementação (“entendimento empático”), cujo paradigma é o reconhecimento do outro; (3) uma interpretação da outra pessoa que identifica padrões de adaptação e modelos de sobrevivência e desenvolvimento a partir de perspectivas de primeira, segunda e terceira pessoa (“interpretação empática”), cujo paradigma é uma identificação transitória “como se” um fosse o outro como outro na situação do outro; e (4) uma articulação de capacidade de resposta ideal na linguagem da receptividade, compreensão e interpretação indicadas, que permite ao outro apreciar que ele ou ela foi o beneficiário de uma escuta graciosa e generosa (“capacidade de resposta empática”). (AGOSTA, 2014, p. 4).

É interessante ressaltar, ainda dentro desse contexto da empatia, que a relação afetiva pode ser construída com um lugar – no caso dos documentários internacionais, há uma clara intenção de construção da empatia também com a favela, por meio da exploração das emoções e das relações de seus moradores com o local. A favela também é construída como alteridade em relação ao “asfalto”, na ideia de cidade partida, muito utilizada pelos discursos oficiais, mas também em relação às condições sociais e econômicas ao se ter o Norte Global como referência (já que os documentários são produzidos especialmente em países desse eixo), tal como aponta Duarte (2016), em seu conceito de “empatia espacial”:

Entendemos que a empatia é a capacidade de nos transportarmos para o ponto de vista do outro, mas é interessante ressaltar que esse Outro pode ser uma pessoa, uma arquitetura ou um espaço livre que está além do corpo que encerra o “eu”. O Outro é a instância simbólica que permite que um (eu) possa se transportar para o ponto do outro. [...] Portanto, o Outro a ser considerado aqui será o espaço que, mesmo inanimado, personifica-se. O espaço como construção simbólica é o Outro na medida em que, através de suas materialidades, de suas leis e de seus rituais, se interpõe no drama íntimo e familiar dos indivíduos, ligando-os ao grande teatro da coletividade (Uglicone, 2008). Ligação, essa, feita das e nas intersubjetividades, que são as experiências humanas no espaço. (DUARTE, 2016, p. 5).

A partir desses conceitos, é possível olhar para os documentários internacionais de televisão como (re)construtores de uma realidade social a partir da exploração dos afetos na e com a cidade. Majerowicz, Siqueira e Dantas (2017, p. 2) ressaltam a importância do jornalismo (e que entendo se estender também aos documentários) como elemento ordenatório da realidade, ressaltando que eles “não se configuram no vácuo, constituem encarnações de um tempo e coexistem em meio a processos simbólicos em relação aos quais são, simultaneamente, parte constituinte e efeito, interagindo com uma gama de manifestações e fenômenos sociais”. A produção jornalística, tal como a documental, contempla, dentre outros aspectos, regimes de afetos e sentimentos, compondo o simbólico. Ainda segundo os autores, mesmo após a consolidação do jornalismo e do ofício de jornalista em torno dos ideais de objetividade, as notícias continuam “a privilegiar determinadas emoções tipicamente sensacionalistas, da modalidade do *fait divers*, no âmbito de uma sociedade moldada em torno de sentimentos abastecidos de um lado pela tragédia, pela dor, do outro, pela piedade e compaixão” (MAJEROWICZ; SIQUEIRA; DANTAS, 2017, p. 6).

A exploração das emoções como forma de adesão a narrativas também está presente a cada dia mais nas técnicas de *marketing* e, mais especificamente, de *branding*. Há um movimento cada vez maior na busca de gerar amor pelas marcas, tal como se o amor fosse uma *commodity* e estivesse à venda nas prateleiras dos supermercados ou pudesse ser comprado em uma simples troca financeira. Tal como salientou Simmel há cerca de um século, as metrópoles são também o lugar da economia monetária, da centralidade da troca econômica, “pois o dinheiro indaga apenas por aquilo que é comum a todos, o valor de troca, que nivela toda a qualidade e peculiaridade à questão do mero ‘quanto’” (SIMMEL, 2005, p. 579).

No espírito contábil moderno, o dinheiro é um denominador comum de todos os valores, nivelando e corroendo o núcleo e a particularidade de coisas que antes possuíam valores específicos e eram incomparáveis. E talvez seja também, inclusive, “no futuro para além das marcas” (ROBERTS, 2004). A apropriação das emoções na construção das marcas tem um de seus expoentes no conceito de *lovemarks*, cunhado pelo CEO (*Chief Executive Officer* ou diretor-executivo) da empresa de marketing Saatchi and Saatchi, Kevin Roberts (2004). Trata-se, segundo Sayers e Monin (2007), de uma comoditização do amor, tal como se este pudesse ser comprado e vendido no mercado.

O modelo desenvolvido por Roberts (2004) é embasado na ideia de que o futuro do marketing será engendrado por um envolvimento genuíno e emocional do consumidor com o produto baseado do respeito – o qual, segundo o autor, é a base de um relacionamento amoroso. Para construí-lo, Roberts define três atributos essenciais às marcas e os elementos essenciais à

sua criação, os quais podem ser aplicados a qualquer produto ou serviço: “[1] Mistério: grandes histórias; passado, presente, futuro; despertar sonhos; mitos e ícones; inspiração; [2] Sensualidade: audição, visão, olfato, paladar e tato; [3] Intimidade: compromisso, empatia, paixão” (ROBERTS, 2004, p. 77).

Se fizermos um paralelo com os atributos da marca Rio, quais sejam, alegria, beleza, energia, estilo, inovação, paixão e paz,⁴⁰ é possível ver que estão alinhados com os elementos definidos por Roberts – e, nesse caso, que a marca da cidade se propõe a ser uma *Lovemark*. E o “resultado” dos esforços empreendidos nessa *lovemark* podem ser vistos nos documentários televisivos de 2012, nos quais é possível ouvir até que o Rio é uma cidade “impossível de não se amar” (GOTARDO, 2016). No *site* desenvolvido pela empresa para a campanha (www.lovemarks.com), o Rio consta como uma *lovemark* na categoria “lugares”.⁴¹

Em seu trabalho, Roberts (2004) aborda, ainda, os Jogos Olímpicos como praticamente um “manual” de uma *lovemark*. Segundo o autor, apesar dos jogos terem se tornado

[...] uma grande maquinaria mercadológica, seguem sendo escrupulosamente fiéis ao espírito inspirador que os converteu em algo totalmente diferente de qualquer outra competição esportiva. O Espírito Olímpico se define como Alegria no Esforço, Amizade e Jogo Limpo [*fair play*], Sonhos e Inspiração e Esperança (ROBERTS, 2004, p. 99, maiúsculas no original).

Em mais um grupo de elementos com os quais é possível ver estreita relação com os atributos da marca Rio, observa-se também uma importante relação do *city branding* com os Jogos Olímpicos na cidade. Ao buscar uma posição no mercado global, a cidade não apenas tem no megaevento um importante meio e fim para atingir seu objetivo, mas também usa de um importante inspirador (e até mesmo propulsor) para se tornar uma *lovemark*. Trata-se tanto de um modelo de planejamento de cidade, quanto dos benefícios vendidos pelo COI para as cidades candidatas, tudo dentro de uma lógica mercadológica, como se os “manuais” da literatura técnica do planejamento estratégico, da estratégia de megaeventos e do *marketing* fossem aplicados fielmente, respaldados pelo reconhecimento da área como campo científico e pelo modelo neoliberal. Além disso, considerando a complexidade da produção da “Cidade Olímpica”, as elites políticas e econômicas se utilizam dos megaeventos para explorar um senso de urgência e mobilização para refazer a cidade segundo sua própria imagem (SÁNCHEZ; BROUDEHOX, 2013).

⁴⁰ O *site* da campanha (www.marcarj.com.br) não está mais disponível para consulta (tentativa de acesso em 26 de julho de 2017). Em pesquisas anteriores, nota-se que houve uma descontinuidade do programa após a mudança de governo (fim das postagens no Facebook, por exemplo).

⁴¹ Acesso em: 05 nov. 2017.

Parece fazer sentido, então, que um modelo desenvolvido por um CEO de uma grande empresa de marketing seja norteador do projeto de reconstrução da marca dessa cidade que se propõe global. Também é necessário considerar, tal como argumentam Sayers e Monin (2007), que se trata de um livro de fácil leitura, escrito por um “guru” do *marketing*, amplamente lido por profissionais da área (os quais, segundo as autoras, estão mais familiarizados com *best-sellers* que revistas acadêmicas), visível e retoricamente cativante, muito acessível aos leitores e a diversas interpretações e, por isso, estaria mais apto a influenciar decisões estratégicas.

Estabelecer relações afetivas com uma marca passa, então, a ser o “futuro” do *branding*, assim como as emoções passam a ser seus principais atributos. Segundo Roberts (2004, p. 60), “as *lovemarks* deste novo século serão as marcas e empresas que consigam criar laços genuinamente afetivos com as comunidades e redes sociais nas quais se desenvolvem. Isto significa se aproximar das pessoas até conseguir ter uma relação pessoal”. A relação de amor, segundo o autor, está diretamente ligada ao respeito – se não houver respeito, seria apenas uma paixão ou capricho passageiro. Desta maneira, entende que “o respeito é um dos princípios fundamentais das *lovemarks*” (idem). Mas, nesse contexto, é necessário compreender, em uma leitura crítica, que

Nas *lovemarks*, o amor pelo objeto [...] empreende um discurso de amor romântico físico entre pessoas, então nossa discussão crítica das *lovemarks* segue diretamente a uma exploração de como nós concebemos nossos sentimentos (incluindo o amor) em direção aos objetos. Devido ao fato de o amor aos objetos (e nós não queremos negar a beleza de muitas coisas) estar inserido em uma cultura de commodities para consumo de luxo⁴², passamos a argumentar que *Lovemarks* não é apenas superficial em sua concepção de amor, mas é perturbadora. (SAYERS; MONIN, 2007, p. 676).

Filosoficamente, poderíamos iniciar aqui uma discussão no campo da ontologia orientada ao objeto – algo que não me proponho a fazer neste momento. É necessário, no entanto, reconhecer, tal como as autoras, que objetos são sedutores e que temos relações sociais com eles (uma tese, segundo as autoras, que remonta a McLuhan, em *Os meios de comunicação como extensões do homem*, dentre outros autores com teorias diversas sobre as relações entre humanos e objetos). É necessário também compreender que “objetos não estão separados de nossos corpos, mas coextensivos a eles. Nós imprimimos nossos objetos com nós mesmos: deixamos neles nossas sombras. As coisas também deixam suas impressões sobre nós” (SAYERS; MONIN, 2007, p. 677).

⁴² Do original: *conspicuous consumption*. Diz-se do consumo de bem e serviços de alto valor para demonstrar riqueza. Embora as autoras não citem, seria possível fazer um paralelo com o conceito de distinção social de Pierre Bourdieu.

E, embora as autoras abordem o fetichismo do objeto nas *lovemarks*, segundo Marx e Freud, é possível também buscar relações humano-objeto, fetiche-metrópole na perspectiva de Canevacci (2008, p. 13):

Tais alterações entre humano e mercadoria (entre sujeito e objeto) são o reino decomposto dos novos fetichismos, que desafiam as interpretações precedentes e conduzem em direção a um *além* do domínio de uma *ratio* dualista e de uma lógica binária. Os fetichismos contemporâneos, em particular quando configurados pela cultura digital, estão sempre mais materiais/imateriais. Como as mercadorias visuais. Como a metrópole comunicacional. (grifo do autor).

O autor problematiza os fluxos comunicacionais nas metrópoles comunicacionais e a construção de novos corpos, novas subjetividades, bem como a transformação das mercadorias-fetiches em sujeitos sexuados. Para o autor,

O corpo não é natural porque, em cada cultura e em cada indivíduo, o corpo é constantemente preenchido por sinais e símbolos. Não somente não há nada de natural no corpo, mas também a pele não é o seu limite: e quando a pele *transpõe* seus limites, ela se liga aos tecidos “orgânicos” da metrópole. Neste sentido, o corpo não é apenas corporal. O corpo expandido em edifícios, coisas-objetos-mercadorias, imagens, é aquilo que se entende aqui por fetichismo visual. (CANEVACCI, 2008, p. 18, grifo do autor).

Embora o autor coloque a questão da transformação da mercadoria em sujeito sexuado (e seja possível fazer um paralelo com a questão do amor/relação que se transporta do sujeito-objeto nas *lovemarks*), para Canevacci (2008, p. 303) é necessário “deslocar o fetichismo. Liberá-lo destas estratificações regressivas e colher os traços metamórficos nele contidos”. Para ele, o fetiche não merece ser visto apenas na perspectiva do “atraso religioso”, da “perversão” – há potencialidades progressistas no conceito, quando deslocado de suas caracterizações regressivas, e o fetichismo é parte importante das relações sociais e de consumo. No entanto, no entendimento de Sayers e Monin (2007), as *lovemarks* tratam de um fetichismo que é parte de um *marketing* abusivo, pois dizem respeito ao fetichismo da produção e dos objetos de consumo, usando do amor apenas para a geração do lucro – um entendimento dado na perspectiva marxista a que as autoras se propõem.

No que diz respeito ao uso das emoções nos documentários internacionais, cabe avaliar se as narrativas são da ordem da construção da marca Rio, dentro do conceito das *lovemarks*, ou se estão mais ligadas a uma ideia de desconstrução dessa marca, do entendimento da favela como um *interstício* dentro de uma *location* (CANEVACCI, 2008), já que exploram as emoções na busca de empatia (e, portanto, do entendimento dessa alteridade tanto das pessoas, quanto do espaço) e questionam o modelo de segurança pública (modelo esse amplamente celebrado pelos documentários internacionais televisivos em 2012) implantado na cidade por ocasião dos

megaeventos, e colocam em cena as violências físicas e simbólicas a que são submetidos os moradores das favelas. Porém, mais que trabalhar nesse dualismo, as narrativas atuam no “entre”, oscilando entre estereótipos e clichês e seus deslocamentos.

Apesar disso, é possível afirmar que diversos sentimentos e emoções, dentre eles, a empatia, compõem o leque de elementos de uma *lovemark* e podem, assim, tornar-se produtos a serem consumidos – nesse ponto, darei destaque à empatia pela relação que ela estabelece com a alteridade nesse contexto de construção de uma *lovemark* cuja base é o “respeito”. E, assim, podemos considerar que há um consumo, o qual é inicialmente mediado pela tela, mas que pode vir a ser feito *in loco*, das alteridades físicas, emocionais, espaciais. Mas, tal como coloca Figueiredo (2012, p. 104),

O outro distante, das viagens turísticas, dos cartões postais ou espetacularizado pelas mídias, não chega a ser visto como ameaça à identidade, isto é, o outro em seu lugar não atemoriza – entendendo-se por lugar não apenas a localização espacial, mas também as categorizações impostas pela divisão da sociedade em classes ou em estratos distintos de prestígio.

A exploração midiática das emoções desse outro-pessoa e desse outro-espço também é um apelo midiático para a venda do produto, e essa é outra questão a ser considerada na análise. Assim, fica a questão: a violência e o medo, componentes de grande interesse e repercussão midiática, são utilizados no sentido de gerar comoção e empatia em relação ao sujeito documental ou são apenas ingredientes que ajudam a vender, que atraem espectadores, que são fortes argumentos no cotidiano das cidades e das produções midiáticas? Novamente, talvez a resposta esteja no “entre”. Assim como a crítica ao sensacionalismo na construção das emoções: será que a exibição de um corpo em um córrego da favela, tal como feito no documentário *In the Shadow of the Hill*, da rede Al-Jazeera, não pode contribuir, de certa forma, para deslocar os sentidos produzidos pelas narrativas oficiais sobre a segurança e o modelo das UPPs implantado na cidade por meio das emoções que desperta?

Além de todas as questões já apresentadas, é necessário considerar também as características do documentário em seu formato e suas materialidades. É possível dizer que “na representação da dor, a expressão de aflição, raiva ou angústia que surge da marginalização social torna-se uma performance a ser consumida pelo espectador” (SMALL, 2010, p. 62). A autora ainda salienta:

Interesso-me em como a figura do outro cultural – o indivíduo que é definido por quão longe está do mundo da vida ou a subjetividade do espectador – emerge como um objeto particularmente convincente de desejo no documentário. Isso pode se materializar de diferentes maneiras. [...] Alternativamente, o desejo pode assumir a forma de uma antecipação para possuir ou assimilar o outro através do conhecimento, ou para observar/experimentar, à medida que a narrativa progride, seu triunfo ou fracasso. Tudo isso assume um tipo de sentimento para o outro. Isto muitas vezes se apresenta como empatia, mas não exclusivamente – também pode assumir a forma de

desgosto, esperança ou medo. O desejo espectador também pode ser dirigido como uma esperança para algum tipo de transformação no mundo do documentário e, portanto, no mundo do ator social representado. (SMAILL, 2010, p. 17).

A autora também destaca a importância das emoções na construção de histórias de significação, nos relacionamentos com objetos, imagens, instituições e textos, delineando-os e dando sentido a eles – incluindo corpos, comunidades, práticas sociais e regimes políticos. Nesse sentido, também inspiram percepções de sujeitos documentais – e, por conseguinte, o consumo dos documentários. Caberá avaliar, dentro dessa perspectiva teórica, os trânsitos desse “entre” na construção ou deslocamento de sentidos em relação a essa *lovemark*.

De qualquer forma, não há como ficar indiferente aos documentários de televisão em questão. Elas se enquadram perfeitamente no que diz Maffesoli (1998, p. 193): “no quadro da megalópole, a imagem televisual se inscreverá numa relação tátil, emocional e afetual”. E, por meio da emoção e afeto, a busca do vínculo para uma possível compreensão: “só se compreende no *comum*. [...] O requisito essencial da compreensão é, assim, o *vínculo* com a coisa que se aborda, com o outro, com a pluralidade dos outros, com o mundo” (SODRÉ, 2006, p. 68, grifo do autor).

1.3.1 Welcome to Rio – Peace: construção da empatia e consumo da alteridade

Na última quinzena de junho e primeira semana de julho de 2014 (exatamente no período em que se realizava a Copa do Mundo no Brasil), a BBC veiculou a série documental observativa⁴³ *Welcome to Rio*, composta por três episódios intitulados *Peace*, *War* e *Ingenuity*, e cujo objetivo era explorar “as favelas do Rio e a campanha militar do governo para arrancar os traficantes de drogas do controle”,⁴⁴ e revelar “a verdade sobre a vida dentro das famosas favelas do Rio, por meio das vidas das pessoas que moram lá”.⁴⁵ Na página dedicada ao primeiro episódio do programa, aqui em análise, a sinopse diz que o acesso à favela (antes um “mundo escondido” devido à sua periculosidade e ao seu domínio por “traficantes de drogas brutais”)

⁴³ Trata-se da forma como a BBC categoriza o programa. Nichols caracteriza o documentário de modo observativo como aquele que “ênfatiza o engajamento direto no cotidiano das pessoas que representam o tema do cineasta, conforme são observadas por uma câmera discreta” (NICHOLS, Bill. *Introdução ao documentário*. Campinas: Papirus, 2005. p. 62). No entanto, apesar da intenção observativa, algumas características apresentadas no audiovisual contradizem a classificação de Nichols, por exemplo: há uso da narração em voz *over*, há vários cortes de passagem de tempo, há várias interações com a câmera que correspondem a respostas feitas a perguntas dos produtores. De qualquer forma, não é necessário haver um “purismo” na produção para se gerar a classificação, tendo em vista que diretor e produtores podem usar diversos recursos na construção do produto final – e por isso, me interesse pela classificação atribuída por eles, que refletem uma “intenção” voyeurística característica do documentário observativo.

⁴⁴ Do original: “*Rio's shanty-towns, the favelas, and the government's military campaign to wrest control from the drug gangs*”. Fonte: <<http://www.bbc.co.uk/programmes/b045h9nn>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

⁴⁵ Do original: “*the truth about life inside Rio's famous shanty-towns, the favelas, through the lives of people who live there*”. Fonte: <<https://www.bbc.co.uk/programmes/b045h914>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

permitiu revelá-las como “lugares de energia, engenhosidade e humor, um resumo sobre tudo o que é o Rio”.⁴⁶

Ainda em relação ao formato observativo, Chapman (2015, p. 198-199) ressalta que

O documentário observativo – ou o que nos discursos populares da televisão veio a ser conhecido como o documentário “*fly-on-the-wall*” – tem suas origens nos movimentos *Direct Cinema* e *Cinéma Vérité* da década de 1960. O gênero é particularmente adequado para a televisão em dois aspectos. Primeiro, a intimidade da televisão tornou o elemento “humano” mais imediato: a televisão permite uma sensação de proximidade com os assuntos que é diferente do cinema. Em segundo lugar, o formato episódico da televisão permitiu que documentários observativos seguissem indivíduos ou instituições por um período de tempo mais longo do que em um filme: isso permite mais detalhes e mais incidentes. O documentário de observação divide os críticos: para seus apoiadores, ele pode fornecer uma valiosa experiência sociológica e uma visão da política cultural das instituições [...], enquanto, para seus detratores, muitas vezes é visto como pouco mais que uma novela.

A narrativa gira em torno da vida de dois personagens: o primeiro, Rocky, é um carregador (de objetos, principalmente, mas também de pessoas com dificuldades de locomoção). O segundo, Acme, é um grafiteiro (artista premiado internacionalmente com muitos trabalhos nas ruas do Rio de Janeiro, no entanto, isso não parece estar claro no episódio). Suas histórias de vida são contadas destacando o antes e o depois da pacificação. Apesar do trecho da sinopse que diz “a série mostra como a pacificação ameaça todo o modo de vida das favelas, criando novos problemas mesmo que resolva o antigo”⁴⁷ e da abordagem em relação à gentrificação, percebe-se uma avaliação majoritariamente positiva do programa de pacificação (por exemplo, a demolição das casas tem como justificativa, no episódio, o fato de serem inseguras). Embora não esteja na descrição do episódio, ele ainda acompanha o trabalho do Batalhão de Operações Especiais (Bope) na implantação das Unidades de Polícia Pacificadora (UPPs).

“À medida que os olhos do mundo se voltam para o Rio de Janeiro para a Copa do Mundo de 2014”,⁴⁸ “Como parte dos preparativos para a Copa do Mundo e as Olimpíadas”.⁴⁹ Dentro desse contexto de construção da cidade-mercadoria, dramas pessoais são explorados, buscando construir uma relação emocional e afetiva desse “outro” com o espectador ao explorar alteridades (cariocas/brasileiros pobres, moradores de favela, vítimas da violência cotidiana).

⁴⁶ Do original: “*places of energy, resourcefulness and humour, the crucible of all that is hot about Rio*”. Fonte: <<https://www.bbc.co.uk/programmes/b045h914>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

⁴⁷ Do original: “*The series shows how pacification threatens the favelas' whole way of life, creating new problems even as it solves the old*”. Fonte: <<https://www.bbc.co.uk/programmes/b045h914>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

⁴⁸ Do original: “*As the eyes of the world turn to Rio de Janeiro for the 2014 World Cup*”. Fonte: <<https://www.bbc.co.uk/programmes/b045h914>>. Acesso em: 17 ago. 2018.

⁴⁹ Do original: “*As part of the preparations for the World Cup and Olympics*”. Fonte: <<https://www.bbc.co.uk/programmes/b045h914>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

Sob os olhos ingleses (mas também sob os olhos do mundo, da Fifa e do COI), somos um “outro” que deve ser desvelado para ser consumido.

A constatação de Maffesoli (1998) de que a televisão, na megalópole, busca relações táteis, emocionais e afetivas parece estar estreitamente ligada aos documentários televisivos e à sua habilidade em focar as emoções de forma a construir as realidades acerca do mundo que representam; e, mais especificamente, parece resumir toda a ideia da realização do artefato aqui em análise: um documentário sobre o Brasil e o brasileiro (ou o carioca e a favela), produzido e veiculado por ingleses, as representações da alteridade aí contidas, as emoções exploradas, a busca por uma empatia em relação ao morador da favela, ao policial e ao espaço em si, tudo isso ligado à produção da cidade do Rio de Janeiro como mercadoria a ser consumida por ocasião da realização dos megaeventos esportivos.

A narração é da atriz Cleo Rocos, uma comedianta erradicada no Reino Unido, carioca “por acidente”.⁵⁰ Apesar disso, a narradora se coloca como carioca, usando a primeira pessoa, e estabelecendo distinções claras entre “nós”, cariocas, e “vocês”, turistas: “Um em cada cinco de nós vive em partes da cidade que vocês turistas nunca conhecerão, as famosas favelas do Rio”.⁵¹ Uma câmera em *travelling* mostra árvores, favela e termina com uma imagem panorâmica da praia. Não apenas no início da narração, mas durante o episódio há outras referências entre “nós” e “vocês”: “mas o governo começou a invadir nossas favelas e nosso mundo está sob ameaça como nunca antes”⁵² e “Milhões de vocês estão planejando visitar o Rio nos próximos dois anos e estamos ansiosos para vê-lo, mas temos algumas coisas para arrumar antes de vocês chegarem”⁵³ são outros exemplos. A presença de uma narradora “brasileira” (embora ela pouco mencione sua “brasilidade” em sua biografia – não há referências, por exemplo, em seu *site* pessoal – e reconheça que pouco viveu no Brasil, já que viajava muito, e vive pelo menos há 45 anos no Reino Unido) que se coloca diversas vezes como uma de “nós”, estabelecendo uma distinção clara em sua fala para “vocês, estrangeiros”, parece buscar uma relativização da representação de um país como uma alteridade, como se o que estivesse, ali, fosse uma autorrepresentação. A ideia da pessoa pública na Inglaterra que,

⁵⁰ Segundo entrevista concedida ao *Express*, seus pais se conheceram na Grécia e acabaram no Brasil devido ao trabalho de seu pai com navegação. Também por esse motivo – viajavam muito –, estabeleceram-se em Londres quando ela tinha 10 anos. (Fonte: < <http://www.express.co.uk/life-style/life/563430/Cleo-Rocos-The-Kenny-Everett-Television-Show-interview>>.)

⁵¹ Do original: “*One in five of us live in parts of the city you tourists will never know, Rio's famous favelas*”.

⁵² Do original: “*But the government has started invading our favelas and our world is under threat as never before*”.

⁵³ Do original: “*Millions of you are planning to visit Rio in the next couple of years and we're looking forward to seeing you, but we've a few things to tidy up before you arrive*”.

sendo “brasileira”, pode conduzir uma visita ao diferente: a familiaridade com o país que é visitado aliada ao conhecimento sobre os costumes de quem visita. Um bom anfitrião que acolhe quem chega, mostrando o que há de melhor no lugar a ser explorado: suas emoções, suas histórias de vida, a magia de um lugar, respeitando, contudo, os limites simbólicos da cultura visitante. O recurso, no entanto, não esconde o que salienta Amancio (2000, p. 70):

Há sempre um estrangeiro na trama para estabelecer os limites e a prerrogativa de um determinado ponto de vista, de um recorte que se explicita nas representações da alteridade. Colocar na tela um outro povo é tarefa que exige uma negociação narrativa, plástica, sonora. Mesmo o documentário, campo maior da evidência da “verdade” na tradição cinematográfica, recorre a intermediações dessa natureza na representação do Outro.

A narrativa se dá na primeira pessoa não apenas como se Cleo vivesse no Brasil, mas também como se fosse moradora da favela: “Mas para aqueles de nós que vivem na favela, a pacificação é uma bênção mista. A ocupação da polícia significa menos tiroteios em nossas ruas, mas muito mais envolvimento do governo no nosso modo de vida”.⁵⁴ Vê-se, também nesse trecho, uma nova dicotomia: “nós”, favelados, *versus* “ele”, o governo. Essa dicotomia, que faz sentido no contexto das favelas, é apresentada, no entanto, de forma pejorativa para o morador da favela: em uma cena, Rocky ri após dizer que não paga a conta de luz (mais adiante no documentário, no entanto, verifica-se que essa fala não é acompanhada do riso, que é dado em outro contexto). Assim, a edição leva a entender que há uma “malandragem” no não pagamento da conta de luz. Em outro contexto, uma policial diz a um mototaxista que, se ele andar dentro da lei, não terá problemas. E, associado a essa dualidade, um entendimento que se trata apenas de “andar na lei”.

Rocky é apresentado aos 2min55s como “rei de transportar coisas”,⁵⁵ após a narração dizer que a Favela do Cantagalo “é um milagre da arquitetura não planejada. Sobe faceando a encosta com um labirinto de becos sinuosos, portas secretas e escadarias infinitas”.⁵⁶ A escadaria infinita também é representada em um plano feito por um drone: Rocky, com uma geladeira nas costas, começa a subir as escadas. O drone sobe, dando a amplitude tanto do tamanho da escada, quanto da dificuldade do trabalho do carregador. Após constatar, ainda, o esgoto a céu aberto e a quantidade de animais, Cleo diz: “Mas o orgulho da nossa favela é isto [uma imagem das praias de Copacabana e do Leme, com o Pão de Açúcar ao fundo]. Certamente uma das vistas mais bonitas na cidade”,⁵⁷ reduzindo todas as formas de viver,

⁵⁴ Do original: “*But for those of us who live in the favela, pacification is a mixed blessing. Police occupation means fewer gun battles on our streets, but much more government involvement in our way of life*”.

⁵⁵ Do original: “*King of carrying stuff*”.

⁵⁶ Do original: “*Is a miracle of unplanned architecture. It climbs the sheer face of the hillside with a labyrinth of winding alleyways, secret doors and endless staircases*”.

⁵⁷ Do original: “*But the pride of our favela is this. Surely one of the loveliest views in the city*”.

sujeitos e subjetividades presentes na favela a um dos maiores clichês aclamados mundialmente: as paisagens da “cidade maravilhosa”.

Rocky é apresentado como um viúvo que vive no alto do morro com seus três filhos e dois netos. A figura é de um homem forte, que carrega coisas pelas escadas, e “maternal”, que cuida de cinco pessoas, mora em uma casa muito pequena, faz “quebra-cabeças” para todos dormirem na mesma cama, tratado pela narração como se fosse uma escolha afetiva: “Claro que é meio aconchegante [por ser pequeno], mas nós preferimos isso que ficarmos separados”,⁵⁸ diz a narradora. A construção da empatia pelo personagem passa pelo filho adolescente de Rocky: “Mas rico ou pobre, há um desastre certo para qualquer pai: adolescentes. Todos os pais se preocupam com a companhia que seus adolescentes mantêm, mas para os pais das favelas, há uma chance de seus amigos serem traficantes de drogas”.⁵⁹ A figura do “pai herói” (o qual ocupa aquele que seria o “lugar da mãe”), trabalhador braçal, que vive em situação de extrema pobreza e sobe escadarias infinitas em prol do outro é explorada de diversas formas no documentário, e isso pode ser entendido como uma característica do formato, tal como aponta Smaill (2010), e o interesse que emerge nesse produto audiovisual sobre o outro cultural como objeto de desejo.

O personagem apresenta uma forte inclinação para o cuidado com o outro, apesar de também estar inserido nesse contexto de violência e vulnerabilidade social, não apenas com seus filhos e netos, mas também com pessoas doentes e com o espaço em que vive. Rocky parece desconstruir um estereótipo de força e racionalidade (do sujeito físico, trabalhador braçal) para assumir uma condição de sujeito relacional, condição essa que contribui para o despertar das emoções nos espectadores, bem como para seu engajamento empático.

É como se o conceito fundamental de ética fosse visto agora, apesar das eras de sermões sobre a retidão moral, da perspectiva da inclinação vulnerável ou, mais ao ponto, da inclinação. Ou melhor: como se a ontologia dos vulneráveis, finalmente libertada das máscaras beligerantes do sujeito, pudesse contar com a persistência de um imaginário popular que imponha uma pausa emocional e uma resistência muda contra o longo historial de violência. (CAVARERO, 2016, p. 14-15).

As relações na favela são exemplificadas também pelo brechó de Rocky, localizado na entrada da favela: “Pode parecer arriscado deixar todos os seus bens em uma pilha na rua, mas ninguém sonharia em tocar as coisas de Rocky. É uma das alegrias de viver em uma pequena

⁵⁸ Do original: “*Sure it's kind of cosy, but we'd much rather that than be apart*”.

⁵⁹ Do original: “*But rich or poor, there's one disaster certain to strike any parent: teenagers. Every parent worries about the company their teenagers keep, but for favela parents, there's a chance their dodgy mates could be drug traffickers*”.

comunidade.⁶⁰ Todos cuidam dos negócios de todos”.⁶¹ Cuidado, trabalho duro, estudo (e suas dificuldades, já que a narração salienta que não há escolas dentro da favela) são características exploradas. Por outro lado, a presença dos traficantes, apesar da UPP: o filho adolescente de Rocky, Felipe, é condenado pelo tráfico a ficar um mês em casa, sob a acusação de passar informações para a polícia. Rocky conversa com Felipe: “eu sou pai e amigo. Aqui tem tudo, não é um castelo, mas aqui é nosso lar, nossa dignidade, nosso carinho”. Menciona, depois, como a questão afeta seu trabalho: “eu fico preocupado. Se alguém bater nele, tá batendo em mim. Eu, como pai e mãe dele, eu fico sentido”. Felipe afirma: “eu só acho que ele não me bateu porque os caras aqui do morro todinho conhecem meu pai”. Ele também conta histórias de envolvimento com traficantes e diz que não tem amigos, enquanto empina pipa – a imagem da pipa⁶² voando livre no céu contrasta com a prisão domiciliar do adolescente. Mas há que se relativizar também essa relação com os traficantes: “Nossos relacionamentos com os traficantes são complicados, no mínimo. Como um jovem de uma favela controlada por gangues, os traficantes locais serão pessoas com quem você cresceu ou foi à escola, e até membros de sua própria família”.⁶³ No contexto do documentário, pode-se dizer que a “representação da dor, expressão de aflição, raiva ou angústia que surgem da marginalização social tornam-se uma performance a ser consumida pelo espectador” (SMALL, 2010, p. 62). Trata-se também, portanto, de estabelecer empatia com o outro e suas dificuldades.

Rocky também apresenta sua paixão pelo Vasco da Gama (a narradora diz que ele gasta menos em aluguel que no futebol), paixão que divide com amigos, filho e neto. Imagens da torcida que vibra, canta, dança, enquanto a narradora diz: “Este é apenas um jogo de campeonato. Imagine o que será a nossa Copa do Mundo”.⁶⁴ Os imaginários do país do futebol são explorados de diversas formas: “Vamos encarar, ninguém joga tão bonito como o Brasil”⁶⁵ (nessa fala, também o estereótipo do time de futebol brasileiro como dono do futebol-arte, que será abordado posteriormente neste trabalho). Ao som de uma ópera, muitos palavrões são exibidos (“nós sabemos como expressar nossa apreciação”⁶⁶), enquanto o jogo transcorre, e

⁶⁰ Segundo o Censo Demográfico de 2010, o Complexo Pavão-Pavãozinho/Cantagalo tem 10.338 moradores (Fonte: <http://www.riomaisocial.org/territorios/pavao-pavaozinho-cantagalo/?secao=inicio>). Acesso em: 18 ago. 2017.

⁶¹ Do original: “*It may seem risky, leaving all your possessions in a pile on the street, but no-one would dream of touching Rocky's stuff. It's one of the joys of living in a small comunidade. Everyone takes care of everyone else's business.*”

⁶² A cena de moradores empinando pipa na laje é recorrente nos documentários em análise.

⁶³ Do original: “*Our relationships with the traffickers are complicated to say the least. As a young man from a gang-controlled favela, local traffickers will be people you grew up with or went to school with, even members of your own family*”.

⁶⁴ Do original: “*This is only a league game. Just imagine what our World Cup will be like*”.

⁶⁵ Do original: “*Let's face it, no-one plays the beautiful game quite like Brazil*”.

⁶⁶ Do original: “*We know how to express our appreciation*”.

imagens do neto de Rocky quieto são exibidas, alternadas.⁶⁷ No fim, Rocky fala de sua esperança no time e a narradora conta que “o filho de Rocky, Felipe, costumava treinar na base do Vasco. Mas Felipe começou a trabalhar para traficantes de drogas e desistiu do treinamento. Rocky o chama de ‘ovelha negra’ desde então”.⁶⁸ A alegria desse passado, de um sonho de ver no futebol a salvação de sua família, em contraste com a atual situação do adolescente e uma possível “salvação” pelo esporte.⁶⁹

Até que, pela primeira vez no episódio, Rocky “une” a cidade partida: ele desce o morro para garimpar o lixo em um bairro do “asfalto” em busca de material para vender. “Está a apenas algumas centenas de metros de distância, mas poderia ser um outro planeta. Enquanto na favela a maioria de nós sobrevive com apenas algumas libras por dia, a Zona Sul do Rio é uma das vizinhanças mais ricas do mundo. Para nós, mesmo o lixo deles é um tesouro”.⁷⁰ O contraste é evidenciado pelas imagens dos prédios, das ruas asfaltadas, da praia, de lojas e cafés, joias, marcas caras, pessoas tranquilas na orla tomando sol e banho de mar, enquanto Rocky anda com seu carrinho de mão atrás de lixo para vender e, com o dinheiro, comprar comida para a família. Apesar da dificuldade, Rocky dá o pouco dinheiro que tem para o neto se divertir na praia. Nesse momento, a narradora apresenta o “sonho parado” de Rocky: seu triciclo, chamado Vascomóvel. O rei da escada não consegue economizar para fazê-lo funcionar.

Às cinco da manhã, Rocky carrega nos ombros uma mulher com dificuldade de locomoção: “O trabalho mais heroico de Rocky é transportar os doentes e feridos morro abaixo, uma espécie de serviço humano de ambulância. É um serviço que ele oferece gratuitamente. Treze anos atrás, Rocky desceu o morro com sua esposa”.⁷¹ O personagem conta, então, que sua esposa morreu em seus braços. Ele mostra o nascer do sol visto de sua laje e diz que “sempre tem um problema na família”, o que é traduzido por “*every family has their problems*”.

⁶⁷ Vale salientar que, durante a Copa, havia um guia de etiqueta para os estádios, no qual os palavrões eram proibidos.

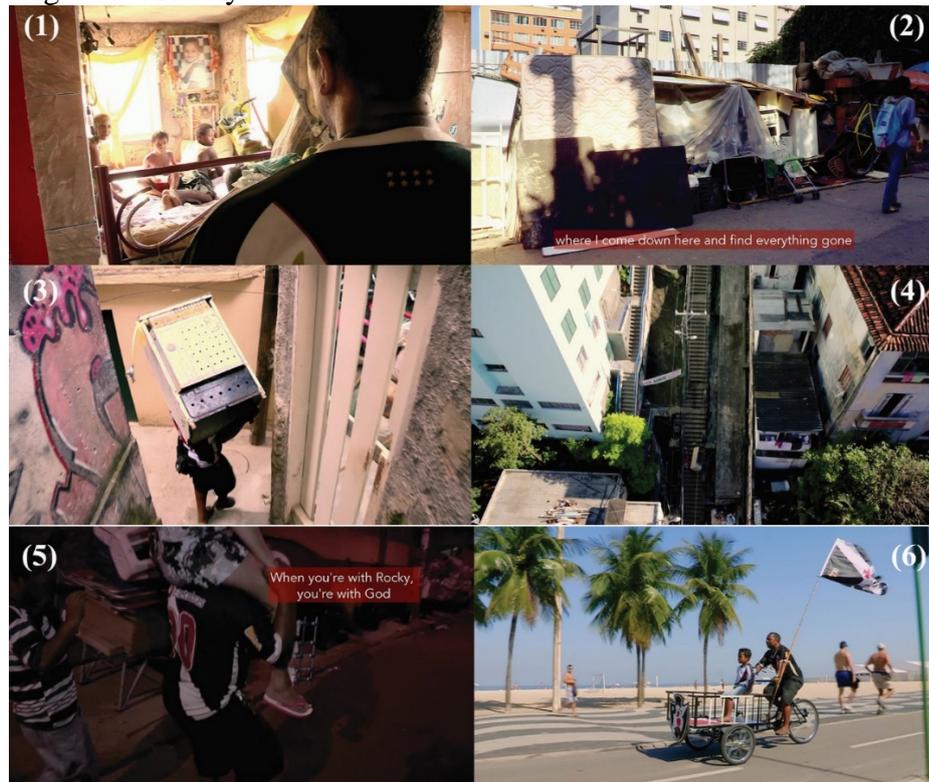
⁶⁸ Do original: “*Rocky's son Felipe used to train at the Vasco school. But Felipe started running errands for the drug traffickers, and gave up his Vasco training. Rocky's called him the 'Black Sheep' ever since*”.

⁶⁹ As narrativas de salvação pelo esporte podem ser encontradas nos documentários turísticos de 2012 (GOTARDO, 2016). Diversos estudos na Sociologia do Esporte vêm buscando demonstrar que imaginários difundidos mundo afora acerca do Brasil como país do futebol (e do futebol-arte), de um jogo de estilo único, são produtos de construções feitas por jornalistas e intelectuais, datadas dos anos de 1930, em um contexto de consolidação do Estado-Nação, de construção de uma identidade nacional e, posteriormente, já na ditadura militar, de imagens ideais (“modelos”) da sociedade. Para mais detalhes acerca dessa construção nos documentários internacionais de televisão, ver: GOTARDO, Ana Teresa. *Do “país do futebol” à desconstrução da marca Rio: deslocamentos de sentidos sobre o esporte em documentários internacionais pré-olímpicos*. **COMMUNICARE** (SÃO PAULO), v. 18, p. 216-229, 2018.

⁷⁰ Do original: “*It's only a few hundred yards away, but it may as well be a different planet. While in the favela, most of us survive on just a few pounds a day, Rio's South Zone is one of the richest neighbourhoods in the world. To us, even their garbage is a treasure trove*”.

⁷¹ Do original: “*Rocky's most heroic job is ferrying the sick and injured down the hill, a kind of human ambulance service. It's a service he provides free of charge. 13 years ago, Rocky carried his wife down the hill*”.

Figura 1 – Rocky em *Welcome to Rio*



(1) Casa de Rocky, onde moram também seus filhos e netos; (2) Brechó de Rocky; (3) Rocky carrega um fogão; (4) Rocky sobe as “escadarias infinitas” com uma geladeira nas costas; (5) Rocky carrega mulher que usa fixador externo na perna; (6) O triunfo de Rocky em seu Vascomóvel Fonte: *Welcome do Rio – Peace* (2014).

E eis que, então, um dos maiores pesadelos de Rocky se concretiza: a polícia ordena que ele tire seu brechó da calçada. Ele tenta argumentar, mas os policiais dizem que se ele não o fizer, vão mandar o caminhão de lixo retirar. O personagem fala, então, da importância de seu trabalho não apenas para ele, mas para a comunidade. Felipe o ajuda, trabalhando duro, alimentando as esperanças do protagonista, que acredita que seu filho assumirá seu legado. Ao som de *Claire de Lune*, Felipe sobe as escadas, enquanto Rocky sai com um carrinho de mão cheio para tentar vender seus produtos. Chinelos no asfalto, pneu murcho em meio aos carros e ônibus, ele consegue vender sua mercadoria por um bom valor.

Sinais de esperança guiam o episódio para seu fim: Felipe consegue um trabalho na praia (“eu me sinto bem, a vida mudou. [...] Ando de cabeça erguida, sigo em frente pra ajudar meu pai”) e Rocky consegue consertar seu Vascomóvel. Rodas rápidas no asfalto à beira-mar ao som do tema de *Black Beauty*. Rocky encerra com a festa de aniversário de seu neto em sua casa, com muitas crianças dando o tom de esperança no futuro: “Esse é o espírito da favela, que nenhum traficante de drogas ou policial poderiam destruir”.⁷²

⁷² Do original: “That’s the spirit of the favela, which no drug trafficker or police officer could ever crush”.

Outro personagem também representa a figura de “pai herói”: Acme. Sua primeira aparição no documentário se dá aos 10min, levando seu filho (que aparenta ter aproximadamente 3 anos) da escola para a casa no topo do morro. Davi reclama estar cansado, então, Acme gentilmente o carrega nas costas em uma nova representação da escada infinita, que se apresenta como uma conexão narrativa em diversos contextos, produzindo sentidos diversos. O menino diz que quer ser pintor como o pai. “Acme é grafiteiro. Suas telas são as paredes de sua favela e seu caminho para casa é como um passeio por sua galeria”.⁷³

Paisagens são exibidas, enquanto a narração apresenta o espaço: “No topo do morro, o ar é limpo. Há frutas nas árvores e uma brisa fresca, um alívio para a esposa de Acme, Jane, grávida de seis meses de seu segundo filho. Um bebê criado no topo deste morro teria ouvido tiros como canções de ninar até alguns anos atrás. E quando Davi nasceu, Acme e Jane se mudaram. Mas agora que o Cantagalo está oficialmente pacificado, eles voltaram para sua bela casa... que é muito mais prática como estúdio para Acme”.⁷⁴ Novas vidas que foram “possibilitadas” pela UPP: no ventre de Jane, no retorno para a casa, no trabalho, no livre brincar. Histórias que dão significado ao trabalho do artista, sua história de vida, seu engajamento político e social e sua relação com a favela:

As emoções se movem junto com histórias de significação e, por meio disso, se associam e moldam relacionamentos com objetos, como imagens e gêneros, um texto e/ou as instituições que cercam o texto, de maneira sistemática. Elas também delineam e dão sentido aos objetos, incluindo corpos, comunidades, práticas sociais e regimes políticos, através de processos discursivos. Desta forma, elas também inspiram percepções de sujeitos documentais. (SMALL, 2010, p. 6).

Contrastando com a “nova vida”, a informação de que a violência inspirou muitos trabalhos do artista. Ao som de *Don Carlos Auto-da-Fé (Excerpt): Spuntato ecco il di*, de Verdi, imagens do tráfico (armas, drogas), de crianças e das pinturas de Acme são exibidas. O artista apresenta o “passado” de violência da favela: um campo de futebol chamado “Vietnã”, onde pessoas eram cobradas e executadas pelo tráfico. Marcas de bala são exibidas.

A arte de Acme é apresentada como a paixão que o ajudou a não entrar para o tráfico. Ele fala um pouco de seu trabalho fora da favela. Comenta, inclusive, quando o “dono do morro” se ofereceu para cobrar uma dívida de um trabalho para ele. Ele negou a ajuda, mas fez sua própria justiça: trancou os devedores na sala e levou equipamentos do local. Imagens das obras estruturais da cidade são exibidas com a seguinte narração: “Os clientes da Acme não são

⁷³ Do original: “Acme is a graffiti artist. His canvases are the walls of his favela and his journey home is like a tour of his gallery”.

⁷⁴ Do original: “At the top of the hill, the air is clean. There's fruit on the trees and a cool breeze, which is a relief for Acme's wife Jane, who is six months pregnant with their second child. A baby raised at the top of this hill would have had gunfire for lullabies until a couple of years ago. And when Davi was born, Acme and Jane moved away. But now Cantagalo is officially pacified, they have moved back into their beautiful house... which is a lot handier for Acme's studio”.

os únicos que estão lutando para pagar as contas. Nosso governo gastou como se não houvesse amanhã, tudo para se preparar para vocês. Uma pintura em um estádio aqui, um novo parque olímpico lá, quem pensaria que poderia custar tantos bilhões?”⁷⁵ Imagens das manifestações anti-Copa são exibidas: “Alguns de nós estão começando a perguntar se vale a pena”.⁷⁶

Acme faz, então, o que seria uma primeira crítica de um morador da favela à UPP, a respeito da demolição de casas: “Foi marcado de forma como se... que fosse condenado mesmo, não avisaram, não avisaram... aí saíram marcando. Essa atitude foi muito mal-educada”. Acme se engaja para evitar as demolições e teme pela sua casa, não apenas pelo seu custo financeiro, mas também por medo de perder seus vizinhos, suas raízes, seu quintal, que é o morro – a extensão de sua casa. Imagens da demolição são exibidas. A narração diz: “Se o governo está no comando, ele também é responsável pelo nosso bem-estar, e isso lhe dá o direito de expulsar amigos declarando as casas da favela inseguras e destruindo-as. [...] O governo está prometendo realocar Acme e seus vizinhos, mas atualmente em oferta estão casas em outras favelas, distante dos empregos, famílias e amigos”.⁷⁷

Na denúncia da gentrificação, emerge mais claramente a relação afetiva dos moradores com a favela e a tentativa de construir a empatia do telespectador com aquele espaço antes identificado como milagre arquitetônico, labirintos de vielas, portas secretas e escadaria infinita. A favela, aqui, constitui-se também como alteridade, tal como aponta Duarte (2016), em seu conceito de “empatia espacial”: um espaço que se personifica, uma construção simbólica que se interpõe ao indivíduo de forma íntima e familiar, a partir das experiências humanas no espaço que compõe intersubjetividades.

Nesse momento, também é abordada a especulação imobiliária: “Com menos disparos, os valores estão disparando. [...] E agora os estrangeiros estão comprando nossa terra para construir hotéis”.⁷⁸ Um agente imobiliário, também morador da favela, fala sobre os novos valores dos imóveis. Dois homens jovens, aparentemente de classe média/alta, buscam informações de valores para aluguel: de R\$ 1.600 a R\$ 2.000 ou, na legenda, £400. “Com vista, né?”, pergunta um deles, ouvindo um “sim” sem muita certeza.

⁷⁵ Do original: “Acme's clients aren't the only ones that are struggling to pay the bills. Our government have been spending like there is no tomorrow, all to get ready for you lot. A lick of paint on a stadium here, a new Olympic park there, who would think it could cost so many billions?”

⁷⁶ Do original: “Some of us are starting to ask if it's worth it”.

⁷⁷ Do original: “If the government are in charge then they're also responsible for our wellbeing, and that gives them the right to wheel out an old favourite declaring our favela homes unsafe and bulldozing them. [...] The government are promising to rehouse Acme and his neighbours, but currently on offer are homes in other favelas, miles from jobs, families and friends”.

⁷⁸ Do original: “With fewer shoot outs, values are shooting up. They may be improvised houses on squatted land, but they change hands for money, just like yours. And now outsiders are buying up our land to build hotels”.

Bidou-Zachariassen (2006) ressalta que o termo “gentrificação” abarca a ideia de fenômeno físico, econômico, social e cultural que se insere em um tipo de desenvolvimento baseado no regime de acumulação nas economias em mutação.

Os “novos pólos de crescimento” correspondem, frequentemente, a espaços urbanizados suscetíveis de atrair – em razão da oferta de equipamentos culturais, lazer, consumo e concentração de oportunidades de emprego que eles representam – camadas altamente qualificadas, muito solicitadas por essas novas formas de desenvolvimento nos países primeiramente industrializados, mas também nos países emergentes. (BIDOU-ZACHARIASEN, 2006, p. 24).

Com isso, há uma reorganização socioeconômica que faz surgir novos modos de vida e de consumo, os quais privilegiam a individualização da vida social e cultural. Deste modo, é possível afirmar que a gentrificação envolve práticas sociais, econômicas e políticas públicas. No caso brasileiro citado pela autora – a cidade de São Paulo, mas que nos permite traçar um paralelo com o Rio de Janeiro –, “a revitalização visa à promoção de uma diversidade de atividades econômicas, mas são privilegiados setores como o turismo, a cultura e o consumo de produtos de luxo” (BIDOU-ZACHARIASEN, 2006, p. 52). Mas há, ainda, a atribuição de uma mudança da imagem da cidade ao retorno das classes médias às áreas “degradadas”, com a finalidade de atrair investidores privados.

Figura 2 – Acme em *Welcome to Rio*



(1) Acme sobe as escadas com seu filho nas costas. (2) Casa de Acme no alto do morro. (3) Acme sobre os escombros da casa de um vizinho, após demolição promovida pela prefeitura. (4) Acme em protesto pelo direito à habitação durante as Jornadas de Junho. (5) Painel pintado por Acme em comemoração pelo cancelamento das demolições, anunciado após protestos. (6) Acme e Rocky no fim do episódio
Fonte: *Welcome to Rio – Peace* (2014).

Além do crescimento do lucro imobiliário, o episódio também aborda o crescimento do turismo tanto de *hostels* na favela, quando *tours* guiados pelo local. Uma imagem do que parece ser o bondinho do Alemão, enquanto o guia relativiza os problemas: “ainda existe o tráfico de drogas, como em qualquer lugar do Brasil, [...] só que não tem mais o tráfico armado”. Em outro local, um guia faz um passeio em inglês. “E o turismo favela significa dólares turísticos. Mas esse afluxo de turistas e agentes imobiliários está aumentando o custo de vida para o resto de nós”.⁷⁹ O consumo turístico da cidade ganha novos mapas graças à pacificação, movimentando a economia, mas também cria novas dificuldades para os moradores das favelas.

Acme tem um papel importante na crítica à gentrificação: participa de encontros com acadêmicos, mobiliza os vizinhos, registra as demolições, participa de protestos. São exibidas imagens de sua participação em um protesto que parece inicialmente pacífico, mas que é reprimido pela polícia com bombas de gás lacrimogênio, gás de pimenta e balas de borracha. Uma ambulante que vende água sofre com os efeitos das bombas, e um manifestante oferece vinagre a ela, em mais uma imagem de inclinação e cuidado com o próximo. Gritos de protesto ecoam: “não vai ter Copa”.

Assim como a história de Rocky, Acme também caminha para o final feliz após toda sua luta: as demolições foram suspensas, e ele vai “comemorar” fazendo o que faz de melhor: arte. Ele conta sobre seu medo de pintar na rua, já que sempre era interrompido por policiais. E é exatamente o que acontece: “Claro, nem todo mundo entende a visão da arte de rua política”.⁸⁰ Acme explica seu trabalho, e o policial, talvez por estar diante das câmeras, faz um elogio e uma sugestão ao artista. No painel, a inscrição: “nós governamos esse país”.

Seu engajamento político na luta pelo direito à cidade termina com uma importante crítica: “A ação da polícia é uma coisa imediata. A mídia também quer fazer isso parecer um resultado de sucesso. Mas não é com guerra que a gente consegue o amor”. Acme problematiza, em sua fala, a construção midiática das UPPs como projeto de sucesso, deixando claro que se trata de uma guerra, mas não em relação à guerra contra o tráfico presente na narrativa oficial. Trata-se, no entanto, de uma fala curta no fim do episódio, a qual não tem o devido destaque, mas que denuncia, de certa forma, o processo de construção da marca-cidade que cria contextos

⁷⁹ Do original: “*And favela tourism means tourist dollars. But this influx of tourists and estate agents is driving up the cost of living for the rest of us*”.

⁸⁰ Do original: “*Of course, not everyone understands the vision of political street art*”.

de alteridade e mapas nacionais que não levam em conta as subjetividades, mas que representam um projeto político muitas vezes arbitrário de transformar o Rio de Janeiro na capital da nova cartografia pós-nacional fundada por tentativas de organizar a vida social em torno do turismo (APPADURAI, 1997). Nesse sentido, o contraste social e a violência das favelas, ícone no imaginário global, passam a ser reinventados para produzir “a segurança da expectativa preenchida” (JAGUARIBE, 2011, p. 6).

O crucial no processo de *branding* é vender uma imagem da cidade para que ela possa ser a recipiente de recursos, investimentos, turismo e ganhos econômicos. Cada cidade terá que inventar e apostar nas suas próprias estratégias de *branding* levando em conta uma adequação entre seus repertórios e seus slogans. No caso do Rio de Janeiro, famosamente alcunhada de “cidade maravilhosa”, a busca pelo *branding* convidativo se defronta com legados contraditórios. (JAGUARIBE, 2011, p. 3-4).

Para encerrar o episódio, um *cross-over* entre as histórias de vida dos personagens: Acme pinta um retrato de Rocky na parede. “A favela pertence ao seu povo e isso significa que ela estará sempre em boas mãos”.⁸¹ Um tom de felicidade e vitória garante o final feliz para os personagens principais da trama, atendendo às possíveis expectativas do espectador, tal como salientado por Smaill (2010, p. 17): “O desejo do espectador também pode ser dirigido a uma esperança para algum tipo de transformação no mundo do documentário e, portanto, no mundo do ator social representado”.

1.3.2 Bope: morte e salvação, ou a alteridade da alteridade

O Batalhão de Operações Policiais Especiais (Bope) é introduzido aos 13min20s do episódio. O *Rap das Armas*, de MC Junior e MC Leonardo, acompanha as imagens de homens fortemente armados, em cenas noturnas. “Foi só quando a Copa do Mundo estava em jogo que decidiram fazer alguma coisa. Não se deixe enganar com o nome: não há nada pacífico na pacificação”:⁸² de alguma forma, a narradora coloca que o projeto está ligado ao consumo da cidade por turistas durante os megaeventos esportivos e que o projeto é implantado com o uso da força. Narração e imagens parecem contrastar ideias de violência e paz. No entanto, para parte dos espectadores, os sentidos produzidos na série podem levar à ideia de que essa implantação faz parte do conjunto positivo de legado deixado pelos megaeventos esportivos.

⁸¹ Do original: “*The favela belongs to its people and that means it will forever be in safe hands*”.

⁸² Do original: “*It was only when the World Cup was at stake they decided to do something. Don't be fooled by the name – there's nothing peaceful about pacification*”.

A corporação é apresentada pelo subtenente Gripp não somente em seu trabalho, mas também em alguns simbolismos, no sentimento de coragem, de treinamento árduo, de entrega a um projeto que considera ser a salvação para a cidade e seus moradores: “São pessoas de bem que vivem em um local que é dominado por traficantes... com certeza, todas as comunidades do Rio de Janeiro que ainda não foram beneficiadas pela Unidade de Polícia Pacificadora esperam ansiosamente nossa chegada. E, se Deus quiser, vamos estar em todas em breve”.

A busca pela empatia no episódio se dá mesmo para o mais duro dos sujeitos. Fé em Deus e no lema “vitória sobre a morte” conduzem grande parte das falas do subtenente, desconstruindo a ideia de “sujeito racional”. Ele relata as vezes que “venceu a morte” durante o exercício de sua função. O episódio não esconde, no entanto, as táticas de guerra e o armamento pesado usado pelos policiais nas incursões às favelas, nem tampouco o medo que as operações causam nos moradores. A construção da empatia pelos policiais e pelo programa se dá de diversas formas, apesar das críticas feitas a eles ao longo do episódio.

Percebe-se a importância dada à presença do governo do estado e de sua polícia, relacionando-as diretamente a algumas “melhorias”, embora ainda haja críticas. A ideia de uma Instituição, de um poder centralizado, somado à monopolização da força e violência física, destacam-se nesse sentido, tal como proposto por Elias (1994), como parte de um processo civilizador moderno. E, embora o autor tenha analisado esse processo na formação das cortes europeias (“a nobreza belicosa é substituída por uma nobreza domada, com emoções abrandadas”), com a transformação de guerreiros em cortesãos, é possível perceber as similaridades do estudo com as representações do episódio em questão, na busca de uma conduta voltada para regulação, para a “civildade”. Em um lugar representado a partir do contraste social, cabe, dentro da ordem utilitária moderna e da economia do consumo turístico, diminuir o abismo dos costumes, do vestuário, da variedade de vida. Trata-se do tipo de narrativa que conduzia os documentários seriados de turismo em 2012 (GOTARDO, 2016). Ou também é possível fazer uma relação, nesse contexto, com a ideia da favela e de seus moradores como Vampyrotheuthis que devem emergir à luz da ciência moderna. Mas

Quando o Vampyrotheuthis emerge, explode. [...] De maneira que o perigo não parece ser o próprio Vampyrotheuthis, mas a pressão sobre ele exercida. Isto é a razão porque se tem acreditado longamente, e sobretudo durante o iluminismo, que bastaria descomprimir o Vampyrotheuthis para torna-lo inócuo e “civilizado”. [...] Esperava-se que tal educação do Vampyrotheuthis [...] o humanizaria. (FLUSSER; BEC, 2001, p. 127-128).

Em um tom que parece ser de ironia, a narradora diz: “Mas ter a polícia e não os traficantes nas ruas tem um preço, literalmente. Agora que eles estão no comando, o governo quer que paguemos pela nossa eletricidade, nossa água, até nossa Sky. Todas as coisas que

costumávamos obter de graça”,⁸³ uma crítica presente também, por exemplo, no documentário *Battle for Rio*, analisado no Capítulo 4 deste trabalho. Em seguida, faz uma crítica: “E, embora tenham prometido que a pacificação viria com muitos outros benefícios, até agora eles nem sequer organizaram a coleta de lixo”.⁸⁴ A segurança, nesse caso, é abordada não apenas em relação à violência dos traficantes: Rocky fala sobre as ligações clandestinas de luz comuns na favela e os riscos de curto-circuito e incêndio.⁸⁵ A questão da falta de acesso a serviços públicos básicos, que nas favelas é extremamente complexa e faz parte da conformação da cidade, parece ser tratada de uma forma simplista do “não pagar”, como se primordialmente esse fosse o problema, seguido pela segurança. A crítica, no entanto, também está presente, ao se mencionar a falta da coleta de lixo.

A força policial é, também, uma alteridade em conflito com o morador da favela, num processo que, tal como apresentado nas narrativas do episódio, ressignifica os sentidos sobre o espaço, seu cotidiano e suas experiências afetivas, denunciando, de alguma forma, a violência estatal. No entanto, em um processo no qual os policiais têm mais força, o episódio também explicita suas fragilidades para que sejam entendidos também como humanos e, ainda, como seres relacionais submetidos a uma lógica na qual eles também não possuem força: “Os políticos que decidiram que a pacificação é a resposta para o Rio não são os que arriscam suas vidas marchando no território do traficante de drogas. Essa honra recai para o BOPE e eles estão se tornando vítimas”.⁸⁶ A polícia, então, torna-se um agente da violência estatal em relação aos moradores, mas são, eles próprios, vítimas de política violenta de segurança do estado. Aos 36min, o episódio exhibe o enterro de dois policiais. As mortes são descritas pelo subtenente Gripp como “providência divina”, mais uma vez desconstruindo o sujeito racional. Suas fragilidades não são apenas em relação ao risco de morte, mas também à necessidade de se distraírem, de deixarem o trabalho de lado, de precisarem de tempo para relaxar e ficarem mais tranquilos no dia a dia, como qualquer pessoa. A narração destaca que “talvez tenhamos mais em comum com a polícia do que esperávamos. Certamente todos estamos enfrentando os

⁸³ Do original: “*But having the police, not the drug traffickers, run our streets comes at a price... quite literally. Now they're in charge, the government wants us to pay for our electricity, our water, even our Sky TV. All the things we used to get for free*”.

⁸⁴ Do original: “*And though they promised pacification would come with lots of other benefits, so far they haven't even organized the rubbish collection*”.

⁸⁵ É interessante notar (embora não seja o foco deste estudo) que, na teoria de *Marketing*, a segurança é o segundo item da hierarquia de necessidades de Maslow, também conhecida por pirâmide de Maslow, vindo apenas após as necessidades fisiológicas. Nesse caso, a segurança não é apenas um benefício (ou obrigação) do poder público para os moradores da favela, mas também um fator de convencimento da importância do projeto.

⁸⁶ Do original: “*The politicians who have decided pacification is the answer for Rio aren't the ones who risk their lives marching into drug trafficker territory. That honour falls to BOPE and they're taking casualties*”.

desafios da pacificação”,⁸⁷ colocando, nessa perspectiva, ambos, moradores e policiais, como vítimas. Percebe-se, mais uma vez, a busca da emoção e do reconhecimento desses homens fortemente armados como pessoas comuns, com necessidades e desejos, submetidos a uma lógica de poder coercitivo, ainda que de formas distintas das dos moradores.

Figura 3 – Bope em *Welcome to Rio*



(1) e (2) Cenas noturnas de ação do Bope. (3) Policiais se encontram para um momento de lazer, após a morte de um colega. (4) Criança chora, vestida com camiseta do Bope, durante o enterro do subtenente Gripp
Fonte: *Welcome to Rio – Peace* (2014).

“Aqui nós não podemos errar. [...] Aqui um erro nosso pode perder uma vida” – trata-se de uma das últimas falas do subtenente Gripp para o episódio. Ao contrário dos outros personagens, os policiais não têm finais felizes: “Algumas semanas depois, o subtenente Gripp embarcaria no que seria a sua missão final. Perseguindo traficantes que fugiam de uma pacificação iminente, o subtenente Gripp e sua unidade foram emboscados. O subtenente Gripp foi baleado e morto”.⁸⁸ Durante a narração, imagens do policial a caminho das operações são exibidas em câmera lenta. Imagens do enterro. Uma criança vestindo a camiseta do Bope chora e é amparada. Há muita comoção. “Deus decidiu que o subtenente Gripp patrulharia os céus. [...] morando em uma cidade como o Rio, sabemos que o conflito é muitas vezes necessário para trazer mudanças”.⁸⁹ E assim, apesar da crítica à violência do programa e ao risco que os

⁸⁷ Do original: “*Perhaps we have more in common with the police than we expect. Certainly we are all facing the challenges of pacification*”.

⁸⁸ Do original: “*A few weeks later, Commander Grip would embark on what would turn out to be his final mission. Pursuing traffickers fleeing from impending pacification, Commander Grip and his unit are ambushed. Commander Grip is shot and killed*”.

⁸⁹ Do original: “*God decided it was Commander Grip's turn to patrol the skies. The jury is out on pacification but living in a city like Rio, we know conflict is often necessary to bring about change*”.

policiais correm, uma justificativa é lançada, como se a morte fosse um “custo necessário” no processo de construção do Rio de Janeiro como cidade-mercadoria.

“Conheça as pessoas cujas vidas estão sendo jogadas de cabeça para baixo, tudo em nome do esporte internacional”.⁹⁰ O episódio em análise gira em torno de três sujeitos: o trabalhador braçal, o artista questionador e o policial civilizador/ordenador. Todos estabelecem relações com o espaço em questão, a favela: de pertencimento, de cuidado, de solidariedade, de cumprimento de uma função pública. Seus sentimentos são explorados, seus dramas pessoais são discutidos, suas vitórias e derrotas constroem a trama. Nem a morte escapou.

O que toda expedição deve pois empreender é um feito acrobático de equilíbrio entre a insistência do intelecto e a entrega à emotividade. Tal feito de acrobacia é possível, se o expedicionário explorador conseguir engajar-se em prol da existência humana em sua totalidade, com seu lado “superficial” de intelecto crítico e desperto, e seu lado “profundo” de emotividade onírica e vertiginosa. [...] Tal expedição pode conseguir fazer com que o Vampyrotheuthis emergja sem que exploda, e que o homem possa assumi-lo sem ser achatado por ele. (FLUSSER; BEC, 2001, p. 130).

Há importantes críticas durante todo o episódio, e pode-se dizer que o modelo almejado de documentário observativo contribuiu para uma autorrepresentação possível. “Possível” porque ela ainda estava sujeita ao roteiro, à produção e à edição inglesas e também à narração de uma comediante que se coloca como brasileira. Há um reconhecimento de alteridades a serem apresentadas e uma tentativa de que não houvesse questionamentos quanto à origem desses discursos, à ideia da “verdade” pela autorrepresentação.

Devemos pois desconfiar dos educadores iluminados. E mais ainda dos que desprezam superficialidades e almejam o que é profundo. Porque o que tais espíritos profundos desprezam é a humanidade humana, e o que almejam é a vampyrotheuthidade humana. E o que visam “salvar” não é o Vampyrotheuthis no homem, mas o homem no Vampyrotheuthis. Não visam como o fazem os educadores, a assumir o mal para transformá-lo em bem, mas a reconhecer ao mal o direito de sê-lo. Não pretendem elevar inferno até o céu, mas romantizar o inferno, para poder desculpar-se, se o habitam. (FLUSSER; BEC, 2011, p. 129).

Apesar disso, o episódio se propõe a explorar as emoções, a gerar empatia com os personagens, utilizando como principal recurso a construção desses sujeitos como relacionais, criando narrativas sobre suas histórias e possibilitando, por meio delas, possíveis compreensões do mundo por meio das relações construídas entre as ações humanas. Além disso, atuam na produção de significados devido aos seus efeitos na realização de objetivos e desejos (VILA, 2014), o que ainda pode ser relacionado com o interesse do documentário sobre a figura do outro cultural (SMALL, 2010). Por fim, há também uma empatia espacial com a favela, que é

⁹⁰ Do original: “*Meet the people whose lives are being thrown upside down, all in the name of international sport*”.

construída como um lugar não só de perigos, vielas e escadarias infinitas, mas também como lugar de afetos, de crenças, de valores, de superação e de futuros possíveis.

Por fim, considerando o contexto de produção do documentário, é importante reconhecer a função desse artefato na construção da marca de uma cidade a ser consumida, por ocasião dos megaeventos. Novos mapas afetivos também constroem novos mapas de consumo para a cidade-mercadoria. O consumo dessas alteridades também é parte desse processo. Por isso, entendo que, apesar de importantes questões trazidas ao longo do audiovisual, ele também ratifica a ideia da “cidade maravilhosa”, dentre outras exploradas pelos discursos oficiais, agora mais segura, além dos velhos clichês do povo receptivo e feliz mesmo ante as adversidades.

Áudio e visual compõem um leque de representações que oscilam entre a denúncia dos processos de construção da cidade-mercadoria – por exemplo, a distância entre o discurso oficial da marca e cidade vivida, a colonização dos corpos, o abismo social entre os mais ricos e os mais pobres, violência policial – e a ratificação de certas narrativas oficiais, como da cidade partida ou mesmo da necessidade de “civilizar” a favela. Mas também apresenta uma cidade-plural, que vive todos os seus espaços das mais diversas formas, tendo no afeto e na afetividade uma potência, apesar de tantos esses espaços, quanto essas pessoas serem excluídos e negligenciados historicamente na conformação da marca-cidade.

No próximo capítulo, serão apresentadas as principais narrativas que compõem os discursos oficiais da cidade-empresa, cidade-mercadoria e cidade-pátria tanto do ponto de vista do desejo da cidade na construção de seu planejamento estratégico, quanto em relação ao Comitê Olímpico Internacional como proprietário de uma das principais e mais valiosas marcas do mundo – os Jogos Olímpicos –, elemento básico fundamental na operacionalização do projeto. Apesar de os megaeventos estarem incluídos no rol das *lovemarks*, e o esporte estar associado a um encantamento secular, tal como será abordado no próximo capítulo, alguns documentários que compõem o *corpus* desta pesquisa promovem deslocamentos e questionamentos relevantes em relação ao projeto de cidade em construção. Ao buscar os discursos oficiais e os tensionamentos possíveis, procuro compreender as produções de sentidos nas narrativas e os objetivos mercadológicos envolvidos no processo, um eixo narrativo traz uma ideia de salvação da cidade e de influência da globalização na economia e na produção do espaço urbano articulado especialmente por meio de ideias como economia criativa, indústrias culturais e de suas conexões com o conceito de cidade global. Trata-se também de como os megaeventos podem contribuir para o aquecimento econômico, gerando empregos (ainda que a partir de uma glamourização da informalidade como oportunidade), e para a sustentabilidade, a partir do megaevento como catalisador de uma “volta à natureza”.

2 CIDADE OLÍMPICA, GLOBAL, UTÓPICA: DAS NARRATIVAS OFICIAIS

A “Cidade Olímpica” é resultado de um processo de construção de imagem que envolve múltiplos agentes e complexas estratégias territoriais, segundo Sánchez e Broudehoux (2013). Dentre as estratégias, as autoras destacam as importantes reconfigurações espaciais, salientando que elas trazem uma imagem ilusória de revitalização urbana que beneficiará todos os cidadãos, mas que atuam na comoditização do espaço urbano e na exclusão socioespacial dos cidadãos e atendem, desta maneira, a interesses de uma elite política e econômica que instrumentaliza os megaeventos de forma a servir a interesses próprios. Nessa mesma perspectiva, as autoras ainda observam a influência da globalização não apenas na esfera econômica, mas também produção do espaço urbano, principalmente no que diz respeito à legitimação de políticas e paradigmas de ação.

As estratégias territoriais não passam somente pelo planejamento e obras de reconfiguração urbana: elas passam também por suas representações e sobre como essa construção de sentidos sobre o que seria necessário para a cidade também faz parte de disputas narrativas e da construção da imagem da cidade, na busca de adesão ao ideal almejado pelo discurso oficial. As representações sobre as modificações na cidade do Rio de Janeiro (históricas, executadas em virtude do “momento olímpico” ou desejadas) também estão presentes nos produtos audiovisuais que compõem o *corpus* deste estudo, construindo ou deslocando os sentidos do ideal planejado para a cidade-mercadoria, de forma que se torna necessário também problematizá-las e compreendê-las. Nesse sentido, busco, neste capítulo, entender como se dá a produção de sentidos sobre a cidade, a qual envolve desde narrativas sobre o planejamento urbano, sobre as modificações urbanas, sobre história da cidade e até sobre os ideais de imagem desejados (inclusive historicamente), e, desta forma, desenvolver um trabalho que flerta com os estudos dinâmicos da estrutura urbana:

Um trabalho que vise analisar o processo de evolução de qualquer cidade a partir de sua organização atual é, por definição, um estudo dinâmico de estrutura urbana. Para que evite cair no empirismo da mera descrição geográfica [no caso deste estudo, na descrição das representações das geografias da cidade], é necessário, entretanto, que ele relacione – a cada momento – a organização interna da cidade com o processo de evolução da formação social. Só assim será possível integrar padrão e processo, forma e função, espaço e tempo. (ABREU, 2011, p. 11).

A cidade, ao longo de sua história, passou por diversas etapas de construção e de ressignificação de sua imagem, e essas heranças parecem estar sempre presentes, sob as mais diversas formas, no “momento Olímpico”, seja por meio de suas representações, seja pela necessidade de sua ressignificação: desde o passado escravocrata e a emergência das favelas,

passando pelas reformas urbanas de Pereira Passos (com a “europeização” da cidade), pela construção da “metrópole moderna” e da relação da identidade do carioca com a praia, chegando à explosão da violência urbana e à construção almejada da cidade global, com os respectivos processos relacionados. Por isso, cabe compreender aqui alguns desses decursos que nos conduzem à formulação das estratégias na atualidade.

Dentro desse contexto, é possível observar, ainda, a influência da globalização na produção do espaço urbano nas produções audiovisuais. Por isso, buscarei analisar alguns conceitos, políticas e representações específicas: em primeiro lugar, o conceito de *cidade global*, de Saskia Sassen (2005, 2008), trazendo também algumas de suas críticas e tensionamentos; e, em segundo lugar, como esse conceito é articulado e ganha significações específicas nas narrativas de documentos oficiais, especialmente o *Dossiê de Candidatura do Rio de Janeiro a sede dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos de 2016* (COMITÊ DE CANDIDATURA RIO 2016, 2009, vol. 1) e o *Plano Aquarela 2020* (INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO, 2009), conectando-o com outro conceito, o de *cidade olímpica*, tal como se necessariamente estivessem em interdependência na busca por benefícios para a cidade que se deseja.

Por fim, pretendo compreender como essas conexões são desenvolvidas nas narrativas dos documentários internacionais sobre o Rio de Janeiro nos seguintes eixos narrativos: em primeiro lugar, o discurso oficial, com especial atenção aos documentos do Comitê Olímpico Internacional (COI), buscando entender as estratégias narrativas para a construção dos megaeventos como potencializadores das mudanças urbanas e da imagem das cidades.

Essas questões dialogam com um segundo eixo narrativo: o da influência da globalização na economia e na produção do espaço urbano, articulado especialmente por meio de ideias como economia criativa, indústrias culturais e suas conexões com o conceito de cidade global, tanto em relação a como os megaeventos podem contribuir para o aquecimento econômico, gerando empregos (ainda que a partir de uma glamourização da informalidade como oportunidade), quanto a partir do deslocamento desse imaginário – os megaeventos que geram recessão devido aos gastos públicos necessários para promovê-los. Esse eixo é trazido especialmente pelo documentário *Welcome to Rio* em seus três episódios, sendo temática principal do terceiro, intitulado *Ingenuity*.

Por fim, um eixo que busca a cidade “real” *versus* a cidade “almejada” nos discursos oficiais, a partir da ideia de utopia e distopia, utilizando dois documentários: o primeiro, *Naturópolis*, aborda a história da cidade sob uma perspectiva da sustentabilidade (de uma cidade que aparenta ser “a mais bonita do mundo, o encontro perfeito entre a mão do homem e o trabalho da natureza; o poder os elementos, a vitalidade das pessoas, a exuberância tropical,

[...] um paraíso”⁹¹). A narrativa evoca as mudanças necessárias para a construção de um novo país (sendo o Rio de Janeiro a cidade responsável por essa emergência “com toda a energia, os sonhos e a consciência social de um novo país”⁹²), conclamando um Rio que volte à natureza, a partir de uma transformação que pode ser trazida por políticos, pelo “milagre das Olimpíadas”⁹³ e pela população em geral. Dentre os personagens retratados, há uma em comum com *Ingenuity*, de *Welcome to Rio*: Rose, ex-catadora do lixão de Gramacho, com seu centro de reciclagem, abordado em uma perspectiva de salvação das condições subumanas a que eram submetidos os trabalhadores no lixão, como forma de conscientização para o cuidado ambiental e ainda como forma de garantir que seus filhos frequentem a escola. Além disso, a necessidade de modificar a imagem da cidade, de uma que buscava/importava o lixo dos Estados Unidos e da Europa para outra que demonstre preocupação ambiental, construindo uma ideia de cidade utópica e se contrapondo (ou reforçando, em outras passagens), à cidade distópica de Julien Temple – segundo documentário desse eixo. Em *Rio 50 Degrees: carry on carioca*, Temple propõe explorar “os altos emocionantes e os baixos aterrorizantes de um paraíso tropical distópico”,⁹⁴ analisado também a partir da construção do Brasil como paraíso edênico.

As narrativas sobre a cidade são articuladas em torno de conceitos como cidade global e utopia/distopia urbana, além de apresentarem conexões com as técnicas de *city branding*, com o modelo de planejamento estratégico/desenvolvimento urbano baseado em megaeventos e com os discursos construídos pelo COI e pelos órgãos públicos envolvidos, os quais por vezes são ratificados pelos produtos audiovisuais, mas que muitas vezes são confrontados pelos mesmos produtos. Essas articulações devem, portanto, ser tensionadas, considerando que cidade e mídias são ambas lugares de produção de sentidos e de formação dos imaginários contemporâneos, e que se tratam de conceitos e técnicas desenvolvidos no Norte Global que estão sendo aplicados no Sul Global, narrados por produções estrangeiras.

3.1 A construção dos imaginários de salvação por meio dos megaeventos esportivos

Segundo o *site* do COI,⁹⁵ o anúncio do Rio de Janeiro como cidade-sede das Olimpíadas de 2016, feito no dia 2 de outubro de 2009, foi o resultado de um trabalho de avaliação de dois anos realizado a partir de um processo desenvolvido e aperfeiçoado pelo comitê ao longo de

⁹¹ Do original: “*It's the most beautiful city in the world, a perfect encounter between the hand of man and the work of nature. The power of the elements, the vitality of the people, the tropical exuberance, [...] a paradise*”.

⁹² Do original: “*A whole new city is under way with all the energy, the dreams, and the social awareness of a brand new country*”.

⁹³ Do original: “*The miracle of the Olympics*”.

⁹⁴ Do original: “*Julien Temple's film explores the exhilarating highs and the terrifying lows of a dystopian tropical paradise*”.

⁹⁵ Fonte: <<https://www.olympic.org/2016-host-city-election>>. Acesso em: 13 set. 2019.

vários anos que visa garantir que a cidade eleita seja capaz de sediar os jogos e garantir transparência durante os preparativos. Sete cidades submeteram aplicações para sediar os jogos, responderam ao questionário de aplicação, o qual foi avaliado por um grupo de trabalho do COI que, a partir das análises, gerou um relatório⁹⁶ para o Conselho-Executivo do COI. A partir desse documento, no dia 4 de junho de 2008, o Comitê-Executivo aceitou a candidatura de quatro cidades, que tiveram até o dia 12 de fevereiro de 2009 para submeter seus dossiês de candidatura ao COI. Os dossiês foram analisados por uma Comissão Avaliadora do COI, composta por representantes do “Movimento Olímpico” e por consultores técnicos que, em seguida, visitaram todas as cidades-candidatas. No Rio de Janeiro, a visita se deu entre os dias 29 de abril e 2 de maio de 2009. A Comissão Avaliadora produziu, a partir das visitas, um relatório,⁹⁷ considerado pelo COI como “uma avaliação técnica de cada candidatura”. Esse relatório foi distribuído entre os membros do COI em maio de 2009. Após essa etapa, foi realizada, pela primeira vez, uma reunião técnica entre os membros do COI e as cidades-candidatas para discutir os elementos técnicos das propostas: durante dois dias, houve um *briefing* técnico de cada cidade, os membros puderam fazer perguntas e, ainda, visitaram uma sala de exposições criada por cada cidade. O processo de candidatura atinge seu momento mais importante durante a 121ª Sessão do COI em Copenhague. As cidades tiveram 45 minutos para apresentar suas candidaturas, seguidos por 15 minutos para questões. Deu-se início, então, ao processo de votação: são realizadas quantas rodadas forem necessárias até que uma cidade atinja maioria absoluta.⁹⁸ Nas eleições para a sede de 2016, foram realizadas três rodadas, até que o Rio venceu Madrid por 66 votos a 32.⁹⁹

Apesar de evitar usar termos característicos do *marketing* em seu *site*, os Jogos Olímpicos também são um produto e uma marca, tal como abordado anteriormente, considerada praticamente um “manual” de uma *lovemark* (ROBERTS, 2004), um expoente e um modelo

⁹⁶ O *Working group report* está disponível em <https://stillmed.olympic.org/media/Document%20Library/OlympicOrg/Documents/Host-City-Elections/XXXI-Olympiad-2016/Working-Group-Report-for-the-Games-of-the-XXXI-Olympiad-in-2016.pdf#_ga=2.41481249.2053945137.1568371287-1885526490.1568371287>. Acesso em: 13 de set. de 2019.

⁹⁷ O *Report of the 2016 IOC Evaluation Commission* foi acessado em <https://stillmed.olympic.org/media/Document%20Library/OlympicOrg/Documents/Host-City-Elections/XXXI-Olympiad-2016/Report-of-the-IOC-Evaluation-Commission-for-the-Games-of-the-XXXI-Olympiad-in-2016.pdf#_ga=2.36740259.2053945137.1568371287-1885526490.1568371287> em 13 de setembro de 2009.

⁹⁸ O COI disponibilizou um documento resumindo todo o processo para referência em pesquisa em: <https://stillmed.olympic.org/media/Document%20Library/OlympicOrg/Factsheets-Reference-Documents/Host-City-Election/Bid-Procedure/Reference-document-Bid-Procedure-for-the-Games-of-the-Olympiad-of-2016.pdf#_ga=2.208246997.699969106.1568536847-1483697616.1568370616>. Acesso em: 15 set. 2019.

⁹⁹ Apesar de o COI colocar o processo de seleção de uma forma técnica, cujas etapas seriam suficientes para selecionar por “mérito” e capacidade de sediar o evento, há na história casos de suborno e compra de votos, inclusive pelo governo do Rio de Janeiro. Fonte: <<https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2019/07/cabral-afirma-que-lula-e-paes-sabiam-de-propina-pela-rio-2016.shtml>>. Acesso em: 9 dez. 2019.

entre os profissionais de *branding*, que carrega imaginários sólidos relacionados à missão e aos valores institucionais. Trata-se de um produto baseado na construção de um conceito, o *Olimpismo Moderno*, que, segundo o *Olympic Charter* publicado pelo COI (INTERNATIONAL OLYMPIC COMMITTEE, 2019), foi concebido em 1894 por Pierre de Coubertin, que também foi responsável pela apresentação da bandeira olímpica, que incluía os cinco anéis entrelaçados, os quais representavam a união entre os cinco continentes e o encontro de atletas de todo o mundo. Ainda segundo o documento, os princípios fundamentais do olimpismo são

1. O olimpismo é uma filosofia da vida, exaltando e combinando em um todo equilibrado as qualidades do corpo, vontade e mente. Combinando esporte com cultura e educação, o Olimpismo procura criar um modo de vida baseado na alegria do esforço, no valor educacional do bom exemplo, na responsabilidade social e no respeito pelos princípios éticos fundamentais universais.
2. O objetivo do olimpismo é colocar o esporte a serviço do desenvolvimento harmonioso da humanidade, com vistas a promover uma sociedade pacífica preocupada com a preservação da dignidade humana.
3. O Movimento Olímpico é a ação planejada, organizada, universal e permanente, realizada sob a autoridade suprema do COI, de todos os indivíduos e entidades que são inspirados pelos valores do olimpismo. Abrange os cinco continentes. Atinge seu ápice com a reunião dos atletas do mundo no grande festival esportivo, os Jogos Olímpicos. Seu símbolo são cinco anéis entrelaçados.
4. A prática do esporte é um direito humano. Todo indivíduo deve ter a possibilidade de praticar esporte, sem discriminação de qualquer tipo e no espírito olímpico, o que requer entendimento mútuo com espírito de amizade, solidariedade e jogo limpo.
5. Reconhecendo que o esporte ocorre no âmbito da sociedade, as organizações esportivas que compõem o Movimento Olímpico devem aplicar a neutralidade política. Elas têm os direitos e obrigações de autonomia, que incluem estabelecer e controlar livremente as regras do esporte, determinar a estrutura e a governança de suas organizações, gozar do direito de eleições livres de qualquer influência externa e a responsabilidade de garantir que os princípios da boa governança sejam cumpridos.
6. O gozo dos direitos e liberdades estabelecidos nesta Carta Olímpica será garantido sem discriminação de qualquer tipo, como raça, cor, sexo, orientação sexual, idioma, religião, opinião política ou outra, origem política ou outra, origem nacional ou social, propriedade, nascimento ou outro status.
7. Pertencer ao Movimento Olímpico exige o cumprimento da Carta Olímpica e o reconhecimento pelo COI. (INTERNATIONAL OLYMPIC COMMITTEE, 2019, p. 11).

O *Olympic Charter* é considerado uma “codificação” dos princípios acima, incluindo as regras e o estatuto adotados pelo COI. No entanto, no contexto deste estudo, mais importante que isso é ressaltar que o *Olympic Charter* “governa a organização, ação e operação do Movimento Olímpico e estabelece as condições para a celebração dos Jogos Olímpicos” (INTERNATIONAL OLYMPIC COMMITTEE, 2019, p. 9), servindo a três propósitos: estabelecer e resguardar a memória dos princípios e valores do olimpismo; servir como estatuto para o COI; e definir direitos e deveres dos três principais constituintes de um outro conceito, o do *Movimento Olímpico*: o Comitê Olímpico Internacional, as Federações Internacionais e os Comitês Olímpicos Nacionais, bem como os Comitês Organizadores dos Jogos Olímpicos.

Movimento Olímpico, tal como explicitado nos princípios do olimpismo citados acima, diz respeito a uma ação planejada que envolve todos os “inspirados” pelo olimpismo e tem seu ápice na realização dos Jogos. Seu objetivo é “contribuir para a construção de um mundo pacífico e melhor, por meio da educação de jovens através da prática esportiva, de acordo com o olimpismo e seus valores” (INTERNATIONAL OLYMPIC COMMITTEE, 2019, p. 15). O COI é a autoridade suprema do Movimento Olímpico, embora sua constituição inclua ainda as Federações Internacionais de Esportes e os Comitês Olímpicos Nacionais, além dos comitês organizadores dos Jogos Olímpicos, associações, clubes, árbitros, dentre outros. Ainda na seção sobre o Movimento Olímpico são trazidas a missão e o papel (subdividido em 18 itens) do COI, dentre os quais, podemos destacar, em relação a esta pesquisa: garantir a realização dos Jogos Olímpicos e promover um legado positivo para as cidades, regiões e países-sede, a partir dos Jogos Olímpicos. A seção engloba ainda questões relacionadas ao Congresso Olímpico, Solidariedade Olímpica, Jogos Olímpicos, direitos sobre os Jogos e propriedades Olímpicas, símbolo Olímpico, bandeira, lema, hino, chama e tocha, designação.

Figura 4 – Visão e missões do movimento olímpico



Fonte: Imagem extraída de <https://www.olympic.org/about-ioc-olympic-movement> em 16 de set de 2019.

O item cinco do *Olympic Charter* diz respeito aos Jogos Olímpicos. Sedar os jogos é, segundo o documento, “honra e responsabilidade” (INTERNATIONAL OLYMPIC COMMITTEE, 2019, p. 69). Estabelece as questões jurídicas (o governo do país sede deve submeter ao COI instrumento jurídico com comprometimento e garantia de cumprimento e respeito ao *Olympic Charter*), de infraestrutura (priorizar estruturas já existentes), contratuais, a existência da Vila Olímpica e oferta de programas culturais. Estabelece, ainda, questões relativas à cobertura midiática, publicações, publicidade e propaganda, além do protocolo e

credencial de acesso. Em relação ao protocolo, especificamente, aborda a ordem de precedência, uso da chama e da tocha olímpica, cerimônias de abertura e encerramento, entrega das medalhas e *roll of honour*.

É importante observar como o COI estabelece os rituais que consagram o olimpismo e o movimento olímpico. De um lado, uma narrativa de valores “humanísticos” que carregam desejos supostamente globais, comuns a todos os seres humanos: balancear corpo, desejo e mente; misturar esporte com educação e cultura; promover uma sociedade pacífica que preserve a dignidade humana; garantir a prática esportiva como direito; construir um mundo melhor baseado em três valores – excelência, amizade e respeito; a importância maior em lutar que em triunfar. A partir disso, a ideia de que se trata de uma “honra” para uma cidade sediar esse evento, diferenciando-se das demais no mundo não apenas pela “oportunidade” de negócios que representa, mas pela distinção de se associar aos e representar os valores que essa marca carrega. A manutenção dos rituais do espetáculo olímpico também contribui para a manutenção dessa “aura” de glorificação.

Sediar os Jogos Olímpicos pode ser compreendido, então, como um *rito de instituição*: segundo Bourdieu (1992), os ritos de instituição são os atos que levam à consagração ou legitimação de um limite arbitrário por meio de sua naturalização (apresentando-o como legítimo e natural) ou por meio da transgressão solene (licenciada e extraordinária) do que é compreendido como ordem social. Segundo o autor, o rito marca a passagem por meio de uma linha que divide a ordem social, na qual o que importa não é a passagem (para onde a atenção do observador é atraída), mas a linha

O principal efeito do ritual é aquele que passa completamente despercebido: [...] o ritual consagra a diferença, institui-a [...]. Podemos observar de passagem que, assim como o processo da instituição consiste em atribuir propriedades que pertencem à natureza social, mas que estão destinadas a aparecer como propriedades da natureza natural, [...] os ritos da instituição também conduzem logicamente em direção a uma integração de oposições que são propriamente sociais (como masculinas e femininas) com uma série de oposições cosmológicas [...]. Essa forma de integração fornece um meio muito eficaz de naturalizar propriedades sociais. Assim, os ritos diferenciados sexualmente consagram a diferença entre os sexos. Constituem como distinção legal, como instituição, o que é uma simples diferença de fato. A separação provocada pelo ritual (que por si só promove uma separação) provoca uma consagração. (BOURDIEU, 1992, p. 81-82).

Os ritos possuem eficácia simbólica, ou seja, agem sobre o real a partir de sua representação, transformando a pessoa que é consagrada e instituindo uma diferenciação, ou explorando diferenças preexistentes. Trata-se da atribuição de uma suposta essência, uma competência que é, segundo ainda o autor, uma imposição do direito de ser, pois impõe expectativas e até mesmo um dever de ser alguma coisa e, assim, como ele deve se comportar.

É também um ato de comunicação, pois expõe e expressa a identidade de alguém perante todos e informa sobre o que é e o que deve ser. Eles ainda desencorajam permanentemente a tentação de atravessar, abandonar ou renunciar ao mesmo tempo que autoriza transgressões que de outra forma seriam proibidas. E, embora atuem sobre o corpo – “todos os grupos confiam ao corpo, considerado como memória, seus depósitos mais precisos” (BOURDIEU, 1992, p. 86) –, esses “atos de magia social” só podem atingir êxito se o ato for garantido por todo um grupo ou instituição reconhecida (no sentido de reconhecer condições institucionais válidas) – “o que implica que a eficácia simbólica do ritual variará, simultânea ou sucessivamente, de acordo com o grau em que aqueles a quem se dirige estão mais ou menos preparados e dispostos a aceitá-lo” (BOURDIEU, 1992, p. 87-88), a partir de uma crença coletiva garantida pela instituição e concretizada por símbolos ou títulos, considerando ainda que a eficácia dos rituais depende da existência de credibilidade.

Se é claro que o COI atua como essa instituição que garante a eficácia do rito, cabe entender a cidade como esse corpo-objeto da instituição ritualística. Canevacci (2008) aborda o nexo crescente entre corpo e metrópole em seu conceito de fetichismos visuais, destacando que o corpo não é natural, pois é preenchido por símbolos de cada cultura e cada indivíduo. Corpo também transpõe os limites da pele, se expandindo pela metrópole.

Freitas (2017) também destaca a corporeidade das cidades: comunicam afetos, sentimentos, emoções, conflitos; falam e escutam, apresentam características dos tempos, denunciam as mazelas da humanidade e anunciam suas alegrias; se intrometem em nossas vidas, expõem poesias. As cidades também são eróticas, lascivas e sedutoras. São ainda mídias e personagens, mas também podem ser mercadorias, sendo submetidas “a embalagens contemporâneas de produto ou a se comportarem como empresa” (FREITAS, 2017, p. 50). O autor salienta do mesmo modo o papel da arquitetura para a cidade: dos condomínios fechados e *shopping centers* que garantem a fuga ou o encarceramento voluntário à tentativa de resgate dos espaços públicos atraentes e repletos de atributos.

Sennett (2003) explora ainda questões relativas ao corpo expressas na arquitetura, no urbanismo e na vida cotidiana, destacando a passividade, a monotonia e o cerceamento tátil no ambiente urbano por meio de projetos arquitetônicos modernos que promovem a privação sensorial; ou seja, o espaço pode restringir as sensações do corpo e a liberdade de movimento que, segundo o autor, são tão privilegiadas nos tempos modernos. Segundo o autor, “o corpo político exerce o poder e cria formas urbanas que se expressam na linguagem genérica do corpo, que reprime pelo afastamento” (SENNETT, 2003, p. 23), ainda que seja necessário pensar nos corpos dissonantes, que não se adequam às características idealizadas para aquele tempo e espaço.

As imagens idealizadas do corpo que regem nossa sociedade nos impedem de concebê-lo fora do Paraíso, à medida que tentam expressar ao mesmo tempo a sua integridade, como um sistema, e a integração que ele estabelece com o meio ambiente sob sua influência. Totalidade, unicidade e consistência são palavras-chave no vocabulário do poder. Temos combatido essa linguagem de dominação através de uma imagem sacralizada do corpo em luta consigo mesmo, fonte de seu próprio sofrimento e infelicidade. As pessoas capazes de reconhecer tal dissonância e incoerência em si mesmas entendem, melhor do que dominam, o mundo em que vivem. Tal é a promessa sagrada da nossa cultura. (SENNETT, 2003, p. 24).

A cidade é um *locus* de poder, e seus espaços vão tomando coerência e completude a partir da imagem do próprio homem, mas também é nela que o agrupamento de diferentes tipos de pessoas (os “estranhos” que complexificam o tecido social) permite o estilhaçamento das imagens do corpo idealizado, permitindo uma resistência aos processos de domínio do poder – e é na complexidade da geografia urbana que se torna possível “abrigar os que se sentem exilados do Paraíso” (SENNETT, 2003, p. 25). Poder disciplinar e poder regulamentador são exercidos sobre essa cidade-corpo e sobre as relações entre os corpos humanos no espaço: enquanto o primeiro produz efeitos individualizantes por meio da aplicação de forças sobre o corpo com o objetivo de torná-lo útil e dócil, o segundo atua sobre a vida, agrupando efeitos sobre uma população por meio do controle e possível modificação dos eventos característicos da vida em massa, visando compensar seus efeitos, assegurando, portanto, o equilíbrio global, “a segurança do conjunto em relação a seus perigos internos” (FOUCAULT, 2000, p. 297).

A cidade, no que diz respeito à sua construção como sede de megaeventos, é alvo de um poder institucional e, tal como um corpo, é submetida aos ritos de instituição, a um processo que marca sua passagem (de um “antes” para um “depois”) e inscreve seu pertencimento em uma geografia global que assinala em si, pelo compromisso com a narrativa do olimpismo e do movimento olímpico (compromisso político, jurídico e de “honra”), uma diferença em relação às outras cidades-corpos do mundo. E a cidade-corpo é o depósito dessa memória, tal como nos ritos que atuam sobre o corpo humano: as modificações urbanas, transformadas em “legado”, são uma tangibilização da “promessa olímpica”.

A narrativa do legado para a cidade-sede é de grande importância na construção discursiva do COI. Segundo Piper e Garratt (2013, p. 2),

A ideia de que os Jogos Olímpicos deveriam deixar um legado data de 1940 (Torres, 2011) e, a partir do final da década de 1940, a palavra legado apareceu na documentação olímpica (McIntosh, 2003). A noção foi aceita com entusiasmo, e até mesmo de forma não-crítica (MacAloon, 2008), pois quem poderia se opor à ideia de que o investimento financeiro e emocional necessário para apoiar os Jogos deveria ter efeitos benéficos amplos e duradouros? O COI, uma “autoridade transmissora” (Foucault, 1972), agora espera que tais efeitos sejam manifestos mesmo quando uma licitação dos Jogos não for bem-sucedida (Torres, 2011). Em termos foucaultianos, isso sugere que poder e conhecimento são fabricados por “especialistas” conhecedores, capazes de fazer as “perguntas certas” e entender melhor os termos de

referência, a fim de influenciar propostas em potencial e ajudar a organizar práticas futuras. Em seu *Procedimento de Aceitação de Candidatura para os Jogos 2020* (COI, 2011), por exemplo, as cidades-sede em potencial devem identificar “os benefícios a longo prazo para [sua] cidade/região/país”, independentemente do resultado da candidatura. Essa abordagem expansiva reflete um “regime da verdade” (Foucault, 1980), cuja realidade e micropolítica sugerem que problemas de dívida de longo prazo e instalações de elefantes brancos podem estar ligados a ofertas bem-sucedidas.

O *site* da instituição destaca que “O legado olímpico inclui os benefícios de longo prazo dos Jogos Olímpicos que servem a cidade anfitriã, seu povo e o Movimento Olímpico antes, durante e muito depois dos Jogos Olímpicos”¹⁰⁰ – destaque para a palavra “benefícios”, já que os efeitos de longo prazo resultantes dos Jogos, em si, também podem ser negativos (e talvez sirvam para a discussão e melhoria das práticas, mas não há um tratamento institucional disponível publicamente para consulta). O comitê também disponibiliza um documento intitulado *Legacy Strategic Approach: moving forward* (INTERNATIONAL OLYMPIC COMMITTEE, 2017), cuja versão atualmente disponível data de 5 de dezembro de 2017. O legado também é abordado pelo *Olympic Charter* tanto no que diz respeito ao papel do COI (tal como explicitado anteriormente), quanto no detalhamento sobre os Jogos Olímpicos (item 5), onde se destaca o papel do COI como consultor que incluirá em suas recomendações a avaliação das oportunidades e riscos para as cidades em sediar os Jogos, assim como da sustentabilidade e do legado (ou ainda como um “legado sustentável”). Há ainda um terceiro documento intitulado *Olympic Agenda 2020: 20+20 recommendations* (INTERNATIONAL OLYMPIC COMMITTEE, 2014) publicado em 18 de novembro de 2014, no qual a transcrição do discurso do presidente do COI, Thomas Bach, durante a 127ª sessão do COI destaca:¹⁰¹

Com uma nova filosofia no processo de licitação, estamos incentivando as possíveis cidades candidatas a nos apresentar um conceito holístico de respeito ao meio ambiente, viabilidade e desenvolvimento, para deixar um legado duradouro. Com essas mudanças de longo alcance, respeitamos que não existe uma solução única para a sustentabilidade dos Jogos Olímpicos. Os candidatos da cidade anfitriã buscam objetivos de desenvolvimento muito diferentes e partem de pontos de desenvolvimento muito diferentes. Abraçamos essa diversidade. De fato, essa diversidade faz parte da magia dos Jogos Olímpicos. Eles são globais; portanto, os padrões de apenas uma parte do mundo não podem ser a referência. Os Jogos Olímpicos incentivam esse diálogo de diferentes culturas. Cada edição tem que ser diferente. Cada edição deve ser um reflexo autêntico dos antecedentes culturais, sociais, ambientais e esportivos do anfitrião. Com a Agenda Olímpica 2020, promovemos e apoiamos essa diversidade, criando mais flexibilidade, mais flexibilidade para a organização e o programa dos Jogos Olímpicos. Ao mesmo tempo, salvaguardamos a unidade do Movimento Olímpico, garantindo o respeito do

¹⁰⁰ Fonte: <https://www.olympic.org/olympic-legacy>. Acesso em: 18 de set. 2019.

¹⁰¹ Há divergência nas datas apresentadas pelo documento. No *site* do COI, há a informação de que ele foi publicado em 18 de novembro de 2014; no entanto, o discurso transcrito no documento data de 7 de dezembro de 2014. Não é possível saber se o discurso foi publicado antes de ser proferido, mas não é comum na prática cerimonial.

anfitrião por nossos valores e o respeito pelos atletas que estão no coração dos Jogos Olímpicos. (INTERNATIONAL OLYMPIC COMMITTEE, 2014, p. 3).

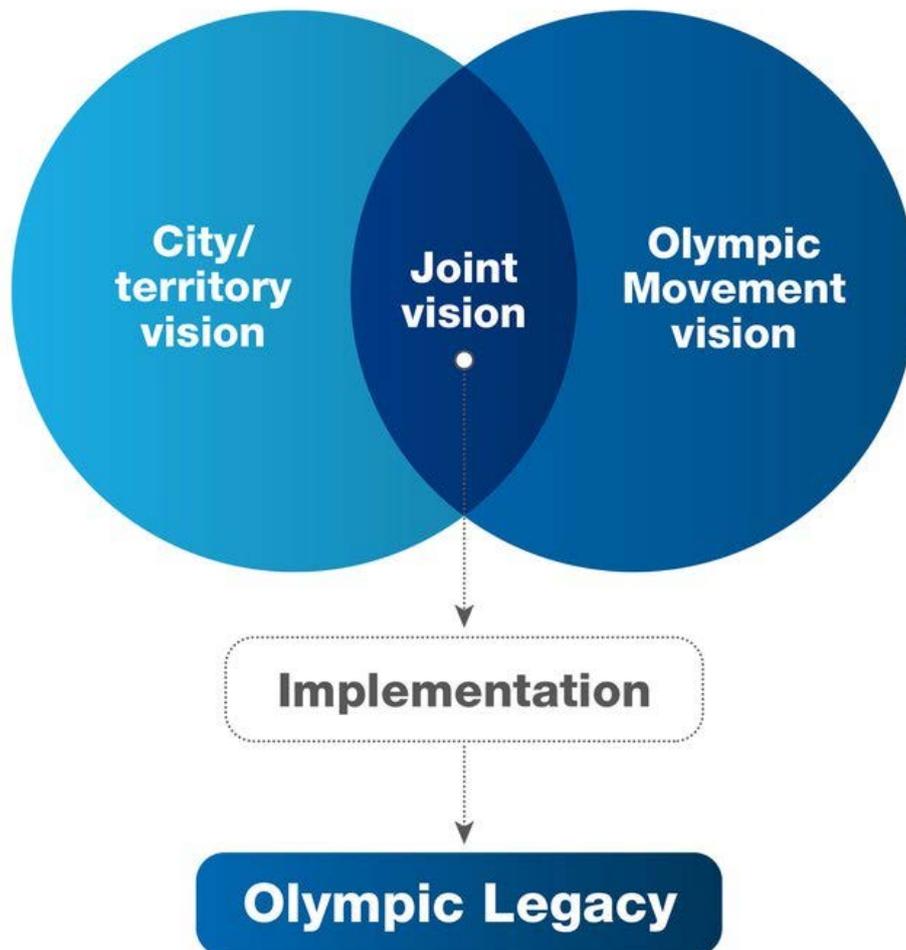
Há de se destacar, no entanto que a publicação desse novo posicionamento foi feita apenas dois anos antes da realização dos Jogos Olímpicos no Rio, ou seja, provavelmente não foi um norteador da candidatura da cidade – e talvez seja possível inferir que os problemas no Brasil possam ter impactado de alguma forma a decisão por uma nova filosofia no processo de candidatura.

Segundo o documento *Legacy Strategic Approach* (IOC, 2017, p. 2), “O legado olímpico é o resultado de uma visão (Figura 5). Ele abrange todos os benefícios tangíveis e intangíveis de longo prazo iniciados ou acelerados pela realização dos Jogos Olímpicos/ eventos esportivos para pessoas, cidades/territórios e o Movimento Olímpico”. Trata-se de um documento que estabelece objetivos para resolver o que eles chamam de “desafio” em relação à “percepção” do legado dos Jogos Olímpicos. De acordo com o COI, foi desenvolvido em parceria com cidades que já sediaram os jogos, instituições esportivas, organizações acadêmicas e internacionais, “representando uma variedade de pontos de vista” – não há menção, no entanto, à participação da população (ainda que por meio de representantes), mesmo que essa tenha sido uma demanda muito clara que emerge em diversos discursos das narrativas documentais aqui em análise. A ideia principal é buscar um papel mais ativo do COI no legado por meio do encorajamento, suporte, monitoramento e promoção do legado. Os quatro objetivos definidos são:

- a) Incorporar o legado por meio do ciclo de vida dos Jogos Olímpicos, ou seja, desde os primeiros estágios de demonstração de interesse da cidade, passando pela candidatura, coordenação, gerenciamento, processo de decisão, monitoramento, transparência. Segundo o documento, como a governança e o financiamento do legado são definidos nos estágios iniciais do processo, deve haver resiliência e garantia das autoridades em relação a pressões operacionais e mudanças políticas;
- b) Documentar, analisar e comunicar o legado de forma regular, além de levantar o de edições antigas;
- c) Encorajar a celebração do legado olímpico, por meio do engajamento proativo do COI da disponibilização de bens e serviços para as cidades e constituintes do Movimento Olímpico;
- d) Construir parcerias estratégicas com a *World Union of Olympic Cities* e *Active Well-being Initiative*, além de outras organizações específicas.

Figura 5 – Legado como visão conjunta do COI e da cidade-sede

Olympic legacy is the result of a vision

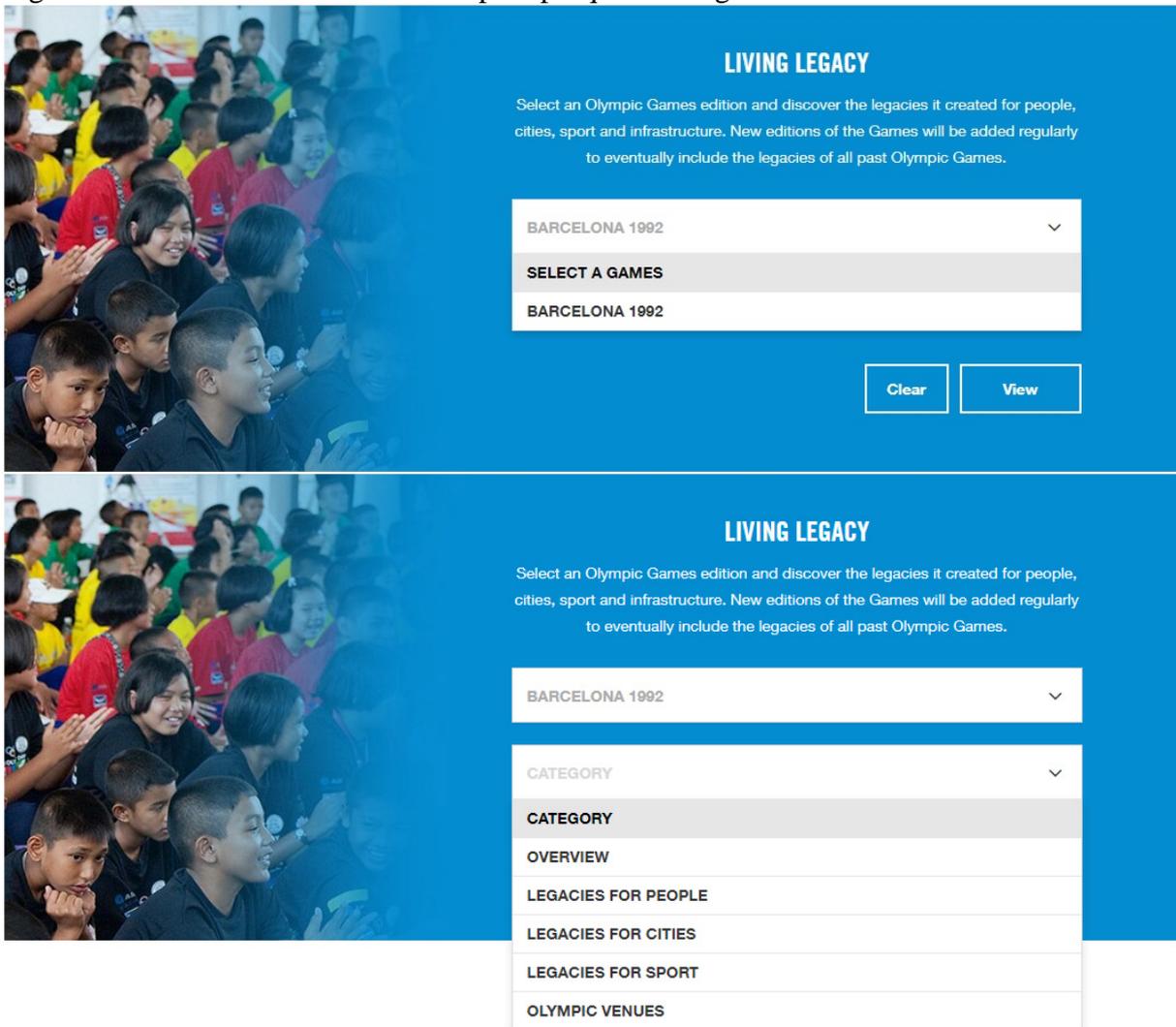


Fonte: Imagem extraída de <https://www.olympic.org/olympic-games-candidatures-beyond-2028> em 20 set. 2019), presente também no documento *IOC Legacy Strategic Approach: Moving Forward* (IOC, 2017, p. 13).

Dois anos após o lançamento das estratégias, no que diz respeito à comunicação do legado feita no site da instituição é que ela privilegia/destaca, por meio de uma ferramenta exclusiva de pesquisa, o legado de Barcelona, tal como pode-se ver na Figura 6. É possível acessar algumas notícias sobre outras cidades (até o momento, a mais recente sobre o Rio de Janeiro foi publicada em 3 de agosto de 2019 sob o título *Three years on, Rio 2016 venues keep the olympic spirit alive*¹⁰²), assim como várias matérias quando se acessa o *site* específico da cidade-sede (no caso do Rio, <https://www.olympic.org/rio-2016>).

¹⁰² Extraído de <<https://www.olympic.org/news/three-years-on-rio-2016-venues-keep-the-olympic-spirit-alive>> em 19 de set. de 2019.

Figura 6 – Ferramenta no site do COI para pesquisa de legado nas cidades-sede



A ferramenta permite pesquisar apenas o legado em Barcelona, cidade que virou modelo para o formato de “venda” dos jogos tal como conhecemos atualmente. O legado é classificado por “categorias”
 Fonte: Imagem extraída de olympic.org/olympic-legacy em 18 de set. de 2019.

Os Jogos Olímpicos são o principal mecanismo que permite ao COI o investimento no Movimento Olímpico, com sua visão de “construir um mundo melhor através do esporte” (IOC, 2019) por meio dos ativos de marca e recursos financeiros criados pelos Jogos. Segundo o COI (2017), 90% da receita da organização dos Jogos, ou US\$3.4 milhões por dia, são destinados a atletas e organizações esportivas em todo mundo. Por isso, a percepção de legado é algo de extrema importância e valor para o COI – ela garante que sediar megaeventos como estratégia de desenvolvimento urbano seja algo desejável pelos governantes e também oferece a esperança de melhorias para a população, que tende a aderir ao discurso de validade dos investimentos públicos (BURBANK; ANDRANOVICH; HEYING, 2001). Alguns dos benefícios trazidos pelos Jogos e destacados pelo COI (2017, p. 6) são:

[...] centros e instalações de treinamento usados para melhorar o desempenho dos atletas, maior entusiasmo por esportes menos populares, novas relações diplomáticas e melhor diálogo entre países, habilidades profissionais e oportunidades de carreira aprimoradas, novos ativos do patrimônio cultural, crescimento do movimento de voluntariado, design inovador e artes visuais e aumento da visibilidade global das cidades, parques urbanos e áreas de lazer aprimorados e culturas nacionais/ regionais. (IOC, 2017, p. 6).

A construção do legado para a cidade-sede é um tipo de contrapartida, mas também é descrita como parte da operacionalização dessa visão, ou ainda, como forma do COI atingir os objetivos da Organização das Nações Unidas (ONU) para o desenvolvimento sustentável¹⁰³ (IOC, 2017, p. 7) – outra forma que a instituição teria de mostrar sua atuação em prol da melhoria do mundo. O legado é, portanto, o principal benefício tangível para uma cidade em relação ao processo de sediar os Jogos Olímpicos, e a estratégia de sua importância discursiva está presente nos mais diversos documentos disponíveis no *site* do COI.

Nessa estratégia discursiva, ainda, destaca-se a construção de uma “organização ideal” a partir de atributos considerados “verdadeiros” e “sacralizados”, conectando-os ainda com outras instituições cujo reconhecimento internacional dá sustentabilidade para a narrativa, tal como a ONU. O COI se descreve como uma organização internacional e independente, sem fins lucrativos, financiada pela iniciativa privada, que tem como objetivo ser catalisador da colaboração entre todos os membros da “família Olímpica”.¹⁰⁴ O primeiro ponto da estratégia diz respeito ao esporte em si. Segundo Helal (1990, p. 11-12),

o esporte é uma das instituições mais sólidas do mundo moderno. [...] Em quase todas essas nações [filiadas à FIFA], o esporte desponta como meta importante dos programas governamentais e, não raras vezes, as vitórias e derrotas no esporte têm servido como metáforas para os sucessos e fracassos de sistemas econômicos e sociais.

Cabe ressaltar, ainda segundo o autor, o gosto pelo esporte não é natural, mas, sim, uma construção social que é naturalizada desde a infância. Helal (1990, p. 13-14) destaca que o esporte é um fato social “que se impõe como uma força imperativa capaz de penetrar intensamente no cotidiano de nossas vidas, influenciando os nossos hábitos e costumes”, tal como a linguagem ou a religião. Além disso, o esporte flerta tanto com o sagrado, quanto com o profano, de forma alternada. Ainda segundo o autor, os Jogos Olímpicos eram considerados festivais sagrados; o mesmo não ocorre, no entanto, em relação ao esporte moderno, que surge como um evento laico, profano (ou “secular”). O período predominantemente secular trata-se

¹⁰³ Outras informações sobre os objetivos de desenvolvimento sustentável da ONU podem ser encontradas em <<https://nacoesunidas.org/pos2015/>>. Acesso em: 15 out. 2019.

¹⁰⁴ Destaque para o termo “família”, extraído de <<https://www.olympic.org/about-ioc-olympic-movement>> em 24 de set. 2019.

da proibição/restrrição à prática esportiva pelas instituições religiosas, pois estas a consideram opostas às práticas sagradas; além disso, o esporte moderno se inicia como uma atividade elitista. Contudo, alguns atletas se revestiam de uma “aura mística” por seus talentos esportivos, conduzindo o esporte para “um terreno propício ao surgimento de mitos, imagens e heróis, fundamentos primordiais para o desenvolvimento de manifestações sagradas” (HELAL, 1990, p. 36). Já o período predominantemente sagrado diz respeito à transformação do esporte em um fenômeno de dimensões compatíveis com as religiosas, e à medida que foi se tornando mais popular, seus ídolos mais comparados a divindades e seus rituais vão incorporando os ritos religiosos. “A sociologia costuma afirmar que alguns eventos seculares podem ser bem-sucedidos na reafirmação dos sentimentos comuns de uma coletividade ao transformar coisas corriqueiras em sagradas” (HELAL, 1990, p. 41).

A secularização e a racionalização do esporte, apesar de fazerem parte do processo de desenvolvimento do esporte moderno, incorrem, no entanto, em um problema mercadológico: elas contribuem para seu desencantamento. Para a eficácia dos Jogos, o esporte deve ser mantido na esfera do sagrado, da magia, do encantamento para atrair multidões: “o significado mais profundo e estrutural do esporte não se encontra no lado secularizado e racionalizado do esporte moderno, mas sim na força de resistência que emana do seu próprio universo” (HELAL, 1990, p. 59). A força narrativa do COI atua nesse sentido, buscando na magia do esporte a força para a mudança do mundo – uma força que se aproxima também à divina. E, embora o COI, como instituição, seja movido por processos gerenciais racionais – e também pela racionalidade do dinheiro – seu discurso é afetivo, aproximativo, evoca a família e a honra; os Jogos Olímpicos são uma *lovemark* (ROBERTS, 2004) e seus produtos licenciados carregam essa aura de “amor ao esporte” e do evento como ritual de consagração.

Apesar de ser necessário compreender o esporte dentro de sua natureza sociológica, o COI se apropria e contribui para a manutenção de sua naturalização e sacralização, que são também necessárias para a geração de receitas por meio dos Jogos Olímpicos. De acordo com o Relatório Anual de 2018,¹⁰⁵ o COI arrecadou USD 2.2 bilhões; do total arrecadado, 90% são redistribuídos para “apoiar a realização dos Jogos Olímpicos e promover o desenvolvimento mundial do esporte e do Movimento Olímpico” (p. 112) (correspondente nesse ano ao montante de USD 1.9 bilhões); e os 10% restantes são destinados às atividades do COI “para

¹⁰⁵ Fonte: <https://stillmed.olympic.org/media/Document%20Library/OlympicOrg/Documents/IOC-Annual-Report/IOC-ANNUAL-REPORT-2018.pdf#_ga=2.76187285.1261193995.1569243238-405432103.1568814020>. Acesso em: 24 set. 2019.

desenvolvimento do esporte e suas operações” (p. 112). O Relatório Anual de 2016,¹⁰⁶ pós-Jogos Olímpicos do Rio, destaca que a arrecadação no período de 2013 a 2016 foi de USD 5.7 bilhões, 7,6% maior que no período de 2009 a 2012, subida puxada pelo crescimento nos direitos de transmissão pela televisão e de *marketing* (*The Olympic Partner Programme* ou *TOP Programme*, que consiste nos chamados “Parceiros Olímpicos Mundiais”¹⁰⁷ – os patrocinadores; o presidente do COI diz que se trata de “mais que uma relação comercial”, um discurso que evita a secularização do esporte por sua associação estritamente ao lucro por meio do patrocínio, numa ideia de que o esporte e os benefícios por ele trazidos estão acima dos interesses financeiros tanto do COI, quanto dos patrocinadores, já que nivelar toda peculiaridade ao “quanto”, tal como alerta Simmel, acabaria com o encantamento. Ainda segundo o relatório, os Jogos Olímpicos do Rio foram os mais consumidos de todos os tempos, além de contar com o maior envolvimento da história nas mídias sociais. E, para preservar a ideia de que o benefício financeiro é revertido na construção de um mundo melhor, na menção ao dinheiro arrecadado há também a menção ao dinheiro revertido em ajuda aos atletas e organizações esportivas – pouco se fala, por exemplo, a respeito dos 10% revertidos ao gerenciamento do COI, algo que representa mais de US\$ 10 milhões mensais. “O sonho de sediar as Olimpíadas evoca imagens emocionantes de atletas competindo em locais idílicos. Essas imagens podem ser poderosamente atraentes para cidades que buscam a atenção do mundo” (BURBANK; ANDRANOVICH; HEYING, 2001, p.1), e o Rio é esse paraíso idílico

¹⁰⁶ Fonte: <https://stillmed.olympic.org/media/Document%20Library/OlympicOrg/Documents/IOC-Annual-Report/IOC-Annual-Report-2016.pdf#_ga=2.137383600.1261193995.1569243238-405432103.1568814020>. Acesso em top: 23 de set. 2019.

¹⁰⁷ Os “parceiros” citados no relatório de 2016 (exibidos em uma linha do tempo de acordo com a data de adesão ao programa) são: Coca Cola, Panasonic, Visa, McDonald’s, Samsung, Atos, Omega, GE, Dow, P&G, Bridgestone, Toyota e Alibaba. No relatório, são colocados como fornecedores de “serviços, produtos, tecnologia, conhecimento e equipe [... que] ajudaram a dar vida ao Rio 2016 em todo mundo, construindo entusiasmo [...], promovendo os valores olímpicos e aumentando o apoio aos atletas olímpicos por meio de ativações em tempo real sem precedentes em mídias sociais, assim como em locações populares no Parque Olímpico e no entorno do Rio de Janeiro. Além disso, os parceiros também apoiaram projetos comunitários, de educação, sustentabilidade e desenvolvimento de infraestrutura em toda a cidade-anfitriã e prestaram apoio financeiro crítico ao Comitê Organizador do Rio 2016 [...]. Sem essas contribuições dos parceiros, os atletas [...] não teriam conseguido se destacar no palco olímpico e o mundo não teria sido capaz de acompanhar suas performances” (p. 24-25). Vale lembrar que o COI alterou a regra 40 do *Olympic Charter* vigente à época, alterando as diretrizes para uso das mídias sociais pelos atletas, que incluíam diversas restrições de uso, devido a conflitos com os direitos dos patrocinadores. O documento com as orientações compiladas foi disponibilizado no site do COI (https://stillmed.olympic.org/media/Document%20Library/OlympicOrg/Games/Summer-Games/Games-Rio-2016-Olympic-Games/Social-Media-Blogging-Internet-Guidelines-and-News-Access-Rules/Diretrizes-do-COI-para-Mídias-Sociais-e-Digitais-Rio-2016.pdf#_ga=2.49824038.1261193995.1569243238-405432103.1568814020). Acesso em: 24 set. 2019). Essa citação sobre a importância dos “parceiros”, de certa forma, tenta justificar e transformar em ativo positivo a censura aplicada aos atletas. Para outras informações sobre a alteração da regra 40, ver GRADY, J. Analyzing Rule 40’s Restrictions on Using Athletes in Olympic Sponsorship at Rio 2016. *Entertainment and Sports Law Journal*, 15: 1, 2017, p. 1-5.

(de acordo com os imaginários sólidos da cidade amplamente explorados em narrativas internacionais, tema que será abordado posteriormente neste trabalho) e, apesar das críticas da mídia internacional em relação às falhas na organização, as “locações fantásticas” foram citadas pela mídia inglesa como pontos altos do evento na cidade (GOTARDO; FREITAS; ELIAS, 2017).

A preservação da sacralidade do esporte pode ser vista também nos documentários internacionais. Quando as narrativas se alinhavam aos discursos oficiais (GOTARDO, 2016), especialmente em 2012, havia uma grande exploração dos imaginários do Brasil como “país do futebol” e da salvação do país por meio do esporte e das organizações esportivas. *No reservations*, de Anthony Bourdain, desenvolveu toda a narrativa do episódio *Rio* em torno do esporte, e *Brazil with Michael Palin* dedicou grande parte do episódio *The Road to Rio* ao assunto. Em ambos, é possível observar a narrativa civilizatória por meio do esporte, determinando essa “civildade almejada” a partir de um desejo, por parte de uma classe mais abastada, de assimilação, por parte das classes mais baixas, do que seria considerado um “bom modo de vida”, assim como o papel das instituições na constituição de cidadãos aptos ao trabalho e à mudança de vida que devem almejar. Quando as narrativas começam a se deslocar em relação ao discurso oficial, no entanto, há um silenciamento em relação a esses imaginários que produz tanto sentido, quanto sua presença nos materiais mais antigos. Ainda há menção ao amor ao futebol, considerando que se trata de um dos imaginários mais sólidos sobre o Brasil,¹⁰⁸ mas, quando presente, ocupa um tempo bem menor no audiovisual. A salvação por meio do esporte não é trazida para essas narrativas mais atuais: quando há questionamentos em relação ao que foi feito na cidade em nome dos megaeventos esportivos, há também uma dissociação do esporte em si:

A crítica aos megaeventos é feita de forma clara, mas de forma a entendê-los como entidades autônomas e desvinculá-los do que há de sagrado no futebol e no “espírito olímpico”. Os problemas estão relacionados às decisões estratégicas tomadas “pela cidade” para receber os eventos, decisões essas que seguem os preceitos do *city branding* (GOTARDO, 2016) e dissociar esses problemas do “espírito olímpico” é necessário para manter sua sacralização. (GOTARDO, 2018, p. 226).

¹⁰⁸ Estudos no campo da Sociologia do Esporte vêm buscando demonstrar que imaginários do Brasil como país do futebol, do futebol-arte e de um jogo de estilo único são produtos de construções feitas por jornalistas e intelectuais, datadas dos anos de 1930, em um contexto de consolidação do Estado-Nação e de construção de uma identidade nacional. “Neste sentido, o ‘país do futebol’ não é uma realidade natural, mas sim uma construção realizada por agentes – da imprensa, do meio acadêmico e da política – em um determinado momento histórico. Dissemos que somos o ‘país do futebol’ como uma forma de nos sentirmos distintos, únicos, singulares. O futebol – com suas conquistas e o suposto “estilo dionisíaco” – seria um representante exemplar do Brasil para o mundo” (HELAL, Ronaldo. *Futebol: Mitos e Verdades* (que nos ajudam a entender quem somos), 2011. Extraído de: <<https://comunicacaoesporte.files.wordpress.com/2010/10/futebol-mitos-e-verdades.pdf>> em 16 nov. 2017, p. 2).

A construção do espetáculo esportivo para o momento de celebração, de pausa no cotidiano “o universo do esporte, com seu espírito de competição e um discurso meritocrático da vitória, é um terreno muito rico para essas exaltações e comemorações” (HELAL, 1990, p. 61). Mas, além disso, “praticar esportes e assistir a eventos esportivos podem ser consideradas ‘estratégias’ sociais” (GUMBRECHT, 2007, p. 12). Embora, à época do artigo, não estivesse claro para o autor qual o lugar dessas práticas na cultura contemporânea, pois necessitariam estar associadas a um objetivo ou função mais ampla, ocupando um lugar de algo que perdemos, parece estar claro, nesse momento, que o COI tenta relacioná-lo ao objetivo de “construir um mundo melhor por meio do esporte”, ainda que devam ser consideradas outras questões mais amplas, como o estádio como espaço sagrado de comportamento ritualizado, a potência do estar-junto, o sentimento de comunidade e integração, o apelo comercial que contribui para o desejo de fazer parte do “ritual” único que transforma a cidade e a inscreve dentre as poucas que tiveram essa “honra”, unindo razão e afeto.

Portanto, é possível concluir que o espetáculo é, sobretudo, mercadológico e de consumo; dele depende a renda do COI. Por isso, a força (e, portanto, o valor) da marca é protegida a qualquer custo (inclusive de censura de atletas nas mídias sociais, tal como citado na nota de rodapé 107). E, na gestão da marca, o claro apelo emocional e afetivo do modelo de Roberts (2004), visando construir a relação baseada no respeito, envolvendo ritual, mito, promessa, encantamento, sacralização.

Na reconstrução da imagem da cidade, associá-la a esses ativos é uma “honra”, tal como define o COI, mas também um desejo, na perspectiva do *city branding*. E, nessa estratégia, o consumo do evento – tanto turístico quanto pela televisão ou mídias sociais – é revertido principalmente para o COI, que define a distribuição da receita; para os cidadãos, portanto, é necessário tangibilizar esse benefício em forma de legado tanto para que se construa uma percepção positiva das dificuldades enfrentadas no cotidiano durante as transformações urbanas, quanto para que essa percepção de benefício seja utilizada para “vender” os próximos jogos para uma nova cidade-sede, que deverá garantir, seja em termos financeiros, sejam jurídicos, a realização do evento¹⁰⁹ (vale ressaltar que pouco ou nada se fala acerca de participação popular na definição dos investimentos em estrutura urbana para os megaeventos). E, para tanto, a estratégia depende em parte do apoio e adesão da população, assim como o COI, já que sua valiosa marca não pode estar atrelada a manifestações negativas, como no caso

¹⁰⁹ Em 1972, dois anos após ser eleita, o governo de Denver (Colorado, EUA) anunciou ao COI que a cidade não sediará mais as Olimpíadas de Inverno de 1976 devido à oposição dos residentes da área (BURBANK; ANDRANOVICH; HEYING, 2001).

das Jornadas de Junho de 2013 no Brasil, as quais ganharam o mundo nos documentários internacionais sobre a cidade, construindo um dos principais pontos de deslocamento dos sentidos em relação à narrativa oficial.

Então, se por um lado, há um grande esforço do COI em construir essa marca que gera bilhões de dólares anualmente, por outro, há uma adesão das cidades à estratégia dos megaeventos como alavancadores do crescimento. Sedar os Jogos Olímpicos carrega a promessa de inúmeros benefícios tangíveis e intangíveis, como atrair turistas e divulgar a cidade por meio da cobertura televisiva e outras mídias em todo mundo. De fato, como já foi explicitado anteriormente, a cobertura das Olimpíadas do Rio foi a maior de todos os tempos, além do aumento do número de documentários e matérias jornalísticas pré-evento – os olhos do mundo se voltaram para o Rio de Janeiro. Freitas (2017, p. 52) destaca, sob o ponto de vista do *city branding*, que

A cidade-espetáculo depende dos eventos para sua projeção midiática. A cidade-mercadoria vale-se dos eventos, especialmente os de grande porte, como atributos da marca. Em ambos os casos, percebemos as estratégias comerciais que sempre estiveram por trás da relação entre o planejamento de eventos de grande porte e a mercantilização da cidade com vistas à valorização de sua marca, o que implica, na visão de profissionais de *branding* urbano, uma maior inserção no turismo internacional e nas bolsas de valores do mundo.

Em teoria, seria um jogo de ganha-ganha. Na prática, há inúmeros outros fatores que impactam na estratégia – inclusive, no caso do Rio de Janeiro, fatores históricos relativos ao desenvolvimento da cidade, os quais serão tratados no próximo capítulo deste trabalho. Burbank, Andranovich e Heying (2001) salientam que se trata de uma estratégia de alto risco, permeada por problemas éticos para que haja garantia da realização do megaevento, tal como abordado anteriormente, embora de forma breve, neste trabalho. Trata-se, no entanto, de uma estratégia que persiste no tempo, não somente porque traz resultados positivos em determinados lugares, mas também porque muitas vezes os resultados negativos não têm a mesma projeção midiática que os positivos – segundo Hesmondhalgh (2008, p. 5), apesar de projetos similares serem sempre controversos localmente, “as vozes críticas raramente são ouvidas internacionalmente”.

A ideia de reconfigurar a imagem da cidade do Rio de Janeiro a partir de eventos e também de construir sua “vocação” data do início do século XX. A inspira o se dá nas Exposi es Universais que ocorriam no fim do século XIX em diversas cidades como Londres, Paris, Chicago, dentre outras, e que tinham como objetivo principal mostrar o que os países tinham de melhor em seus setores industrial, comercial e intelectual. Eram grandes espetáculos urbanos, especialmente desde meados do século XIX até o início do século XX, mostrando

habilidades comerciais e industriais que poderiam transformar a vida nas cidades, mas também correspondiam às aspirações burguesas – Benjamin (2009) classificou-as como “locais de peregrinação ao fetiche da mercadoria”. Freitas (2011, p. 3) entende “as exposições universais como meios de comunicação de massa, próprios de suas épocas, que celebram a genialidade industrial como processo comercial, ou seja, de consumo”.

A história dos megaeventos, em que mito e realidade são facilmente substituídos, é a história dos tempos modernos. Em 1851, a Exposição do Palácio de Cristal de Londres surpreendeu os visitantes com imagens do progresso contemporâneo e das utopias futuras. No início do século XX, as feiras mundiais haviam se tornado um espetáculo urbano, significando a importância das mercadorias e da tecnologia de máquinas para aumentar a prosperidade e melhorar as relações sociais. Ao mesmo tempo, essas feiras produziram algumas das arquiteturas mais espetaculares da época, seja o Crystal Palace de Londres, a Torre Eiffel em Paris ou mais tarde, a Space Needle de Seattle. Berman (1982, 245) sugere que essas estruturas eram símbolos poderosos que incorporavam os mitos da vitalidade urbana, enquanto negavam a realidade da vida urbana cotidiana. Equiparar os Jogos Olímpicos com as feiras mundiais de Paris e St. Louis, no início do século XX, significava que o esporte também poderia estar associado à tecnologia e à reforma social. (BURBANK; ANDRANOVICH; HEYING, 2001, p. 45).

No Brasil, ainda durante o Império, duas exposições nacionais foram organizadas, a primeira em 1861 e a segunda em 1866. Embora não haja uma pesquisa mais profunda sobre elas, ao que parece, o objetivo era tão somente mostrar a produção do Brasil, ou seja, não havia um desejo ou planejamento claro de mudança de imagem da nação, mas, sim, de ampliação de relações comerciais (embora o evento, ainda que de forma não planejada, impacte sobre a produção de imagem da nação e de seus produtos, considerando que se trata de uma importante estratégia de comunicação). Já a exposição nacional realizada em 1908, portanto, já no período republicano, organizada para celebrar o 100º aniversário da Abertura dos Portos e da chegada da família real portuguesa no Rio de Janeiro, também teve como objetivo mudar a imagem da cidade de um lugar colonial para um lugar capitalista – foi, portanto, uma estratégia pensada e articulada em torno desse objetivo. A “Reforma Passos” precedeu este evento: entre 1902 e 1906, o prefeito Francisco Pereira Passos realizou o chamado “bota abaixo”, mudanças urbanas que contribuíram para um projeto de modernidade almejado por uma elite local, que buscava afastar os resquícios coloniais a partir de um ideal positivista, o “progresso” por meio da “ordem”. Carlos Sampaio, prefeito do Distrito Federal entre 1920 e 1922, também promoveu modificações urbanas e geográficas para abrigar a Exposição Internacional de 1922, buscando uma nova ordem baseada na importância financeira da mudança e na inserção da cidade do Rio de Janeiro como sede de grandes eventos e negócios. Essas mudanças serão abordadas posteriormente neste trabalho.

Burbank, Andranovich e Heying (2001) também reiteram que se trata de uma estratégia antiga, mas que foi reinventada devido a diversos fatores, tal como o sucesso das Olimpíadas de Los Angeles, em 1984, e a ascensão da economia global a partir dos anos de 1970 – ratificando a ideia de Sanchez e Broudehoux (2013) a respeito da influência da globalização na produção do espaço urbano e trazendo para o contexto da discussão a emergência do conceito de cidade global – conceitos que serão discutidos mais detalhadamente na próxima seção deste trabalho, pois são peças-chave na construção discursiva da “cidade olímpica”. Ainda segundo Burbank, Andranovich e Heying (2001), os principais fatores que culminaram no sucesso das Olimpíadas de Los Angeles, e que se tornaram referência, foram (1) a grande audiência televisiva das cerimônias de abertura e encerramento e a publicidade positiva para a cidade e para a indústria turística, com pouca controvérsia pública; e (2) o fato de o evento ter sido realizado majoritariamente com investimento privado em um contexto de profunda mudança da política econômica dos Estados Unidos durante o governo de Ronald Reagan, que buscava diminuir a atuação da esfera governamental para privilegiar o livre mercado. Enquanto alguns governos reduziram os investimentos em políticas públicas, outros adotaram estratégias mais “empreendedoras”, assumindo riscos e buscando parcerias público-privadas, e Los Angeles foi um exemplo considerado “bem-sucedido” de como atrair os investimentos a partir da realização de um megaevento na cidade.

Segundo os autores, dois fatores são centrais para a adoção da estratégia de megaeventos por uma cidade:

[...] o primeiro é a existência de um regime de crescimento estabelecido na cidade; o segundo é o desejo de criar ou mudar a imagem da cidade. Um regime de crescimento é essencialmente uma rede de líderes públicos e privados que funciona como um governo informal dentro de uma cidade (Stoker, 1995; Stone, 1991). Seu objetivo é incentivar o crescimento dentro da cidade e sua existência é vital para uma oferta olímpica. Sem uma rede governamental de negócios estabelecida para fornecer autoridade e recursos, uma oferta olímpica simplesmente não ocorreria. [...] Outro ingrediente necessário, pelo menos entre os indivíduos dentro do regime, se não entre os moradores da cidade em geral, é o desejo de estabelecer ou modificar a imagem da cidade. Como muitas cidades dos EUA começaram a contar com o turismo e outras atividades orientadas para o consumo como um componente de sua política de desenvolvimento local, a questão de como melhorar a imagem de uma cidade foi levada para o primeiro plano. A imagem da cidade tornou-se assim uma preocupação importante para a política de desenvolvimento em geral (Pagano e Bowman, 1995), mas a imagem é especialmente destacada na estratégia de megaeventos (Hall, 1996; M. Roche, 1992). (BURBANK; ANDRANOVICH; HEYING, 2001, p. 7).

Megaeventos esportivos, tal como os Jogos Olímpicos e a Copa do Mundo de futebol, possuem um imaginário muito positivo em torno de suas marcas e evocam todo um repertório de símbolos atraentes (os quais também são geridos por suas instituições, conforme vimos anteriormente em relação ao COI) que agregam amplo suporte, fornecendo a possibilidade de

uma associação capaz de mudar a imagem de uma cidade. A importância simbólica do evento influencia diretamente, portanto, na alocação dos recursos públicos (a qual é definida em parceria, por determinação ou com anuência das instituições promotoras), almejando desenvolvimento econômico e prestígio internacional – ou, ainda, inscrição da cidade-sede no mapa das cidades globais, tendo no megaevento um rito de instituição. Além disso, os autores destacam que “os líderes da cidade podem usar a ideia de sediar os jogos para justificar o incentivo a uma variedade de projetos de desenvolvimento que não seriam politicamente viáveis no contexto da política cotidiana” (BURBANK; ANDRANOVICH; HEYING, 2001, p. 34), abrindo a possibilidade de discussão sobre o conceito de “cidade de exceção”, que será abordado posteriormente neste trabalho.

Os autores ainda destacam alguns contextos de realização dos megaeventos, os quais passam pela tendência de enfatizar atividades de consumo (lazer, entretenimento, esportes e turismo) nas políticas de desenvolvimento e pelo crescimento da realização de eventos na cidade, sendo as Olimpíadas o evento de assinatura (processo que pode ser compreendido também como tentativa de construção de uma suposta “vocação” da cidade para sediar eventos). No caso do Rio de Janeiro, o ex-prefeito César Maia (1993-1996, 2001-2004 e 2005-2008) foi responsável por “reinaugurar”, de certa forma, a estratégia de megaeventos para a cidade nesse contexto da economia global: dentre suas ações, destacam-se a redefinição estratégica de dois grandes eventos que hoje compõem os mais sólidos imaginários sobre o turismo na cidade – o Réveillon e o Carnaval; o desenvolvimento das estratégias do Porto do Rio, anterior ao Porto Maravilha, e do Museu de Guggenheim como aparato cultural da Praça Mauá; e a realização dos Jogos Pan-Americanos na cidade, desde a demonstração de interesse da cidade ao COI e apresentação do dossiê de candidatura para esse evento até a realização dos jogos (SANTOS, 2016). Ressalta-se que

O documento [Plano estratégico da cidade, 2001-2004] sinaliza que o Rio de Janeiro simbolizaria a imagem da nação, apesar do esvaziamento da cidade, principalmente com a transferência da capital para Brasília, por isso, nada “mais justo que a Região Centro queira manter essa tradição” histórico-cultural para a cidade e o país. Para viabilizar esse desafio, foram propostas várias ações, dentre as quais a recuperação dos Jardins Suspensos do Valongo, a revitalização da zona portuária, objetivando o incremento de atividades culturais, a implantação de um sistema de transporte e circulação, tipo Veículo sobre Trilhos – VLT, todas elas em vias de implantação pelo projeto Porto Maravilha desde 2011, além da revisão do plano Diretor, aplicando instrumentos do Estatuto da Cidade (SANTOS, 2016, p. 49).

A partir do reposicionamento estratégico da cidade promovido pela gestão de César Maia, o Rio de Janeiro viveu uma década de realização de grandes eventos, com os Jogos Pan-Americanos (2007), os Jogos Mundiais Militares (2011), a Rio+20 (2012), a Jornada Mundial

da Juventude (2013), a Copa das Confederações (2013), o Rock in Rio (2011, 2013, 2015), além do Carnaval e Réveillon, eventos anuais, compondo o rol de atividades entendidas como preparatórias para o evento de assinatura, mas que também contribuíram para a consolidação desse imaginário de “vocação” da cidade para sediar eventos.

Há diversas críticas, no entanto, em relação a essa orientação voltada ao desenvolvimento pelo consumo – especialmente no que diz respeito a uma potencial homogeneização do espaço para produção de um lugar lindo, seguro e simulado (ou hiper-real, de acordo com Baudrillard, crítica essa já apontada na produção de documentários sobre a cidade¹¹⁰), que passa também por processos de gentrificação e/ou pela criação de espaços exclusivos para os turistas muitas vezes separados do restante da cidade, espaços esses que, sendo seguros, protegidos e normalizados, escondem os conflitos inerentes à vida urbana (processos esses negados ou silenciados pelos discursos oficiais e muitas vezes também nas narrativas audiovisuais), mas que também atribuem *status* a quem os visita:

Assim como a competição pela manufatura levou a programas de subsídios imitáveis, o desenvolvimento econômico orientado ao consumo cria ambientes turísticos aparentemente padronizados, compostos por complexos de convenções, hotéis chiques, complexos de entretenimento e jogos e instalações esportivas, ao lado de novas torres de escritórios e de frente para o mar. A ideia por detrás desses desenvolvimentos é provocar uma certa imagem do local e fornecer status para aqueles que o experimentam. Entre as técnicas usadas para alcançar esses objetivos, estão a construção de atrações únicas para os visitantes, a realização de eventos de prestígio ou o uso de festivais temáticos para vincular o desenvolvimento do turismo ao marketing da cidade. (BURBANK; ANDRANOVICH; HEYING, 2001, p. 36-37).

E se a imagem da cidade é o principal produto a ser consumido, deseja-se também a construção de uma “paisagem de perfeição”. Esse desejo de perfeição também pode ser almejado nas representações da cidade, pois, conforme salientam Urry e Larsen (2011), turistas escolhem lugares para visitar porque há uma antecipação, uma expectativa em relação à vivência, a qual é construída por meio das tecnologias/mídia, como filmes, TV, literatura, música etc., que organizam e reforçam as formas de olhar; no entanto, esse “olhar” que organiza os encontros dos viajantes com o “outro” também é performativo, e cada forma de olhar é constituída por diversas materialidades e tecnologias e permeado por relações de poder entre os que olham e os olhados. O *city branding* atua na construção desse olhar, assim como documentários podem atuar no deslocamento dos sentidos desejados pelo *city branding*.

¹¹⁰ Para outras informações, ver GOTARDO, 2016 e GOTARDO, Ana Teresa. Rio de Janeiro, cidade-mercadoria: construções narrativas da cidade hiper-real em *1000 places to see before you die*. Mediação, Belo Horizonte, v. 20, n. 26, 2018, p. 43-56. Extraído de <<http://www.fumec.br/revistas/mediacao/article/view/6080>> em 26 set. 2019. Críticas sobre a falta de *local flavor* na Barra da Tijuca durante os Jogos Olímpicos também foram feitas pela mídia inglesa (GOTARDO; FREITAS e ELIAS, 2017).

A estratégia de megaeventos de que tratam Burbank, Andranovich e Heying (2001), no entanto, não coloca em foco apenas a indústria turística como potencial de desenvolvimento. Trata-se de toda uma política de desenvolvimento baseada na imagem, uma condição, segundo os autores, que parte da ideia que as cidades de hoje não são construídas a partir de uma produção tangível, mas pela flutuação do dinheiro; além disso, a competição entre as cidades para atrair capital e a importância da imagem da cidade, quando ser parte dela torna-se um *status* e valor. Aspectos econômicos situam-se nesses domínios entre marca territorial e marca cultural, atuando sobre graus de investimento em diversas áreas, como turismo, segurança pública, preservação do meio ambiente e do patrimônio, educação e reestruturação urbana, dentre outros, além de se tornarem uma espécie de marca corporativa, como espaço de oferta de oportunidades de negócios e lazer em seu cotidiano urbano (FREITAS; GOTARDO; SANT'ANNA, 2015).

Nesse contexto de megaeventos, é importante, segundo Burbank, Andranovich e Heying (2001), que haja um desejo de construção de uma cidade global, considerado pelos autores um importante elemento dentro da estratégia de desenvolvimento econômico de uma cidade.

Além da economia, no entanto, está o valor simbólico de entrar na competição global através de uma imaginação induzida pela mídia. À medida que as fronteiras nacionais se tornam mais permeáveis, os fluxos de imagens de pessoas, tecnologia e mídia são mais facilmente alcançados, tornando a competição mais intensa (Appadurai, 1990; Sassen, 1996b). A construção da imagem de uma cidade é focada em desenhar esses fluxos pela cidade. (BURBANK; ANDRANOVICH; HEYING, 2001, p. 45).

Pode-se salientar, nesse sentido, a importância do papel que a mídia exerce na construção não somente da cidade olímpica, mas, de forma mais ampla, da cidade global – ideia e ideal que acompanham a estratégia de megaeventos. A mídia atua, ainda, sobre a mobilização econômica em torno dos megaeventos, articulando conceitos como cidade global, indústrias culturais e economia criativa, construindo sentidos sobre a influência da globalização almejada na produção do espaço urbano tanto no que diz respeito ao “aquecimento econômico” promovido (e desejado) pela estratégia de megaeventos, quanto em relação aos seus custos e riscos, produzindo deslocamento em relação aos discursos oficiais, conforme será debatido na próxima seção.

2.2 A cidade global e a economia dos megaeventos

Promessa e desejo de construção de visibilidade e de inserção em uma rede global se confundem nos documentos oficiais e estão presentes nas narrativas documentais sobre a

cidade, seja de forma a corroborar, seja de forma a deslocar os sentidos almejados pelos discursos governamental e do COI. A narrativa do global, no entanto, não se restringe aos textos dos documentos; ela encontra o atual *modus operandi* dos megaeventos em suas práxis:

o ponto é que as ambições cívicas e nacionais para megaeventos – reconhecimento, visibilidade, alavancagem política, turismo, investimento estrangeiro ou desenvolvimento econômico – agora sustentam a produção de espetáculos que são pontos nodais cada vez mais significativos das comunicações globais e acumulação capitalista. Como resultado, tornou-se mais difícil do que nunca conceber esses eventos como ocasiões independentes com autonomia política, econômica ou cultural; os megaeventos do século XXI se revelam profundamente e extremamente *relacionais*. Nesse sentido, todos os megaeventos atuais são inerentemente globais. Eles necessariamente conectam o local ao global porque sua própria existência requer um envolvimento sustentado entre autoridades nacionais e locais, apoiadores e críticos, com redes globais de acumulação e circulação de capital, cultura e comunicação, relações governamentais internacionais, organizações não-governamentais internacionais (ONGIs) e fluxos internacionais de migração e turismo. (GRUNEAU; HORNE, 2016, p. 3, grifo dos autores).¹¹¹

Gruneau e Horne (2016) ainda salientam a importância da economia como termo operante nos megaeventos em virtude dos “monstros econômicos” que se tornaram tanto em termos de investimento público, quanto em valores para transmissão, patrocínio e publicidade, os quais, conforme já abordado anteriormente, estão na casa dos bilhões de dólares. Destacam, ainda, que em muitos lugares do mundo parte da vida cívica e de lazer é influenciada pelo ritmo dos mega e grandes eventos.

Roche (2006) destaca que os Jogos Olímpicos devem ser entendidos como importante elemento no desenvolvimento de uma “cultura global”, com significado social, em um entendimento mais complexo da globalização e especialmente no que diz respeito ao agenciamento individual e coletivo (por meio da audiência midiática), da cidade-sede e do próprio movimento como ator na política corporativa, além de sua função na diferenciação espaço-tempo. O autor destaca ainda (ROCHE, 2000) três dimensões dos megaeventos contemporâneos, a saber: urbano, midiático e global, salientando que

[...] olhamos principalmente as exposições e as Olimpíadas como eventos localizados no espaço e no tempo e, portanto, como eventos urbanos/locais exclusivos. No

¹¹¹ Do original: “*But, the point is that civic and national ambitions for mega-events – for recognition, visibility, political leverage, tourism, foreign investment, or economic development – now underwrite the production of spectacles that are increasingly significant nodal points of global communications and capitalist accumulation. As a result, it has become more difficult than ever to conceive of such events as stand alone occasions with political, economic or cultural autonomy; rather mega-events in the twenty first century reveal themselves as deeply and profoundly relational. In this sense all mega-events today are inherently global. They necessarily connect the local to the global because their very existence requires a sustained engagement between national and local authorities, supporters and critics, with global networks of capital accumulation and circulation, culture and communications, international governmental relations, international non-governmental organizations (INGOs), and international flows of migration and tourism*”.

entanto, esses eventos também carregam e projetam significados culturais globais através de seu caráter de eventos turísticos e de mídia. (ROCHE, 2000, p. 125).¹¹²

O movimento olímpico é uma instituição global, com objetivos universalizantes e humanitários. Sua organização conta com membros de todo o mundo e sua finalidade é mudar o mundo por meio do esporte. Cabe salientar que os membros do COI são normalmente pessoas ricas, disponíveis para viagens internacionais, as quais, embora sejam financiadas pelo comitê, demandam tempo de trabalho que é voluntário (ROCHE, 2000). Os aspectos político e diplomático do trabalho do COI são amplamente integrados aos circuitos internacionais operados pelos Estados-Nação, organizações governamentais e não governamentais, fazendo do COI um importante ator no sistema de governança internacional.

O comitê também destaca suas aspirações não apenas em relação a seus objetivos, mas também no potencial de desenvolvimento da cidade-sede a partir do legado:

O legado olímpico pode se materializar na cidade/território, como no caso de um novo local esportivo ou na restauração de um ambiente natural. Um legado territorial, construído ou natural, pode ter alcance local, como no caso de uma área de lazer ou recreação aprimorada ou de um centro de treinamento esportivo. Também pode se estender muito além das fronteiras do território, alcançando outras regiões, países e a comunidade global, como no caso das habilidades profissionais adquiridas por funcionários expatriados. (IOC, 2017, p. 16).¹¹³

É também interessante observar os diversos sentidos que o termo “global” assume em diferentes momentos, desde a concepção do movimento olímpico, passando pela política e pela economia, chegando ao potencial midiático e ao desejo da cidade-sede de se inscrever nessa geografia, comumente utilizando de discursos relacionados a uma suposta ou desejada identidade nacional (com todas as questões que o termo carrega, inclusive seu uso mercadológico, nos termos do *city branding*) para atingir seu *status* de cidade global.

No que diz respeito aos documentários aqui em análise, é possível observar muitas vezes a adesão ao discurso da cidade global, explorando-o por meio de conexões com economia criativa, indústrias culturais, aquecimento econômico e geração de empregos (muitas vezes, inclusive, por meio da glamourização da informalidade como empreendedorismo e oportunidade) – benefício defendido pelo COI como parte do legado:

¹¹² Do original: “*We are mainly looking at expos and Olympics as localised events in space and time, and thus as unique urban/local events. However, these events also carry and project global cultural meanings through their character as tourist and media events*”.

¹¹³ Do original: “*Olympic legacy can materialise in the city/territory, as in the case of a new sports venue or the restoration of a natural environment. A territorial legacy, either built or natural, can have local reach, as in the case of an upgraded leisure or recreational area or a sports training centre. It can also extend well beyond the borders of the territory, reaching out to other regions, countries and the global community, as in the case of the professional skills acquired by expatriate staff*”.

O legado também pode assumir a forma de um benefício pessoal ou individual, como: novas habilidades linguísticas aprendidas por pessoas que se voluntariaram para os Jogos Olímpicos; uma oportunidade de emprego obtida por um atleta aposentado que recebeu treinamento profissional de um patrocinador olímpico; um atleta refugiado que, através da prática do esporte, encontra um caminho para a integração social em sua nova comunidade; ou uma empresa local que ganhou competitividade internacional depois de se tornar fornecedora dos Jogos Olímpicos. (IOC, 2017, p. 16).¹¹⁴

Em relação aos benefícios individuais, vale salientar, tal como aponta Roche (2000), que, embora o evento seja planejado e produzido por grupos poderosos de uma elite econômica de forma pouco democrática em relação aos cidadãos, é esperado não apenas que estes se engajem ao evento e aos visitantes aguardados, mas também que trabalhem de forma voluntária e paguem para assistir aos jogos (ou indiretamente, via impostos, pela realização das modificações urbanas necessárias para o evento). Apenas para se ter uma ideia da potência desse discurso, havia 70 mil vagas para voluntários nas Olimpíadas do Rio de Janeiro, e 240 mil pessoas se inscreveram para trabalhar;¹¹⁵ no caso da Copa do Mundo, foram 130 mil aplicações em todo o país (São Paulo foi o estado com maior número de inscritos, seguido pelo Rio de Janeiro) para 15 mil posições.¹¹⁶ Esses imaginários, no entanto, também são muitas vezes deslocados, como quando as narrativas questionam os megaeventos em virtude dos excessivos gastos públicos necessários para promovê-los, com potencial geração de recessão econômica para o país.

Considerando que o papel da televisão na construção do evento como global foi abordado anteriormente neste trabalho, trarei na próxima seção o conceito de cidade global dentro de uma perspectiva econômica, visando compreender os diversos sentidos sobre a cidade global produzidos pelos megaeventos, assim como as acepções do conceito nos documentos oficiais e a produção de sentidos nos documentários que se conectam ou se deslocam dele.

2.2.1 Cidade global: um conceito em disputa

Vainer (2011) busca relacionar, em seu estudo, o conceito de estado de exceção, tal como trazido por Agamben e Poulantzas,¹¹⁷ à escala da cidade, lançando a “hipótese de que o

¹¹⁴ Do original: “*Legacy can also take the form of a personal or individual benefit, such as: new language skills learned by people who volunteered for the Olympic Games; a job opportunity obtained by a retired athlete who received professional training from an Olympic sponsor; a refugee athlete who, through practising sport, finds a path to social integration in her/his new community; or a local company that gained international competitiveness after becoming a supplier for the Olympic Games*”.

¹¹⁵ Fonte: <<https://www.olympic.org/news/over-240-000-volunteer-applications-for-rio-2016>>. Acesso em: 18 out. 2019.

¹¹⁶ Fonte: <<https://www.fifa.com/worldcup/news/over-130-000-volunteer-applications-received-1707638>>. Acesso em: 18 out. 2019.

¹¹⁷ As obras citadas pelo autor são: AGAMBEN, Giorgio. *Estado de exceção*. São Paulo: Boitempo, 2004; POULANTZAS, Nicos. *Fascisme et dictature: la IIIe Internationale face au fascisme*. Paris: François

planejamento pós-moderno, competitivo e estratégico [conceito que será trabalhado posteriormente aqui nesta seção] sinaliza a emergência do que designamos aqui de cidade de exceção” (VAINER, 2011, p. 10). Em primeiro lugar, destaca a importância da ideia de crise urbana, necessária para a emergência de um líder carismático – um líder com poder gestor, liberto de partidos e controles políticos, que se torna condição para a cidade-empresa (com a desqualificação da política). A cidade em crise (econômica e política e, no caso do Rio, pode-se salientar ainda a de segurança pública) faz manifestar-se, ainda, a ideia da emergência: “sob a metáfora da guerra tal e qual apresentada por Agamben, autoriza, mais do que isso, exige e instaura, como necessidade emergencial, uma nova forma de constituição do poder na/da cidade” (VAINER, 2011, p. 10). Esse poder, salienta o autor, se exerce nos marcos dos interesses das classes dominantes, e há uma reconfiguração da hegemonia, criando, assim, uma nova forma de regime urbano, na qual as instituições formais abdicam de uma parte de suas atribuições e responsabilidade, novas leis são criadas para garantir o desrespeito legal e funções públicas são transferidas para organizações supostamente livres de burocracia e controle político. Segundo o autor, a cidade dos megaeventos se encaixa no perfil da cidade de exceção por se construir a partir das decisões *ad hoc*, das isenções, das autorizações especiais, além, incluo aqui, das mudanças legislativas e da definição do planejamento da cidade com autoridades do COI e da Fifa. O autor salienta, no entanto, que

Certamente, a categoria de estado ou regime de exceção não se aplica senão de modo parcial à cidade dos megaeventos. As formas institucionais de democracia representativa burguesa permanecem, formalmente, operantes. O governo eleito governa, o legislativo municipal legisla... Mas a forma como governam e legislam produz e reproduz situações e práticas de exceção, em que poderes são transferidos a grupos de interesse empresarial. (VAINER, 2011, p. 2019).

A tese da cidade de exceção traz à tona alguns “legados sombrios” ocultos pela narrativa oficial, embora não seja (ou tenha sido) uma perspectiva unânime nas análises acadêmicas. Um outro ponto de vista trazido por Aaron Richmond e Garmani (2016) é o das *post-Third World cities* ou das narrativas que enfatizam os benefícios que seriam trazidos pelas modificações a partir do planejamento estratégico, como crescimento e integração, com o apoio da realização dos Jogos Olímpicos, encorajando investimentos e colaborações entre órgãos públicos e privados – um discurso que se aproxima ou até mesmo reverbera o dos documentos oficiais do governo do Rio de Janeiro e do COI. O termo *post-Third World cities* faz menção ao fato de que

O Rio de Janeiro não está se tornando uma “cidade do Primeiro Mundo”, mas sua transformação está levando a cidade além da dicotomia Primeiro/Terceiro Mundo que

Maspero, 1970; POULANTZAS, Nicos. Estado em crise. Rio de Janeiro: Graal, 1977; e POULANTZAS, Nicos. Poder político e classes sociais. São Paulo: Martins Fontes, 1986.

sustentou as análises acadêmicas de seu desenvolvimento durante a segunda metade do século XX. Enquanto isso, a Providência e a Zona Portuária, por tanto tempo sinônimo de desigualdade e exclusão, devem se tornar os símbolos mais potentes da reinvenção do Rio como uma cidade mais integrada, pacífica e moderna. (AARON RICHMOND; GARMANY, 2016, p. 622).¹¹⁸

Segundo os autores, na narrativa do *post-Third World cities*, o Rio de Janeiro é compreendido como uma cidade paradigmática em relação aos problemas que emergiam nas cidades do dito “terceiro mundo” (um conceito muito utilizado por volta dos anos 2000, tal como enfatizam os autores, e que atualmente tem sido substituído pelo conceito de “Sul Global”) a partir de dois fatores-chave: a rápida urbanização durante os anos de 1950 (transformações urbanas incapazes de acompanhar o crescimento populacional, especialmente no que diz respeito a habitação, infraestrutura e serviços como transporte e segurança, com o aumento da população marginalizada); e a turbulência econômica durante os anos de 1980 e 1990, crise relacionada à desindustrialização e à emergência das economias globais (nesse período, a violência urbana aumenta no Rio de Janeiro, com maior competição entre as facções rivais do tráfico de drogas; os serviços de segurança privada crescem nas áreas nobres da cidade e o conceito de “cidade partida” é cunhado por Zuenir Ventura, em 1994).

Esse discurso oficial reconhece os problemas acima mencionados, assumindo o conceito de “cidade partida” para estabelecer como seu objetivo principal a integração – embora o desejo de integrações também possa ser visto como uma espécie de “colonização” ou um “processo civilizador” (GOTARDO, 2016). Aaron Richmond e Garmani (2016, p. 624) destacam que o surgimento de diversas políticas, projetos e iniciativas em um curto espaço de tempo, embora implantados em diferentes momentos e administradas por diferentes instâncias, com objetivos, orçamento e *modus operandi* diversos,

[...] levou muitos a ver as intervenções coletivamente como parte de uma estratégia mais ampla para transformar a cidade: o que o Comitê Popular da Copa e Olimpíadas descreve como um “Projeto da Cidade” impulsionado pelas Olimpíadas. Embora seja reconhecidamente problemático agrupar todas essas políticas como uma única iniciativa – por exemplo, algumas foram lançadas antes do Rio vencer a candidatura olímpica e outras são apenas tenuamente ligadas ao desenvolvimento olímpico – acreditamos que existem vários fatores que dão nessas várias intervenções, um forte grau de unidade e coerência.

Se a agenda da *post-Third World city* é, conforme salientam os autores, “um conjunto de políticas e discursos complementares construídos em torno de uma narrativa histórica

¹¹⁸ Do original: “Rio de Janeiro is not becoming a ‘First-World city’, but its transformation is moving the city beyond the First/Third World dichotomy that underpinned scholarly analyses of its development during the second half of the twentieth century. Providência and the Port Zone meanwhile, for so long bywords for inequality and exclusion, are to become the most potent symbols of Rio’s reinvention as a more integrated, more peaceful, more modern city”.

específica” (AARON RICHMOND; GARMANI, 2016, p. 627) com o objetivo de superar, por meio de novas políticas, os legados sociais e físicos negativos e de integrar os diferentes territórios urbanos, especialmente favelas e áreas “formais”, é importante destacar que essas políticas foram planejadas a partir de modelos desenvolvidos no Norte Global, ainda que o Rio de Janeiro pouco tenha em comum com esses países. O processo de “adaptação” dessas políticas parte especialmente do modelo de Barcelona, tendo envolvido planejadores catalães no planejamento estratégico urbano e de megaeventos desde o início dos anos 1990.

Nesse “modelo” de revitalização econômica estão incluídas as narrativas da cidade global, conceito o qual, segundo Carvalho (2000), foi reapropriado, em uma ideia baseada em um senso comum, deixando de ser uma condição para tornar-se instrumento discursivo de referência para uma prática, compondo um “projeto necessário à superação dos problemas urbanos” (CARVALHO, 2000, p. 70). Nesse sentido, faz-se necessário esclarecer o conceito aqui utilizado, propondo articulá-lo com suas conformações no projeto de construção da marca-cidade-global, que se propõe cidade-ideal, cidade-mercadoria e, por fim, cidade-global.

Saskia Sassen tornou-se referência, segundo Carvalho (2000), ao propor um novo paradigma teórico no qual as metrópoles devem ser “compreendidas exclusivamente em decorrência do processo de globalização da economia e na condição de cidades globais” (CARVALHO, 2000, p. 72-73), em detrimento de estudos que abordem a ecologia das formas urbanas, a distribuição da população e os centros educacionais ou tendo foco nas pessoas, grupos sociais, estilos de vida e problemas urbanos, considerando que a globalização da economia e a emergência de uma cultura global alteraram profundamente a realidade social e as cidades. Carvalho critica a visão de Sassen, ressaltando que ela nega o movimento histórico específico das metrópoles analisadas, privilegiando verticalidades em detrimento de horizontalidades.

Esse privilégio parece ser condizente com alguns dos sentidos atribuídos ao termo “cidade global”, considerando, tal como salientam Sánchez e Broudehoux (2013), a instrumentalização dos megaeventos pelas elites políticas e econômicas para reconstruir a imagem da cidade, gerando segregação, desigualdade, exclusão social. Embora a proposta de Sassen, tal como critica Carvalho (2000), pareça privilegiar a verticalidade, a primeira autora a vê, dentro de um contexto mais amplo, como um espaço para “a formação de um novo tipo de política transnacional” (SASSEN, 2005, p. 39), como um terreno para a política e o engajamento, como uma abertura de “possibilidades para uma geografia da política que liga os espaços subnacionais através das fronteiras” (SASSEN, 2005, p. 39).

É interessante observar ainda a visão de Jennifer Robinson (2002) em relação às principais características das cidades globais, as quais podem ser resumidas em: (1) as articulações econômicas regionais, nacionais e internacionais atuam de forma a organizar nós de um sistema econômico global; (2) as cidades podem ser organizadas hierarquicamente a partir de suas influências; e (3) “Muitas populações são excluídas do espaço do capitalismo global e, portanto, do campo das cidades do mundo: elas são ‘economicamente irrelevantes’” (ROBINSON, 2002, p. 534). A crítica da autora é especialmente pertinente em relação ao fato de que o desejo dos gestores de incluir as cidades as quais governam no rol das cidades globais não corresponde necessariamente ao fato de que elas estarão aptas a tal classificação (e, como ressalta a autora, talvez nunca estejam). No entanto, é preciso ter em mente que tal categorização impõe limitações e divisões/segregações às cidades, especialmente porque, segundo a argumentação da autora, “a ‘teoria urbana’ se baseia principalmente nas experiências e histórias das cidades ocidentais” (ROBINSON, 2002, p. 532), ou seja, essas categorizações são baseadas nas experiências e tradições intelectuais do Norte Global – uma perspectiva colonialista que atua entre a ideia do desenvolvimentismo (as não cidades) e aquelas que são pensadas para produzir essas teorias. Ainda que haja um reconhecimento acadêmico em relação aos problemas relacionados a essas categorizações, elas ainda compõem o imaginário dos gestores como algo positivo e desejado, além de servir como argumento para o COI “vender” seu projeto olímpico. Vale ressaltar ainda, tal como abordado anteriormente, a influência dos catalães tanto na construção da candidatura do Rio para as olimpíadas, quanto no desenho das modificações urbanas para a cidade, reafirmando a visão e a forte atuação Norte-Sul Global.

A cidade global, tal como cunhada por Sassen (2005), surge num contexto de ascensão das tecnologias da informação e de mobilidade e liquidez do capital associadas a elas. Além disso, privatizações, desregulamentações, abertura das economias nacionais a empresas estrangeiras e entrada dos atores das economias nacionais nos mercados globais geram condições para o reescalonamento dos territórios estratégicos que articulam esse novo sistema, em um processo de separação e enfraquecimento do nacional como unidade espacial e emergência de novas dinâmicas e processos que territorializam em novas escalas – regionais, nacionais ou globais. “Eu localizo o surgimento de cidades globais neste contexto e contra esta gama de instanciações de escalas estratégicas e unidades espaciais. No caso das cidades globais, as dinâmicas e processos que são territorializados são globais” (SASSEN, 2005, p. 27). Carvalho (2000) relata que a origem do conceito “cidade global” está relacionada ao problema da crise, nos anos de 1970, da centralidade econômica das metrópoles que perderam o controle das atividades industriais, já que as empresas passaram a ter maior flexibilidade para escolher

lugares de menor custo para a produção. A autora destaca, ainda, que “em substituição às atividades industriais, [as metrópoles] passavam a sediar empresas de prestação de serviços altamente especializados, ligados em sua maioria ao setor financeiro e da informação e de origem sempre transnacional” (CARVALHO, 2000, p. 71).

Sassen (2005) organiza o modelo de cidade global a partir de sete hipóteses:

- a) Quanto mais dispersas as operações de uma organização, mais complexas e estratégicas ficam suas funções “centrais” (gerenciamento, coordenação, serviços, financiamento).
- b) Essa complexificação aumenta a terceirização de serviços especializados (contabilidade, jurídico, relações públicas, telecomunicações, etc.).
- c) As empresas de serviços especializados presentes nos mercados mais complexos e globalizados estão sujeitas a economias de aglomeração¹¹⁹ (esta marcada por complexidade dos serviços, incerteza dos mercados, velocidade das transações). A combinação de empresas, talentos e expertise de uma ampla gama de áreas especializadas faz com que certo tipo de ambiente urbano funcione como um centro de informações.
- d) Quanto mais a sede terceiriza suas funções mais complexas, especialmente aquelas ligadas a mercados incertos e em mutação, mais livre ela é para escolher qualquer localização, porque fica menos sujeita a economias de aglomeração. Isso sublinha ainda que o setor-chave que especifica as vantagens distintivas de produção das cidades globais é o setor de serviços altamente especializado e em rede.
- e) Empresas de serviços especializados precisam prover um serviço global, o que significa *network* global de afiliados ou outra forma de parceria. Como resultado, vê-se o fortalecimento das transações e redes transfronteiriças (o que poderia ser o começo da formação de sistemas urbanos transnacionais).

¹¹⁹ “As economias de aglomeração podem ser definidas como os ganhos econômicos advindos da concentração geográfica das atividades produtivas. Tais ganhos podem se manifestar de diferentes formas: através da difusão local do conhecimento, da redução dos custos logísticos, do surgimento de atividades complementares, do adensamento do mercado de trabalho, entre outros. Entretanto, as forças aglomerativas podem se comportar como uma parábola, atingindo um ponto de máximo, e a partir de então proporcionando deseconomias de aglomeração. Como as atividades industriais são, sobretudo, urbanas, tais movimentos estão essencialmente ligados ao processo de expansão populacional e econômica das cidades” (DALBERTO, C. R.; STADUTO, J. A. R. Uma análise das economias de aglomeração e seus efeitos sobre os salários industriais brasileiros, *Rev. Econ. Contemp.*, Rio de Janeiro, v. 17, n. 3, p. 539-569, set-dez/2013. Extraído de: <<http://www.scielo.br/pdf/rec/v17n3/v17n3a07.pdf>> em 24 mai. 2018.)

As fortunas econômicas dessas cidades se tornam cada vez mais desconectadas de suas economias nacionais.

- f) O crescimento do número de profissionais qualificados e empresas lucrativas aumentam a desigualdade socioeconômica nessas cidades.
- g) A sétima hipótese deriva da dinâmica anterior: trata-se do aumento da informalidade em uma série de atividades econômicas que encontram demanda nas cidades globais.

A autora destaca que as quatro primeiras hipóteses emergiram, nos anos de 1980, como um discurso dominante da existência de um sistema econômico global como algo dado, uma função do poder das corporações transnacionais e das comunicações globais. Ela propõe, no entanto, buscar um outro foco de análise, em uma visão social dos processos econômicos: evidenciar a produção das capacidades para operação global, coordenação e controle contidos nas novas tecnologias da informação e no poder das corporações transnacionais. Segundo a autora, o destaque na “produção dessas capacidades desloca a ênfase para as *práticas* que constituem o que chamamos de globalização econômica e controle global” (SASSEN, 2005, p. 30, grifo da autora) e “atrai as categorias de lugar e processo de trabalho para a análise da globalização econômica” (SASSEN, 2005, p. 31). A autora ainda destaca que

Desenvolver categorias como local e processo de trabalho não nega a centralidade da hipermobilidade e do poder. Pelo contrário, isso traz à tona o fato de que muitos dos recursos necessários para as atividades econômicas globais não são hipermóveis e estão, de fato, profundamente embutidos no lugar, especialmente em lugares como cidades globais, regiões de cidades globais e zonas de processamento de exportação. (SASSEN, 2005, p. 31).

Essa proposta da autora considera toda infraestrutura de atividades, empresas e empregos necessários para administrar a economia corporativa avançada, inclusive dos processos de trabalho envolvidos, da infraestrutura necessária de instalações, trabalhos não especializados e domínios políticos, culturais, sociais e criminais que também compõem esse sistema. “Recapturar a geografia de lugares envolvidos na globalização nos permite recapturar pessoas, trabalhadores, comunidades e, mais especificamente, as diversas culturas de trabalho, além da cultura corporativa, envolvidas no trabalho da globalização” (SASSEN, 2005, p. 32), o que ressalta também a possibilidade de uma visão horizontal de análise. A autora ainda relativiza a suposta dualidade global *versus* nacional (tal como se fossem espaços mutuamente exclusivos): os processos globais são pelo menos parcialmente incorporados em territórios nacionais, e o global se materializa por necessidade em lugares específicos e em arranjos institucionais, muitas vezes localizados em territórios nacionais.

Sassen (2008) destaca que a economia global se caracteriza não por uma economia sem fronteiras, mas como diversos circuitos globais que podem atuar em diversos níveis (mundial e/ou regional), sendo que cada circuito é formado por grupos distintos de países e cidades, possibilitando a emergência de novas geografias intercidades que funcionam como infraestrutura para várias formas de globalização. Nesse sentido, segundo a autora, a primeira etapa seria identificar de quais circuitos globais a cidade faz parte. Isso mostra, ainda segundo Sassen, que “as diferenças e características especiais das cidades são importantes, e que a concorrência entre as cidades é menor do que parece, ou seja, certa divisão global, ou regional, de funções, estaria desempenhando um papel mais importante do que parece” (SASSEN, 2008). Com isso, a autora afirma que a história econômica do lugar influencia o tipo de economia de conhecimento dessa cidade, contrariando a ideia de que a globalização é homogeneizante. Como exemplos, destaco a história de investimento da cidade do Rio de Janeiro em abrigar megaeventos (FREITAS, 2011), e como ela poderia, agora, impactar no desejo de inclusão da cidade no circuito internacional da economia turística, uma das grandes impactadas pela realização de eventos na cidade; e os esforços, por meio dos documentários seriados de turismo, para construir essa cidade “impossível de não se amar” e segura para se visitar, incluindo a favela nas novas geografias do consumo turístico (GOTARDO, 2016).

A grande cidade de hoje emergiu como um local estratégico para toda uma gama de novos tipos de operações – política, econômica, cultural, subjetiva. E considerando, tal como Sánchez e Broudehoux (2013, p. 132), que a globalização tem influência “não apenas na esfera econômica, mas também na produção do espaço, especialmente na legitimação de políticas urbanas e novos paradigmas de ação” e que “a produção da Cidade Olímpica é resultado de um intenso processo de construção de imagem que mobiliza múltiplos agentes e complexas estratégias territoriais” (p. 133); e que existem intervenções urbanas mediadas pelo conceito de cidade global, cuja expressão efetiva é o que se tem chamado de *planejamento estratégico*¹²⁰ (CARVALHO, 2000; conceito também trazido por Sánchez e Broudehoux, 2013, e do qual Barcelona é o grande símbolo); pode-se buscar as relações possíveis entre a cidade global (como modelo almejado em uma reapropriação do conceito), as indústrias culturais e a (re)construção do Rio de Janeiro para abrigar os megaeventos esportivos.

E se, tal como expõe Carvalho (2000, p. 76), o conceito de planejamento estratégico propõe

a identificação de uma crise na centralidade econômica da cidade; a necessidade de torná-la competitiva aos investimentos estrangeiros; uma ação que venda a imagem

¹²⁰ Carvalho (2000) destaca que o conceito de “planejamento estratégico” se propõe um novo paradigma na forma de abordar as cidades, diferente do paradigma da “cidade global”, ao qual ela tece críticas ao longo de seu texto. Trata-se, portanto, de uma discussão teórica mais profunda no campo do urbanismo. Ao uni-los neste texto, pretendo entendê-los como “nós” de uma mesma “rede complexa” de construção da marca-cidade, uma cidade que se propõe global por meio dos megaeventos e planejamento estratégico.

da cidade para o mundo, a partir da descoberta de algo que possa se constituir em sua marca de identidade; a “parceria” entre os recursos públicos e o capital privado; a busca de um consenso entre todos os atores urbanos, a fim de que o projeto possa ser realmente efetivado.

E, segundo Sassen (2008), a cidade global é uma plataforma para produzir as capacidades globais de comercializar, financiar, prestar serviços e investir em nível global, então pode-se inferir, em uma perspectiva mercadológica e economicista, que o caminho “natural” seria transformar o Rio de Janeiro em cidade global para atrair capital estrangeiro, utilizando os megaeventos como “motores” da transformação almejada, amparados por construções narrativas midiáticas. Para além disso, Robinson (2002, p. 546) destaca que

Se as cidades não devem permanecer irrelevantes, marginalizadas e empobrecidas, ou trocar o crescimento econômico pela expansão da população, as hierarquias e categorias da teoria urbana existente implicitamente as incentivam a procurar o topo! A cidade global como conceito se torna uma ficção reguladora. Oferece uma imagem autorizada do sucesso da cidade (para que as pessoas possam comprá-la), que também estabelece um ponto final de desenvolvimento para cidades ambiciosas.

Esse é um ponto da “visão” que compõe a justificativa do Dossiê de Candidatura do Rio de Janeiro a sede dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos de 2016 (COMITÊ DE CANDIDATURA RIO 2016, 2009, vol. 1), uma das “vantagens da candidatura”, “principal legado Olímpico” (termos usados no dossiê). Podemos destacar, logo no início do documento, dois trechos como exemplos: “A realização dos Jogos Rio 2016 também possibilitará a concretização das aspirações globais para o futuro da cidade, da região e do país, com uma visão de longo prazo. Será a oportunidade de acelerar a transformação do Rio de Janeiro em uma verdadeira cidade internacional” (COMITÊ..., 2009, p. 18) e “O Rio de Janeiro terá cada vez mais o perfil de cidade global, e se tornará um lugar ainda melhor para viver, realizar negócios e fazer turismo” (COMITÊ..., 2009, p. 22). Outro documento que pode ser citado como exemplo dessa estratégia é o Plano Aquarela 2020 (INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO, 2009), no qual, também logo em seu início, pode-se destacar a passagem:

O Brasil saberá entrar para a história como mais um caso de sucesso na realização tanto da Copa como das Olimpíadas – eventos que serão marcados por grande conectividade, pela importância da internet como meio de comunicação e promoção até então nunca vista e pela afirmação do Brasil e da América do Sul em uma nova posição no cenário global. (INSTITUTO..., 2009, p. 4).

Os documentos oficiais constroem os megaeventos como grandes oportunidades não somente para a promoção internacional do Rio de Janeiro e do Brasil, dando à cidade e ao país visibilidade e “lugar” entre os grandes países do mundo, como também para “regeneração” social, urbana e crescimento econômico. Destaca-se que a criação do “momento do Rio” foi composta por diversos fatores:

O primeiro foi a adoção, na década de 1990, de um modo de governança neoliberal, muitas vezes chamado de planejamento estratégico. Em muitas cidades brasileiras, essa abordagem gerencial neoliberal foi percebida como a única opção viável para enfrentar as novas condições impostas pela globalização e para participar da competição inter-urbana “mítica” por um capital financeiro global cada vez mais móvel (Vainer, 2009). As estratégias de planejamento se concentraram em melhorar a imagem da cidade, reembalar seus ativos e comercializar suas vantagens competitivas, a fim de atrair investidores estrangeiros, moradores que pagam impostos, turistas ricos e profissionais da chamada classe criativa. (SÁNCHEZ; BROUDEHOUX, 2013, p. 134).

Do ponto de vista do planejamento estratégico, mercadológico e econômico, talvez seja possível considerar, ainda que em um espaço curto de tempo, que os planos de incluir o Rio de Janeiro em um circuito de cidade global tenham sido “bem-sucedidos”. No entanto, tal como apontam Sánchez e Broudehoux (2013), megaeventos são não apenas catalizadores do desenvolvimento urbano, mas ferramentas poderosas para a reconfiguração das cidades em uma perspectiva neoliberal, já que contribuem fortemente para a privatização, para a implantação de políticas econômicas voltadas para o mercado e para a comoditização do espaço urbano, podendo, inclusive, atuar com autoritarismo e excepcionalidade, reconfigurando estruturas de poder locais e nacionais – afinal, os megaeventos criam condições excepcionais para a realização de grandes modificações urbanas de forma rápida e com adesão/apoio da opinião pública.

Sob esse ponto de vista, ainda, Robinson (2002) destaca que, muitas vezes, as cidades desenvolvem algumas “funções globais” não necessariamente ligadas às características de comando e controle associadas à cidade global, tal como a promoção de ambientes turísticos “globais”. Essa opção, no entanto, pode comprometer o desenvolvimento da cidade, colocando-a numa posição oposta nas dinâmicas de poder almeçadas na economia global, além de comprometer o atendimento de necessidades básicas à população local. “As cidades e os governos nacionais geralmente têm que pagar um preço alto para atrair esses tipos de atividades [...]. Valorizar as atividades econômicas ‘globais’ como um caminho para o sucesso das cidades [...] pode ter consequências adversas para as economias locais” (ROBINSON, 2002, p. 547).

Ainda que haja toda uma crítica em torno do modelo, especialmente no que diz respeito ao fato de a categorização privilegiar o Norte Global como modelo de dinamismo econômico e globalização e de a hierarquização proposta ser apenas uma das formas possíveis de conexão global e transnacional, ele é replicado tanto nos círculos políticos, quanto nos intelectuais, e se tornou ambição para muitas cidades ao redor do mundo – uma oportunidade de exploração mercadológica para o COI, que vê nesse desejo das cidades um potencial para construir um discurso mercadológico em torno de um suposto “potencial” que os megaeventos possuem para transformar cidades em cidades globais ou, em outras palavras, uma exploração discursiva dos megaeventos como articuladores possíveis da entrada das cidades no tão desejado rol das

cidades globais, o que poderia ser entendido como mais uma etapa do rito de instituição. Há, ainda, segundo Robinson (2002, p. 536), uma

eficácia discursiva da hipótese da cidade global [que] depende da identificação concisa da 'cidade global' – uma categoria de cidades que se afirma ser poderosa em termos de economia global. Espelhando a ênfase da cidade mundial em uma gama limitada de atividades econômicas com um certo alcance global, bem como seu imperativo de categorização, a abordagem da cidade global tem um efeito semelhante, retirando a maioria das cidades do mundo de sua visão. Se a 'cidade global' fosse rotulada como apenas mais um exemplo de um distrito 'industrial' (talvez devesse ser chamado: novos distritos industriais de gerenciamento e controle transnacionais), talvez não atraísse a atenção que atraía. Mas pelo lado positivo, algumas das consequências para as cidades nas partes mais pobres do mundo poderiam ter sido evitadas.

Apesar dessa perspectiva parecer bem desanimadora, Sassen (2005) reitera que há, nesse contexto, a possibilidade de surgimento de uma geografia política paralela, para novas operações culturais e subjetivas, abrindo espaço para novas reivindicações, especialmente para a constituição de direitos sobre o lugar – ou, no limite, de novas formas de cidadania. É interessante notar como essa também foi uma característica no processo de construção da marca-cidade, especialmente na luta contra as remoções no processo de gentrificação pelo qual passaram moradores de diversas favelas – luta essa retratada, por exemplo, no documentário *Welcome to Rio*, da BBC, na figura de Acme, um artista, conforme abordado anteriormente neste trabalho. Outro grande destaque na luta “contra-hegemônica” pelo direito à cidade, à cidadania e à justiça foi a busca da família pelo pedreiro Amarildo, desaparecido em julho de 2013, e que mobilizou grande parte do mundo, e que é retratada em um dos documentários analisados aqui neste trabalho – *In the Shadow of the Hill*, da Al-Jazeera. E, afinal, nesses “nós” que compõem a complexa rede de construção da marca-cidade-global também estão seus moradores e as lutas pelo direito à cidade e, quem sabe, nossas vozes locais possam hoje ser ouvidas para que esses projetos neoliberais passem a ser contestados na busca pelo direito à cidade.

2.2.2 O aquecimento econômico como oportunidade

O discurso da cidade global, em seu sentido econômico, opera em um sentido de “produzir novas oportunidades” aos cidadãos – ou, em outros termos, em estimular o empreendedorismo em um desejo de formalização, mas que se traduz, no episódio *Ingenuity*, de *Welcome to Rio*, em glamourização da informalidade como oportunidade livre das amarras governamentais. Brum (2016, p. 207) destaca que

a região metropolitana do Rio de Janeiro tem se tornado destacado polo de atração de investimentos nacionais e internacionais. Essa ‘Década de Ouro’, conforme a prefeitura batizou oficialmente a comemoração do Réveillon de 2011, tem como um

dos seus principais pressupostos o empenho na configuração de todo território urbano, favelas inclusive, como um seguro ambiente de negócios.

Dentro desse processo, destaca o autor, há um desejo de regularização e formalização tanto da propriedade do território, quanto dos negócios/empreendimentos existentes nas favelas pacificadas – um discurso oficial de regularização, acesso a direitos (aposentadoria) e incentivo ao empreendedorismo apoiado por diversas ONGs e grandes empresas nacionais e internacionais, com forte identificação com os ideais neoliberais. A “gestão da pobreza num Rio Global” (BRUM, 2016, p. 208) passa, dentre outras questões, pela incorporação das favelas à ordem urbana, como ambiente seguro para negócios, seja por meio da repressão às ilegalidades, seja pelo incentivo à aceitação da ordem. Trata-se de um “projeto de cidade” com a adesão de diversos atores, dentre eles, os grupos midiáticos, conjugados a diversos processos locais e nacionais que vão desde o aumento da renda das populações mais pobres, com ascensão dessa classe consumidora, ao acontecimento dos megaeventos. Mais uma vez na história da cidade, a reconfiguração de sua imagem passa pela gestão da pobreza e de seus territórios (a questão histórica será abordada no próximo capítulo). Assim, tem-se que

Na quadra atual, a incorporação das favelas à ordem urbana, sob o signo do combate à ilegalidade e o incentivo à formalização rompe com as dinâmicas históricas de um estatuto indefinido das favelas – não reconhecidas, mas também não ignoradas – cedendo espaço, como nunca antes, às alterações no estatuto jurídico do solo e da moradia, à regularização do comércio local, à obras de mobilidade nas favelas que tratam de torná-las integradas aos bairros que as circundam, ao seu desadensamento, à abertura das favelas a grandes agentes de mercado, ao controle do seu espaço de diversas maneiras. (BRUM, 2016, p. 194).

Embora, segundo Brum, o discurso oficial do governo, empresariado e mídia hegemônica reiterem um desejo de formalização como forma de inclusão e integração, sendo inclusive citado como forma de defesa dos moradores em relação aos processos de gentrificação, os moradores das favelas, no entanto, têm outra percepção: a de que as UPPs atuavam mais como garantidoras de deveres, por meio da repressão policial, do que como promotoras de direitos. Trata-se, segundo Brum (2016), de uma “rotina de controle”, que é própria e permanente na relação da cidade com a favela, como forma de incorporar a favela ao restante da cidade:

a criação de um ambiente de negócios seguro no Rio de Janeiro passa pela incorporação dos territórios historicamente segregados a uma ordem que já possui os vencedores estabelecidos, que passam a ter pleno acesso e controle a territórios urbanos anteriormente segregados, num contexto de maior penetração do capital, e de inclusão no consumo, em que essa expansão do mercado configure-o como horizonte (não apenas possível, mas ideal) para inclusão das favelas à Cidade Global. (BRUM, 2016, p. 218).

Não se trata, aqui, de identificar um suposto “correto”, de defender a legalização ou as táticas dos moradores; trata-se de compreender como os discursos se chocam e estão em constante disputa nas narrativas sobre a cidade, com especial destaque para o episódio

Ingenuity, de *Welcome to Rio* (BBC). *Ingenuity*, em inglês, significa “*someone's ability to think of clever new ways of doing something. Intelligence*”.¹²¹ Em português, poderia também ser traduzido como “engenhosidade”. Mas, para além disso, a sinopse do episódio destaca “a desenvoltura de alguns dos moradores mais pobres do Rio. Vivendo em seu juízo, os moradores da favela são adeptos de explorar quaisquer oportunidades que surjam em seu caminho”.¹²²

Quatro personagens são retratados pelo episódio: Rose (em relação a seu marido Marcus), proprietária de um então chamado “centro de reciclagem” no quintal de sua casa, localizado no Jardim Gramacho; Assis, vendedor de abacaxi na praia, que saiu de João Pessoa, na Paraíba, para aproveitar o “momento do Rio de Janeiro”; Jorge, um caça-tesouros que garimpa a areia da praia em busca de joias para vender e dinheiro perdido; e Thamy Delícia, funkeira. É interessante observar, nesse caso, o recorte de gênero presente na série: dentre os quatro personagens do episódio, há duas mulheres, as únicas em toda a série composta por três episódios. Considerando que a taxa de desocupação entre mulheres é maior que entre homens – e a discrepância aumenta quando se trata de mulheres negras,¹²³ “celebrar” uma suposta “engenhosidade” é também uma forma de reiterar o preconceito e o machismo no mercado de trabalho, à medida que constrói para as mulheres uma alternativa por meio do trabalho informal como “realização de sonhos”, além deslocar a função do estado na erradicação da pobreza, a qual passa a ser tão somente função do indivíduo, em uma perspectiva neoliberal de um ideal meritocrático.

A primeira personagem, Rose, é uma mulher-mãe-empresendedora, ex-catadora do aterro sanitário de Gramacho, fechado oficialmente em 3 de junho de 2012.¹²⁴ A narração menciona também seu marido, Marcos, enquanto a imagem mostra apenas ela caminhando pelas ruas do Jardim Gramacho,¹²⁵ junto com uma de suas filhas. Ainda segundo a narração, “quando eles ouviram os primeiros rumores de que o aterro iria fechar, eles decidiram iniciar seu próprio negócio, um centro de reciclagem em seu próprio quintal”.¹²⁶ Rose explica a separação dos materiais, enquanto imagens dela segurando uma vassoura e uma mangueira e das crianças brincando em meio ao lixo são exibidas. Ela então fala: “no momento então que falou ‘o aterro vai fechar’, foi aonde eu passei a pensar, pensei em sobreviver, eu ter da onde

¹²¹ Fonte: < <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/ingenuity?q=INGENUITY>>. Acesso em: 31 ago. 2018.

¹²² Do original: “*The final episode of the series celebrates the resourcefulness of some of Rio's poorest residents. Living on their wits, favela residents are adept at exploiting whatever opportunities come their way*”. Fonte: < <https://www.bbc.co.uk/programmes/b046s0lj>>. Acesso em: 23 out. 2019.

¹²³ Fonte: < <https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/sociais/trabalho/9221-sintese-de-indicadores-sociais.html?=&t=resultados>>. Acesso em: 12 set. 2018.

¹²⁴ Fonte: < <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2015/06/g1-relata-abandono-de-moradores-de-gramacho-3-anos-apos-lixao-fechar.html>>. Acesso em: 29 ago 2018.

¹²⁵ O Jardim Gramacho fica no município de Duque de Caxias, Grande Rio. Esse fato não é, contudo, mencionado no episódio, levando a entender que o bairro está localizado no município do Rio de Janeiro.

¹²⁶ Do original: “*So when they first heard rumours the landfill was going to close, they decided to start their own business, a recycling centre in their own back yard*”.

tirar pra mim, pra sustentar meus filhos, minha família”. Marcos sai em busca de lixo e diz que não vê aquilo como lixo, mas como dinheiro, mesmo reconhecendo que algumas pessoas não colocariam as mãos no “produto” nem por dinheiro. A narração destaca, então, que Rose e Marcos não reciclam apenas os materiais “tradicionais”: reciclam também comida, quer para dar como alimento às galinhas e porcos, quer para alimentar a família e doar para outras pessoas que precisam. “Ai, que desperdício. Graças a Deus que vem pra cá, que a gente não joga fora”, diz Rose, enquanto separa os alimentos com Marcos. A narração apresenta, então, a casa da família: “Rosie e Marcos moram no quintal [do ‘centro de reciclagem’] em um barraco de madeira, que compartilham com cinco de seus sete filhos. Tem tudo que uma família precisa, mas não é à prova d’água” – imagens de um grande buraco no telhado são exibidas. Rose está construindo uma casa de tijolos, seu sonho, uma emoção que ela não consegue explicar. “Não importa o que seja, tem que correr atrás, vou lá e faço, ‘é, tem que fazer isso?’, então eu vou, não vejo dificuldade”. Salientamos, aqui, duas questões: a primeira, quando a narração fala em “centro de reciclagem”, leva a entender que se trata de uma empresa estruturada, o que não condiz com as imagens; a segunda diz respeito à casa ter “tudo o que uma família precisa”, como se um teto que os protegesse da chuva não fosse uma necessidade básica em moradia.

Figura 7 – Rose em *Welcome to Rio*



(1) Rose apresenta seu centro de reciclagem. (2) Crianças brincam ao lado do caminhão utilizado para recolher lixo. (3) Rose e Marcos separam comida recolhida do lixo. (4) Rose permanece ao lado de Marcos, enquanto ele negocia a venda de um porco. (5) Vizinhos ajudam na construção da casa de Rose e Marcos. (6) Rose recebe a compensação do estado pelo fechamento do lixão. Fonte: *Welcome to Rio – Ingenuity* (2014).

Trata-se do estabelecimento da empatia com a personagem a partir da representação de suas condições, dores e sofrimentos, além da construção da empatia espacial, já que a favela também é alteridade, tal como já abordado anteriormente neste trabalho. Para a construção da empatia com a favela, diversos momentos de felicidade da família são exibidos, assim como de união entre os moradores: as crianças levam caixas de plástico para trocar por sorvete em uma Kombi, a brincadeira de achar os ovos de galinha escondidos no quintal para celebrar a Páscoa. A narração diz: “Pode ser a vida em um aterro sanitário, mas Rose se sente abençoada por poder fornecer tudo isso para sua família”.¹²⁷ Ela salienta que trabalhava durante sua infância e que nunca pôde brincar, mas que seus filhos podem. Em outro momento, enquanto imagens das crianças brincando sobre o lixo são exibidas, a narração diz: “à primeira vista, Gramacho pode não parecer o lugar ideal para criar sua família, mas se os filhos de Rosie querem qualquer coisa, eles não percebem isso”,¹²⁸ como se as crianças devessem ou pudessem ter acesso a condições melhores de vida apenas se elas tivessem consciência de sua condição e almejassem algo diferente de sua realidade.

Na empatia com a favela, uma glamourização da pobreza: as crianças deveriam ter o direito de viver em um ambiente salubre, com acesso a serviços básicos como água, esgoto, eletricidade (que muitas vezes só chegam às favelas por meio de ligações clandestinas, com risco de curto-circuito), escolas e saúde. Em determinado momento, há um deslocamento na narrativa que denuncia as condições precárias: “No Rio, não chove, cai tempestades. Nossas favelas são vulneráveis à chuva. Nossas telhas vazam, nossas ruas íngremes se transformam em córregos, nossos esgotos abertos transbordam, e que os céus ajudem aqueles de nós que ainda vivem em barracos de madeira”.¹²⁹ Marcus e Rose gravam sua situação durante a noite de chuva, o medo de ficar sem energia elétrica, a chuva sobre os filhos, os pertences molhados.

A construção da empatia no documentário também passa pelo ideal meritocrático e silencia os problemas decorrentes do trabalho informal ao destacar apenas o lucro que ele gera como grande benefício. O esforço e problemas de Rose para iniciar e gerenciar um negócio para ter como sustentar sua família são tratados com naturalidade, inclusive pela própria personagem. Trata-se, mais uma vez, da referência ao título do episódio: há uma “engenhosidade” no trabalho de Rose, que “agarra quaisquer oportunidades” para realizar o

¹²⁷ Do original: “*It may be life on a landfill, but Rosie feels blessed that she is able to provide all this for her family*”.

¹²⁸ Do original: “*Gramacho may not look like the ideal place to raise your family, but if Rosie's kids want for anything, they don't realise it*”.

¹²⁹ Do original: “*In Rio, it never rains. But it pours. Our favelas are vulnerable to the rain. Our corrugated roofs leak, our steep streets become streams, our open sewers overflow, and heaven help those of us still living in wooden shacks*”.

sonho de construir uma casa de tijolos. Apesar de destacar que Rose estava à espera de uma indenização que seria paga pelo governo do estado aos ex-catadores como compensação pelo fechamento do lixão (e a narração critica a burocracia brasileira, dizendo que ela, na melhor das hipóteses, é “opaca”), a narrativa celebra os “empreendedores da favela” – e desloca os sentidos oficiais de desejo de regularização das atividades desenvolvidas por essas pessoas. Enquanto imagens de pessoas trabalhando nas ruas, no trânsito, no lixão, pessoas contando muitas notas de dinheiro, são exibidas, a narração diz: “Há empreendedores da favela em todos os lugares que você olha no Rio. Vendendo biquínis na praia, cortando cabelo nas favelas ou saciando sede nos engarrafamentos. É outra das nossas liberdades de favela. Além da regulamentação do governo, os empresários das favelas não precisam preencher nenhum formulário nem obter permissão. Eles podem simplesmente continuar lucrando. Rose e Marcos são empreendedores favelados de muito sucesso. Eles estão dando as ordens agora. Bem, Rose, está, pelo menos...”

Rose poderia ser considerada uma “líder” em seu trabalho: segundo a narração, ela dá “ordens”, mas seu tom de voz é calmo, e ela também veste luvas, levando a crer que estava trabalhando com seus funcionários na separação do lixo. Após, ela oferece café com leite e pão aos trabalhadores, que sentam e descansam enquanto comem. Um de seus funcionários comenta que de todos os depósitos de lixo do Jardim Gramacho, apenas Rose fornece o lanche. Ela diz que o faz porque já trabalhou com fome e com sede. O funcionário diz que “ela é boa de coração”. A personagem apresenta forte inclinação para o cuidado com o outro, apesar de também estar inserida nesse contexto de violência e vulnerabilidade social. Essa inclinação aparece em outras passagens do episódio, como quando Rose encontra uma amiga que também aguarda o pagamento da indenização do governo, e quando ela precisa dispensar um de seus funcionários. Trata-se também, segundo Lima (2018), de um imaginário associado a um tipo de forma organizativa, o qual, embora não dê conta da complexidade das dinâmicas e tensões próprias de organizações dos setores populares, encontra-se presente no filme:

A ideia de que os integrantes de empreendimentos coletivos se relacionam a partir de laços marcados pela cooperação, pela solidariedade, pela igualdade e pelo interesse no bem comum, são características, como ressaltaram Carenzo e Míguez (2010, p. 259) que aparecem de certa forma como naturalizadas nessa forma organizativa. Isso impõe aos catadores não apenas o alcance do êxito econômico em seus empreendimentos, o que por si só já se apresenta como um enorme desafio, como a obrigação de fazê-lo respeitando a “natureza” igualitária e solidária que caracterizaria os laços entre seus integrantes e com a comunidade. (LIMA, 2018, p. 152).

Apesar de sua liderança, Rose se submete a uma lógica machista de negócios. Em uma nova cena, Rose continua separando o lixo, enquanto o marido liga para um comprador dos materiais recicláveis. Ele não consegue fechar o negócio, e Rose dá instruções ao marido. Ele

liga novamente, e ela diz que o marido tem de estar lá para receber o comprador. Apesar de Rose parecer muito mais desenvolta para a negociação que Marcos, a narração explica: “Os compradores de Rosie são todos homens, e é tradicional que eles lidem com outro homem. Nesse caso, Marcos. Mas trabalhar dessa maneira é um pouco como ter uma mão amarrada atrás das costas”. Ela diz que fica frustrada por não poder negociar diretamente com homens, principalmente porque ela se sente capaz de fazer o trabalho de uma forma melhor que o marido. Em outra passagem, o caminhão chega para retirar os materiais recicláveis, de forma que Rose possa levantar dinheiro suficiente para construir o telhado de sua casa de alvenaria. “Como de costume, Rose não tem escolha, a não ser deixar Marcos falar.” Marcos segue com o caminhão para negociar, levando o conselho da esposa para que ele consiga um bom valor. Ele volta com más notícias, e Rose fica frustrada com a negociação feita pelo marido, pois o dinheiro não será suficiente para a construção da laje. Quando Rose decide vender um porco para conseguir levantar dinheiro, ela diz: “Hoje eu vou estar perto da negociação do porco pra mim ver se o preço vai ser bom. Eu deixo ele começar, ele negocia o preço, se tiver tudo bem eu não falo nada. Agora, se eu achar que tá ruim, eu vou e entro no meio e falo com ele, dou uma catucadinha, piso num pé... [risos]. É assim que eu faço pra ele se ligar. [...] Aí o povo fala que pra fazer negócio com ele, eu não posso estar perto”.

Além do ambiente machista de negócios, Rose ainda tem múltiplas jornadas: se alterna entre o trabalho no lixo e o cuidado com os filhos pequenos. A narração destaca o relacionamento de Rose com o marido, informando que foi exatamente a gentileza de Marcos que a atraiu, pois seu marido anterior era “um tipo muito diferente de homem”. Enquanto ela bate claras em neve, conta sobre seu relacionamento anterior, que era muito violento; ela diz com naturalidade que a segunda mulher do ex-marido mandou matá-lo. Apesar de reconhecer a violência, Rose aborda o assunto com certa calma e até certa naturalidade, assim como o episódio naturaliza as múltiplas jornadas da personagem.

Ao se encaminhar para o fim, vemos o triunfo de Rose. Sem descanso, e com materiais para sua laje comprados com o dinheiro da venda do porco, Rose começa a recrutar pessoas para trabalhar na laje: “Felizmente, ela mora em uma favela. As favelas são construídas pelas suas comunidades, e a notícia de que Rose precisa de ajuda está se espalhando, adoçada pela promessa de um porco assado”. Imagens da preparação do porco, crianças brincando, pessoas trabalhando. Rose diz: “hoje vai ser um dia muito importante, muito pra minha vida, eu não vou esquecer nunca, nunca isso aí. Primeiramente, também que vai estar os amigos, muita gente reunida aqui, né, e aí que a gente vai ver a consideração também”, destacando a importância também do estar-junto. Os personagens ficam tensos, pois poucas pessoas aparecem no horário

combinado. A narração justifica: “É domingo, o que significa que a maioria das pessoas estava no baile na noite passada”. Mas, com o passar do tempo, mais ajuda chega, e a tensão se desfaz. Um homem que está trabalhando diz: “a gente somos pessoal humilde e sempre gosta de ajudar o outro, porque se ela fosse pagar, se ela fosse pagar, ela não tinha condição de pagar esse pessoal aqui pra bater essa laje dela. E aí de um pra outro, vai passando pra outro, pra outro, deu uma junta de gente dessa”. A emoção toma conta de Marcos, que se diz muito feliz, assim como os trabalhadores, que ficam muito satisfeitos com o churrasco e a cerveja gelada. “Essa é a melhor coisa da vida na favela, sendo da gente, um de nós, vamos alimentá-lo quando estiver com fome, abrigá-lo quando chover e comemorar sua boa sorte com cerveja e música”, diz a narração.

Rose também consegue receber sua indenização, que transforma sua vida com a finalização de sua casa. Ela “conversa” com seu filho de dois anos, que, apesar de não falar, demonstra cumplicidade e amor pela mãe, mas, acima disso, uma felicidade enorme por ter uma cama para dormir (ele gesticula sorridente que irá dormir com a mãe na cama). Cenas de uma festa na casa de Rose, enquanto a narração diz: “Nossas comunidades têm um ditado que resume tudo: ‘Estamos juntos’. É por isso que, dada a escolha, muitos de nós não moraríamos em outro lugar”. O episódio finaliza com a fala de Rose, mulher negra e periférica: “graças a Deus, é muitas coisas boas, tem algumas coisinhas, mas como em todo lugar tem. Mas eu gosto muito de morar aqui, eu gosto”.

Em relação à segunda personagem feminina da série, Thamy Delícia representa o corpo feminino como atributo da marca-cidade e sua engenhosidade em adequá-lo a um suposto esperado em seus espaços de trabalho. Assim como no caso de Rose, há uma forte disputa discursiva em relação às dificuldades que ambas vivem por serem mulheres, negras e periféricas, permeada, idealizada e conduzida por um olhar meritocrático do Norte sobre o Sul Global. Segundo a sinopse do episódio, “Thamy Delicia é uma estrela em ascensão na cena do funk da favela. No entanto, suas letras explícitas e suas danças provocantes significam que ela precisa ajustar sua conduta se quiser sair da favela e conquistar o respeito de sua mãe evangélica”.¹³⁰ Imagens de um baile funk são exibidas na apresentação da personagem, e dançarinas de biquíni sobem ao palco, em uma tomada em *contra-plongée*, evidenciando suas nádegas, enquanto a narração diz que os bailes não são para os “os fracos de coração”.

¹³⁰ Do original: “*Thamy Delicia is a rising star in the favela funk scene. However, her explicit lyrics and provocative dancing mean she needs to clean up her act if she is going to make it big outside of the favela and win the respect of her evangelical mother*”. Fonte: < <https://www.bbc.co.uk/programmes/b046s0lj>>. Acesso em: 24 de out. 2019.

Uma dançarina se concentra antes de começar a dançar – trata-se de “uma das primeiras estrelas femininas do funk, Juliana Forgoza, famosa por sua marca especial do forte feminismo de favela”, destaca a narração. Thamy Delícia dança na plateia. Ela salienta: “aqui no Brasil tem muitos homens machistas, muitos mesmo, que querem mandar, quer deixar a mulher em casa, a mulher não pode fazer nada”. Ao fundo, no som do microfone da festa, ouve-se: “mulheres, é nossa, e a gente distribui para quem quiser, não é, meninas?” A narração então conclui: “essas cantoras explícitas de baile funk estão empenhadas em empoderar as mulheres, estilo favela. Embora elas não sejam para o gosto de todos”.

Na passagem acima, vemos o único deslocamento da narrativa em relação ao consumo dos corpos femininos: o destaque para o funk feminista e a mulher como dona de seu corpo. Caetano (2015) ressalta que, apesar das contradições apresentadas por alguns movimentos feministas, como hipersexualização, o discurso das funkeiras atinge mulheres de classes populares. Gomes e Gastal (2015) destacam que as mulheres não são uma categoria unitária, tendo em vista o cruzamento entre gênero e outros demarcadores sociais, como raça, classe, orientação sexual. Hooks (2013) evidencia a luta das feministas negras para serem reconhecidas no campo, tendo em vista que a produção acadêmica feita por mulheres brancas era envolta em preconceitos que distorciam os estudos, e não abarcava a experiência negra. Trata-se também de uma disputa discursiva, entendendo, tal como Foucault (2000, p. 10)

que o discurso [...] não é simplesmente aquilo que manifesta (ou oculta) o desejo; é, também, aquilo que é o objeto do desejo; e visto que [...] o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual queremos nos apoderar.

O discurso feminista é apresentado de forma breve, e volta posteriormente em uma fala de Thamy, quando ela diz que acha a mãe muito submissa ao pai, um homem ciumento. E ressalta que nunca aceitaria um relacionamento que a impedisse de dançar: “primeiro lugar Deus, segundo lugar minha família, e terceiro lugar minha carreira, depois namorado, depois outras coisas”. Essas falas, no entanto, são dissonantes; há uma dominância da necessidade de Thamy de “ajustar sua conduta” ao mercado *mainstream* e à sua religião, somados ao fato de termos uma produção audiovisual dirigida por um homem branco europeu, narrada por uma mulher branca e exibida em culturas das quais o funk não é parte, é alteridade, construída no episódio para consumo.

E, nesse ponto, podemos destacar ainda a importância do lugar de fala. Ribeiro (2017, p. 31) destaca que confrontar uma norma vigente é “desvelar o uso que as instituições fazem

das identidades para oprimir ou privilegiar”, estabelecendo relações de poder que legitimam ou não certas identidades. A autora destaca ainda que

Essas experiências comuns resultantes do lugar social que ocupam impedem que a população negra acesse certos espaços. É aí que entendemos que é possível falar de lugar de fala a partir do *feminist standpoint*: não poder acessar certos espaços, acarreta em não se ter produções e epistemologias desses grupos nesses espaços; não poder estar de forma justa nas universidades, meios de comunicação, política institucional, por exemplo, impossibilita que as vozes dos indivíduos desses grupos sejam catalogadas, ouvidas, inclusive, até de quem mais tem acesso à internet. O falar não restringe ao ato de emitir palavras, mas de poder existir. Pensamos lugar de fala como refutar a historiografia tradicional e a hierarquização de saberes consequente da hierarquia social.

Voltamos, aqui, à necessidade de “ajuste de conduta” destacada na sinopse do episódio, questão amplamente explorada não apenas em relação a sua “saída da favela” para o *mainstream*, mas também em relação ao ajuste de seu corpo, o corpo da “Eva”, o corpo colonial, que segundo Gomes e Gastal (2015, p. 210), “é, sobretudo, visto como disponível”, e, no documentário, é corpo a ser consumido. O episódio acompanha um pouco do trabalho de Thamy: “assim como as extensões de cabelo e unha, tem seu físico, que para funkeiras é basicamente grandes bundas e grandes pernas. [...] Todas as rotinas de dança para os shows de Thamy são projetadas para exibir seu corpo perfeito de funkeira. Para você, todo esse tremor de bunda pode parecer um pouco monótono, mas se você é jovem e é das favelas, esse é o estilo”¹³¹ – falas que colocam também o estilo musical e de dança restrito a uma certa idade e a determinada localidade ou a determinada raça e classe. Cenas de Thamy na academia, fazendo musculação e dança, são exibidas, em enquadramentos específicos em suas nádegas.

O episódio também acompanha Thamy quando vai correr na praia “porque fortalece pernas, bumbum, tudo”. Ela mostra sua marquinha de biquíni, dizendo que “os homens acham *sexy*, os homens ficam loucos”, enquanto a câmera filma em *close up* sua virilha e seios. E pergunta para seu treinador, que reitera: “é o que os homens mais veem, bumbum grande, bronzeado, peitão e sensualidade”, construindo um ideal de “beleza brasileira”. Imagens do corpo de Thamy dos pés à cabeça são exibidas, enquanto a narração diz: “Vocês homens podem ter percebido os benefícios da *Brazilian wax*,¹³² mas Thamy vai muito além com o gerenciamento de seus pelos corporais”, destacando que ela faz clareamento dos pelos de todo o corpo. Essas passagens reiteram o imaginário da perfeição física destacado por Amâncio

¹³¹ Do original: “As well as her hair and nail extensions, there's her physique, which for funkeiras is all about big bums and big legs. All the dance routines for Thamy's shows are designed to show off her perfect funkeira physique. To you, all this bottom shaking may look a bit one-note, but if you're young and from the favelas, that's the style”.

¹³² *Brazilian wax* é o nome dado em inglês à remoção completa dos pelos da virilha, vagina e ânus.

(2000), do corpo como atrativo sexual disponível no paraíso idílico, a praia, construindo Thamy como uma “Eva” e a “brasilidade” como uma “infância da humanidade”. Algumas fãs abordam a funkeira durante o treino, e a narração pressupõe que sejam moradoras da favela ao dizer que ela é desconhecida fora das favelas, mas que é uma estrela entre as jovens moradoras dos morros. Nessa passagem, não é possível saber elas foram questionadas pela produção sobre o lugar onde moram, mas também poderíamos inferir que, no imaginário estrangeiro, jovens negras pertencem à favela, especialmente considerando que, em outras partes do documentário, quando se fala em turistas, apenas pessoas brancas são exibidas.

Figura 8 – Thammy Delícia em *Welcome to Rio*



(1) Performance durante show em baile funk. (2) Thammy ao lado da mãe. (3) e (4) Thammy em rotina de cuidado com o corpo em dois momentos distintos: na academia e na praia. (5) e (6) durante a gravação de seu clipe
Fonte: *Welcome to Rio – Ingenuity* (2014).

A “engenhosidade” de Thamy (em referência ao título do episódio) se dá em sua “habilidade” de se adequar a um suposto “esperado” para que ela faça sucesso fora das favelas – e, nessa ideia, o ideal de que o sucesso é atingido apenas quando se está no *mainstream*, mesmo que isso signifique “abrir mão” de certas características que compõem o imaginário do

funk nas favelas – e, talvez, de parte de sua identidade de funkeira (que ela reconhece como tal, conforme destaca em uma de suas falas com a mãe). As novas identidades “docilizam” o corpo de Thamy e sua música – assim como sua mãe, que busca claramente estabelecer um controle sobre a personagem. A família da funkeira, que reside na Favela de Rio das Pedras, é apresentada como “profundamente tradicional”. A mãe de Thamy é evangélica e conta que tem quatro filhos, mas tem “certo controle” da vida de apenas três deles – o que aparenta ser, pelo tom da fala, um problema para a mãe. Ela diz que foi a pessoa que mais ficou chocada quando a filha entrou “nesse mundo aí de funk”, “porque ela foi uma menina que ela foi criada dentro da igreja, uma menina de família, família, né, sabe, como se eu tivesse lutando para conquistar uma coisa, e na hora d’eu tomar posse daquilo, eu perdi”. Vendedora de café e sanduíches em uma estação de ônibus, ela é clara ao dizer que não gosta da música, do ritmo, da dança, das roupas, pois acha tudo muito apelativo, e encerra dizendo que na idade da Thamires ela já tinha dois filhos – reiterando seus imaginários sobre uma suposta “função” da mulher na sociedade, a de procriar, e a responsabilidade pelo cuidado da família.

Foucault (1999) destaca a descoberta do corpo como objeto e alvo de poder durante a época clássica, que gerou grande atenção dedicada ao corpo. Segundo o autor, “é dócil um corpo que pode ser submetido, que pode ser utilizado, que pode ser transformado e aperfeiçoado” (FOUCAULT, 1999, p. 172). Qualquer sociedade impõe limites, proibições ou obrigações ao corpo, estabelecendo poder sobre ele, mas o poder disciplinar que se estabelece sobre o corpo fabrica corpos submissos, “dóceis”, sendo a domesticidade “uma relação de dominação constante, global, maciça, não analítica, ilimitada e estabelecida sob a forma da vontade singular do patrão, seu ‘capricho’” (idem).

Thamy vê seu corpo como “capital”, como instrumento e veículo de ascensão em seu trabalho e como estilo de vida, tal como Valesca Popozuda e outras funkeiras (CAETANO, 2015). Sua mãe, no entanto, tenta domesticá-lo, discipliná-lo, submetê-lo ao seu controle. O episódio o transforma em ativo intangível da marca-cidade, disponibilizando-o para consumo mediado pela tela. O corpo de Thamy é um corpo em disputa.

Em outra passagem do documentário, Thamy segue para um show em um baile funk no Complexo da Maré. A música que toca no baile, cantada por um homem, é traduzida para o inglês: “*let’s go, let’s go, you shut! Let’s go, you minx! Let’s go to the dancefloor*”, reiterando imaginários da objetificação do corpo feminino pelo funk, enquanto imagens de mulheres “descendo até o chão” são exibidas e a narração informa: “o funk mais badalado é chamado ‘Probidão’ porque suas letras são cheias de sexo e palavrões, e as favelas controladas por facções são o único lugar onde é permitido tocá-lo”. Thamy começa sua performance: canta,

dança e chama um homem ao palco para o que a narração intitula “a brincadeira” – ela pede para o homem deitar no chão e pula sentada sobre o quadril dele, simulando um ato sexual. Um corte seco para uma conversa com sua mãe perguntando sobre o show. Thamy diz que fez tanto sucesso que foi contratada novamente, mas a mãe diz que ela deve mudar o figurino, vestir “roupas comportadas”, mudar a maneira de dançar (“nada de pornografia de simulação”), mudar até seu nome, retirando o “Delícia”. A dançarina argumenta que isso não seria funk, mas se cala e evita uma discussão com a mãe.

A docilização do corpo de Thamy passa, ainda, por sua adequação ao mercado: “você tem que ser duro nos negócios. Você tem que ver o caminho que o vento está soprando e agir de acordo. Thamy tem trabalho a fazer se ela quer chegar ao *mainstream*. Ela gravou uma música com letra mais leve, e hoje está filmando o clipe”. Em uma das cenas, veste short e blusa tomara-que-caia; na cena seguinte, três dançarinas de costas, enquanto as imagens evidenciam as nádegas – uma dualidade entre o “ajuste” e o consumo do corpo na qual caberiam as questões: o que seria um consumo do corpo “ajustado” ao *mainstream*? Como as relações de poder se estabelecem nesse ajuste? Ao que parece, enquanto a mulher, especialmente a negra e periférica é “consumida”, não há limites claros estabelecidos; quando a mulher se coloca em uma posição de “dona” de seu corpo e de sua sexualidade, ela está ferindo certas “normas” e, portanto, deve ser docilizada e subalternizada de alguma forma, especialmente no que diz respeito a um potencial sucesso na carreira. “Há muito caminho a percorrer até o sucesso, e Thamy está dando tudo de si.” Imagens da funkeira cansada e frustrada durante a gravação são exibidas.

O episódio finaliza com o triunfo da personagem. A narração destaca que Thamy teve muito sucesso no lançamento de seu clipe e que ganhou o apoio de sua mãe após uma visita à avó. O sucesso “corrobora” a ideia do “mérito” pelo esforço da personagem, sua “coragem vista como virtude” para “perseguir seu sonho”, nos termos da narração, no processo de se enquadrar no que era esperado pelo *mainstream*. Não se trata, aqui, de criticar as decisões da personagem; trata-se, no entanto, de questionar a naturalização do processo de docilização do corpo como única forma possível de atingir o sucesso, assim como de criticar a noção estabelecida sobre o que é sucesso, e que ele necessariamente estará na mídia, fora das favelas.

Os outros dois personagens do episódio trabalham na praia: Jorge, um caça-tesouros que garimpa a areia da praia em busca de joias para vender; e Assis, um vendedor de abacaxi que deixou a família no Nordeste para aproveitar o momento do Rio de Janeiro. A fé do carioca também faz parte de sua engenhosidade, numa construção empática que poderia envolver a

ideia de uma ingenuidade: “fé que amanhã será um dia lindo, que vamos vender mais petiscos para os turistas, que o mar vai desistir de seu tesouro se pedirmos com jeitinho a ele”.

Jorge fala sobre sua fé em São Jorge, fé no seu garimpo no mar. Ele brinca com os achados sem valor, mas diz que é um trabalho que o deixa feliz, e que em um bom dia pode conseguir uma joia no valor de R\$ 2.000 a R\$ 3.000. O amor pelo trabalho também passa pelo cuidado aos banhistas: Jorge avisa as pessoas sobre as condições do mar e seus perigos, demonstrando um cuidado com o outro que, segundo ele, também vem da história de quem ama a família e perdeu um filho, o que também constrói uma empatia com o personagem. Mas o personagem também triunfa no final: sua “fé” é recompensada com um cordão de ouro.

Ao som de *The Wind of Change*, de Simon Stewart, a narração destaca: “Há ganhadores e perdedores nas preparações da nossa Copa do Mundo e Olimpíadas. Para cada emprego perdido no lixão, haverá mais dólares de turistas para perseguir as praias. E as pessoas estão vindo para o Rio de todo o Brasil determinados a lucrar”. Na música e na fala, a esperança do ganho financeiro, ainda que seja na informalidade. Assis é então apresentado como um super-herói: “é um pássaro? É um avião? Não, é o vendedor de abacaxi”. Fantasiado como abacaxi, Assis esbanja criatividade e simpatia durante suas vendas. Ele naturaliza seu sacrifício de deixar a família para trabalhar: “todo grande empresário ele acaba por levar uma vida solitária também, isolada, pelo fato da dedicação ao trabalho”, diz. E, segundo a narração, “de vendedor de abacaxi a vendedores ambulantes de chapéu, a praia é o nosso local de trabalho”. O ideal do paraíso idílico transformado também em meio de subsistência, em uma nova glamourização da informalidade como oportunidade. Assis, no entanto, destaca que o inverno e a chuva dificultam seu trabalho e a solidão durante a comemoração de seu aniversário termina com a decisão do personagem de voltar para sua cidade. Imagens de Assis feliz com seus filhos e a promessa de volta ao Rio são exibidas.

A narrativa se desdobra, nesse sentido, para mostrar um suposto “espírito empreendedor” que se desenvolve para além das leis e políticas públicas ou, se pensarmos de forma crítica, por meio de uma romantização do trabalho precário em prol de um ideal meritocrático e talvez até da construção da não necessidade da presença do estado (olhar neoliberal). Esse “empreendedorismo” está conectado, ainda, com a emergência das indústrias culturais e criativas como parte da (re)construção da cidade-marca nos documentos oficiais e nas narrativas audiovisuais.

Embora assumo que se trata de um entendimento controverso, considerando que as indústrias culturais são um campo de estudos novo nas Ciências Sociais, Pratt (2007, p. 2) define, para fins de entendimento de seu trabalho, as indústrias culturais como “cinema,

televisão, publicações, música, novas mídias, jogos e animações de computador, publicidade, artes visuais, arquitetura e *design*, artes cênicas, bibliotecas e museus”. O autor salienta que, nos anos de 1990, destaca-se um tipo específico de debate que explora as particularidades das indústrias culturais como indústrias, buscando compreender sua organização por meio da produção, da distribuição e do consumo. Especificamente nessa linha, o autor observa que “as indústrias culturais eram usadas, em parte, como mobilização política dos jovens e, em parte, como contribuições para a criação de empregos nas cidades desindustrializadas” (PRATT, 2007, p. 5).

No que diz respeito às articulações das indústrias culturais com a construção da marca-cidade, as contribuições de Pratt (2007) estão destacadas no que o autor chama de “impactos secundários” das indústrias culturais. Trata-se, segundo o autor, de uma análise que deriva da ideia de que não se pode avaliar arte ou cultura, mas, sim, as atividades geradas em torno dela: por exemplo, compras, transporte, turismo. Esse ponto de vista, segundo Pratt, negligencia a contribuição da economia cultural, levando a uma concepção de que o valor “real” para a cidade é o econômico, e a cultura é apenas um instrumento para alcançá-lo. O autor destaca que

Em um contexto mais amplo, tem sido argumentado que as cidades têm usado cada vez mais atividades culturais para sustentar centros comerciais, parques temáticos e museus. As atividades culturais são usadas como “atração”. Locais revitalizados no centro e em frente ao mar foram colocados em competição tanto com outras cidades quanto com centros comerciais “sem graça e sem rosto” fora da cidade. [...] Assim, lojas com temas culturais e ambientes urbanos planejados estão sendo usados para colocar as cidades na competição por consumidores. Nessa esfera, as cidades têm procurado competir entre si, não apenas por clientes de varejo, mas por investimentos móveis em manufatura e serviços: principalmente para funções de alto valor e por sedes de empresas. [...] Assim, a competição urbana pelo investimento estrangeiro direto dependeu de investimentos em desenvolvimentos icônicos por arquitetos internacionais (quanto mais controverso, melhor). Cidades do mundo têm sustentado um “concurso de beleza” baseado em uma gama de ofertas de alta cultura (principalmente baseadas em edifícios). (PRATT, 2007, p. 10).

Pratt ressalta, na passagem acima, o que considera um impacto secundário das indústrias culturais; no entanto, trata-se de uma das principais estratégias do processo de construção da marca-cidade, segundo Sánchez e Broudehoux (2013). A questão torna-se ainda mais central se incluirmos a produção de (mega) eventos como uma indústria cultural, já que ela se encaixa tanto nas características quanto e impactos apresentados por Pratt (2007), e que também está profundamente relacionada a outra indústria cultural – a televisão – que contribui fortemente para a construção da imagem da “Cidade Olímpica”.

É possível destacar diversas ações (culturais e de modificação urbana) que permeiam a construção da marca-cidade: o projeto “Porto Maravilha”¹³³ (e a construção do Museu do Amanhã), o Festival do Rio¹³⁴ (cinema) e a construção da Cidade da Música são alguns exemplos. Um dos destaques do autor diz respeito a como

as cidades podem desenvolver regimes de governança poderosos para favorecer, sustentar e atrair tal desenvolvimento. Naturalmente, todo esse investimento direcionado fornece recursos culturais para uma minoria que é paga pela tributação de toda a população [atinge normalmente os mais ricos].” (PRATT, 2007, p. 11).

Essas questões também são abordadas por Sánchez e Broudehoux (2013), que abordam a instrumentalização dos megaeventos a partir de uma visão orientada ao projeto, com privatização e mercantilização assistidas pelo estado em nome da “renovação urbana”, aproveitando o senso de urgência, mobilização e consenso em torno dos megaeventos. Pratt (2007, p. 11) ainda acrescenta: “além de ser derivado da demanda, esse investimento geralmente resulta em um jogo de soma zero. Um ganho de turistas, compradores ou investimento em um lugar é perda em outro”.

Hesmondhalgh (2008) também menciona o investimento que o *Greater London Council* (GLC) promoveu em iniciativas culturais para melhorar a imagem das cidades – geralmente direcionadas ao aumento do turismo ou varejo em determinada área ou para promover uma área como atraente para investimentos e negócios, em detrimento de uma ideia de democratização cultural. Apesar das críticas locais, o projeto foi multiplicado em várias cidades do mundo, já que as vozes locais, segundo o autor, não são ouvidas internacionalmente. Ele destaca que

De fato, em muitos casos, a ideia da política das indústrias culturais coincidiu com um desejo crescente nas décadas de 1980 e 1990 de pensar em todas as áreas de políticas públicas, incluindo cultura e mídia, em termos de retorno do investimento público. O contexto chave aqui é o aumento constante e a aceitação geral do neoliberalismo. (HESMONDHALGH, 2008, p. 5).

Além das questões já levantadas, Pratt (2007) também menciona a importância da cultura no reforço ou criação da identidade nacional, ponto também explorado pelas ações de

¹³³ Há diversos estudos sobre a construção de sentidos pela mídia acerca do espaço da “Orla Conde”. Ver: FORTUNA, Vania Oliveira. “*Rio do Porto Maravilha*”, *Rio de sentidos: Lutas simbólicas por um consenso discursivo de cidade global*. 2016. Tese (Doutorado em Comunicação), Instituto de Arte e Comunicação Social, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2016; SANTOS, Maria Helena Carmo dos. *Porto Maravilha: branding urbano e construção do imaginário da cidade do Rio de Janeiro*. Tese (Doutorado em Comunicação), Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016; MELLO, Flávia Barroso. *Em busca de sentidos para a “marca Rio”*: as narrativas do site portomaravilha.com.br. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

¹³⁴ Sobre o Festival do Rio, ver: MORAES, Maria Teresa Mattos. *O Festival do Rio e as configurações da cidade do Rio de Janeiro*. Tese (Doutorado em Comunicação), Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

city branding e na construção das localidades e alteridades pela mídia. Podemos citar, como exemplo já consolidado, como a Reforma Passos contribuiu, junto com a Exposição Nacional de 1908, para consolidar um novo ideal de cidade para o mundo, mostrando uma riqueza baseada na diversidade cultural (FREITAS, 2011).

Essas versões de “herança” e “identidade” têm sido usadas para literalmente marcar cidades e posicioná-las em um mercado turístico internacional. Os decisores políticos procuram agora atrair “turistas culturais” que procuram patrimônio e experiência cultural. A principal vantagem de segmentar esse grupo é que eles geralmente são ricos. (PRATT, 2007, p. 12).

Nessa mesma esteira, a Economia Criativa, outro setor cuja definição se dá recentemente (por volta dos anos 2000) e que possui estreita relação com as indústrias culturais. Há diversos segmentos em comum que compõem os setores (conforme a classificação proposta no Reino Unido), tais como arquitetura, *design*, TV, rádio, dentre outros. No Brasil, o campo da Economia Criativa se institucionaliza apenas em 2011 com a criação da Secretaria de Economia Criativa pelo Ministério da Cultura durante a gestão de Celso Furtado. Os setores criativos foram divididos em cinco grupos, a saber: patrimônio (material, imaterial, arquivos e museus); expressões culturais (artesanato, culturas populares, culturas indígenas, culturas afro-brasileiras e artes visuais); artes de espetáculo (dança, música, circo e teatro); Audiovisual/do Livro, da Leitura e da Literatura (cinema e vídeo e publicações e mídias impressas) e criações funcionais (moda, *design* e arquitetura); esse agrupamento deu origem ao conceito de Economia Criativa definido pelo MinC como algo que parte das “dinâmicas culturais, sociais e econômicas construídas a partir do ciclo de criação, produção, distribuição/circulação/difusão e consumo/fruição de bens e serviços oriundos dos setores criativos, caracterizados pela prevalência de sua dimensão simbólica” (MinC, 2011, p. 23 apud GOTARDO, FREITAS e BRENNAND, 2019, p. 11). Trata-se, de compreender a economia criativa “pela capacidade de mobilização produtiva do saber, da cultura, do conhecimento e da criatividade das pessoas para a produção de um bem/serviço, cujo principal atributo de valor é simbólico e intangível, pois tem origem cultural e cognitiva, e não material” (GOTARDO, FREITAS e BRENNAND, 2019, p. 11).

Dentro dessas perspectivas é possível observar que diversos personagens de *Welcome to Rio* (além dos quatro apresentados anteriormente nesta seção – Rose, Thamy, Assis e Jorge –, destacam-se também Rocky e Acme, apresentados no Capítulo 2 deste trabalho) são abordados a partir de um ponto de vista que, embora não seja único, propõe um eixo para uma construção de sentidos: a capacidade de mobilização produtiva da criatividade para a produção, distribuição e consumo de um bem ou serviço cujo atributo de valor principal é simbólico e intangível, definição básica da Economia Criativa.

Nos trabalhos desenvolvidos por Rocky, observa-se o valor simbólico de seu carregamento: como as transportadoras “tradicionais” não sobem o morro (as empresas, inclusive os Correios, muitas vezes não entregam as mercadorias porque as favelas são consideradas áreas de risco), o trabalho de Rocky facilita, pela garantia da entrega, o acesso ao consumo para uma parte da população, dentro de um contexto muito específico da cidade do Rio de Janeiro e das reconstruções dos imaginários das favelas para o consumo da cidade-mercadoria: moradores das favelas também consomem, portanto, estão inseridos na lógica capitalista do bem-estar. No caso de seu brechó, há uma ressignificação do “lixo” descartado pela população do “asfalto”, impactando em outros setores e processos da economia com potencial desencadeamento de mudanças – uma das funções da Economia Criativa – apesar de a regulação feita pela polícia de “fechar” o brechó não reconhecer esse impacto positivo de seu trabalho. A mesma lógica pode ser vista no trabalho de Rose e Marcus, especialmente em relação aos desdobramentos do centro de reciclagem em outros setores.

No caso de Acme, a arte é explorada na construção da favela como “galeria de arte”, com possibilidade de consumo do trabalho do artista por meio da experiência turística nas ruas das favelas. E, embora essas “galerias” sejam a céu aberto e não gerem renda diretamente para o artista, elas contribuem para a movimentação do consumo nas e das favelas – uma questão abordada no episódio, que denuncia nesse movimento turístico o aumento da desigualdade e das dificuldades para os moradores: “E o turismo na favela significa dólares turísticos. Mas esse afluxo de turistas e agentes imobiliários está aumentando o custo de vida para o resto de nós”.

Os documentários internacionais de televisão atuam na produção de alteridades e localidades que, de uma forma ampla, servem a uma lógica de consumo neoliberal – embora muitas vezes tragam discursos dissonantes em relação aos almejados para a “cidade ideal”. De todo modo, em consonância com os megaeventos, são ferramentas que constroem sentidos sobre a reconfiguração das cidades em um projeto que desloca os sentidos sobre a “coisa pública”, contribuindo à implantação de políticas econômicas voltadas para a privatização, para o mercado e para a comoditização do espaço público – em outras palavras, podem contribuir para a construção de uma opinião favorável e de adesão pública às excepcionalidades, ao senso de urgência e às modificações urbanas, pois, mesmo quando se vê deslocamentos nas narrativas da marca-cidade, as críticas ao projeto são muitas vezes incipientes ou ainda podem operar na naturalização da pobreza e de seu consumo, assim como em estereótipos de gênero. Os personagens retratados evidenciam ainda que os imaginários da cidade global, construídos também sob a perspectiva do crescimento econômico a partir da economia criativa, reiteram a lógica mercantilista à qual a cidade vem sendo submetida a partir também de estratégias de marketing e relações públicas na construção de uma marca. E, apesar de alguns deslocamentos

das narrativas em relação à marca “oficial”, há construções outras que servem à mesma lógica mercantilista, produzindo a cidade e os megaeventos como oportunidades de troca monetária.

Nessa produção de sentidos sobre empreendedorismo e (in)formalidade há, no entanto, outros deslocamentos possíveis. Dentre eles, destaco o episódio *Rocinha: the pedreiro and the master planner*, episódio da série documental *Rebel Architecture*, transmitido pela rede Al Jazeera em 23 de setembro de 2014. A série, que conta com seis episódios, tem como objetivo mostrar “os arquitetos que usam o *design* como uma forma de ativismo e resistência para enfrentar as crises urbanas, ambientais e sociais do mundo [...] e que acreditam que a arquitetura pode fazer mais do que edifícios-âncora e apartamentos de luxo – afastando-se da ‘arquitetura-grife’ de elite para projetar para a maioria”.¹³⁵

É interessante observar, já na descrição da série, diversos deslocamentos em relação aos discursos oficiais. Em primeiro lugar, a questão do “arquiteto informal”, reconhecendo a potencialidade do trabalho informal dentro de cidades majoritariamente do Sul Global (apenas a Espanha, retratada pela série, escaparia à classificação) e como seria justamente na informalidade ou na “rebeldia” a ocorrência de um pensamento que foge das elites e caminha em direção ao coletivo. Outro ponto de deslocamento está na relação estabelecida pelo *city branding* com a arquitetura: Ashworth (2009) destaca que um dos instrumentos de *place branding* é a presença de edifícios-âncora assinados por arquitetos famosos e arquitetura de *design*.

Segundo o autor, esses edifícios-âncora (ou *flagship building*), cuja história remonta à Antiguidade (com o Coliseu, Partenon e Jardins Suspensos da Babilônia, por exemplo), são destinados a transmitir muito mais políticas e ideias que a abrigar determinadas funções. O que importa principalmente, nesse caso, é (1) o quanto o prédio é visto e falado e (2) quem o assinou – o criador é tão importante quanto a estrutura em si. “Sua eficácia funcional e até sua qualidade estética são em grande parte irrelevantes”¹³⁶ (ASHWORTH, 2009, p. 15). Nesse sentido, então, focar na arquitetura inclusiva, “rebelde” e informal em um contexto de realização de megaeventos é também uma importante disputa discursiva.

Por fim, cabe salientar ainda que um dos personagens retratados no episódio, o pedreiro Ricardo, não tem ensino superior na área em que atua – ele deixa claro que quer se formar um dia para construir um grande prédio; não é possível saber, no entanto, se ele possui algum curso

¹³⁵ Do original: “A six-part documentary series profiling architects who are using design as a form of activism and resistance to tackle the world’s urban, environmental and social crises. The series follows architects from Vietnam, Nigeria, Spain, Pakistan, Israel/Occupied West Bank and Brazil who believe architecture can do more than iconic towers and luxury flats - turning away from elite ‘starchitecture’ to design for the majority”. Fonte: < <https://www.aljazeera.com/programmes/rebelarchitecture/>>. Acesso em: 24 out. 2019.

¹³⁶ Do original: “Its functional effectiveness and even its aesthetic quality are largely irrelevant”.

técnico profissionalizante, apenas que possui grande experiência em construção na Rocinha, e é profissionalmente muito respeitado pelos moradores.

A arquitetura “rebelde” é explorada tanto na informalidade de Ricardo, quanto na visão do arquiteto e urbanista Luiz Carlos Toledo, o segundo personagem da série, que vê e busca o protagonismo dos moradores da favela no processo de sua urbanização. O urbanista salienta que a favela cresceu espontaneamente sem ajuda ou participação do governo e, com a chegada dos Jogos Olímpicos, os problemas estavam se acentuando e crescendo e os investimentos estavam sendo realizados em áreas erradas, a despeito dos interesses dos moradores. Luiz Carlos Toledo lança a pergunta: “quem vai desenhar o futuro da Rocinha: os moradores ou o governo?”

A oportunidade pelo aquecimento econômico encontra em Ricardo seu maior representante: o pedreiro tem muitas obras e diversos funcionários. “O arquiteto estrangeiro não vai entrar dentro de um buraco, ele vai pagar alguém, ele vai contratar máquinas para furar”, diz Ricardo. O documentário aborda ainda os investimentos feitos pelos moradores na construção para receber turistas durante os megaeventos: “Eu acho que é um mercado assim bom pra turismo, é bom por ser a maior favela da América Latina, todos têm curiosidade para saber como a gente vive por aqui”, diz Leandro, um morador que contrata Ricardo para um trabalho. Trata-se, portanto, da narrativa do aquecimento econômico como oportunidade, mas dentro de um processo de “rebeldia”, especialmente no que diz respeito à demanda por maior protagonismo dos moradores nas decisões a respeito das modificações urbanas planejadas para o local.

A narrativa passa por outras questões a respeito do desejo de regulação e controle estatal sobre o espaço, como na denúncia do caso Amarildo, torturado e morto por policiais da UPP da Rocinha – segundo Ricardo, o pedreiro era um funcionário dedicado e um bom amigo. Uma manifestação em memória de Amarildo é exibida, com destaque para a fala de um dos moradores, que diz estar pagando um preço muito alto para que a classe média tenha paz.

O foco do filme é buscar compreender, dentro do contexto de aquecimento econômico gerado pelos megaeventos, a disputa entre governo e moradores sobre as modificações urbanas na Rocinha, buscando ressaltar a necessidade de um papel ativo da comunidade nas definições acerca dos investimentos para uma possível melhoria que o urbanismo pode oferecer. Ricardo representa uma ideia de que um morador, ainda que sem a formação acadêmica e recursos técnicos disponíveis, pode apresentar, mesmo que com desenhos no chão, na areia da praia, soluções inteligentes para demandas muito básicas, como saneamento. Há uma forte disputa entre as necessidades dos moradores, como saneamento básico e hospitais, e o desejo do governo de obras que tenham visibilidade, como o teleférico, classificado pelo urbanista Luiz Carlos como obra para turista.

Luiz Carlos fala também sobre a favela como atendimento à lógica do capital (união de falta de investimento em habitação com a necessidade de mão de obra barata em um cinturão de zonas pobres), mas ressalta como “o urbanismo pode contribuir imensamente para a qualidade de vida dos moradores da Rocinha”. Ele conta sua história com os moradores da favela: “minha história na Rocinha, ela começa há muitos anos atrás, quando eu fui procurado por um grupo de moradores que queriam um arquiteto que pudesse embelezar a Rocinha. Queriam um arquiteto do asfalto”. Luiz Carlos, no entanto, é um arquiteto “rebelde”, pois não concorda com as decisões do governo (“algumas propostas foram implantadas, mas várias propostas foram ignoradas pelo governo, as prioridades do governo não eram as mesmas dos moradores”) e defende a necessidade de participação ativa dos moradores nos processos de tomada de decisão acerca do espaço, em movimentos mobilização coletiva e na preservação do “espírito” da Rocinha, como uma garantia simbólica de permanência dos moradores.

Figura 9 – Rocinha: the pedreiro and the master planner



(1) Ricardo desenha no chão o projeto de sua casa. (2) Protesto pelo desaparecimento de Amarildo. (3) Rua modificada na Rocinha pelo planejamento urbano proporciona ocupação do espaço público pelos moradores. (4) Luiz Carlos em reunião com moradores. (5) Moradores em protesto nas Jornadas de Junho contra a construção do teleférico. (6) Ricardo desenha na areia da praia um plano para saneamento básico na Rocinha.

Fonte: *Rocinha: the pedreiro and the master planner* (2014)

São muitas as formas de instrumentalização dos megaeventos e da mídia por uma elite política e econômica, e as indústrias culturais (e considerando que os megaeventos em si podem ser considerados parte das indústrias culturais, além do papel da televisão em sua “legitimação”), da forma como estão sendo usadas, contribuem para a construção de uma visão de regeneração urbana que, no contexto atual, produz segregação, desigualdade e aumenta os conflitos sociais. Nesse sentido, ainda é possível salientar que “a organização da produção cultural influencia o conteúdo” (PRATT, 2044, p. 118), ou seja, é necessário compreender, em uma visão holística, que, para analisar os conteúdos veiculados, é preciso também observar os contextos de propriedade, controle, formas de organização da produção e o contexto mais amplo onde ela está inserida, buscando uma articulação entre economia, cultura e sua espacialidade – e compondo, desta forma, a complexa rede de construção da marca-cidade-global.

E se voltarmos à definição inicial de indústrias culturais apresentada por Pratt (2007, p. 2) – “cinema, televisão, publicações, música, novas mídias, jogos e animações de computador, publicidade, artes visuais, arquitetura e *design*, artes cênicas, bibliotecas e museus” – e incluirmos os megaeventos nessa definição, é possível observar como as indústrias culturais foram fundamentais no processo de construção dessa marca-cidade dentro de um ideal de cidade-global, e como elas foram essenciais dentro do projeto de inclusão da cidade do Rio de Janeiro no “circuito” global dos megaeventos e turismo, a despeito de todos os problemas que o projeto tenha gerado para os cidadãos, e tampouco da manutenção dos supostos “benefícios” ou “legados” que esses projetos poderiam trazer (ou necessariamente trariam, segundo o planejamento estratégico) para a cidade.

2.3 Da utopia pelo “milagre das Olimpíadas” ao paraíso tropical distópico

Uma outra linha narrativa da “salvação” da cidade diz respeito ao potencial de mudança em relação à sustentabilidade ou, tal como posto em *Naturópolis*, a “volta à natureza”, evocando as mudanças necessárias para a construção de um novo país (sendo o Rio de Janeiro a cidade responsável por essa emergência “com toda a energia, os sonhos e a consciência social de um novo país”), a partir de uma transformação que pode ser trazida por políticos, pelo “milagre das Olimpíadas” e pela população em geral, trazendo, inclusive, a necessidade de mudança da imagem da cidade (característica essencial para a implantação da estratégia de megaeventos segundo Burbank, Andranovich e Heying, 2001): de uma que buscava/importava o lixo dos Estados Unidos e da Europa para outra que demonstre preocupação ambiental. Nesse sentido, há uma relação com a ideia da cidade utópica.

Naturópolis é um documentário seriado composto por quatro episódios, cada qual retratando uma cidade distinta: Nova York, Paris, Rio de Janeiro e Tóquio – observa-se aí a inclusão do Rio entre cidades “globais”, sendo também a única cidade do Sul Global. Segundo a sinopse¹³⁷, trata-se de uma nova era, a *Planet City*, predominantemente urbana, na qual “toda metrópole moderna deve responder a uma pergunta fundamental: como a natureza pode desempenhar um papel central em seu desenvolvimento, que é ecológico e sustentável, e que permite que os seres humanos vivam em harmonia, como em um ecossistema?”¹³⁸ O Rio de Janeiro, junto às demais cidades representadas, é considerado uma cidade pioneira no desenvolvimento e experimentação da ecologia urbana.

Produzido em 2014 pela Docside, produtora independente voltada especialmente para os campos da ciência, história, meio ambiente e pesquisa,¹³⁹ possui versões em francês, inglês e alemão, sendo exibido pelos canais Arte,¹⁴⁰ Blue Ant Media,¹⁴¹ Servus TV,¹⁴² TV5 Quebec

¹³⁷ Fonte: < <https://www.zed.fr/en/tv/distribution/catalogue/programme/naturopolis-4-x-52-hd?media=717>>. Acesso em: 27 dez. 2019.

¹³⁸ Do original: “*Today, every modern metropolis must respond to a fundamental question: how can nature play a central role in their development, which is both ecological and sustainable, and which allows humans to live in harmony, like in an ecosystem?*” (Fonte: < <https://www.zed.fr/en/tv/distribution/catalogue/programme/naturopolis-4-x-52-hd?media=717>>. Acesso em: 27 dez. 2019).

¹³⁹ Descrição da Docside em seu canal oficial do YouTube: “DOCSIDE est une société de production audiovisuelle indépendante créée en 1992 par Sylvie Barbe et Jean Marc Robert. DOCSIDE développe des programmes ambitieux, unitaires et collections notamment dans le domaine des sciences, de l'histoire, de l'environnement et de l'exploration... A la pointe des nouvelles technologies DOCSIDE produit beaucoup de ses films en mêlant images de synthèse pointues et fiction ambitieuse. La plupart sont produits à l'international avec des partenaires prestigieux comme National géographique, Nova, NHK, CBC, Discovery etc. Dans le cadre de ses productions à forte ambition patrimoniale, culturelle ou scientifique DOCSIDE sait efficacement et régulièrement associer partenariat privé et diffusion télévisuelle. Présent aussi depuis longtemps dans la production de films à destination du câble et des magazines Docside créée en 2013 un nouveau département afin de développer ce secteur et d'étendre sa production vers la TNT et les nouveaux médias comme le WEB 2013”. Fonte: < <https://www.youtube.com/channel/UCSY31O2tSNMfgi0xTuen2VA/about>>. Acesso em: 27 dez. 2014.

¹⁴⁰ Canal franco-alemão criado em 1992, cuja missão é a integração europeia (Fonte: < <https://www.arte.tv/sites/corporate/qui-sommes-nous/>>. Acesso em: 27 dez. 2019).

¹⁴¹ “A Blue Ant Media é uma empresa internacional de produtores, distribuidores, operadores de canais e de conteúdo para jogos, com sede em Toronto e operações em Los Angeles, Cingapura, Auckland, Dunedin, Londres, Washington DC, Sydney, Pequim e Taipei”. (Do original: “*Blue Ant Media is an international producer, distributor, channel operator, and gaming video content company headquartered in Toronto with operations in Los Angeles, Singapore, Auckland, Dunedin, London, Washington DC, Sydney, Beijing and Taipei*”. Fonte: < <https://blueantmedia.com/>>. Acesso em: 27 dez. 2019).

¹⁴² Operadora de TV que atua na Áustria, Alemanha e Suíça. Fonte: < <https://www.servustv.com/>>. Acesso em: 27 dez. 2019.

Canada,¹⁴³ RSI,¹⁴⁴ Canal + Cyfrowy¹⁴⁵ e TG4.¹⁴⁶ O episódio *Rio, from chaos to a sustainable city* (no filme, vê-se o título *Rio, from chaos to sustainability*), recebeu, em 2014, o prêmio *Pariscience – Festival International du Film Scientifique – Paris (France) – Prix des Lycéens*.

A sinopse do filme ressalta

O Rio de Janeiro é uma das cidades mais belas do mundo, uma cidade natural com sua baía, suas praias míticas, suas montanhas, suas grandes florestas urbanas... Mas se formos além do cartão postal, o Rio sofre: poluição, deslizamentos de terra, falta de saneamento, construções anárquicas, lagoas de lixo... O Rio sacrificou seu meio ambiente à sua política de industrialização e está ciente disso hoje. A progressiva abertura das favelas, o despertar da população civil, o movimento social nascido dos fracassos das cúpulas da Terra para o meio ambiente são tantas forças para iniciar a mudança. Pequenas e grandes iniciativas estão se multiplicando, o processo está em movimento. Serão os políticos capazes de tirar o máximo proveito desta profusão de energia? A Copa do Mundo de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016 estão colocando a cidade no centro das atenções. Será que estes dois eventos irão proporcionar o impulso extra que lhe tem faltado? (Fonte: < http://www.film-documentaire.fr/4DACTION/w_fiche_film/43120_1>. Acesso em: 27 dez. 2019).

A sustentabilidade é tema central na estratégia de legado do Comitê Olímpico Internacional, presente tanto no site da instituição, quanto em seus documentos oficiais, sendo inclusive uma das missões do COI identificada no *Olympic Charter* (IOC, 2019, item 14, p. 17) e contando com relatórios específicos de atuação do Comitê na área; trata-se também de uma aproximação com a agenda da ONU para desenvolvimento sustentável, parte dos compromissos do COI em sua missão pela construção de um mundo melhor por meio do esporte.

No primeiro volume do Dossiê de Candidatura do Rio para as Olimpíadas de 2016 (COMITÊ DE CANDIDATURA RIO 2016, 2009), há todo um capítulo/tema dedicado ao meio ambiente e à meteorologia, destacando desde as belezas naturais da cidade, passando pelas áreas de preservação ambiental e abastecimento de água até as condições climáticas esperadas à época de realização dos Jogos, além de outros aspectos relacionados à sustentabilidade ao longo dos demais capítulos/temas e volumes. Segundo o Plano de Gestão da Sustentabilidade dos

¹⁴³ “A TV5 Quebec Canada é uma organização sem fins lucrativos presente em todo o Canadá. Opera como um grupo de mídia em língua francesa para promover e divulgar a diversidade cultural, social e linguística do Québec e da francofonia canadense e internacional”. (Do original: “*TV5 Québec Canada est une organisation à but non lucratif présente partout au Canada. Elle exerce ses activités comme groupe média francophone afin de promouvoir et de faire rayonner la diversité culturelle, sociale et linguistique de la francophonie québécoise, canadienne et internationale.*” Fonte: < <http://tv5quebeccanada.ca/notre-entreprise/>>. Acesso em: 27 dez. 2019).

¹⁴⁴ A RSI é uma emissora de rádio e televisão suíça em língua italiana, de serviço público, que faz parte da SRG SSR – Empresa Suíça de Rádio e Televisão. Fonte: < <https://www.rsi.ch/chi-siamo/la-rsi/La-RSI-in-breve-7261436.html>>. Acesso em: 27 dez. 2019.

¹⁴⁵ Empresa polonesa de TV a cabo. Em 3 de setembro de 2019, mudou seu nome para Plataforma CANAL + (Fonte: <<https://pl.canalplus.com/o-firmie>>. Acesso em: 27 dez. 2019).

¹⁴⁶ Oitavo canal de televisão mais popular da República da Irlanda e Irlanda do Norte, público e gratuito, em língua irlandesa (gaélico). Fonte: < <https://tg4.ie/en/corporate/background/>>. Acesso em: 27 dez. 2019.

Jogos Rio 2016 (COMITÊ ORGANIZADOR DOS JOGOS OLÍMPICOS E PARALÍMPICOS RIO 2016, 2013, p. 10),

Em 2008, uma Comissão Especial de Meio Ambiente para os Jogos foi formada com representantes dos governos federal, estadual e municipal, do Comitê Olímpico Brasileiro e com integrantes da sociedade civil.¹⁴⁷ A partir do trabalho desta comissão, foi possível obter uma agenda estruturada em nove temas que foi incorporada ao Dossiê de Candidatura em capítulo específico sobre meio ambiente:

1. Tratamento e conservação da água
2. Consciência ambiental
3. Uso e gerenciamento de energia renovável
4. Jogos neutros em carbono, qualidade do ar e transporte
5. Proteção dos solos e ecossistemas
6. Construção e *design* sustentáveis
7. Reflorestamento, biodiversidade e cultura
8. Compras e certificados ecológicos
9. Gestão de lixo sólido.

A partir do compromisso assumido no dossiê, o Comitê Organizador Rio 2016 ficou encarregado do desenvolvimento de um Plano de Gestão da Sustentabilidade; havia uma gerência-geral de Sustentabilidade, Acessibilidade e Legado do Comitê Rio-2016, cuja responsável era a economista Tânia Braga, encarregada pelas discussões, planejamento, gestão, implantação e acompanhamento dos projetos. O plano partiu das propostas contidas no dossiê e foi considerado um “documento vivo”, sujeito a constantes alterações e atualizações tanto em virtude do andamento das atividades, quanto de comentários e sugestões de partes interessadas. O objetivo desse documento era estabelecer “os fundamentos para a integração de princípios, ações e projetos relativos à sustentabilidade ao planejamento e operação dos Jogos Rio 2016TM” (COMITÊ ORGANIZADOR DOS JOGOS OLÍMPICOS E PARALÍMPICOS RIO 2016, 2013, p. 11).

É interessante observar, no entanto, que, embora o dossiê de candidatura (e, portanto, as propostas para a área ambiental) tenha sido inicialmente lançado em 2008, a primeira versão do Plano de Gestão da Sustentabilidade data de março de 2013 – ou seja, cinco anos após firmar-se o compromisso com o COI, e apenas três anos antes das Olimpíadas (e, vale ressaltar, ano

¹⁴⁷ Segundo o documento citado, a Comissão Especial de Meio Ambiente era composta por: Governo Federal: Ministério do Meio Ambiente, Ministério do Esporte, Ministério das Cidades. Governo Estadual: Secretaria de Estado do Ambiente, Instituto Estadual do Ambiente, Companhia Estadual de Águas e Esgotos, Secretaria de Estado de Turismo e Transportes. Governo Municipal: Instituto Pereira Passos, Secretaria Municipal Meio Ambiente, Gabinete do Prefeito Eduardo Paes, Companhia Municipal de Limpeza Urbana, Secretaria Municipal de Urbanismo. Universidade Federal do Rio de Janeiro (Coppe/CentroClima). Universidade Federal de São Carlos (Inova). ICLEI (Local Governments for Sustainability). PNUMA (Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente). Manglares (Manglares Consultoria Ambiental). Lagoa Viva (Instituto Lagoa Viva, associação civil de direito privado de fins não econômicos, responsável pelo Movimento Evolutivo Pacto de Resgate Ambiental). Fundação Clinton (Clinton Foundation, organização estadunidense sem fins lucrativos). Ecologus (Ecologus Engenharia Consultiva – Licenciamento Ambiental). Green Building Council Brasil (organização independente e sem fins lucrativos que opera no Brasil como parte de uma rede internacional cujo objetivo é atuação e certificação na área da construção civil).

de eventos grandes na cidade, como Jornada Mundial da Juventude e Copa das Confederações, e apenas um ano antes da Copa do Mundo de Futebol). Embora houvesse no dossiê referência a planos antigos, como Programa de Despoluição da Baía de Guanabara e da Barra - Jacarepaguá, discutido desde os anos de 1990, a questão do tempo entre o dossiê e criação do plano acaba tanto por impor atividades mais curtas, com menor potencial de debate com a sociedade civil, além de um tempo mais exíguo na implantação das ações que demandam não somente tempo de construções (como, por exemplo, de rede de esgoto), mas também de recuperação natural da biodiversidade de determinadas áreas.

Assim como em outras áreas, as obras do chamado “legado ambiental” não foram concluídas antes dos jogos¹⁴⁸ – no caso da despoluição da Baía de Guanabara, houve grande repercussão e medo que os atletas ficassem doentes – embora a gerente-geral de Sustentabilidade, Acessibilidade e Legado do Comitê Rio-2016, Tânia Braga, tenha afirmado que tinham “mais da metade do caminho andado” em entrevista concedida em junho de 2015.¹⁴⁹ No dossiê (COMITÊ DE CANDIDATURA RIO 2016, 2009), a promessa era que 80% de todo o esgoto despejado na baía fosse coletado e tratado (falava-se na despoluição de 80% da baía), considerada “propaganda enganosa” por ambientalistas, pois tratava-se de uma meta irreal. Mesmo os dados oficiais divulgados são questionados: enquanto o relatório do comitê organizador afirma que o tratamento passou de 10% para 50%, pesquisadores da UERJ afirmavam, em agosto de 2016, que menos de 20% do esgoto era tratado.¹⁵⁰ Os discursos oficiais contradizem as notícias em diversos âmbitos: enquanto o site do COI destaca o legado ambiental nas Olimpíadas do Rio, destacando a atuação do Comitê Organizador em todas as esferas, o diálogo com organizações não governamentais nas áreas social e ambiental e o cumprimento de mais de 70% das sugestões recebidas e explicação sobre aquelas que não puderam ser atendidas,¹⁵¹ importantes representantes da Vela, como Torben Grael (coordenador técnico da equipe brasileira de vela) e Peter Sowrey (ex-CEO da World Sailing, entidade que comanda a vela no mundo), fizeram duras críticas, seja ao “desperdício da oportunidade” de construção do legado, seja aos perigos que a poluição representava. Sowrey chegou a ser demitido de seu cargo por publicizar suas opiniões. A *Folha de S.Paulo* publicou uma matéria

¹⁴⁸ Fonte: < <https://portal.tcu.gov.br/imprensa/noticias/obras-de-legado-ambiental-nao-estarao-concluidas-ate-o-termino-dos-jogos-rio-2016.htm>>. Acesso em: 30 dez. 2019.

¹⁴⁹ Fonte: < <https://www.terra.com.br/esportes/lance/temos-mais-da-metade-do-caminho-andado-diz-gerente-da-rio-2016,da5662a21cb7955e0825f2da767734162nw2RCRD.html>>. Acesso em: 30 dez. 2019.

¹⁵⁰ Fonte: *Promessa olímpica, despoluição da Baía de Guanabara deve levar 25 anos*. Extraído de < <http://agenciabrasil.ebc.com.br/rio-2016/noticia/2016-08/promessa-olimpica-despoluicao-da-baia-de-guanabara-deve-levar-25-anos>>. Acesso em: 30 dez. 2019.

¹⁵¹ Fonte: *Olympic Games Rio 2016 – Environmental Legacy*. Extraído de < <https://www.olympic.org/news/olympic-games-rio-2016-environmental-legacy>>. Acesso em: 30 dez. 2019.

intitulada “Rio descumpre todas as metas ambientais para a Olimpíada”, contrariando o discurso oficial. A questão era tão latente que houve uma descrença que o Rio de Janeiro teria capacidade de sediar os Jogos – o site de *infotainment Tomonews* publicou em seu canal americano no YouTube em 5 de agosto de 2016, dia da cerimônia de abertura dos jogos, uma compilação de 11 notícias animadas intitulada *Olimpíadas Rio 2016: as mais sensuais e “cocozentas” olimpíadas de todos os tempos – compilação*.¹⁵² Apesar de ser um site com uma proposta noticiosa irônica e jocosa, houve grande repercussão de uma das matérias na mídia brasileira. Freitas e Gotardo (2018) destacam ainda o apelo às emoções, tal como nojo, medo e repulsa, sendo que parte dos argumentos eram ligados à poluição (desde sofás até corpos humanos nas águas) e à falta de tratamento de esgoto, além de destacar como os atletas e turistas poderiam adoecer caso entrassem nas águas cariocas.

Os problemas, no entanto, não foram sempre o foco da mídia internacional – a sinopse de *Naturópolis*, por exemplo, considera o Rio de Janeiro cidade pioneira no desenvolvimento e experimentação da ecologia urbana. No entanto, há, no documentário, o reconhecimento dos problemas que levaram ao “caos” (em referência ao título do filme), dentre os quais, são citados: urbanização desordenada, grande população (em “ponto de saturação”), crise ecológica, crescimento das favelas, coleta de lixo precária, esgoto a céu aberto (falta de saneamento básico), construção em encostas, levando a deslizamentos e enchentes. As imagens de destruição chocam e a narração condena: “os habitantes perderam o contato com a natureza”. Apesar disso, há imagens do Centro de Operações – um centro tecnológico de ponta onde o ex-prefeito gravou outras participações em documentários internacionais – analisando e coordenando a solução dos problemas, com destaque para a alta tecnologia e o número de profissionais trabalhando no local.

Imagens que compõem o mais sólido leque de clichês também são exibidas – pessoas caminhando na praia, nadando no mar, Arpoador, Morro Dois Irmãos, as imagens aéreas que corroboram a pictografia da geografia maravilhosa, tudo ao som de uma bossa nova, enquanto a narração informa: “A cidade pode estar a apenas alguns meses de sediar a Copa do Mundo, mas suas famosas praias estão rapidamente sucumbindo à poluição e ninguém parece se importar. É como se a triste verdade estivesse escondida por toda a beleza”.

A beleza é a “verdadeira natureza do Rio”, explicada no documentário por uma animação feita sobre um mapa da cidade em 3D para explicar ao telespectador como essa

¹⁵² Do original: *Rio Olympics 2016: The sexiest, poopiest Olympics ever – Compilation*. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=WFsVMBa6PyI&t=391s>>. Acesso em: 30 dez. 2019.

geografia maravilhosa compõe a cidade, partindo da Baía de Guanabara (“que chegou a ser a baía mais bonita do mundo”, segundo a narração) para a Zona Sul – a cidade que circula o “majestoso Pão de Açúcar” e cuja floresta de Mata Atlântica encontra o mar e se espalha para longe contida apenas pelos morros de granito, dando à cidade essa “aparência única”. Sérgio Besserman Vianna, economista, ex-presidente do IBGE e atual presidente do Instituto de Pesquisa Jardim Botânico do Rio de Janeiro,¹⁵³ ressalta a inacreditável quantidade e qualidade dos ativos naturais em meio de 12 milhões e meio de pessoas. “E estamos juntos, ricos e pobres. Nós não temos um centro e um externo. Somos todos misturados e misturados com essa natureza”.

A fala de Besserman Vianna condiz com o esperado pelo discurso oficial – embora mesmo o discurso oficial ratifique a ideia de cidade partida – e ele mesmo se contradiz quando reconhece que a natureza, no Rio, não é para todos. Mesmo o documentário explora essa linha argumentativa, ressaltando que o problema da “falta de natureza” e da falta de saneamento básico é também um problema social, atingindo muito mais as zonas mais pobres e periféricas da cidade que as mais ricas.

O documentário busca ainda traçar uma linha histórica em relação à devastação do território: diz que os colonizadores portugueses foram os primeiros a declarar guerra à natureza. Nesse momento, entrevista José Augusto Pádua, professor de História do Brasil da UFRJ, doutor em Ciência Política com pesquisas desenvolvidas na área de História Ambiental.¹⁵⁴ Segundo o professor, os colonizadores ficaram desapontados por não encontrarem cidades “desenvolvidas”, tal como os espanhóis encontraram no México e Peru, e consideraram a vida nas tribos indígenas “simples” (embora o termo possa carregar diversos significados, entende-se no contexto da fala de José Augusto Pádua que foi usado em um julgamento pejorativo, já que eles esperavam sociedades complexas). Segundo a narração, os portugueses, que eram mercadores habilidosos, decidiram ficar devido à abundância de madeira (especialmente pau-brasil, “tão abundante aqui que nomearam o país em homenagem a ele”), uma necessidade na Europa. “Rica, cada vez mais opulenta, a colônia logo teve 7 milhões de habitantes, todos ocupados cortando a floresta e cultivando primeiro café e depois cana-de-açúcar”. Pádua chama de “o mito da natureza interminável” uma crença de que se poderia desmatar porque sempre haveria mais florestas, dando a impressão de que não é necessário conservar ou cuidar dos recursos naturais, pois estes seriam inesgotáveis.

¹⁵³ Fonte: <<http://lattes.cnpq.br/9865348644782602>>. Acesso em: 31 dez. 2019.

¹⁵⁴ Fonte: <<https://www.ppghis.historia.ufrj.br/corpo-docente/corpo-permanente/jose-augusto-padua/>>. Acesso em: 31 dez. 2019.

A narração destaca ainda que “dos 7 milhões de habitantes do Brasil, a grande maioria, 5 milhões deles, eram escravos. Após a abolição, uma enorme população ficou à procura de moradia, trabalho e identidade. A essa população de escravos foram adicionados, no século 19, novos migrantes vindos de todo o mundo pela promessa do Rio”. Apesar de esse ser um marcador histórico de grande importância no desenvolvimento da cidade, tal como veremos mais detalhadamente no capítulo a seguir, o documentário foca nas mudanças trazidas pela década de 1970, com êxodo rural; enquanto os ricos construía arranha-céus com a floresta ao fundo e vista para o mar, os pobres viviam como podiam (com imagens das favelas, mais uma vez silenciando o importante crescimento dos subúrbios nesse contexto). No filme, salienta-se que as favelas foram criadas nesse período. Em relação à criação das favelas, há diversas informações no filme que não condizem com as pesquisas históricas sobre o tema – a data de “criação” é uma delas, mas há também a informação que no Distrito de Canudos havia uma árvore chamada “favela” e uma comunidade que cresceu ao redor dela assumiu seu nome.¹⁵⁵ “Quem nunca ouviu falar das favelas?”, questiona a narração, salientando que dois milhões de pessoas vivem em mil comunidades espalhadas pela cidade, sem planejamento urbano ou político.

É interessante observar as linhas narrativas com os “culpados” pela poluição – há uma menção, mais ao início do filme, à cidade que rompe os limites impostos pela geografia, “subindo morros e florestas para ganhar novos territórios. No caminho, os novos distritos devastaram lagoas, pântanos, estuários, todo um mosaico de ecossistemas. Apenas três grandes florestas ainda permanecem, protegidas por suas colinas íngremes”. Durante a narração, imagens das áreas ricas da cidade, sendo esse “novo distrito” a Barra da Tijuca. É como se a história da urbanização do Rio de Janeiro se resumisse à ocupação pela via litorânea, excluindo todo crescimento em direção aos subúrbios, o qual será abordado no capítulo seguinte deste trabalho. Mas, se no caso das classes mais abastadas a culpabilização é pela ocupação rápida e ampla de áreas com grande biodiversidade, no caso das favelas o discurso vai ainda mais longe: elas são responsáveis por gerar água não somente poluída, mas também tóxica, e despejá-la na baía. Muitas vezes o documentário flerta com problematizações importantes em relação à favela – como os escravos que foram “libertados” sem condições e políticas de integração, ou mesmo

¹⁵⁵ A história é contada da seguinte forma: “Who has not heard of the favelas? The dictionary translation is ‘slums’, or sometimes ‘shanty towns’. In reality, the first time the term was used was in a district called Canudos. There was a little square there with a tree called a favela. A community grew up around the tree and took its name from it. Ever since, whenever a group of families finds an uninhabited spot and builds houses there they call it a favela. True story or not, the fact is there are today 2 million inhabitants of 1,000 favelas spread out across the city with no urban planning or politics”. É interessante observar que eles questionam a veracidade da história, mas aparentemente não buscaram outras fontes para confrontá-la.

o rápido crescimento urbano devido ao êxodo rural – mas em nenhum momento se questiona o porquê de esses locais serem negligenciados pelos poderes públicos, serem excluídos das políticas públicas há mais de um século, tampouco o porquê da urbanização do Rio se dar de forma classista ou outras questões que aprofundariam o debate em relação à cidade – mas que fogem dos discursos hegemônicos e oficiais.

Para o “caos”, apresentado em suas origens históricas e sociais, há, no entanto, solução, a qual é apresentada em três vias, logo na abertura do programa, em forma de perguntas (e que são respondidas ao longo do filme): “Mas o que vai efetivamente transformar o Rio? Os políticos, o milagre das Olimpíadas, que deveriam salvar a cidade, ou seu próprio povo?”¹⁵⁶ O biólogo Mário Moscatelli, sócio-administrador da empresa Manglares Consultoria Ambiental, que fez parte da comissão responsável pela construção do Dossiê de Candidatura do Rio, ressalta que essa mudança possível depende da atitude política – enquanto um bilhão de reais é investido na reforma do Maracanã, 550 milhões poderiam drenar toda a Baía de Guanabara, ressalta o biólogo, que é apresentado como “um lutador”. Ele ressalta ainda que “se não pararmos esse caos em níveis local e regional, em três anos será muito tarde. Todo dinheiro e vontade política irão evaporar tão logo os holofotes saiam de cima da gente”.¹⁵⁷ Moscatelli vê as Olimpíadas como oportunidade para mudar as condições ambientais da cidade.

O biólogo, que observa a questão ecológica no Rio desde 1970, ressalta ainda, navegando sobre a baía, que é possível encontrar todo tipo de lixo por lá: “sofás, TVs, cadeiras, corpos, qualquer coisa” –, mas que não há mais água, trata-se de um esgoto e praticamente não há mais espécies vivendo lá. Trata-se da representação mais comum vista nas notícias do canal *Tomonews*, citado anteriormente (FREITAS; GOTARDO, 2018). O choque – ou mesmo sensacionalismo – capta o espectador para um problema crônico da cidade, que, nos termos do documentário, ou parece não ligar para o caos escondido por detrás das belezas naturais ou se importa apenas quando os holofotes estão sobre ela – no jargão brasileiro, um trabalho “pra gringo ver”.

A esperança vem ainda por meio de ações tanto de especialistas – outros biólogos, urbanistas e geógrafos são personagens da série – como de moradores das favelas. Ao que parece na narrativa, os especialistas atuam nas áreas urbanas mais nobres, com apoio de políticas públicas – Floresta da Tijuca, Jacarepaguá ou mesmo no monitoramento do “corredor

¹⁵⁶ Do original: “*But what will actually transform Rio? The politicians, the miracle of the Olympics that's supposed to save the city, or the people themselves?*”

¹⁵⁷ As falas originalmente em português são dubladas no filme. Da dublagem: “*If we can't put a stop to the chaos on both local and regional levels, in three years it'll be too late. All the money will be gone and the political will will evaporate once the spotlight is off of us.*”

verde”¹⁵⁸ – enquanto ONGs e moradores atuam nas favelas com pouco ou nenhum apoio público (quando há política pública não há participação dos moradores, como no caso da política de segurança e do favela-bairro, que serão abordados posteriormente), corroborando a narrativa da mudança por “força de vontade”. Um dos exemplos vem com Rose e Marcos – os mesmos personagens do episódio *Ingenuity* de *Welcome to Rio*, abordados anteriormente neste trabalho.

Figura 10 – Naturópolis



(1) e (2) Imagens de ocupações em áreas que impactam de forma mais profunda o meio ambiente. (3) Lixo na Baía de Guanabada. (4) Manoel, morador do Vidigal, tem um projeto próprio de proteção ambiental. (5) Rose e Marcos, também personagens de *Welcome to Rio*. (6) Urbanista Jorge Mario Jauregui conversa com crianças em uma área que passou por modificação urbana

Fonte: Naturopolis (2013)

No lixão de Gramacho, segundo os dados do documentário, trabalhavam cerca de 20 mil¹⁵⁹ catadores em “condições tenebrosas”, dentre eles, Rose e Marcos. Como o fechamento

¹⁵⁸ Criado em 1989, tem por objetivo restaurar o trânsito e circulação de espécies por meio da ligação das áreas verdes às lagoas e oceanos, compreendendo a biodiversidade de forma conectada.

¹⁵⁹ Apesar da estimativa de que houvesse cerca de 15 mil pessoas dependendo, direta ou indiretamente, das atividades no lixão de Gramacho (Fonte: <http://mapadeconflitos.ensp.fiocruz.br/?conflito=rj-jardim-gramacho-catadores-de-materiais-reciclavéis-lutam-pelo-direito-ao-trabalho-apesar-das-condicoes-de->

do lixão afetaria todas essas pessoas, “foi decisão e tarefa difíceis”, efetivada apenas um mês antes da Rio+20¹⁶⁰, evento que ocorreu em 20-22 de junho de 2012. O filme mostra, então, como o fechamento mudou as vidas de Rose e Marcos para melhor por meio do centro de reciclagem que mantêm em seu quintal: em dois anos buscando lixo em *shoppings* e outros pontos da cidade, separando e vendendo para indústrias de reciclagem ou distribuidores, eles saíram de um cavalo para uma pequena van e depois para um caminhão. “O trabalho duro deles fez com que os filhos pudessem agora ir à escola”.¹⁶¹ Mas não apenas o mérito pessoal de Rose é destacado. Ela fala sobre como aprendeu sobre reciclagem para desenvolver e melhorar seu trabalho e sobre como isso a fez pensar sobre a natureza como um todo.

Se a ação de fechamento do lixão e a abertura de um centro de tratamento de lixo longe do mar foram políticas públicas importantes para a conservação da baía (segundo os dados do filme, o lixão de Gramacho acabou com 130 hectares de manguezais, fundamentais para a biodiversidade da região) e começam a apresentar resultados, as políticas estatais para compensação dos catadores e criação de novas oportunidades de trabalho não são abordadas e a eles coube a busca por alternativas¹⁶² – Rose ressalta também que algumas pessoas passaram a pescar e vender peixes, destacando: “este é o poder da natureza para você, é a mão de Deus ajudando”¹⁶³ – já que a essas pessoas praticamente não há poder público presente. Esse é um

marginalizacao-doencas-e-insalubridade. Acesso em: 03 jan. 2020), apenas 1.700 catadores cadastrados na Associação dos Catadores do Aterro Metropolitano de Jardim Gramacho (ACAMJ) receberam a indenização no valor de R\$ 14.000 (Fonte: <http://www.ebc.com.br/2012/11/ex-catadores-do-aterro-de-gramacho-reclamam-de-abandono-e-falta-de-trabalho>. Acesso em: 03 jan, 2020). A luta de Rose para receber a indenização foi retratada em *Welcome to Rio*.

¹⁶⁰ A Rio +20, ou Earth Summit, foi um evento produzido pela ONU intitulado United Nations Conference on Sustainable Development. Realizado no Rio de Janeiro, de 20 a 22 de junho de 2012, teve como foco a produção de um documento com medidas para implementar o desenvolvimento sustentável entre os estados-membro (Fonte: <<https://sustainabledevelopment.un.org/rio20>>. Acesso em: 3 jan. 2020).

¹⁶¹ Do original: “*Their hard work means their children now go to school*”.

¹⁶² Vale ressaltar que, segundo Lima (2018), em 2010 foi aprovada a Lei Federal nº 12.305/2010 que instituiu a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), a qual estabelece cooperativas e associações de catadores como integrantes da gestão de resíduos da administração pública, prevê sua participação nas políticas públicas do setor e o estabelecimento de convênios com o setor privado. “Através de seus dispositivos legais, a PNRS visava à promoção da inclusão social da categoria através da indução do processo de formalização do trabalho do catador. Como pressuposto da ideia de “formalização”, e em contraposição a ela, encontrava-se um modelo que precisava ser extinto, representado pelo “lixão”, visto como espaço de trabalho precário e informal. O exercício da atividade no âmbito da informalidade configura uma situação de vulnerabilidade atribuída à desproteção legal e aos riscos de saúde relacionados ao trato com os restos. Essa ideia também se relaciona à ausência de cidadania, atribuída à situação de marginalização social e invisibilidade diante do estado. O processo de formalização via organizações coletivas na forma de autogestão seria a forma prevista pela lei para a garantia de um trabalho seguro e digno à categoria, ao retirar os catadores da situação de vulnerabilidade, risco e precariedade à qual estariam submetidos fora das organizações (LIMA, 2018, p. 155). Apesar do reconhecimento legal da importância dos catadores, as medidas de reinclusão não chegavam a tempo – o Polo de Reciclagem de Jardim Gramacho, por exemplo, foi inaugurado apenas no fim de 2013.

¹⁶³ Do original: “*That’s the power of nature for you*”.

dos exemplos apresentados no documentário sobre como o caos pode ser revertido para buscar a “volta à natureza”. Ressalta-se também que

Da perspectiva do poder público, o estigma do lixão que corrompia e ameaçava a representação da cidade olímpica com a imagem do “atraso” se transformava em evidência de civilidade, com a sua substituição por um “moderno” sistema de tratamento de resíduos, isento de catadores, e uma futura usina de biogás. Na página da Cidade Olímpica, a galeria de imagens da CTR vinha acompanhada da legenda: “Lixo responsável: novo CTR de Seropédica acaba com cenários apocalípticos do lixão de Gramacho.” (LIMA, 2018, p. 172).

Se a urbanização desordenada é apresentada como fonte de caos ambiental, a reordenação urbana também é apresentada como uma solução possível para o caso das favelas (a ocupação da classe média na Barra da Tijuca, apesar de apresentada como problema, não é passível de intervenção – há apenas um momento em que um dos biólogos do filme ensina a um morador que ele não deve alimentar os jacarés para não impactar no comportamento da espécie). Em um momento, Sergio Bresseman Vianna fala sobre o plano de que áreas verdes sejam espalhadas por toda a cidade: “em três anos, nenhum lugar do Rio de Janeiro está mais longe que a dez ou 15 minutos de caminhada de uma área verde. Nós vamos plantar 24 milhões de árvores e vamos tentar distribuir essas áreas verdes ao redor da cidade e em outros lugares onde eles não têm essa mesma natureza que temos aqui”,¹⁶⁴ salientando que o acesso a parques é ainda restrito a diversas camadas da população. Apesar de Bresseman Vianna não citar a fonte de seus dados, considerando que se trata de um investimento feito devido aos megaeventos, é possível averiguar inconsistências: no Dossiê de Candidatura, havia a promessa de plantio de 24 milhões de árvores no Estado do Rio de Janeiro até 2016 (COMITÊ DE CANDIDATURA RIO 2016, 2009, p. 22 e 96) e até de criação de um *Parque do Carbono* com o plantio de três milhões de árvores no Parque Nacional da Pedra Branca (p. 96); em entrevista da gerente-geral de Sustentabilidade, Acessibilidade e Legado do Comitê Rio-2016, Tânia Braga, para o jornal *Lance!*,¹⁶⁵ há uma pergunta sobre a promessa de plantio de 34 milhões de árvores para compensar a emissão de CO2 durante os jogos, mas que até 2015, somente oito milhões tinham sido plantadas. Tania justificou a redução como “ajuste de demanda” (os Jogos estariam produzindo menos carbono que o estimado inicialmente).

¹⁶⁴ Do original: “*In three years, no part of Rio de Janeiro will be far from 10 minutes, 15 minutes walking a green park. We will plant 24 million trees and we will try to distribute these green areas around the city and other places where they don't have, really, the same nature we have here*”.

¹⁶⁵ “*Temos mais da metade do caminho andado*”, diz gerente da Rio-2016. Fonte: <<https://www.terra.com.br/esportes/lance/temos-mais-da-metade-do-caminho-andado-diz-gerente-da-rio-2016,da5662a21cb7955e0825f2da767734162nw2RCRD.html>>. Acesso em: 3 jan. 2020.

A “salvação” das favelas também é dada por meio da implantação das UPPs – de territórios inacessíveis repletos de traficantes, becos e vielas, passam a territórios retomados para a cidade pela polícia, que “limpou metade das 1.000 favelas”,¹⁶⁶ abrindo-as à renovação urbana. Imagens de tiroteios, pessoas fugindo, mulheres com crianças são exibidas, corroborando o principal discurso oficial em relação aos megaeventos como propulsores de integração da cidade pelo suposto fim da violência e do mando do tráfico nas favelas. A renovação urbana se dá principalmente pela ação de seus moradores – como Graça e Manoel, que atuam em lugares distintos em projetos distintos e são, junto com Marcos e Rose, os únicos personagens da série identificados sem sobrenome; e por ONGs, como a Verdejar. No caso dos moradores, há uma fala que resume bem a visão do documentário sobre quem é o morador da favela: “mas mais surpreendente ainda é que eles não esperaram a limpeza ou ajuda das autoridades para iniciar a volta à natureza. [...] A abordagem silenciosa deles à ecologia é tão engenhosa quanto exemplar”.¹⁶⁷ A engenhosidade aparece em um novo documentário como atributo dos moradores das favelas, e é considerado “surpreendente” que os moradores não tenham esperado pelo estado para buscar soluções para o ambiente em que vivem – um estado que nunca chega ou, quando chega, institui as regras de cima para baixo, sem ouvir os moradores. É interessante problematizar também o que é qualificado como aproximação “silenciosa” – não há uma explicação clara sobre o que o adjetivo significa. As ações dos moradores são as “pequenas iniciativas”, enquanto as ações estatais são as “grandes” (embora pouco ou nunca existentes, de acordo com as falas dos moradores). Em relação à ONG, é apresentada como a possibilidade de um futuro melhor para as crianças, que “não ficam mais mendigando, como costumavam fazer”.

Na intervenção estatal sobre as favelas apresentadas no documentário, além das UPPs, há a apresentação do urbanista Jorge Mario Jauregui, apresentado como visionário pelo programa. “Esse urbanista incansável tem trabalhado, nos últimos 15 anos, para reunificar a cidade, uma cidade dividida geográfica e socialmente. Seu primeiro projeto atingiu seus

¹⁶⁶ Do original: “*Over the last ten years, they've cleaned up half of the 1,000 favelas*”. A cidade do Rio chegou a ter 37 Unidades de Polícia Pacificadora (Fonte: < <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-07/pm-quer-retomar-programa-de-unidades-de-policia-pacificadora-no-rio>>. Acesso em: 03 jan. 2020), muitas extintas até o fim de 2018, dez anos após o início do programa (Fonte: < <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-10/secretaria-anuncia-fim-de-mais-13-upps-no-rio-ate-o-fim-do-ano>>. Acesso em: 03 jan. 2020). O site oficial do programa (<http://www.upprj.com/>) encontrava-se desativado em 03 jan. 2020. Dados publicados pelo Instituto de Segurança Pública (ISP) mostram que havia “presença ostensiva de criminosos” em 843 áreas do Estado do Rio de Janeiro em 2015 e 2016 (Fonte: <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/12/22/upp-10-anos/>>. Acesso em: 3 jan. 2020).

¹⁶⁷ Do original: “*But more surprising still is that they didn't wait for the cleanup or for help from the authorities to start getting back to nature. [...] Their quiet approach to ecology is as ingenious as it is exemplary*”.

objetivos, um teleférico que corre sobre as favelas que ele quer tornar verdes”.¹⁶⁸ Jauregui defende o teleférico como parte de uma nova visão urbana, que “obviamente encoraja mobilidade social, o que chamamos de desbunkerização”.¹⁶⁹ O urbanista defende, ainda, a necessidade de transformação da cidade, com justiça social e fim das desigualdades, para que o Rio se torne uma cidade sustentável: “O Rio do futuro é uma cidade, não duas”.¹⁷⁰ Embora essa visão do urbanismo como uma forma de diminuir as desigualdades seja comum na formação acadêmica, a fala de Jauregui corresponde às falas de Eduardo Paes em outros documentários, ou seja, trata-se de um discurso oficial, especialmente no que diz respeito à ideia da cidade partida.

A ideia de que a favela corresponde a um *bunker* e que o teleférico promove a integração é, no entanto, contestada por moradores em documentários que compõem o *corpus* deste estudo. Em *Rio 50 Degrees*, por exemplo, um morador deixa claro que eles não queriam o teleférico no Alemão porque não correspondia à forma como as pessoas se locomoviam na favela e, portanto (e pelas características técnicas e localização das estações), atendia a um percentual muito pequeno de moradores. Em *Rocinha – The pedreiro and the master planner*, é possível acompanhar a luta dos moradores, bem-sucedida, para que não houvesse teleférico na comunidade. É interessante observar como os teleféricos são citados com frequência nas narrativas, em uma posição muito clara de conflito entre poder público e moradores. Embora Jauregui ressalte sua visão social do urbanismo, a impressão, pelo documentário, é que suas decisões como urbanistas são tomadas com pouca ou nenhuma consulta à comunidade ou priorizando as demandas institucionais, a despeito do melhor interesse da população local (é clara, por exemplo, a diferença como ele é apresentado em relação ao arquiteto e urbanista Luiz Carlos Toledo em *Rocinha – The pedreiro and the master planner*. Sobre a construção dos teleféricos, Gaffney (2015, p. 151) salienta que

Nem a integração espacial com a cidade fora da favela nem o acesso no interior da favela são iguais para todos os moradores. As tentativas do Estado construir teleféricos em favelas pacificadas são consistentes com a introdução de projetos de mobilidade associados com PAC I e PAC II. Estas intervenções parecem atender as demandas percebidas e não dos residentes. A construção dos teleféricos é claramente uma tentativa de estimular e controlar certos tipos de fluxos, abrir oportunidades para as grandes empresas gerar lucro (“Rocinha Ganhará Teleférico Em 2012” 2010; Nogueira, 2014) e servem para diminuir a população residente ao mesmo tempo em que abrem mais espaço para o comércio (Freeman. 2014).

¹⁶⁸ Do original: “*This tireless town planner has been working for 15 years to reunify the city, a city divided both geographically and socially. His first project set out his aims, a cable car that soars above the favelas that he wants to open up and turn green*”.

¹⁶⁹ Da dublagem: “*The cable car obviously encourages social mobility, what we call ‘de-bunkerizing’.*”

¹⁷⁰ Do original: “*Rio of the future is one city, not two*”.

Outro ponto importante na narrativa documental é a necessidade de mudança de visão e imagem da cidade, a qual se sobressai ainda mais se considerarmos, como já foi dito anteriormente, que também é um ponto fundamental na estratégia de megaeventos. A mudança de imagem não é só apresentada, no entanto, na esfera ambiental – violência e polícia de pacificação também são retratadas no filme, conforme abordado anteriormente, tratando de dois importantes imaginários relacionados ao medo nas narrativas pré-olímpicas.

Em relação à mudança de imagem sobre o cuidado com o meio ambiente, o professor José Pádua ressalta que até os anos de 1970 o governo brasileiro usava a aceitação da poluição como atrativo para as empresas. A narração ressalta que “Hoje, o Rio quer seguir na direção de uma nova era com um novo rosto, uma alma mais verde e uma ação simbólica de seu respeito pela vida”¹⁷¹ O então secretário de Meio Ambiente Carlos Muniz ressalta que, se antigamente a gestão pública não via a natureza como ativo econômico, hoje se entende que em um país tropical ela é parte fundamental da vida.

Para a narração, o Rio está “dando exemplo” a partir das suas ações e os megaeventos agem como catalisadores dessa “volta à natureza” – como exemplo, cita a reforma do Estádio do Maracanã, que passou a produzir parte da energia que consome e a reciclar água da chuva. E lança quase um desafio, mas que também é uma confirmação dessa visão dos megaeventos como oportunidade: “Os Jogos Olímpicos darão ao Rio o momento extra que falta? De qualquer forma, a cidade está claramente fazendo um grande esforço nos seus planos de tornar a cidade mais verde e sustentável. Ele prometeu ao mundo uma cidade limpa para as Olimpíadas. Ser escolhido para as Olimpíadas é uma grande vitória para o Rio no cenário internacional. É também um reconhecimento da extensão da mudança do Brasil na última década. Todos esses fatores significam que agora podemos tomar as medidas necessárias para resolver nossos problemas ambientais. A cidade do Rio prometeu que os dez bilhões de euros para os jogos também serão usados para sanear nas favelas, criar transporte público, limpar a baía e recuperar o tempo perdido para fazer do Rio uma cidade sustentável”.¹⁷² Um dos claros exemplos, ainda segundo a narração, é o Museu do Amanhã – um dos marcos do planejamento urbano na estratégia de megaeventos – dizendo que “ele nos mostra o futuro, há muito tempo sonhado,

¹⁷¹ Do original: “*Today, Rio wants to move into a new era with a new face, a greener soul, and action symbolic of its respect for life*”.

¹⁷² Do original: “*Will the Olympic games give Rio the extra momentum it's been lacking? At any rate, the city is clearly pulling out all the stops on the greenness and sustainability of its plans. It has promised the world a clean city for the Olympics. Being chosen for the Olympics is a great victory for Rio on the international stage. It's also a recognition of the extent to which Brazil has changed over the last decade. These are all factors that mean we can now take the necessary measures to resolve our environmental problems. The city of Rio has promised that the 10 billion Euros for the games will also be used to sanitize the favelas, create public transport, clean up the bay, and make up for lost time in making Rio a sustainable city*”.

em que entre o homem e o meio ambiente não se trata de conflito ou lucro, trata-se de respeito e equilíbrio, em cidades sustentáveis construídas sobre a natureza e com a natureza”.¹⁷³

Não há como negar a urgência das questões ambientais não apenas no Brasil, mas no mundo. No caso específico de um megaevento, cujo impacto ambiental é enorme – número de turistas, modificações urbanas e construções em áreas diversas, consumo de água e comida, geração de lixo e esgoto, dentre outros – planejamento e investimento específicos para o meio ambiente são absolutamente necessários. No entanto, há também a possibilidade de apropriação de discursos que sensibilizam e impactam pessoas no mundo inteiro, tal como o esporte, para agregar valor aos jogos olímpicos como produto que catalisa a transformação almejada.

Outra questão interessante a se pensar no documentário é o que se entende como “volta à natureza”. O que seria esse retorno ao passado, e a qual passado? Qual seria o retorno possível, considerando a existência da cidade? Essas e outras questões me conduzem à construção do Brasil como paraíso, um imaginário que remonta às narrativas fundadoras e que permanece sólido; e que, embora o “caos” seja um ponto negativo em relação à imagem da marca, há a potência de reconstrução desse paraíso com a “volta à natureza”, em um ideal utópico, a partir de um presente distópico.

Esse paradoxo é construído também em outro documentário: *Rio 50 Degrees*, de Julien Temple, especialmente em seus 14 minutos iniciais, abordados nesta seção. O filme desenvolve seu argumento em torno da ideia do Rio como “paraíso tropical distópico”. É interessante observar como Temple constrói sentidos sobre o espaço urbano do Rio de Janeiro, os quais passam desde as narrativas fundadoras, com seus sentidos relacionados ao paraíso tropical (que compõem os mais diversos artefatos da cultura até os dias atuais), até as Jornadas de Junho de 2013. O belo, o exótico, a geografia maravilhosa, a paisagem do ócio, o deleite tropical, a generosidade da flora, da fauna e dos nativos permeiam imaginários tanto de brasileiros, quanto de estrangeiros, tendo na cidade do Rio de Janeiro uma “representante” de toda a nação. Amâncio (2000, p. 22) salienta que “o Brasil pré-colonial evoca retrospectivamente uma mitologia da sedução do trópico, com sua paisagem paradisíaca e sua gente sensual e receptiva”, onde “utopia, mito, miragem, febre de exotismo, é todo um repertório conceitual que vai se projetar na visão das Américas como uma infância da humanidade” (AMÂNCIO, 2000, p. 29).

¹⁷³ Do original: “It shows us the future, a long dreamed of era, where between man and his environment it's not about conflict or profit, it's all about respect and balance, in sustainable cities built on nature and with nature”.

Imagens de um bando de araras vermelhas¹⁷⁴ voando ao som da narração do apresentador, Alan Yentob, em voz *over*. Na sequência, ainda durante sua fala, o narrador aparece deitado sobre o calçadão de Copacabana, em um plano feito por um drone, que segue subindo, abrindo a imagem e dando uma dimensão de grandeza a um dos símbolos da cidade e, após, novas imagens de uma arara sobrevoando um local onde a natureza parece estar intocada: “Você sabe o que é um carioca? Todos no Rio são cariocas. É quente, quente, quente aqui. E está esquentando mais. Este é o momento do Rio, a Copa do Mundo, as Olimpíadas. É o *boom* do Brasil. Será que é mesmo? Este filme de Julien Temple explora os altos emocionantes e os baixos aterrorizantes de um paraíso tropical distópico”.¹⁷⁵

Assim inicia o documentário inglês *Rio 50 Degrees – Carry on Carioca*, exibido e reprisado pelo programa *Imagine*, da rede britânica BBC, entre maio de 2014 e setembro de 2016, antes da Copa do Mundo e após os Jogos Olímpicos, e que tem 1h45min de duração. Dirigido por Julien Temple, cuja história profissional está intimamente ligada à produção de filmes documentais sobre músicos, bandas, festivais e clipes musicais, o programa se desenvolve a partir de um eixo histórico, traçado também a partir dos gêneros musicais de cada época e como eles se transformam e são transformados a partir das realidades da cidade, atuando ainda na construção das sociabilidades urbanas. Antes de *Rio 50 Degrees: Carry on Carioca*, Temple havia dirigido *London: The Modern Babylon*,¹⁷⁶ lançado em 2012, ano de realização dos Jogos Olímpicos na cidade, um filme com linguagem e objetivo semelhantes aos de *Rio 50*

¹⁷⁴ As araras vermelhas são aves que habitam a Amazônia brasileira e rios costeiros margeados por florestas no leste do país, tendo sido localmente extinta de lugares onde ocorria antigamente, como no Espírito Santo, boa parte da Bahia e possivelmente o norte do Rio de Janeiro (Fonte: <https://www.wikiaves.com.br/wiki/arara-vermelha>. Acesso em: 09 mar. 2019). É considerada pelo ICMBio como espécie “quase ameaçada”, ou seja, que pode vir a se enquadrar em uma categoria de ameaça em um futuro próximo (Fonte: http://www.icmbio.gov.br/portal/images/stories/comunicacao/publicacoes/publicacoesdiversas/livro_vermelho_2018_vol1.pdf. Acesso em: 09 mar. 2019). Embora não haja como comprovar, pois não há créditos das imagens, é possível/provável que tanto as imagens das aves, quanto a imagem aérea da floresta tenham sido feitas no Pantanal ou na Amazônia, apesar de o documentário ser sobre o Rio de Janeiro.

¹⁷⁵ Do original: “Do you know what a Carioca is? Everyone in Rio is a Carioca. It's hot, hot, hot here. And it's getting hotter. This is Rio's moment, the World Cup, the Olympics. It's boom time in Brazil. Or is it? Julien Temple's film explores the exhilarating highs and the terrifying lows of a dystopian tropical paradise”.

¹⁷⁶ Sobre *London: The Modern Babylon*, Peter Bradshaw escreveu para o *The Guardian*: “Julien Temple criou uma colagem de clipe brilhante, profunda e exaustiva, uma cinematografia visualmente pulsante [...]. Londres é onde o denso turbilhão de criatividade, energia e violência pode ser encontrado. [...] O material é bem escolhido; as justaposições são espirituosas e ousadas, colapsando a distinção entre o mundo moderno e os dias antigos. Não surpreendentemente, embora talvez não conscientemente, Temple coloca o espírito do *punk* no centro de tudo: combativo, sanguinário, revolucionário e reacionário ao mesmo tempo” (Fonte: <https://www.theguardian.com/film/2012/aug/02/london-the-modern-babylon-review>>. Acesso em: 21 ago. 2019). Sam Taylor, fundador da produtora Film and Music Entertainment (F&ME), salientou que *London: The Modern Babilon* era o filme de Temple mais parecido com o projeto que ele então desenvolvia para o Rio (Fonte: <https://www.sbs.com.au/movies/article/2012/12/19/julien-temple-wraps-children-revolution-production-uk>>. Acesso em: 21 ago. 2019).

Degrees. Em *release* divulgado pela Film London¹⁷⁷ durante o Festival de Cannes de 2011, destaca-se a assinatura de contrato entre a Film London e a Rio Filmes que tinha por objetivo “desenvolver o intercâmbio de comércio, talento e cultura dentro das indústrias cinematográficas de suas cidades”, tendo em vista que ambas as cidades “são [ou eram, na ocasião] *hubs* de filmagem vibrantes, centros de comércio global e pontos de encontro para redes de negócios” (utilizando, nesses argumentos, temas como indústrias culturais e cidade global, abordados anteriormente neste capítulo). Embora as aspas atribuídas a Temple destaquem seu fascínio pela cidade desde sua primeira visita na década de 1970 (“visualmente, o Rio é a mina de ouro de um cineasta e, através de sua música e das pessoas que o criam, tanto a alma da cidade, quanto seu destino único encontram sua expressão máxima”), o *release* aponta o interesse de uso dos produtos audiovisuais no contexto do “momento olímpico” em que viviam as duas cidades. Lê-se na nota à imprensa:

A parceria acontece quando Londres se prepara para passar para o Rio de Janeiro o papel de sediar os Jogos Olímpicos em 2016, após os Jogos de Londres em 2012. Embora o foco do acordo *City to City* seja compartilhar ideias e melhores práticas domésticas e produção internacional de filmes, também haverá colaboração sobre como as indústrias cinematográficas dessas duas cidades olímpicas podem explorar melhor a oportunidade única que oferece. Isso vai variar de como gerenciar a logística das filmagens durante os Jogos Olímpicos até o uso de filmes para capitalizar as oportunidades de turismo.¹⁷⁸

Segundo matérias publicadas à época de pré-produção e produção, Temple pretendia fazer um filme que se chamaria *Children of the Revolution*, e abordaria as revoluções musicais na cidade a partir da década de 1960, incluindo o Rock in Rio.¹⁷⁹ Ele não objetivava fazer um estudo sociológico do Rio, como pontuou em uma de suas entrevistas, mas “mostrar esta cidade como um organismo vivo de cultura”.¹⁸⁰ O projeto, no entanto, sofreu modificações, como se constata ao assistir ao filme, e é possível que o sucesso de *London: The Modern Babylon* tenha causado impacto sobre o resultado final de *Rio 50 Degrees – carry on carioca*. O documentário

¹⁷⁷ A Film London administra a British Film Commission por meio de uma parceria público-privada financiada pelo Departamento de Cultura, Mídia e Esporte.

¹⁷⁸ Do original: “*The partnership comes as London prepares to pass on to Rio de Janeiro the role of hosting the Olympic Games in 2016, following the London Games in 2012. While the focus of the City to City agreement will be to share ideas and best practice on domestic and international film production, there will also be collaboration on how the film industries of these two Olympic host cities can best exploit the unique opportunity it offers. This will range from how to manage the logistics of filming during an Olympic Games to using film to capitalise on tourism opportunities*”. Fonte: <http://filmlondon.org.uk/about/press_releases/2011/may/london_and_rio_sign_city_to_city_agreement>. Acesso em: 21 ago. 2019.

¹⁷⁹ Fontes: <<https://oglobo.globo.com/cultura/o-ingles-julien-temple-volta-ao-rio-para-filmar-documentario-2690948>> e <<https://oglobo.globo.com/cultura/julien-temple-cineasta-que-garimpa-sons-da-cidade-6300792>>. Acesso em: 21 ago. 2019.

¹⁸⁰ Fonte: <<https://oglobo.globo.com/cultura/julien-temple-cineasta-que-garimpa-sons-da-cidade-6300792>>. Acesso em: 21 ago. 2019.

vai para além do que se propunha inicialmente tanto no tempo histórico, quanto em seu tema principal, que deixa de ser a música, embora ela seja importante norteadora da narrativa e tenha função central na linguagem audiovisual.

Tendo esse contexto em vista, cabe salientar novamente a função da música na produção de sentidos no audiovisual, já discutida neste trabalho, e que, no caso do filme de Temple, possui ainda mais protagonismo, também por ser uma marca do diretor. As músicas utilizadas no filme possuem relações estreitas com as imagens que as acompanham e apresentam uma característica diferenciada em relação aos outros documentários que compõem o *corpus* desta pesquisa: são, em sua maioria, músicas brasileiras. Por exemplo, ao falar dos estereótipos, utiliza-se a bossa nova ou o samba-jazz, músicas de grande consumo e repercussão internacional. Ao se falar dos contrastes da cidade, a música *Rio 40 Graus*, com seu célebre verso “purgatório da beleza e do caos”. Ao longo do documentário, a música marca tempos e espaços, construindo e desconstruindo sentidos sobre eles. No entanto, fica a dúvida sobre a eficácia dessa estratégia, considerando que as letras não estão legendadas no arquivo ao qual tive acesso e que a língua poderia se apresentar como barreira para a compreensão, caso elas tampouco tenham sido legendadas durante as exposições na televisão. Por exemplo, a música *O Caminho do Bem*, de Tim Maia, é acompanhada por imagens das ruas com pessoas em situação de vulnerabilidade, dormindo nos bancos e calçadas, em uma ironia que pode ter sido perdida, caso a música não tenha sido legendada.

Conforme salientado anteriormente, o Rio é descrito, no início do documentário, a partir de um oxímoro: um “paraíso tropical distópico” – uma figura de linguagem que, pelo uso das palavras de sentidos opostos (dado que um paraíso seria uma utopia, jamais uma distopia), reforça a linguagem do audiovisual de Temple: cheia de ironias e sarcasmo, também típicos da linguagem mais tradicional (e até mesmo estereotipada) do humor inglês. Trata-se de um documentário construído a partir de um jogo de imagens contrastantes, atuais ou de arquivo (que muitas vezes se confundem com imagens feitas exclusivamente para o documentário); e a produção desses sentidos não se encerra nas imagens contrastantes, ela se dá também nos recursos de montagem (dos quais a música também é parte). Por isso, trago algumas questões a respeito das imagens de arquivo.

Em relação aos arquivos, Foucault (2008) os entende como sistemas que instauram os enunciados como acontecimentos e coisas dentro das práticas discursivas. Não se trata da materialidade (documentos guardados) ou das instituições que os guardam, mas da possibilidade de aparecimento das coisas ditas graças ao jogo que relações que caracteriza o nível discursivo.

O arquivo é, de início, a lei do que pode ser dito, o sistema que rege o aparecimento dos enunciados como acontecimentos singulares. Mas o arquivo é, também, o que faz com que todas as coisas ditas [...] se agrupem em figuras distintas, se componham umas com as outras segundo relações múltiplas, se mantenham ou se esfumem segundo regularidades específicas; [...] é o que, na própria raiz do enunciado-acontecimento e no corpo em que se dá, define, desde o início, o sistema de sua enunciabilidade. [...] é o que define o modo de atualidade do enunciado-coisa; é o sistema de seu funcionamento. [...] é o que diferencia os discursos em sua existência múltipla e os especifica em sua duração própria. (FOUCAULT, 2008, p. 147).

Na concepção foucaultiana, o discurso é objeto de desejo, é também aquilo pelo que se luta, é um poder do qual todos querem se apoderar (FOUCAULT, 2000); e o arquivo, nesse contexto, atua como prática que permite a subsistência dos enunciados, mas também sua modificação; “*É o sistema geral da formação e da transformação dos enunciados*” (FOUCAULT, 2008, p. 148, grifo do autor). No que diz respeito ao uso das imagens de arquivo no documentário, Mello (2014) ressalta, baseando-se em Didi-Huberman, que elas “são potentes e capazes de exigir um trabalho crucial da memória, produzindo uma incessante reconfiguração do passado” (MELLO, 2014, p. 22). Nesse sentido, ao recolher as imagens de arquivo e construir novas associações e classificações a partir de seu uso, os criadores do audiovisual questionam a posição das imagens como dispositivos conceituais, construindo novas posições.

O arquivo no cinema nada é antes de ser recolocado a serviço da montagem, pois existe uma tomada de posição de ordem política frente ao arquivo. Podemos pensar, então, que esta tomada de posição política dos arquivos está intimamente relacionada com as fraturas da história. Em outras palavras, podemos dizer que as lacunas dos arquivos serviriam como mecanismo de desvelo das chamadas fraturas da história, dentro de seus regimes de visibilidade e dizibilidade. (MELLO, 2014, p. 22).

Três conceitos são essenciais na obra de Didi-Huberman para compreender a relação entre história e tempo na imagem: anacronismo, sintoma e sobrevivência. Por anacronismo entende-se o rastro (vestígio) característico das imagens, tal como uma marca ou sintoma que se expressa em outras imagens e tempos. O sintoma é aquilo que aflora as memórias, relações, semelhanças e tensões nas diversas temporalidades presentes nas imagens. A memória presente na imagem pode gerar tempos heterogêneos e descontínuos de acordo com a montagem – o anacronismo, o qual expressa a complexidade e sobredeterminação das imagens, consideradas um “campo de forças carregado de tempo complexo e impuro, ou seja, uma multiplicidade de tempos” (MELLO, 2014). A importância da montagem, nesse sentido, está na constante atualização do presente e incessante reconfiguração do passado por meio de um movimento de construção da memória. E, na montagem do documentário aqui em análise, a potência das imagens de arquivo busca, em consonância com imagens de entrevistas, memórias sobre a cidade, memórias essas que também atuam sobre os imaginários, além de mostrar processos de

construção dos imaginários que perduram até os dias atuais. Julien Temple, ao resgatar essas imagens e reutilizá-las com outros recortes, em outros contextos, denuncia, de certa forma, as histórias contadas, os estereótipos sólidos construídos ao longo dos anos (também) por produtos audiovisuais, de ficção ou não, de forma a tensioná-los.

Músicas e imagens de arquivo são centrais para a montagem desse documentário, conduzindo a narrativa de uma forma a produzir sentidos que corroboram a ideia do oxímoro paraíso *versus* distopia, mas que também exercem a importante função de tensionar e ironizar os estereótipos e os clichês associados à cidade, mostrando que ela é muito mais diversa e complexa do que os sentidos que a marca carrega e que, acima de tudo, é uma cidade em conflito – não apenas o conflito armado, mas também em relação a uma violência simbólica que exclui em nome da reconfiguração da imagem da cidade para os megaeventos, para a criação de uma marca-cidade que se almejava cidade-global. Esse questionamento sobre a condição do Rio pré-olímpico, de certa forma, ultrapassa os limites da cidade (e do país): é um questionamento em relação à estratégia de megaeventos e do planejamento estratégico como modelos de crescimento para as cidades e, embora seja possível observar em alguns filmes o flerte das narrativas com o modelo neoliberal, há também a emergência de discussões que o questionam, especialmente devido aos efeitos nas populações mais pobres. Alan Yentob deixa a pergunta: será mesmo que esse é o *boom* do Brasil, o momento do Rio?

A primeira imagem do documentário, das araras, traz uma referência considerada icônica na construção dos imaginários sobre o país: o papagaio.¹⁸¹ Segundo Amâncio (2000), houve um grande interesse dos europeus por essas aves desde o momento da chegada dos portugueses ao Brasil. Elas eram valorizadas nos mercados da Europa, segundo o autor, devido à associação com a fauna da Índia (AMÂNCIO, 2000; HOLANDA, 2000). A ave era também muito associada a mitos religiosos: habitavam uma ilha milagrosa na viagem de São Brandão, descendiam dos anjos caídos após a revolta de Lúcifer, ou ainda, a outras transfigurações de anjos e às almas dos justos, e a ideia de terem sido os únicos animais a manterem a fala após o pecado original carregaria o entendimento de que elas preservaram as virtudes dos primeiros tempos – o tempo dos Jardins do Éden. Além do papagaio, a imagem na natureza “intocada” também remete à construção da cartografia do “novo mundo” pelas narrativas fundadoras e em outros textos que idealizam paisagens dos cenários edênicos, tal como salienta Holanda (2000, p. 258):

¹⁸¹ Apesar de serem espécies distintas, papagaios e araras são aves da mesma ordem (*Psittaciformes*) e mesma família (*Psittacidae*).

a amenidade do sítio corresponde bem à noção do homem feito à imagem de Deus; não se conhece ali neve ou granizo, e nada é triste ou corrupto; sem haver febre ocorre o antídoto, e não existindo defeitos na Natureza, já lá aparecem os remédios. Ausentes o horror hibernal e as intempéries, prevalece constante a primavera, e tudo quanto há vai em aumento pela própria harmonia do tempo. Para completar o quadro, no topo de cedro e de outras árvores, cantam a fênix, perenemente vivaz, e o papagaio, e uma só é a harmonia dos pássaros inumeráveis, louvando, cada qual à sua maneira, e celebrando, jubilosos, o Criador.

A imagem do paraíso edênico carrega também um sentido de utopia. A vida imaginada como diferente, melhor que a conhecida, é, segundo Bauman (2003), característica constitutiva da humanidade, um desejo de transcendência como atributo universal. Nesse sentido, é possível entender o “novo mundo” como paraíso utópico:

Novo não só porque, ignorado, até então, das gentes da Europa e ausente da geografia de Ptolomeu fora “novamente” encontrado, mas porque parecia o mundo renovar-se ali, e regenerar-se, vestido de verde imutável, banhado numa perene primavera, alheio à variedade e aos rigores das estações, como se estivesse verdadeiramente restituído à glória dos dias da Criação. (HOLANDA, 2000, p. 254).

O termo utopia, cunhado por Thomas More no ano de 1516, 24 anos após a chegada dos europeus nas Américas, refere-se a *topos* – um lugar, segundo Bauman (2003), onde as visões de vida diferentes eram sempre associadas a um território definido. Aqui, o termo se destaca do paraíso cristão para tomar corpo nas cidades. Na “modernidade sólida”, o mundo é conscientemente territorial, tendo suas identidades ligadas ao território, unindo espaço e poder (o poder inscrito no reino da soberania e os estados como autoridade e entidades territoriais). Utopia, nesse sentido, ainda de acordo com Bauman (2003), diz respeito a um reino de tranquilidade, certeza e estabilidade, constante e consistente. “As utopias eram os produtos finais antecipados da habilidosa implantação tanto da plasticidade do mundo, quanto da nova (genuína ou suposta) liberdade de remodelar as condições humanas com o propósito de construir um mundo livre da maldição da incerteza” (BAUMAN, 2003, p. 16). Seu problema, segundo o autor, não diz respeito à potência da transcendência, mas, sim, à sua articulação como projeto: “programas de mudança e de visões de vida coesos e abrangentes que a mudança espera provocar – visões que se destacam da realidade, esboçando uma visão completa e verdadeira, um mundo alternativo” (BAUMAN, 2003, p. 12).

Orellana (2010) descreve o conceito de utopia de More a partir da presença no termo do radical “u” como um território a se descobrir, uma meta a se conquistar, um lugar possível de ser alcançado em algum ponto da Terra; um lugar diferente de todos os outros existentes, onde reina o ideal. Segundo Orellana, a perspectiva de More considera que os interesses mercantis e a propriedade privada rompem com a harmonia comunitária e, desta maneira, uma sociedade utópica somente se construiria a partir de uma sociedade sem noção de propriedade ou que não

utilize dinheiro, sendo o desejo a verdadeira fonte da desgraça humana. Ainda de acordo com Orellana, Aristóteles já mencionava a ideia de utopia urbana, e Platão descreveu a república ideal, utilizando uma metáfora anatômica que equivaleria a um corpo são e asséptico, sem manchas nem contrastes, “que não pode ter lugar no real” (ORELLANA, 2010, p. 136). Outro conceito importante trazido pelo autor é o de Tommaso Campanella e sua *Cidade do Sol*, onde o poder fecha os espaços arquitetônicos e humanos, homogeneizando diferenças e interesses por meio da produção de corpos dóceis, convertendo-se numa espécie de totalitarismo.

Observa-se algumas das questões trazidas até o momento para debate: a construção do Brasil como paraíso tropical utópico desde a chegada dos portugueses, um imaginário reproduzido ainda hoje das mais diversas formas, e que no documentário agora em análise tem como representante a fauna e a flora; a construção da cidade ideal, global, da marca-cidade almejada pelas narrativas oficiais, que utiliza os megaeventos como meio e fim para atingir seus objetivos; e o deslocamento desses conceitos pela narrativa do documentário a partir do entendimento do Rio de Janeiro “como paraíso tropical distópico”, tal como descrito na abertura do programa pelo apresentador Alan Yentob.

Tunico Amâncio (2000), em seu estudo sobre a representação cinematográfica do Brasil em longas estrangeiros de ficção, revela que certos modelos instituídos pela indústria cinematográfica fazem parte de um repertório que se articula com textos fundadores (Carta de Caminha e relação de Gonville) em quatro filiações principais: (1) Pero Vaz, que diz respeito à figura do viajante narrador que vive a relação de alteridade para confirmar uma imagem preconcebida; (2) Essomericq, o emigrante, exilado, brasileiro como estrangeiro; (3) Afonso Ribeiro, o degradado, que precisa fugir da lei para ter uma nova oportunidade; e (4) Utopia, “a projeção de uma ilusão, de um desejo de alteridade, de exotismo, na busca de um espaço mitológico ou geográfico de realização” (AMÂNCIO, 2000, p. 33). Acerca da filiação utopia, o autor destaca que, dentre os filmes que compõem o *corpus* de seu estudo, essa característica se dá especialmente em produções europeias: “intermediando o passado e o futuro, o Brasil vai ser ainda metáfora de mundos perdidos, ou ainda inalcançados (AMÂNCIO, 2000, p. 114).

Rio 50 Degrees resulta, portanto, da tensão entre a ideia do paraíso tropical, a cidade utópica, e os “efeitos” produzidos na construção da “cidade olímpica”, uma cidade que exclui, apesar de (e devido a) seu desejo asséptico e sua meta de tornar-se global. Nos termos de Sánchez e Broudehoux

o modelo de planejamento orientado por eventos promove uma visão exclusiva da regeneração urbana que pode abrir caminho para a privatização e mercantilização do espaço urbano assistidas pelo Estado, servindo assim às necessidades de capital,

exacerbando a segregação sócio-espacial, a desigualdade e os conflitos sociais. (SÁNCHEZ; BROUDEHOUX, 2013, p. 133).

Na ideia da cidade distópica, muito explorada pela literatura e pelo cinema de ficção, a narrativa abandona os “mundos perfeitos” de More, Platão e Campanella para dar lugar à desesperança, à sociedade catastrófica, a uma perspectiva sombria comumente ligada a sociedades de um futuro apocalíptico, muito ligado ao desenvolvimento tecnológico (ORELLANA, 2010). Dentre os exemplos mais clássicos, pode-se citar, na literatura, *Admirável Mundo Novo*, de Aldous Huxley, publicado pela primeira vez em 1931; e *1984*, de George Orwell, cuja primeira edição data de 1949; no cinema, destacam-se *Blade Runner*, de Ridley Scott (1982); *Brazil*, de Terry Gilliam (1985); e *Matrix*, das irmãs Wachowskis (1999). Há diversos outros exemplos também na televisão, como a série *The Handmaid’s Tale*, de Bruce Miller (2017 até o presente, totalizando três temporadas), baseada no livro homônimo de Margaret Atwood, publicado em 1985. No entanto, para o diretor do documentário, Julien Temple, trata-se de uma representação possível da sociedade carioca do passado e do presente.

Como pode ser visto nessas produções, a distopia retrataria uma sociedade de pesadelo em que se apresenta um jogo entre desesperança e felicidade. Para um observador externo, é evidente que a cidade descrita é um espaço trágico, embora seus habitantes insistam repetidas vezes em proclamar sua felicidade. Enquanto isso, na cidade utópica, o tema da felicidade era uma dedução lógica da perfeição das condições de vida, na cidade distópica a afirmação da felicidade expressa a alienação de um sujeito que não reconhece a situação miserável em que se encontra. (ORELLANA, 2010, p. 141).

Após a fala do narrador, a música *Rio 40 Graus*, de Fernanda Abreu, é a trilha sonora de imagens que corroboram a ideia de “purgatório da beleza e do caos”: um jogo de imagens contrastantes, atuais ou de arquivo, que mostram imagens de surfistas de trem¹⁸² em vagões lotados, uma mulher que se exercita na praia, cachorros que passeiam no calçadão de Copacabana, a vista de um apartamento luxuoso de frente para o mar, a favela, as festas nas boates e dentro do trem, as danças, bebidas alcoólicas, a sensualidade, o estar-junto, a violência, o sexo e a sensualidade, entrecortadas por imagens de um termômetro que mostra a temperatura subindo – um resumo dos imaginários sobre o Rio de Janeiro entrecortados por imagens não tão comuns para estrangeiros. O documentário denuncia, especialmente durante seus primeiros 14 minutos, a diferença entre a imagem construída, a imagem almejada e a cidade vivida.

¹⁸² O “surfe ferroviário”, como também é conhecido, é a prática de viajar sobre os vagões dos trens, desviando dos obstáculos. Foi uma prática muito popular nos anos de 1990 que causava muitos acidentes, inclusive com mortes. (Outras informações: <<https://revistatrip.uol.com.br/trip/mar-raivoso-a-ousadia-e-o-protesto-dos-surfistas-ferroviarios-no-rio-de-janeiro>>. Acesso em: 09 mar. 2019).

A relação com o dinheiro é uma das questões da cidade distópica construída pelo documentário, considerando especialmente que na construção da cidade utópica de Platão, More e Campanella a propriedade é uma das fontes de problemas e deve ser controlada ou combatida. Dois exemplos claros são apresentados logo no início do filme: no primeiro, a participação da *socialite* Narcisa Tamborindeguy como representante da riqueza e do consumo de luxo na cidade. Ela se hospeda no Copacabana Palace, onde nada na piscina. “Eu me sinto superbem no Copacabana Palace, como eu sou superbem recebida na Grande Rio, sabe, isso é o jeito de ser carioca, o contraste da cidade, do rico, do lixo com o luxo”, diz. Cenas da *socialite* mergulhando na piscina são intercaladas com imagens de uma idosa lavando roupa em uma poça d’água que se forma em um buraco de uma via, onde duas pessoas também tomam banho. Após, imagens de Narcisa em uma festa luxuosa, na qual há uma banheira cheia de champanhe. A também *socialite* Val Marchiori, que participa da festa, diz, fazendo gestos com uma taça: “vou tacar champanhe no povo”.

No segundo exemplo, o dinheiro também é usado como justificativa para a divisão da cidade entre Zona Norte e Zona Sul. Nelson Motta diz que o valor do metro quadrado de um imóvel em Ipanema é mais alto que em Park Avenue (Nova York). O documentário cita a divisão da cidade pelas montanhas e a necessidade de túneis para sua união, assim como menciona a diferença populacional nas duas áreas. Uma entrevistada diz que “o Rio parece [se resumir a] a Zona Sul”, enquanto outra diz que “na Zona Sul as pessoas se acham melhores”. Uma moradora de rua diz que na “na Zona Sul as pessoas são muito ignorantes” e que há muitos racistas, por isso, ela prefere a Zona Norte. Um taxista diz que na Zona Norte os vizinhos são amigos e que a convivência é mais solidária, mas que é uma área muito perigosa, que não é possível fazer corridas para lugares não pacificados porque “o cara pode te pedir pra desovar um corpo”, que você pode ser alvejado por um tiro por ser confundido. E encerra: “a diferença é a grana”. O então prefeito do Rio Eduardo Paes também é entrevistado. Ele diz que é um carioca da classe média-alta, nascido na Zona Sul, e diz que “o grande desafio desta cidade tem sido, nos últimos anos, e será nos próximos anos, certamente, essa integração desse Rio de vários Rios”. Na separação da cidade devido ao abismo social gerado pela acumulação financeira (e mais uma vez na corroboração da ideia de “cidade partida”), constrói-se a distopia do paraíso tropical das matas e das aves. O paraíso edênico divide espaço com cenários de pobreza e de miséria, dando o tom do contraste entre paraíso utópico e cidade distópica.

Outra questão trazida logo no início do documentário é a construção dos imaginários sólidos sobre a cidade. Um instrutor de asa delta fala, enquanto voa: “aqui, onde os homens e as mulheres viram deuses. O Rio de Janeiro, devido a essa geografia onde as montanhas

recortam o nosso litoral, ela trouxe para o carioca uma perspectiva aérea”. Diversas imagens aéreas dos mais sólidos clichês da metrópole são exibidas ao som de *Samba do Avião*, de Tom Jobim, outro clichê da cidade. Amâncio (2000, p. 147-148) reitera que

Essencialmente aéreas, as vistas introdutórias do Rio compõem o mais imediato leque de clichês sobre a cidade. Esta facilidade de composição plástica, possibilitada pela exuberante corografia, estabelece com a presença do mar – a Baía de Guanabara ou as praias oceânicas – um conjunto do qual a natureza tropical parece se nutrir para um efeito de espetacularidade. A natureza emoldura o nicho urbano e lhe dá substância pictórica.

A esse conjunto de imagens que compõe a apresentação da cidade em seus mais sólidos clichês acrescentam-se imagens de arquivo que corroboram os (e que contribuíram na construção dos) imaginários de estrangeiros sobre a cidade. Imagens do filme musical *Flying Down to Rio* (1933), com Fred Astaire, são exibidas: mulheres fazem uma coreografia na asa de um avião, e o vento as deixa seminuas. Imagens do filme *Interlúdio*, de Alfred Hitchcock (1946), mostram Ingrid Bergman e Cary Grant chegando ao Rio de Janeiro e admirando a cidade de dentro do avião. Um documentário estrangeiro é exibido,¹⁸³ com imagens coloridas ou em preto e branco do carnaval, assim como imagens do filme *Orfeu* (1959). Raul Manso, taxista, diz que transporta muitos turistas, os quais sempre querem ir ao Cristo Redentor, Pão de Açúcar, Maracanã, quadras de escolas de samba, reiterando os imaginários sobre o consumo turístico da cidade, enquanto imagens de um mapa antigo são exibidas ao som de *Mas que Nada*, de Sérgio Mendes, sobrepostas a imagens de arquivo de carnavais, de uma calopsita dançando e do próprio clipe da música em preto e branco, fechando um leque que compõe, em áudio e em visual, imaginários sólidos da cidade. O diretor, ao resgatar essas imagens e reutilizá-las com outros recortes, em outros contextos, denuncia, de certa forma, as histórias contadas, os estereótipos sólidos construídos ao longo dos anos (também) por produtos audiovisuais, de ficção ou não.

Nessa disputa conduzida pelo documentário, uma fala de Fausto Fawcett, cantor brasileiro identificado no documentário como *street philosopher* questiona as representações clássicas sobre o Rio de Janeiro: “esse cartão postal do chope, da mulher, do futebol, da alegria, blá-blá-blá, é legal, mas é paralisante”. Fawcett alerta, com suas palavras, sobre uma questão importante acerca dos estereótipos: embora não correspondam a uma suposta “verdade

¹⁸³ Como não há créditos nas imagens de arquivo no material ao qual tive acesso, não foi possível identificar todos os filmes utilizados. No entanto, tratam-se de imagens de arquivos públicos, ou seja, produtos audiovisuais que foram produzidos para uma exibição pública a determinada audiência, dentre filmes, imagens documentais, programas de televisão.

fundadora”, são vistos como tal e, portanto, são resistentes a mudanças; e eles também são úteis, pois, de acordo com Freire Filho, Herschmann e Paiva (2004, p. 3),

[...] ambicionam impedir qualquer flexibilidade de pensamento na apreensão, avaliação ou comunicação de uma realidade ou alteridade, em prol da manutenção e da reprodução das relações de poder, desigualdade e exploração; da justificação e da racionalização de comportamentos hostis.

Ainda no tensionamento por meio das imagens de arquivos, o documentário mostra cenas do filme *Xica da Silva* (1976). Enquanto a protagonista Zezé Mota encena uma dança com nudez, Fawcett reitera: “então fica aí quietinho porque você é o bom selvagem, alegre, erótico e servil”. Essas críticas se referem à perfeição física, outro atributo explorado desde as narrativas fundadoras (AMÂNCIO, 2000) que passa a ser explorado mercadologicamente (ligado especialmente a gênero e raça), segundo Gomes e Gastal (2015), com a criação da Embratur, durante a ditadura militar, devido à relevância que o turismo ganhava para o Brasil. Nesse período

A Embratur divulgou intensamente a imagem do Brasil como país harmônico, reafirmando a identidade nacional em torno da mestiçagem/sexualidade/paraíso. Construiu, assim, a *mulher brasileira* como um atrativo turístico (Caetano, 2004; Gomes, 2009, 2010) ao utilizar, seguidamente, imagens de mulheres seminuas associadas a paisagens naturais, notadamente as praias, ou a eventos como o carnaval, nos materiais de divulgação turística. (GOMES; GASTAL, 2015, p. 212, grifo das autoras).

O ideal paradisíaco construído desde as narrativas fundadoras e reiterado tanto nos planos governamentais de turismo, quanto nos mais diversos produtos midiáticos, como cinema (AMÂNCIO, 2000) e televisão (GOTARDO, 2016), é também parte dos imaginários de consumo turístico – ou, sob o ponto de vista institucional-mercadológico, são parte de uma estratégia para construir uma marca, criar atributos intangíveis para o país, de forma a criar diferenciação entre os competidores para atrair consumidores e, portanto, divisas (FREITAS; GOTARDO; SANT’ANNA, 2015). E, novamente, observa-se o imaginário da “Eva”, a pecadora, a prostituta, a mulher hiperssexualizada, geralmente ligada à figura da “mulata”,¹⁸⁴ revelando uma dupla opressão – de gênero e de raça –, tal como podemos ver por meio do uso das imagens do filme *Xica da Silva* (GOMES; GASTAL, 2015).

Prosseguindo na análise do documentário, o então prefeito Eduardo Paes salienta, em entrevista registrada no Centro de Operações do Rio, que “a gente tem que deixar de ser uma

¹⁸⁴ Conforme destacam Gomes e Gastal (2015, p. 211), militantes do movimento feminista negro “criticam e buscam desconstruir o estereótipo da mulata, segundo o qual mulheres negras são entendidas como responsáveis pela sedução de homens brancos e, assim, pela fundação da nação mestiça ou da civilização luso-tropical. A denúncia do feminismo negro refere-se à ideologia da mestiçagem, vinculada à construção discursiva da hiperssexualidade das mulheres negras, que oculta a opressão e a violência sexual que sofreram as mulheres negras escravizadas”.

espécie de paraíso tupiniquim, república das bananas. É o que a gente tem que mostrar, que essa cidade é uma cidade melhor, isso aqui, nós não queremos construir uma cidade para visitantes em busca de lugares exóticos dos trópicos, nós queremos uma cidade melhor para as pessoas que vivem aqui”. Enquanto fala, imagens de arquivos mostram pessoas dançando em fantasias de bananas, pessoas trabalhando na colheita da fruta, uma pessoa ao lado de um índio, um artista de rua tocando guitarra na praia, os músicos da banda U2 na varanda do Copacabana Palace, o clipe da música *Beautiful*, de Snoop Dogg e Pharrell Williams, e um mapa antigo sobre o corpo de uma mulher de biquíni, imagens que se contrapõem à fala do prefeito. Paes representa essa voz da marca oficial, da construção que o planejamento estratégico almeja, desconsiderando os potenciais efeitos excludentes que a implantação do plano de reconstrução da cidade impunha a uma grande parte dos cidadãos, tal como apontaram Sánchez e Broudehoux (2013), e é questionado por imagens do filme.

Sobre essa cidade “melhor para as pessoas que vivem aqui” (em detrimento de sua construção para consumo turístico, segundo o entendimento da fala de Paes) que o então prefeito tentava defender como projeto, uma entrevistada, deitada sobre o calçadão de Copacabana, salienta: “não é só o Rio de Janeiro maravilhoso, ‘cidade maravilhosa’, que gringo tá acostumado a ver”. Ao som de *País Tropical*, de Jorge Ben Jor, um *travelling* que passa sobre a mata, sobre a favela, chegando até a praia. A entrevistada continua: “É uma cidade com conflitos, com favelas, com necessidades em educação, saúde, que não é tão mostrado lá fora e que deveria ser, porque vir pra cá e ver só os pontos turísticos é fácil, mas ver como é uma cidade de verdade, nem todo mundo consegue”. A entrevistada denuncia a diferença da imagem da cidade que é construída *versus* a cidade que é vivida por seus cidadãos, contrariando a fala oficial de Paes.

Figura 11 – Abertura de *Rio 50 Degrees*



(1) Bando de araras abre o filme. (2) Apresentador no calçadão de Copacabana. (3) Surfistas de trem. (4) Apartamento luxuoso. (5) Dona Glória. (6) Vista da cidade a partir do Pão de Açúcar, com o bondinho subindo. (7) Bebel Gilberto é entrevistada. (8) Violência na cidade. Fonte: *Rio 50 Degrees – Carry on Carioca* (2014)

Na disputa discursiva sobre a produção de sentidos acerca da cidade olímpica, Julien Temple promove em seu filme importantes deslocamentos em relação aos sentidos produzidos pelos discursos oficiais por meio dos recursos de montagem, a partir, por exemplo, do uso de imagens contrastantes e de arquivo, as quais promovem tensionamentos em relação aos mais sólidos estereótipos e clichês da cidade com um potencial de reconfiguração do passado, com possíveis novas associações e classificações; a partir da música, muitas vezes utilizada de forma irônica e em contraste com as imagens, ou mesmo como contextualização histórica da produção de clichês; e a partir dos textos/falas, como quando o apresentador questiona se esse é mesmo o “momento do Rio”. A importância desse filme se dá ainda pelo fato de que esses discursos

desviantes entraram em circulação na mídia hegemônica, colocando em xeque, de certa forma, todo aparato de construção da cidade olímpica pelos efeitos produzidos pela estratégia de megaeventos no Rio de Janeiro.

Apenas nos primeiros 14 minutos, *Rio 50 Degrees – Carry on Carioca* promove um grande e importante tensionamento nos imaginários relacionados à cidade, que é apresentada como “paraíso tropical distópico”. Áudio e visual compõem um leque de representações que denunciam um reducionismo da cidade aos seus estereótipos, a distância entre o discurso oficial da marca e cidade vivida, a colonização dos corpos, o abismo social entre os mais ricos e os mais pobres: uma cidade moldada pela geografia maravilhosa do paraíso edênico, mas que carrega o estigma das narrativas distópicas futuristas em seu passado e presente. Mas também, uma cidade plural, que vive todos os seus espaços das mais diversas formas, apesar de estes serem excluídos na conformação da marca-cidade.

Naturópolis e *Rio 50 Degrees* atuam sobre os imaginários sólidos sobre o Brasil como paraíso edênico, confrontando essa ideia a partir da apresentação de um presente distópico: poluição, conflitos urbanos e sociais, ocupação do espaço, desigualdades e o papel dos megaeventos na mudança possível fazem parte de um leque de questões que vão de encontro às narrativas oficiais. Ainda assim, é possível observar que *Naturópolis* se alinha a um discurso otimista de salvação pelos megaeventos, corroborando as UPPs como saída para a violência das favelas (principal discurso oficial em relação ao medo na cidade), além de avalizar certos discursos meritocráticos; já *Rio 50 Degrees*, apesar de mostrar as narrativas hegemônicas e contra-hegemônicas, claramente se alinha mais à segunda, o que fica claro desde a primeira fala do programa: apenas esse documentário questiona se esse é realmente o momento do Rio, o *boom* do Brasil.

É interessante observar como a construção da “cidade olímpica” se dá no âmbito discursivo, relacionando a teoria do planejamento estratégico e estratégia de megaeventos, documentos e estratégias do COI, documentos da candidatura e operacionalização da cidade (e documentos da esfera federal que dão suporte à estratégia), chegando no campo da Economia para a defesa de um modelo neoliberal meritocrático; e, mais interessante ainda, é buscar as brechas que possibilitam as disputas e os questionamentos a respeito deste modelo de desenvolvimento.

No próximo capítulo, serão discutidas as principais disputas, os principais conflitos com as narrativas oficiais, os quais passam pela conformação histórica da cidade do Rio de Janeiro, Jornadas de Junho, política de segurança pública e pelos corpos negros, pobres, homossexuais, transexuais e deficientes que clamam o direito à cidade.

3 UM RIO DE CONTRADIÇÕES: DISPUTAS NARRATIVAS

Burbank, Andranovich e Heying (2001) destacam que megaeventos são ocorrências multidimensionais e com múltiplos propósitos e seus impactos vão muito além do econômico: são também físicos, socioculturais, políticos e até mesmo psicológicos. Aparentemente, no entanto, os discursos hegemônicos sobre os benefícios de transformar uma cidade em cidade-sede de megaeventos avalizam apenas os pontos positivos da estratégia de desenvolvimento urbano, deixando seus riscos “escondidos”, de forma que, silenciados, não possam fazer parte de um debate amplo com a população. Se, na perspectiva teórica do *city branding*, há uma necessidade emergente entre governos de gestão de marca para fortalecer a imagem da cidade em um contexto de aumento de competitividade (MARTÍNEZ, 2007), o objetivo é gerir a marca tal como em um produto de uma empresa, pela forma como opera (Martínez, 2007, explica a teoria de gestão de marca empresarial aplicada passo a passo à cidade) – e opera na centralização das decisões estratégicas de gestores que devem partir, ainda segundo a autora, de uma análise PASTE (identificação dos fatores político, econômico, sociocultural, tecnológico e ambiental que tiveram influência na formação do país, bem como aqueles que determinam seu presente e que compõem seu futuro) para gerar uma análise SWOT,¹⁸⁵ a qual determinará as ações de comunicação da marca-cidade.

E, embora a autora reconheça que “a marca integral de uma cidade e de um país é um sistema vivo que conforma uma rede complexa de diferentes conceitos, interações e determinantes para esta seja viável, dinâmica e produtiva” (MARTÍNEZ, 2007, p. 82), ela também defende, por exemplo, a existência de uma direção de comunicação central única atuando como inspetora da marca. Dentro dessa direção, deve-se gerir dois tipos de comunicação: a organizativa e a de *marketing*. Aos cidadãos, cabe a primeira, com o

[...] objetivo de fortalecer o conhecimento dos cidadãos sobre sua cidade ou país, assegurar valores e princípios e, por fim, reafirmar a cultura. A gestão desta forma de comunicação é a chave do êxito, já que permite motivar, sensibilizar e integrar a cidadania como os protagonistas deste processo de construção da marca. (MARTÍNEZ, 2007, p. 95).

¹⁸⁵ A análise SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) é uma das ferramentas mais difundidas de análise estratégica que visa, por meio de uma matriz, identificar os pontos fortes, fracos, ameaças e oportunidades em um dado contexto, podendo ser usada em diversos níveis estratégicos (desde abertura de empresas até lançamento de produtos) – e que, para Martínez (2007), pode ser usado no desenvolvimento da estratégia de *city branding*. Ainda que possa ser uma ferramenta válida e útil no contexto empresarial, cabe avaliar se ela seria suficiente para planificar os pontos relativos às cidades em toda a sua complexidade, gerando informações para as demais etapas defendidas pela autora.

Vainer (2000) também destaca a emergência do planejamento estratégico para as cidades, entendido por muitos autores como uma necessidade ou exigência do desenvolvimento e dos desafios pelos quais as cidades têm passado: “*a nova questão urbana* teria, agora, como nexos central a problemática da *competitividade urbana*” (VAINER, 2000, p. 76, grifo do autor), sendo a adoção do planejamento estratégico a única forma “eficaz para fazer frente às novas condições impostas pela globalização às cidades e aos poderes locais” (VAINER, 2000, p. 78). Ainda segundo o autor, o projeto de cidade proposto é articulado em torno de três analogias constitutivas: a cidade como mercadoria, como empresa e como pátria.

No caso da cidade-mercadoria, o autor analisa uma linha de pensamento distinta da de Martínez (2007): a de que a cidade deve possuir atributos específicos de interesse do capital transnacional para articulação à economia global; ao invés de um diagnóstico específico, as características se tornam universais, o que justifica “por que as propostas constantes de todos os planos estratégicos, sejam quais forem as cidades, pareçam-se tanto umas com as outras: todos devem vender a mesma coisa aos mesmos compradores virtuais que têm, invariavelmente, as mesmas necessidades” (VAINER, 2000, p. 80), sendo a cidade de Barcelona o grande modelo a ser seguido. No debate, ainda, a questão de que a cidade, como mercadoria de luxo com um consumidor específico (leia-se capital internacional, visitantes e usuários solváveis), deve lançar um novo olhar sobre a pobreza, pois esta influencia as decisões de agentes econômicos. E assim a pobreza é convertida em *ambiente* ou *entorno social* no planejamento estratégico da cidade.

Já no que diz respeito à cidade-empresa, diz o autor que ela sai de uma passividade atribuída à cidade-mercadoria, vista como objeto, para tornar-se sujeito ativo. As cidades competem entre si, tal como empresas, e, também dessa maneira, podem planejar como na iniciativa privada. Vainer ressalta, no entanto, que essa “não é a primeira vez que, para efeito de seu planejamento, a cidade toma como protótipo a empresa privada; de fato, todo o urbanismo modernista teve como modelo ideal a fábrica taylorista, com sua racionalidade, funcionalidade, regularidade e produtos standardizados” (VAINER, 2000, p. 85) – se o modelo taylorista corresponde à cidade moderna, o autor levanta a questão de que o modelo do planejamento estratégico corresponde à cidade pós-moderna, tendo a lógica de mercado como orientador do que David Harvey (1996) chamou de *empresariamento da gestão urbana*. Trata-se de uma redefinição dos conceitos de cidade, poder público e governo.

Assim, ver a cidade como empresa significa, essencialmente, concebê-la e instaurá-la como agente econômico que atua no contexto de um mercado e que encontra neste mercado a *regra* e o *modelo* do planejamento e execução de suas ações. Agir estrategicamente, agir empresarialmente significa, antes de mais nada, ter como

horizonte o mercado, tomar decisões a partir das informações e expectativas geradas no e pelo mercado. (VAINER, 2000, p. 86, grifo do autor).

É necessário, assim, tensionar esse desejo de controle e de gestão, de comunicação de via única (conforme defende Martínez, 2007), como forma de gestão e de comunicação possível e desejada no âmbito da cidade – defendido dentro do contexto de mercantilização do espaço público. Trata-se de um movimento que, pela via da centralização da gestão, tende a excluir cada vez mais a participação popular dos processos decisórios sobre a cidade, limitando a atuação-cidadã, criando barreiras para ouvir as mais distintas demandas provenientes de uma cidade desigual, de forma a garantir que as mudanças na cidade sejam tomadas pelas mãos de uma elite que historicamente se perpetua na administração pública, beneficiando, também historicamente, tal como veremos a seguir, os espaços onde vivem as populações mais abastadas, destituindo, conforme salienta Vainer (2000, p. 89, grifo do autor), “grupos com *‘escassa relevância estratégica’*”, e garantindo a participação das empresas nos processos de decisão e implantação de políticas por meio das parcerias público-privadas. O próprio então prefeito Eduardo Paes reconhece, em *Rio 50 Degrees*, sua origem privilegiada – e sua atuação se alinhava com o conceito do planejamento estratégico, da gestão, em uma fala que emergiu muito nos últimos anos: a do político-gestor (não político ou aquele que não está envolvido na corrupção que “faz parte” do jogo da “velha” política, o que supõe também que há uma “nova” política).

Se se toma a experiência do Rio de Janeiro, em que um consórcio empresarial e associações patronais, em *parceria* com a Prefeitura, conduziram o processo de maneira absolutamente autoritária e fechada à participação de *segmentos de escassa relevância estratégica*, talvez se devesse falar de *democracia direta da burguesia*. Numa outra direção, poder-se-ia enfatizar a passagem do despotismo tecnoburocrático com pretensões racionalistas para a ditadura gerencial com pretensões a produtivizar a cidade e os cidadãos. (VAINER, 2000, p. 90, grifo do autor).

O processo de despolarização da cidade, mencionado acima, na figura do político não político, compõe o modelo do planejamento estratégico, segundo Vainer (2000). Ele constrói a cidade como sujeito coeso a partir do consenso de que a cidade deve competir no mercado global. No planejamento estratégico, dois elementos constituem, ainda segundo Vainer (2000), a construção política do projeto: consciência (ou percepção) de crise e patriotismo de cidade. A primeira produz um efeito útil: propõe uma pacificação social, com abdicação de interesses particulares por parte de certos atores sociais; como a percepção tende a ser passageira, ela é transformada, então, em um sentimento de patriotismo, considerado mais durável e que permite que a assunção orgulhosa do passado e do futuro da cidade, gerando participação, vontade coletiva e crença no futuro da cidade por parte dos cidadãos. “O plano estratégico fala em nome de uma cidade unificada cuja construção pretende engendrar através da promoção do

patriotismo” (VAINER, 2000, p. 94). No caso do Rio, foi possível ver a transformação da cidade em um lugar “impossível de não se amar” (GOTARDO, 2016).

Com a cidade é pacificada em torno de consensos, a despolitização planejada e o banimento dos confrontos político-partidários dá garantias de permanência aos investidores. O processo inclui a emergência de lideranças carismáticas individuais, entendendo, a exemplo de Barcelona, o prefeito como figura decisiva no sucesso ou fracasso do projeto. “Um governo forte, personalizado, estável, apolítico, carismático, expressando a vontade unitária de toda uma cidade de manter a trégua e a coesão interna, a fim de afrontar, com base num projeto competitivo e no patriotismo cívico, as outras cidades” (VAINER, 2000, p. 97). Eduardo Paes tentou claramente assumir esse papel, não apenas por suas participações nos documentários, mas também porque marcava presença como “cidadão comum” em diversos espaços importantes da cidade, participando, por exemplo, de um ensaio técnico da Portela como ritmista.¹⁸⁶

A compreensão do processo de centralização das decisões na figura do “gestor” e sua equipe – e, especialmente no caso do gestor brasileiro, que majoritariamente se caracteriza como homem branco, cisgênero, heterossexual, de classe alta e, de forma cada vez mais emergente, cristão – com garantida representação do empresariado por meio das parcerias-público privadas, e silenciamento dos “grupos de baixa relevância estratégica”, é central para o entendimento da emergência dos discursos dissonantes em relação à marca-cidade, tendo em vista o dano que essa pacificação de sentidos é capaz de causar para as diversas subjetividades presentes na cidade, que passam a ser silenciadas e suprimidas de seu direito à cidade.

Se não há representatividade e participação nas decisões sobre a cidade e sua marca, é de se esperar que essas decisões partam dos lugares onde se encontram seus gestores, incluindo, até mesmo, de forma básica, desde sua visão de mundo até seus interesses e prioridades, provavelmente distintas de outros grupos que vivem outras realidades. Um caso que ilustra claramente essa diferença nos documentários em análise é a construção de teleféricos nas favelas, vista pelo discurso oficial como uma grande benesse, uma forma de “desbunkerizar” o

¹⁸⁶ Eduardo Paes foi “a sensação” dos fotógrafos em um ensaio técnico da Portela”, como se pode ver em <<http://g1.globo.com/Carnaval2009/0,,MUL1002661-16634,00-EDUARDO+PAES+CAI+NO+SAMBA+EM+ENSAIO+TECNICO+DA+PORTELA.html>> (acesso em: 07 jan. 2020), sempre esbanjando carisma defronte às lentes. Mais recentemente, mesmo após perder as eleições de 2018 como candidato a governador, “foi a sensação de um bar da Tijuca, na Zona Norte do Rio, [...] cantarolou vários sambas famosos com os clientes do local [...], chegou a usar óculos escuros para não ser reconhecido e fingiu ser garçom do bar, atendendo algumas mesas. Além disso, entouo, do balcão, o *jingle* da campanha de Leonel Brizola à Presidência da República nas eleições de 1989” (Fonte: <<https://extra.globo.com/famosos/eduardo-paes-faz-farra-em-bar-na-tijuca-no-rio-canta-samba-axe-se-passa-por-garcom-23564028.html>>. Acesso em: 07 jan. 2020).

morador da favela e dar a ele o direito à cidade; para os moradores que participam dos filmes, os teleféricos geraram gentrificação, tiraram de muitos o direito à moradia, ao espaço afetivo, eram obras que não atendiam às demandas de mobilidade e que serviam apenas para mostrar ao mundo as modificações urbanas, a modernização da cidade, por serem visíveis ao longe e de potencial uso turístico (uso que também contribui para a especulação imobiliária, gerando um novo tipo de gentrificação classificado por Eduardo Paes em *Rio 50 Degrees* como “regra de mercado”, além de ser um turismo altamente questionável pela visão “de cima”, um outro formato do favela-tour dos jipes).

Se há, como aponta Robinson (2002), um desejo dos gestores de transformar as cidades em globais, de fazer parte desse rol de “privilegiados”, esse desejo também parte de uma visão de mundo que determina o que são as cidades (como modelo), baseando-se “principalmente na análise das experiências das cidades ocidentais no contexto da globalização” (ROBINSON, 2002, p. 542), e o que aquelas que não se adequam a esse modelo devem fazer para se tornarem então cidades – uma forma de divisão o mundo, estabelecendo hierarquias: “a cidade global como conceito se torna uma ficção reguladora. Oferece uma imagem autorizada do sucesso da cidade (para que as pessoas possam comprá-la), que também estabelece um fim de desenvolvimento para cidades ambiciosas” (ROBINSON, 2002, p. 546).

É interessante observar como esse discurso poderia ser aplicado ao nível da cidade, no caso do Rio de Janeiro, na relação do “asfalto” com a favela, especialmente em relação ao discurso oficial da “cidade partida” – a favela como oposição ao “asfalto”, em vez de entendê-los ambos como produto de uma lógica de produção de espaço; a favela também como lugar que não deve ser apenas retomado e reintegrado à cidade, mas que também deve ser “civilizado” a partir da diminuição da diferença entre os costumes (GOTARDO, 2016), em um processo que vem das classes mais abastadas para as menos abastadas, deixando claro o modelo de costume que deveria ser seguido. Embora os moradores, nos documentários, não neguem os problemas em relação à violência, e muitos até salientem que os tiroteios diminuiram após a implantação das UPPs, eles também ressaltam que a violência não vem apenas do tráfico, tal como é pregado pelas narrativas oficiais, e há momentos em que moradores dizem que tinham mais paz quando o morro era dominado pelos traficantes. O discurso da favela como espaço à parte, fora da dinâmica da cidade, legitima as ações de integração, mesmo que essas sejam feitas a despeito das vontades e dos interesses dos moradores. Os documentários em questão, portanto, prestam um serviço de relevância ao circularem, na mídia hegemônica, discursos que mostram ações em nome da “cidade olímpica” como violentas (violência policial e remoções são exemplos), segregadoras e determinadas sem consulta às comunidades.

No contexto de produção da cidade olímpica,

O compromisso patriótico de não romper a unidade necessária ao bom andamento dos negócios nos quais a cidade está engajada, a abdicação do poder a um chefe carismático, a estabilidade e a trégua assim conquistadas, seriam o preço a pagar pelo privilégio de disputar, junto com outras tantas dezenas ou centenas de cidades, o direito de ser escolhida como localização dos próximos investimentos, das próximas feiras, das próximas convenções. (VAINER, 2000, p. 98).

Embora as imagens da festa na Praia de Copacabana no momento de anúncio do Rio de Janeiro como sede das Olimpíadas de 2016 sejam exibidas em diversos documentários, nos mais diversos contextos, mostrando que as estratégias narrativas do planejamento estratégico foram, pelo menos em determinado momento, ou em determinados lugares, bem-sucedidas, a emergência dos discursos que vão de encontro a essa narrativa demonstram que as práticas instituídas na cidade encontraram uma grande barreira: o cotidiano urbano as táticas que o compõem.

Nas próximas seções deste capítulo, serão discutidos os principais deslocamentos narrativos em relação à marca oficial. Em primeiro lugar, *Rio 50 Degrees: Carry on Carioca*, que busca tratar de compreender e tensionar os processos de conformação a cidade, a partir de um ponto de vista histórico e do fim do século XIX até as jornadas de junho de 2013, questionando os processos de ocupação e transformação da cidade ao longo das décadas e relacionando-as às mudanças e aos diversos movimentos sociais que ocorrem a partir dos principais problemas que marcaram as principais fases das políticas urbanas, econômicas, sociais e culturais.

As Jornadas de Junho serão debatidas também de suas representações. Não se trata, aqui, de explicar o que o movimento foi e o que se tornou – há diversos pesquisadores debruçados sobre o tema que, por sua complexidade, já é debatido há anos – mas, sim, de compreender como as representações sobre as jornadas produzem um sentido importante de ruptura com o consenso produzido pelo planejamento estratégico em relação a cidade que era construída. As jornadas são retratadas em diversos documentários, sob diversos aspectos, os quais serão apresentados na seção 4.2.

Outra ruptura importante diz respeito às representações da política de pacificação. Embora ainda seja possível observar diversos documentários nos quais as representações das UPPs corroboram as narrativas oficiais, o imaginário da violência urbana no Rio de Janeiro reemerge agora na figura da polícia e do estado como opressores, uma violência direcionada em termos de raça, classe e espaço. Buscarei observar os diversos sentidos produzidos em relação à política de pacificação nos diversos contextos em que é representada.

Por fim, os apelos dos corpos ao direito à cidade: as representações de homossexuais, transexuais e deficientes na conformação da cidade olímpica, e como os discursos operam na produção de sentidos sobre espaços e corpos dissonantes em relação aos imaginários mais sólidos da cidade.

3.1 Da cidade colonial à cidade global: as contradições históricas

Após a introdução de aproximadamente 15 minutos discutida no capítulo anterior deste trabalho, Temple inicia seu “passeio histórico” sobre o Rio de Janeiro. Ao som de *Bachianas Brasileiras n. 5 (Aria Cantilena)*, imagens de arquivo da cidade são exibidas. A Rua Visconde de Itaúna, a Avenida Central, o bonde, as charretes, o Corcovado, os trabalhadores construindo o calçamento em pedra portuguesa, uma criança negra caminhando, a escultura de Dom Pedro I na Praça Tiradentes. Uma voz em *off* (que parece ser a do antropólogo Hermano Vianna) diz que “a vida do Rio de Janeiro era concentrada no Centro da cidade”. Outra pessoa (identificada como Dona Gilda, que no documentário representa a alta sociedade) diz: “era muito francês, o pessoal se vestindo muito bem, andando de chapéu na rua, e as mulheres de luvas, de salto alto, calça comprida nem falar, né?” Imagens de pessoas caminhando, de suas vestimentas, de mulheres com trajes típicos da década de 1920, das pessoas na praia. As imagens, em consonância com a música clássica, transmitem uma ideia de “orquestramento” na construção de uma cidade que gozava de beleza paradisíaca e de luxo para parte da população.

A coleção de imagens de arquivo apresentada no documentário retrata um momento importante das transformações urbanas no Rio de Janeiro. De acordo com Abreu (2011), somente a partir do século XIX a cidade começa a apresentar uma estrutura espacial estratificada em termos de classes sociais e, do século XX em diante, começam a ser “resolvidas” algumas de suas contradições (essas contradições eram essencialmente, segundo o autor, relacionadas à introdução de novos elementos capitalistas em uma sociedade formada basicamente por relações de produção escravagistas), possibilitadas pela introdução do bonde de burro e do trem a vapor, meios de transporte que contribuíram tanto para o crescimento físico da cidade, quanto para sua separação, segundo os usos e as classes sociais da e na cidade: “os usos e classes ‘nobres’ tomam a direção dos bairros servidos por bondes (em especial aqueles da Zona Sul), enquanto que para o subúrbio passam a se deslocar os usos ‘sujos’ e as classes menos privilegiadas” (ABREU, 2011, p. 37). Ainda segundo o autor, o transporte público é um marco tão importante para a cidade que o estudo de sua transformação pode ser dividido entre antes e depois da introdução dos bondes e trens – um marco que ele fixa no ano de 1870, dois anos após o início do funcionamento da primeira linha de carris e ano que a Estrada de Ferro

D. Pedro II aumenta o número de trens para o subúrbio, ou seja, em que bondes e trens passam a funcionar concomitantemente. Por fim, Abreu (2011, p. 37) também destaca que “[...] é a partir desta década que o sistema escravista, mola mestra da produção nacional, entra definitivamente em colapso, [...] detonando, ao mesmo tempo, forças importantes de estruturação urbana, que marcariam profundamente a cidade”.

Temple se utiliza de dois conjuntos de imagens para contrapor esse Rio “europeizado”, glorificado por Dona Gilda como um passado glamoroso: o primeiro são imagens atuais de pessoas na praia (enquanto Dona Gilda diz que as mulheres não saíam na calçada sem estarem cobertas, por exemplo, imagens atuais de mulheres de biquíni na orla são exibidas); o segundo conjunto, no entanto, é o que carrega relação com o processo histórico: imagens da escravidão, principais responsáveis pelo deslocamento de sentidos do discurso oficial ao construírem o quadro de contradições que compunham a formação da cidade do Rio de Janeiro à época.

Ao som de tambores, Hermano Vianna¹⁸⁷ diz, em voz *over*, enquanto imagens de uma favela são exibidas: “O Brasil é a segunda população negra no mundo. O primeiro país que tem mais negros no mundo é a Nigéria, o segundo é o Brasil. Vieram muito mais escravos para o Brasil do que foram para os Estados Unidos”. Imagens da Pedra do Sal são exibidas enquanto uma mulher identificada como Dona Xica, mãe de santo, diz: “A Pedra do Sal foi construída por escravos. Isso aqui é tudo de escravos”. Imagens da Pedra do Sal são alternadas com imagens do filme *Xica da Silva*, de 1976, e tem como música de fundo *Xica da Silva*, de Jorge Ben Jor: o abuso de mulheres e a tortura são alternados com falas atuais problematizando a escravidão: “não chegavam como pessoas humanas, chegavam como peças. Quando não morria, quando não era assassinado, chegava em algum quilombo”.¹⁸⁸ A palavra “quilombo” no documentário é inicialmente traduzida como “*free zone*”. Enquanto imagens do quilombo representado no filme são exibidas, uma pessoa explica seu conceito: “o quilombo conceitualmente seria esse espaço de refúgio, seria um contraponto à escravidão. O quilombo ele vai trazer uma identidade de liberdade empírica pró-africano”.

A associação, no documentário, da favela como espaço dos negros na cidade não se restringe apenas à primeira imagem desse conjunto, descrita anteriormente. Após a explicação sobre o que é o quilombo, a passagem do passado para o presente se dá por meio das imagens das câmeras do Centro de Operações, com a câmera fechando na tela do centro, única dentre as

¹⁸⁷ Destaque para a escolha de Hermano Vianna como mediador. Mestre e doutor em Antropologia, Vianna é autor dos livros *O mistério do samba* (Zahar, 1995) e *O mundo funk carioca* (Zahar, 1988), produtor e criador de programas de TV como *Esquenta*, *Brasil Legal*, *Programa Legal* e *Central da Periferia* (todos exibidos pela TV Globo), além de ser consultor musical e curador de festivais de música e cultura – uma escolha que parece ir diretamente ao encontro dos interesses que Temple menciona em suas entrevistas. (Fonte: <<https://www.flickr.com/photos/ministeriodacultura/15710850395>>. Acesso em: 28 ago. 2019).

¹⁸⁸ As falas foram transcritas buscando manter o máximo de fidelidade, mantendo, inclusive os erros em relação à norma culta da língua.

nove presentes na imagem que mostram uma favela (imagem provavelmente gerada a partir de uma montagem). Uma senhora negra já idosa, identificada como Dona Gloria,¹⁸⁹ moradora da favela, diz: “[a casa] era da minha mãe. Minha mãe que veio para cá há muitos anos atrás”. Ela apresenta sua casa, seu altar (e a fé identificada como candomblé pela legenda em inglês, mas como místico e espiritismo por Dona Gloria). Dona Xica, a mãe de santo da Pedra do Sal, explica o candomblé como força da natureza e ancestralidade, enquanto imagens de uma *gira* são exibidas – ancestralidade que também faz parte da constituição da favela, tal como narra Dona Gloria.

Em relação ao desenvolvimento da cidade durante o fim do período escravista, marcado também pela implantação dos trens e bondes, conforme já abordado anteriormente, Abreu (2011) reitera que as freguesias centrais da cidade do Rio de Janeiro sofreram poucas modificações no século XIX, em contraposição às rápidas transformações nas áreas antes desabitadas da cidade, financiadas pelo capital privado e do estado. Segundo o autor, data de 1875 a publicação do primeiro relatório da Comissão de Melhoramentos da Cidade do Rio de Janeiro, considerado o primeiro plano conjunto da cidade, onde se aconselhava a realização de modificações na área central, especialmente em relação ao alargamento de ruas e aberturas de praças com o objetivo de facilitar a circulação e melhorar condições de higiene (facilitar a ventilação das casas e o escoamento das águas pluviais), mas também de forma a dar mais beleza e harmonia às construções.

Essa necessidade também estava ligada ao crescimento populacional no centro, cujas razões giravam em torno da “necessidade de uma população extremamente carente, tanto livre como escrava de residir próximo aos locais de emprego. E estes eram muitos. [...] E em toda a área central podiam ser encontrados os empregos sem lugar fixo” (ABREU, 2011, p. 49). Houve uma proliferação de cortiços na área que preocupava as autoridades públicas por ser um lugar mais valorizado da cidade. Para combatê-los, utilizava-se de um discurso sanitarista, especialmente nos relatórios do Conselho Superior de Saúde Pública, os quais afirmavam que as habitações eram higienicamente perigosas, e que os moradores deveriam ser removidos para outras áreas da cidade alimentadas por trens e bondes.

Entretanto, essas recomendações só foram seguidas ao pé da letra na parte relativa à expropriação dos cortiços. Destaca-se aí a administração do Prefeito Barata Ribeiro que, em 1893, empreendeu verdadeira guerra aos cortiços, dentre os quais ao célebre Cabeça de Porco, para cuja destruição foi necessário planejar todo um esquema policial militar. Começava aí um processo de intervenção direta do Estado sobre a

¹⁸⁹ Tanto Dona Gilda quanto Dona Gloria são identificadas no filme pelo pronome de tratamento “dona” e como “carioca”. Trata-se de um detalhe rápido que também produz sentidos: apesar de representarem o abismo social existente na cidade, ambas são mulheres da mesma geração, e a ambas são dadas as mesmas “qualificações”, mostrando também que a cidade pertence às duas. Isso é particularmente importante em alguns contextos específicos, os quais consideram que o “verdadeiro” carioca é aquele da praia, e que a favela não é parte da cidade (para outras informações, ver GOTARDO, 2016).

área central da cidade, que viria a se intensificar sobremaneira a partir do início do século, e que seria responsável pelo aumento da estratificação social do espaço carioca. (ABREU, 2011, p. 50).

Ainda no mesmo período, houve, segundo Abreu (2011), alguns “surto” de industrialização na cidade do Rio de Janeiro, com produções ainda muito artesanais, as quais demandavam grande quantidade de força de trabalho – e era o Centro da cidade que concentrava, além das atividades tradicionais de comércio e serviço, a maior parte das indústrias, sendo, então, o grande mercado de trabalho. O problema habitacional na cidade foi agravado ainda não somente pela multiplicação das fábricas, mas por todo o quadro que se apresentava, o qual incluía o esgotamento do sistema escravista e o grande afluxo de imigrantes estrangeiros. Apesar dos incentivos do estado para a construção das vilas operárias, essas não foram suficientes para eliminar os cortiços, que continuavam concentrados principalmente no Centro, abrigando a maior parte da população pobre da cidade.

Apesar de *50 Degrees – Carry on Carioca* não explorar o contexto desse déficit habitacional, parte da história do surgimento das favelas é contada. Hermano Vianna em voz *over*, destaca que o Brasil foi o último país no mundo a abolir a escravidão. Ele narra a Guerra de Canudos (1895-1898), enquanto imagens do filme homônimo (1996) são exibidas: “para recrutar as pessoas que participaram da guerra, o Ministério prometeu depois ajuda financeira, prêmio financeiro, casas e tudo mais. Eles ganharam a guerra, vieram para o Rio de Janeiro reivindicar aquilo que tinham prometido para eles. Os negros foram libertados, mas não tinha onde trabalhar, não tinha onde morar e foi morar nas favelas que estavam sendo criadas no Rio de Janeiro naquela época”. Alternadas com as imagens do filme, imagens de pessoas trabalhando no lixão. Ao som de *Favela*, de Francisco Alves (1936), e de imagens aéreas da cidade, o antropólogo continua em voz *over*: “a primeira favela brasileira, ela nasce no Rio de Janeiro na virada do século XIX para o século XX, que é o Morro da Providência aqui, que foi chamado ‘o morro da favela’.” Uma nova voz *over* destaca que o termo “favela” designa “resistência”.¹⁹⁰

Apesar de destacar que é após a Guerra de Canudos, com a ocupação do Morro da Providência, que o termo “favela” se incorpora ao cotidiano da cidade, Abreu (1994) ressalta que ela surgiu um pouco antes. O autor destaca que, durante a Revolta da Armada (1893-1894), o governo enfrentava problemas de alojamento para soldados no Rio de Janeiro e autorizou a construção de barracões de madeira em uma das encostas do morro do Convento de Santo Antônio. Além disso, ainda segundo Abreu (1994, p. 36-37)

¹⁹⁰ Abreu (1994, p. 42) destaca que: “mais do que um processo que se explica apenas pelos interesses do Estado ou do capital, a permanência e difusão da favela no cenário carioca deve ser entendida também como a materialização de uma verdadeira luta que os grupos mais pobres do Rio de Janeiro travaram no início do século pelo direito à cidade, uma luta que, na realidade, mantém-se até hoje”.

Há indícios de que, também em 1893/1894, começaram a ser construídos barracões no morro da Providência. L. Vaz afirma que, logo após a destruição do Cabeça de Porco, que se situava exatamente no sopé desse morro, um de seus proprietários, dono também de terrenos na encosta, autorizou a ocupação da mesma, cobrando dos antigos inquilinos o direito de ali construir casebres.

Abreu ressalta, ainda, o papel da imprensa para que a favela atingisse o domínio público: apesar de um comissário de higiene ter alertado sobre o crescimento do número de barracões no Morro de Santo Antônio, apenas após a denúncia da imprensa, em 1901, de que estaria surgindo um novo bairro construído sem licenças ou autorizações, que o então prefeito Xavier da Silveira visitou o local e constatou a existência de 400 casas não mais ocupadas por militares, mas que haviam sido vendidas por esses a civis. “Começavam a ser divulgados, assim, os dramas da favela na cidade” (ABREU, 1994, p. 37), uma história de “ocupação ilegal de terras, [e da] ação repressora do poder público [que] também logo se fez sentir de imediato: o prefeito ordenou a imediata destruição de todos os casebres” (idem, p. 37). Cabe salientar, no entanto, que o impacto do filme de Temple não se dá exatamente pela (im)precisão histórica, mas pela importância da guerra em uma cultura (inglesa) que reverencia a memória de combatentes vivos ou mortos – ou seja, há a tendência a uma construção de empatia (a partir de uma maior comoção ou crítica) ligada a valores do Reino Unido, quando se diz que houve promessas não cumpridas a ex-combatentes de guerra.

O autor ainda destaca o papel da imprensa na construção de imaginários sobre as favelas: “o morro da Providência não só permaneceu como exemplo notável de um contra-movimento que se instalava na cidade, e que desafiava a ordem que lhe era imposta pelas classes dirigentes [reafirmando a fala de Hermano Vianna do papel da favela como resistência], como assumiu um papel de destaque na crônica policial carioca” (ABREU, 1994, p. 40). Abreu ressalta que os crimes comuns nos cortiços passaram a acontecer nas favelas, mas que a localização destas, a falta do aparato repressor do estado na área e as características do local acabavam fazendo das idas da polícia ao morro, já naquela época, uma incursão de caráter militar. E assim, o crescimento das favelas iam de encontro ao desejo de reconfiguração da imagem do Rio de Janeiro, passando a ser tratadas pela imprensa, em 1902, como

“Uma vergonha para uma capital civilizada”, como “o perigoso sítio, que a voz popular denominou morro da Favela”. Não há como saber se foi mesmo a “voz popular” ou, o que é mais provável, a “voz burguesa”, que acabou dando a esse morro a imagem de “perigoso sítio”. A verdade, entretanto, é que a alcunha “morro da Favela” rapidamente tomou o lugar da toponímia anterior, e a associação do termo “favela” às imagens de “perigo”, de “crime” e de “descontrole” generalizou-se pela imprensa. (ABREU, 1994, p. 40),

A história das favelas continua a ser contada no documentário pela voz de uma de suas moradoras, Dona Gloria, ressaltando a ideia trazida por Hermano Vianna de favela como resistência. Ao som de *Cidade Maravilhosa*, de Aurora Miranda e André Filho (1934), imagens

antigas de uma favela e de crianças brincando dentro de uma casa. Ela diz: “quando os escravos foram libertados, aí jogaram pra lá, ficaram tipo vagabundo na rua, muitos começou a roubar, né, porque a fome... o pobre, ele acaba com a raça do rico, sabe por quê? Porque espreme ele aqui, ele dá um jeito e chega pra cá, chega pra lá, então o pessoal foi subindo o morro. É sobrevivência mesmo”. Ela ainda explica que as pessoas construíam suas casas com caixotes de feira e latas. Imagens de arquivo de crianças negras perambulando na rua, furtando uma carteira, de um grupo tocando samba, de pessoas subindo o morro com latas d'água na cabeça.

Temple se utiliza de imagens de arquivo (de ficção ou não) e atuais, de músicas e do relato de duas mulheres idosas de classes sociais distintas, sendo uma moradora da favela e uma moradora de área nobre do “asfalto”, para falar sobre como cidade vai sendo construída, especialmente em relação a um de seus mais importantes imaginários – a favela, ligado ainda a outro imaginário – o da “mulata” (em aspas aqui pela dupla opressão de gênero e raça trazida na discussão acadêmica sobre o termo). Observa-se, nesse caso, a construção de novas posições a partir das imagens de arquivo – como o tensionamento da romantização da pobreza em *Orfeu Negro*, uma das fontes utilizadas dentre as imagens de arquivo, e, nesse caso, a ideia de reconfiguração do passado a partir da posição política na montagem, denunciando tanto os estereótipos em relação ao lugar, quanto dando espaço a outras formas de contar a história de formação do tecido urbano, estabelecendo, deste modo, novas posições que vão de encontro às narrativas oficiais, promovendo um deslocamento nos sentidos sobre dois dos estereótipos mais sólidos da cidade: a favela e a mulata.

Cabe salientar, no entanto, que a favela sempre foi permeada pela atribuição de sentidos contraditórios, mesmo pela imprensa do início do século XX: apesar da identificação da favela como símbolo de atraso e de várias referências racistas comuns à época, considerando ainda que o país tinha recém-abolido a escravidão, a imprensa da época também mostrava as faces positivas do lugar, destacando especialmente que se tratava de um lugar também de trabalhadores (e não somente de criminosos), com baixo custo de vida (apesar das condições das casas) e mais saudável que os cortiços (ainda que insalubre). Esses imaginários contraditórios são ainda hoje explorados nos documentários sobre a cidade, mesmo no que diz respeito às remoções (cabe salientar, e inclusive isso também é abordado em *The pedreiro and the master planner*, documentário citado no capítulo anterior deste trabalho, que as favelas eram úteis e necessárias à lógica do capital, portanto, a construção, à época de seu surgimento, de uma certa “tolerância” a esse espaço é necessária para o *modus operandi* da cidade).

Embora *Rio 50 Degrees* traga fortes ressignificações e tensões, o filme opera num sentido comum aos demais audiovisuais em análise neste trabalho: o de criar empatia com a favela (em uma ideia de empatia espacial, tal como entendido por Duarte, 2016, conceito discutido no item 2.3 deste trabalho) e com seus moradores (por meio tanto da exploração da

relação dos moradores com o espaço, muitas vezes refletida pelo discurso da gratidão e apego ao lugar, quanto também pela relação dos moradores da favela com a música/composição e expressão de seus sentimentos), em um movimento que busca entender a favela como parte da cidade, em contraposição ao conceito de “cidade partida” e suas reapropriações a partir das construções dos imaginários sobre a cidade e seus usos nos discursos oficiais), mas também denuncia a desigualdade existente entre os moradores da favela e do “asfalto”, assim como o desejo da classe abastada, representada na figura de Dona Gilda, de manutenção do *status* da pobreza para a produção de “bons trabalhadores domésticos” e até mesmo de controle de natalidade da população pobre¹⁹¹ (embora Dona Gilda admita nunca ter ido a uma favela e exiba sua empregada doméstica com satisfação).

A questão da manutenção da existência dos trabalhadores/operários também tem conexão com o fim dos cortiços, tendo em vista que “epidemias diversas, notadamente de febre amarela, assolavam anualmente o Rio. E ao incidirem com maior violência sobre as habitações coletivas, acabavam por matar, a cada ano, uma parcela considerável da força de trabalho” (ABREU, 1994, p. 35) – embora, como ainda destaca Abreu, “o problema da insalubridade do Rio não se restrinja à queda da produtividade do trabalho urbano ou ao comprometimento da imagem da cidade; ele também solapava a política imigratória e reduzia o fluxo de capitais para o país (idem, p. 35-36).

À industrialização crescente, ao aumento populacional, à atuação da mídia e ao desenvolvimento do transporte público do contexto regional somam-se a expansão das exportações e crescimento da economia brasileira, com uma maior integração do país ao contexto capitalista internacional, resultando em uma “necessidade de adequar a forma urbana às necessidades reais de criação, concentração e acumulação do capital, [...] [exigindo] uma nova organização do espaço (aí incluído o espaço urbano de sua capital), condizente com esse novo momento de organização social” (ABREU, 2011, p. 59). Rodrigues Alves indicou Francisco Pereira Passos, um dos responsáveis pelo plano da Comissão de Melhoramentos da

¹⁹¹ As contradições do discurso de Dona Gilda guardam estreita relação com as contradições apresentadas nas narrativas oficiais da cidade no início do século XX, muitas das quais permanecem em circulação até os dias atuais, ainda que tenham tomado novos contornos. Abreu (1994, p. 41) destaca “a permanência da favela no cenário urbano como um fator de estabilidade importante [apesar do desejo de remoção e do medo das revoltas sociais]. [...] após a reforma urbana, e atingida a meta de controle das epidemias, o governo transferiu à força de trabalho grande parte dos custos de sua reprodução, mas foi obrigado a aceitar, ainda que jamais tenha admitido isso explicitamente, a permanência da favela na cidade. Garantia-se assim o mínimo de estabilidade social necessário ao processo de acumulação. Ademais, tudo indica que a permanência das favelas não esbarrava nos interesses do capital. Este, ao contrário, delas podia se beneficiar, já que representavam uma importante reserva de mão-de-obra para a indústria, para as atividades de construção civil e para a prestação de serviços, inclusive domésticos”. E, mesmo assim, a afirmação da favela na paisagem carioca não foi (e até hoje não é) um processo tranquilo – tanto que muitos dos produtos audiovisuais aqui em análise buscam formas de criar empatia com o lugar.

Cidade do Rio de Janeiro, para o cargo de prefeito do Distrito Federal. Passos foi executor do maior programa de reforma urbana visto até então no espaço carioca.

A transformação da forma urbana visava sobretudo resolver as contradições que ela apresentava. Era imperativo agilizar todo processo de importação/exportação de mercadorias, que ainda apresentava características coloniais devido à ausência de um moderno porto. 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. Nesse sentido, o rápido crescimento da cidade em direção à zona sul, o aparecimento de um novo e elitista meio de transporte (o automóvel), a sofisticação tecnológica do transporte de massa que servia às áreas urbanas (o bonde elétrico), e a importância cada vez maior da cidade no contexto internacional não condizem com a existência de uma área central ainda com características coloniais, com ruas estreitas e sombrias, e onde se misturavam as sedes dos poderes político e econômico com carroças, animais e cortiços. Não condiziam, também, com a ausência de obras suntuosas, que proporcionavam “status” às rivais platinas. Era preciso acabar com a noção de que o Rio era sinônimo de febre amarela e de condições anti-higiênicas, e transformá-lo num verdadeiro símbolo de um “novo Brasil”. (ABREU, 2011, p. 60).

Abreu (2011) ainda destaca três importantes pontos da reforma de Pereira Passos: em primeiro lugar, como novas organizações sociais determinam novas funções à cidade, que muitas vezes acontecem apenas após a eliminação das formas antigas e contraditórias; em segundo lugar, como a intervenção estatal sobre o espaço urbano pode atuar sobre a reorganização de suas bases econômicas e ideológicas (até então o estado limitava-se a regular as iniciativas que partiam exclusivamente da iniciativa privada, e esse novo modelo altera substancialmente o padrão de evolução urbana no século XX); em terceiro lugar, demonstra como a solução de antigas contradições pode gerar novas. Essas novas contradições, segundo o autor, dizem respeito especialmente ao crescimento das favelas após as reformas urbanas – “uma forma de habitação popular que marcaria profundamente a feição da cidade neste século [XX]” (ABREU, 2011, p. 66). Esses contrastes são explorados pela narrativa de *Rio 50 Degrees – Carry on Carioca* nas falas, imagens e músicas, utilizando os recursos de montagem.

As modificações urbanas atuam, assim, de maneira a reconstruir a imagem da cidade perante esses mercados internacionais por meio de ações sobre a forma da cidade (tanto em relação à morfologia urbana, quanto em relação aos seus usos e organização). A reconstrução da imagem da cidade é um trabalho de produção de novos sentidos sobre o lugar e, para que se atinja esse objetivo, esses novos sentidos devem entrar em circulação. Como estratégia, a realização de um grande evento: a Exposição Nacional de 1908, inspirada no modelo das Exposições Universais.

Figura 12 – *Rio 50 Degrees*

(1) e (2): Imagens históricas do Rio de Janeiro, com os bondes e o afrancesamento da capital. (3) Dona Xica fala sobre escravidão. (4) Dona Gilda exhibe sua empregada doméstica. (5) Imagens do carnaval como movimento musical e cultural de resistência negra. (6) Imagem retrata a bossa nova no Rio de Janeiro
 Fonte: *Rio 50 Degrees – Carry on Carioca* (2014).

Outro momento de grande impacto de reformulações urbanas marca a história do Rio de Janeiro no mesmo período, também com o acontecimento de um megaevento: trata-se das mudanças promovidas por Carlos Sampaio, prefeito do Distrito Federal entre 1920 e 1922. Segundo Abreu (2011, p. 76),

A administração Carlos Sampaio teve como objetivo principal preparar o Rio para as comemorações do 1º Centenário da Independência do Brasil. Neste sentido, era preciso lutar contra o tempo para que a cidade pudesse acolher o grande número de turistas e personalidades nacionais e estrangeiras que a ela acorreriam para participar dos festejos, que culminariam na realização de uma Exposição Internacional, a ser montada em local indefinido.

Durante o período, Sampaio promoveu o desmonte do Morro do Castelo “em nome da aeração e da higiene” – apesar de se constituir em sítio histórico (é lá que se origina a urbe do século XVI), havia se transformado em local de moradia de famílias pobres e estava localizado

na área de maior valorização imobiliária da cidade. No mesmo processo, extinguiu o bairro da Misericórdia, duas áreas residenciais proletárias que haviam resistido à Reforma Passos. Também promoveu a abertura de avenidas e obras de aterro e saneamento na Zona Sul da cidade, mais notadamente Urca, Ipanema, Leblon, Lagoa e Gávea. Em relação à obra de saneamento na Lagoa, Abreu (2011) destaca que se trata de um importante exemplo de incorporação de uma área da cidade pelo poder público que mudou as características do local, deixando de ser uma área proletária para se tornar uma área destinada às elites. Ainda segundo o autor, “o período Carlos Sampaio nada mais é do que uma outra etapa do processo de depuração da área nobre da cidade de usos e populações não desejadas” (ABREU, 2011, p. 78). Trata-se de um período onde o valor do solo urbano passa a ser uma preocupação explícita nos planos municipais, tendo em vista que a Prefeitura pretendia capturar para si o processo de valorização crescente que os terrenos haviam sofrido após as sucessivas ondas de melhoramento urbano.

A expansão urbana tomou outras formas, no entanto, nas demais regiões da cidade: enquanto a Zona Sul é ocupada principalmente pelas classes média e alta, com atenção do poder público e fornecimento de serviços, os subúrbios se solidificam como local de resistência do proletariado, sem apoio estatal. Conforme salienta Abreu (2011), os últimos anos da República Velha atingem níveis de contradições insuportáveis especialmente no que dizia respeito ao espaço urbano: no vetor sul, tratava-se de um espaço disciplinado, enquanto no restante da cidade era preciso “enquadramento”.

É interessante observar como essas contradições são exploradas no documentário de Temple por meio do binômio carnavalesco *versus* bossa nova, os quais, embora apresentados e relacionados a períodos distintos, guardam relação com as regiões específicas da cidade. Essas contradições estão ainda presentes no Plano Agache, o qual “constitui o exemplo mais importante da tentativa das classes dominantes da República Velha de controlar o desenvolvimento da forma urbana carioca” (ABREU, 2011, p. 86). O plano objetivava “ordenar e embelezar a cidade segundo critérios funcionais e de estratificação social do espaço” (idem, p. 86) e, embora não tenha sido implantado, várias das obras previstas foram executadas e concluídas após a Revolução de 1930, mesmo com o arquivamento do plano. Trata-se ainda do primeiro documento oficial a tratar das favelas, que eram consideradas um problema social e estético, para qual a solução seria sua erradicação devido aos seguintes fatores: primeiro, aproximavam classes sociais opostas; segundo, essa aproximação era uma ameaça à ordem social estabelecida pela classe dominante; terceiro, a sedentarização trazia comportamentos

sociais que eram intoleráveis dentro das favelas (por exemplo, estabelecer laços com a vizinhança, criar novos costumes, comércios e fazer negócios).

No que diz respeito a *Rio 50 Degrees*, os dois momentos históricos seguintes são narrados a partir dos movimentos musicais de suas épocas (a música assume, portanto, um papel central na condução da narrativa), marcando posições opostas. A década de 1930 é apresentada a partir do samba e do carnaval, da ditadura Vargas e da tentativa de aproximação cultural do país com os Estados Unidos (Carmen Miranda e Zé Carioca); e a década de 1960, a partir a bossa nova. Enquanto o carnaval é apresentado com imagens do Centro da cidade (Cinelândia, Lapa e Sambódromo, majoritariamente) e favelas (especialmente nas imagens de arquivo documentais ou de ficção), a bossa nova marca as imagens aéreas e das praias. Enquanto o samba nasce como resistência negra e leva seus compositores e músicos à cadeia, a bossa nova “nasce na praia”, nas mãos de uma elite branca que já ocupava a Zona Sul da cidade desde as reformas urbanas. Enquanto o espaço do carnaval é associado às minorias – pretos, pobres, prostitutas e travestis –, e é criticado ao ser reapropriado pela elite, pelo mercado e pelos “gringos”, a bossa nova é apresentada exatamente a partir dessas imagens das elites tanto nas imagens de arquivo, quanto nas entrevistas atuais pelas falas de Bebel Gilberto e Maria Creuza. Da “desordem” do carnaval a uma suposta “civildade” da bossa nova. Maria Creuza diz que a bossa nova se torna como um “retrato do Brasil”, chamando a atenção dos estrangeiros que vinham ao país “e só ouviam bossa nova”. Diversas imagens de arquivo mostram essa construção nos filmes e notícias do exterior.

Em relação à centralidade da música, cabe salientar que ela não se dá apenas na narrativa do documentário, já destacada também como característica do diretor Julien Temple. Tanto o samba, quanto a bossa nova exercem importantes papéis na reconfiguração dos imaginários sobre os lugares da cidade, específica e respectivamente, favela e praia, e, mais ainda, acabam se consolidando como importantes imaginários de identidade nacional e da cidade do Rio de Janeiro como representante de toda a nação. Os anos de 1920 a 1960 são entendidos por Freitas e Fortuna (2009) como um período no qual o legado imagético das reformas e das exposições se consolida na cidade, acumulando prestígio e visibilidade. Na década de 1930, o mestiço, a favela, o samba e o futebol são valorizados como parte da construção do Estado-Nação e identidade nacional; na década de 1960, a música, com o surgimento da bossa nova, contribui para a construção de uma nova identidade: o Rio deixa de ser a “Paris dos Trópicos” para tornar-se “Rio” e conquistar mundo com uma identidade própria, ligada especialmente à praia, mais especificamente a de Copacabana.

Após a apresentação da bossa nova, a história da ditadura militar no Brasil é abordada pelo filme. As imagens iniciais do golpe de 1964 são apresentadas ao som das “Bachianas”, enquanto Nelson Motta relata a queda do governo eleito, a violência e o tempo de duração da ditadura no Brasil. Fernando Gabeira também conta parte da história, especialmente dos grupos de resistência, enquanto imagens de arquivo são exibidas (inclusive imagens do filme *O que É Isso, Companheiro?*, de 1997, com Gabeira relatando em voz *over* sua participação no sequestro do embaixador dos Estados Unidos relatado pelo filme). Gabeira relata a tortura a que eram submetidos os presos políticos, ressaltando que se tratava de uma cultura existente desde a época da escravidão – o que permite a conexão histórica no filme de uma cultura que se perpetua através dos tempos. As imagens documentais das mobilizações são localizadas no Centro da cidade, onde, segundo Gabeira, aconteciam os protestos. Dona Gilda é uma voz dissonante à linha narrativa que domina o documentário: ela diz que não se tratava de uma “ditadura perfeita”, tendo em vista que o Congresso existia; também defende que “coisas ruins” aconteciam apenas contra terroristas ou a pessoas que eram contra o governo. Ela ressalta a ditadura como um período “melhor, porque havia mais respeito”. O que pode ser entendido, no contexto da montagem, como dar espaço a outras narrativas, pode também significar a associação de um regime a uma classe social mais abastada e branca, representada no filme por Dona Gilda; essa linha de entendimento também ratifica a opressão histórica racial promovida pelo Estado brasileiro ao povo negro e pobre, colocado em um lugar de silenciamento nesse momento do episódio. Nelson Motta e Gabeira relatam a censura e seu papel na criação das músicas dos anos de 1970, com os festivais de MPB como último espaço possível de oposição ao governo ditatorial. Imagens da natureza intocada e de uma arara vermelha, ao som de *Minha Menina*, dos Mutantes, enquanto imagens contrastam o regime militar, a produção cultural tropicalista (uma fala imitando papagaio sobre a imagem de uma arara vermelha salienta: “tropicalismo anárquico”), a produção hollywoodiana sobre o país, figuras políticas da época, o exílio de artistas – imagens de Caetano e Gil jogando capoeira em Londres encerram os relatos.

No que diz respeito especificamente às produções estadunidenses, muito exploradas por Temple nessa etapa de seu filme para tensionar os sentidos por elas produzidos, elas possuem grande impacto na construção dos imaginários sobre o Brasil principalmente a partir da década de 1940, em especial, desde a atuação do Birô Interamericano, que tinha por objetivo “promover a cooperação interamericana e a solidariedade hemisférica, mas que reforçava, na prática, a necessidade de proteção da posição internacional americana e a de enfrentar os desafios do Eixo” (AMÂNCIO, 2000, p. 53). Nesse contexto, enquanto os Estados Unidos eram

representados pelo poder bélico e industrial e pelos avanços técnicos e científicos, os latino-americanos foram associados ao exótico, a uma relação de alteridade que se mantém por décadas: um mito que engloba “uma visão moderna, urbana e provinciana sustentada por manifestações folclóricas e exóticas cheias de colorido” (AMÂNCIO, 2000, p. 57). Repetição de lugares-comuns, banalização e preconceito marcam todo um leque de estereótipos e clichês que atravessam os filmes de ficção estrangeiros, construindo imagens do Brasil e do brasileiro a partir de articulações históricas, retóricas e simplificações socioculturais. E, dentro desses mais sólidos clichês, os planos aéreos do Rio de Janeiro, vistas paisagísticas por excelência, que demarcam campos de visibilidade e de significação.

Falas de moradores sobre os efeitos do calor marcam a mudança para a década de 1980, que tem a música *Geração Coca-Cola* de fundo e entrevista com Dado Villa-Lobos, conhecido nessa década por sua atuação como guitarrista da banda Legião Urbana. Imagens da cena *punk* no Brasil alternadas com imagens de pessoas consumindo Coca-Cola. Dado cita as Diretas Já, e a volta da democracia é “celebrada” com imagens de jogos de futebol, como um gol marcado, evocando mais um imaginário sólido a respeito da cidade e do país no contexto de produção dos megaeventos esportivos.

Voz de Hermano Vianna sobre imagens de protestos nas ruas e, posteriormente, de homens armados nas favelas marcam a entrada de uma nova década: os anos de 1990: “era uma combinação explosiva de desigualdade social, crise econômica, autoritarismo político. Isso criou uma situação explosiva na cidade que acabou a própria cidade perdendo o controle em determinadas regiões da cidade, nos morros... criou um espaço onde essas novas organizações criminosas que estavam surgindo na cidade tomaram controle e realmente houve uma época em que você não conseguia entrar nas favelas sem ter que passar pelas barreiras de armas dos traficantes e era muito claro que você estava mudando de território mesmo, um território que tinha uma outra lei”.

Nessa etapa, é introduzido o *funk* por meio do *Rap das Armas*, uma das músicas que compõem o imaginário do funk no Rio, especialmente após sua popularização pelo filme *Tropa de Elite*, de José Padilha (2007) – música que também é trilha sonora de outro documentário aqui em análise: *Welcome to Rio* (conforme abordado nos itens 2.3 e 2.4 deste trabalho). É interessante observar, ainda, que a música é utilizada no contexto da violência em ambos os filmes, porém, em situações opostas: em *Welcome to Rio*, apresenta o Bope; em *Rio 50 Degrees*, relaciona-se à favela (mesma relação construída no filme de Padilha). A música é intercalada com a fala de Hermano Vianna, enquanto imagens de homens fortemente armados andando pelas ruas e becos estreitos de uma favela são exibidas. Há também uma fala de Eduardo Paes

do tráfico como Estado paralelo e imagens do filme *Cidade de Deus*, de Fernando Meirelles (2002).

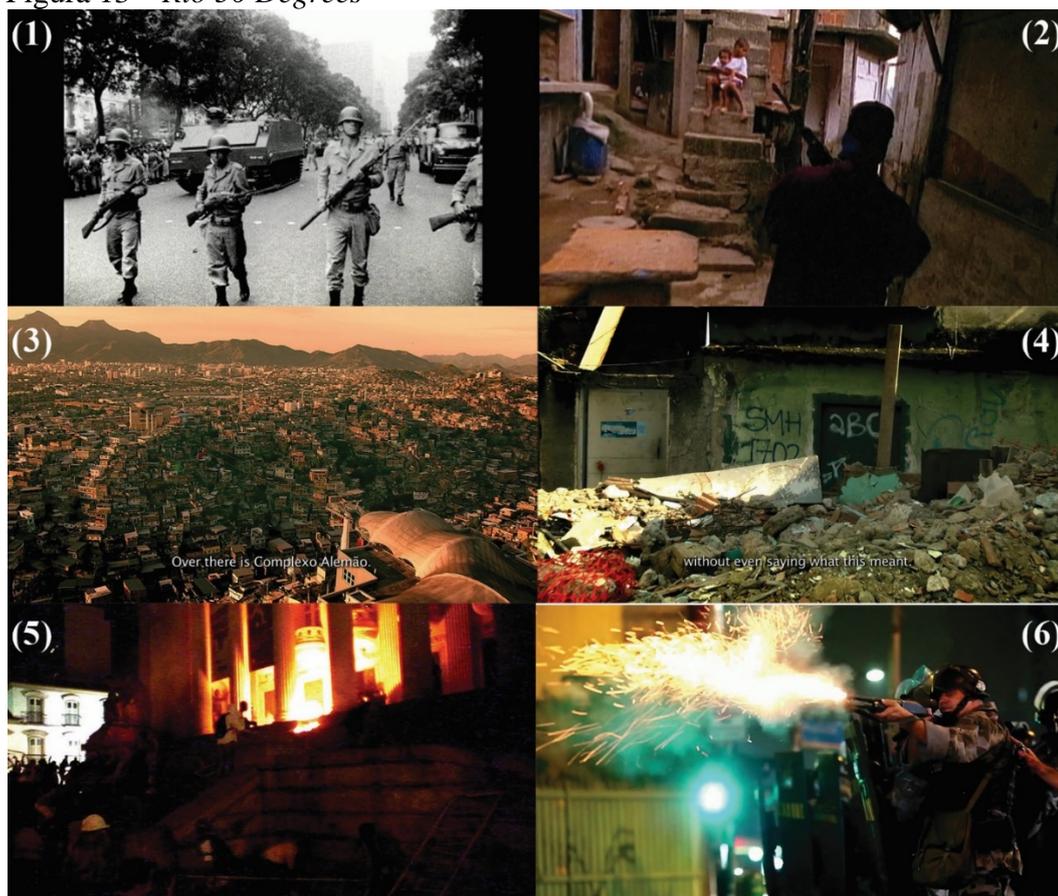
Os moradores falam sobre a experiência com a violência, algo que também era novo para eles. O artista plástico Cabelo¹⁹² faz a conexão da violência com raça, classe e idade: “se você vê ao longo dos anos a quantidade de, sabe, de pretos, pobres e jovens que morreram é assustador”. Os moradores falam ainda que tinham de se esconder, não podiam sair de casa, tinham de se fechar dentro de casa. Dado Villa-Lobos diz: “os anos 90 foram tipo ‘Cidade de Deus’”. Imagens de uma criança apresentando armamento pesado: “essa aqui é uma AK-47, é russa. Mais uma AR-15 lança-granadas. [Tira da cintura uma arma] Isso aqui é uma PT-92 9mm israelense”. Marcelo Yuka¹⁹³ também reitera a questão de classe e de uma condição de guerra em relação ao narcotráfico: “é pobre matando pobre [...] nós matamos mais a cada dia, a cada mês, a cada semana, a cada ano, que o conflito na Palestina”. Imagens de pessoas carregando um corpo. Imagens de pessoas tranquilas na praia, enquanto pode-se ouvir tiros ao fundo, e um entrevistado diz em voz *over*: “a gente se acostuma com essa ideia também e vai levando, né... você aceita o fato de que você, a qualquer dia, quando você sai de casa, pode acontecer alguma coisa”.

A composição das imagens da violência no Rio é feita por pessoas fortemente armadas nas favelas, por imagens do filme *Cidade de Deus*, repressão e violência policial, protestos nas ruas, sequestro do ônibus 174,¹⁹⁴ relatos de moradores das favelas e do asfalto. A violência, que primeiro é territorializada, produzindo a ideia de favelas como *no-go areas* explorada nas narrativas internacionais, passa a tomar conta da cidade, segundo o documentário. O recorte de classe e raça também permeia toda a discussão tanto nos relatos dos moradores, quanto dos especialistas; e, apesar de alguns relatos e imagens construírem a ideia de que a violência estava espalhada pela cidade, em outros há uma clara distinção sobre as formas como essa violência atinge diferentemente pessoas ricas e pobres, do asfalto e da favela.

¹⁹² <<http://www.cabelo.etc.br/>>. Acesso em: 26 dez. 2019.

¹⁹³ Marcelo Yuka (Marcelo Fontes do Nascimento Viana de Santa Ana, 31 de dezembro de 1965 - 18 de janeiro de 2019) foi fundador, baterista e compositor da banda O Rappa. Yuka ficou paraplégico na noite de 9 de novembro de 2000, após parar seu carro em meio a um tiroteio. Das mais de 20 cápsulas encontradas no local do crime, nove atingiram o artista. A história é contada por ele em *Rio 50 Degrees*, ao som de sua música *Minha Alma*, intercalando imagens do ator, de seu carro atingido, de seu socorro e do clipe oficial da música (<https://www.youtube.com/watch?v=vF1Ad3hrdzY>). Em imagens de arquivo, Yuka salienta: “Lembrem-se que eu não sou vitimado por uma arma de fogo ou por um bandido. Eu sou vitimado por uma sociedade que é injusta e que permite esse tipo de coisa acontecer impune”.

¹⁹⁴ O ônibus da linha Gávea-Central do Brasil (174) foi sequestrado por Sandro do Nascimento (1978-2000) na tarde de 12 de junho de 2000. O crime foi amplamente televisionado. Em 2002, José Padilha fez um documentário sobre a história intitulado *Ônibus 174*, filme que recebeu 23 prêmios internacionais (Fonte: <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2209200513.htm>>. Acesso em: 26 dez. 2019).

Figura 13 – *Rio 50 Degrees*

(1) Ditadura militar. (2) Emergência da violência na década de 1990. (3) Imagem aérea do teleférico no Alemão. (4) Casa marcada e destroços de casa derrubada na Providência. (5) Manifestantes jogam coquetéis molotov durante as jornadas de junho de 2013. (6) Policiais atiram contra manifestantes durante as jornadas de junho de 2013. Fonte: *Rio 50 Degrees – Carry on Carioca* (2014).

É interessante observar no documentário, ainda, um ponto de vista pouco explorado nas narrativas internacionais: um traficante preso diz que faz o que faz pelo seu povo, pela sua sociedade, “pelo nosso povo, que é um povo caído, um povo humilde”. Dona Gloria confirma essa narrativa, dizendo que os moradores sempre foram muito respeitados pelos traficantes. Um homem encapuzado diz que ajuda as pessoas a suprir algumas necessidades básicas, como medicamentos, material de construção para um “barraco caindo”, comida ou material de higiene básico. Eduardo Paes, no entanto, salienta que a criminalidade oprimia muito mais os mais pobres que os mais ricos, enquanto imagens de uma família inteira assassinada dentro de casa são exibidas. Os elos do tráfico com as classes mais abastadas e com a polícia também são citados.

E, no contexto da emergência da violência, a emergência também do *funk* com resposta ao cerceamento do direito à cidade: Sany Pitbull, músico carioca que promove bailes *funk* desde 1986, relata que os jovens da favela não tinham direito à cidade bonita, à praia, ao Corcovado. Eles faziam parte de um Rio abandonado e esquecido, encontrando na música um momento de lazer e diversão. Ele conta um pouco da história da criminalização dos bailes *funk*: na saída das

festas, não havia transporte público para seus frequentadores, apesar dos apelos dos produtores. O governo, em vez de fornecer o transporte, proibiu os bailes, que passaram então a ser produzidos dentro das favelas, encontrando mais claramente os problemas das comunidades: “o *funk* não é violento, ele canta a violência, mas ele não incita a violência. Quem criou o termo ‘proibidão’ não foi o funkeiro, foi o cara que mora no asfalto e fala ‘pô, é proibido cantar isso’. Não é proibido cantar, proibido é viver aquilo ali”. Imagens de pessoas dançando nos bailes contrastam com a imagem de uma maquiadora do programa arrumando Bebel Gilberto nas pedras do Arpoador. A cantora diz: “eu nunca fui num baile *funk* na minha vida, eu não tenho o menor interesse. [Continua em inglês] *I don’t like it. I don’t like the words, I don’t like the movement, I don’t like anything about it. I think it’s politically incorrect. I shouldn’t say that*¹⁹⁵.” MC Smith coloca o *funk* como “a verdade da comunidade”, como luta de classes, como forma de lutar pelo seu povo, como forma de mudar uma geração – na montagem contrastiva com a fala de Bebel Gilberto, parece haver a confirmação de como o *funk* carrega problemas de raça e classe.

A problematização da violência nos anos de 1990 e 2000 é fundamental para entender a centralidade da política de pacificação na construção da marca-cidade, bem como a emergência da cidade de exceção e a estratégia de megaeventos como justificativa para a “salvação” da cidade, temas abordados no bloco histórico seguinte, cujo início é marcado pela imagem e fala do momento do anúncio do Rio como cidade-sede; em seguida, a imagens da uma arara vermelha e do Cristo Redentor decolando, enquanto Eduardo Paes diz: “a cidade que se utiliza das Olimpíadas para fazer transformações: esse é o caso do Rio de Janeiro. As Olimpíadas do Rio, como nenhuma outra cidade, elas são essencialmente integradoras das áreas mais pobres da cidade”. Os clichês internacionais são retomados: imagens de *Watercolor of Brazil*¹⁹⁶ (Disney, 1942), a música “Cidade Maravilhosa” é tocada, enquanto garis sambam e limpam o sambódromo no carnaval. Wanda Dolce, estudante, diz que os megaeventos serão lindos porque não são para o carioca, mas, sim, “pra gringo ver”; Yuka diz que são grandes corporações que lucram com os megaeventos e denuncia que a imagem da cidade proposta para os megaeventos não reflete a profundidade de suas relações: “essa nova cidade proposta por essa administração é uma cidade, é o Rio de Walt Disney, é uma cidade com esse tipo de felicidade-show”.

A questão da solução da violência urbana como marca dos megaeventos também é abordada por Fernando Gabeira, que fala sobre a ocupação das favelas e criação das UPPs como

¹⁹⁵ “Eu não gosto [de *funk*]. Eu não gosto das letras, da dança, nada. Eu acho que é politicamente incorreto. Eu não deveria dizer isso.”

¹⁹⁶ O curta faz parte do longa *Alô, Amigos*, feito no contexto da promoção de cooperação interamericana da década de 1940 mencionada anteriormente neste trabalho (AMÂNCIO, 2000). É nesse filme que aparece pela primeira vez o personagem Zé Carioca.

política de segurança definida a partir de 2008. Imagens do filme *Tropa de Elite* e denúncia da violência policial por moradores: “o comandante do Bope entra na casa de quem ele quiser aqui, sem nenhum papel na mão”. O discurso oficial das UPPs é trazido na voz de uma mulher – capitã Priscilla –, recurso usado em outros documentários internacionais sobre a cidade (GOTARDO, 2016), que é apresentada ainda sem uniforme. Ela diz que as UPPs têm como objetivo possibilitar a prestação de serviços básicos como água e saneamento para os moradores das favelas, integrando a cidade.

Essa narrativa oficial da integração é, no entanto, constantemente questionada pelo episódio de diversas formas, especialmente no que diz respeito à (falta de) participação da população nas decisões sobre o território, passando pelas obras, especulação imobiliária e remoções até a política de pacificação como “gestão de risco”. Seguindo a linguagem do documentário, as falas oficiais são contrastadas com as dos moradores: enquanto Paes diz que apenas as favelas com risco estrutural serão removidas, mas que 99,9% das favelas permanecerão (“o risco que se tem é um pouco regra de mercado, quer dizer, uma excessiva valorização pela pacificação, isso não necessariamente expulsa as pessoas, a opção das pessoas é de vender porque tão ganhando bem com aquilo ali, né, mas não é um processo de expulsão”), Sany Pitbull comenta a especulação imobiliária nas favelas, com o expressivo aumento dos valores dos imóveis. Esse bloco histórico parece propor, ainda, um retorno ao início da história tanto na referência aos clichês internacionais hollywoodianos, quanto na referência à ocupação histórica do território da favela (entrevistada diz que estão removendo as pessoas que moram lá desde a Guerra de Canudos, ressaltando que o território desse povo é também sua identidade) – um retorno ao Rio do princípio do século XX, tal como vimos no início desta seção.

A crítica à cidade neoliberal vem de forma bastante clara na fala do cantor e compositor BNegão: “O Rio de Janeiro já está todo negociado, sacou? O Rio de Janeiro virou um balcão de negócios mesmo”.

O documentário aborda ainda as Jornadas de Junho, que serão tratadas na próxima seção, dada a importância das manifestações nas diversas narrativas internacionais em análise neste trabalho. Para finalizar o filme, imagens aéreas da cidade e do Cristo Redentor, da praia, com mensagens motivadoras de “ser mais”, de um Rio mais igualitário, de esperança, e com a fala de Dado Villa-Lobos de que a autoestima na cidade está mais alta, as coisas mudaram, a cidade “mais focada em seu destino”. O documentário se encerra com os aplausos ao pôr-do-sol no Arpoador.

Apesar de seu fim esperançoso – e talvez não fosse possível ser diferente, dadas as condições de sua produção (o contrato entre a *Film London* e a Rio Filmes em virtude do “momento Olímpico” de ambas cidades), o filme de Temple propõe diversos e importantes deslocamentos e questionamentos em relação ao projeto de cidade e às narrativas que dão

suporte a ele. Os debates contemplam desde esse “orgulho do passado”, parte da cidade-pátria do planejamento estratégico, reconstruindo dos sentidos a partir das imagens de arquivo para debater os mais sólidos estereótipos e clichês associados ao Rio (e que são vendidos como parte da marca-cidade) até a apresentação do presente como uma distopia – trecho discutido no capítulo anterior deste trabalho. Com isso, propõe uma discussão também em relação à proposta de crescimento das cidades pelos megaeventos, debatendo os riscos que ele pode trazer em diversos contextos, especialmente considerando que as cidades são múltiplas, e não um projeto único e consensual, tal como proposto para seu gerenciamento e construção de sua marca.

3.2 As Jornadas de Junho e o rompimento com o projeto de cidade olímpica

As Jornadas de Junho se constituem em um dos mais importantes fenômenos populares da história recente do Brasil, e suas narrativas ainda se encontram em disputa tanto no meio acadêmico, quanto na sociedade, especialmente pelos considerados efeitos dessa “crise política”, tal como a emergência de discursos fascistas e da extrema-direita ao poder no país. Dada a complexidade dessas disputas, meu objetivo nesta seção, no entanto, não é compreender o fenômeno a partir de sua ótica política, histórica ou antropológica: Rachel Rolnik (2013, p. 16-17) já alertava que “a voz das ruas não é uníssona. Trata-se de um concerto dissonante, múltiplo, com elementos progressistas e de liberdade, mas também de conservadorismo e brutalidade, aliás presentes na própria sociedade brasileira”. Deste modo, buscarei, aqui, compreender como as Jornadas de Junho operam como importante marcador discursivo, nos documentários em análise, em relação ao rompimento de um “consenso” construído em torno da cidade-empresa e da cidade-mercadoria pelo planejamento estratégico urbano para a busca do *direito à cidade*.

Entendo que as manifestações de 2013 foram um ponto inicial e fundamental desse processo de deslocamento das narrativas. Trata-se, portanto, de entender a potencial centralidade do sujeito nas apropriações dessa marca-cidade (por meio também da apropriação do espaço público e das decisões sobre o espaço urbano, como no caso das remoções), dentro de uma conjuntura política, social e econômica, com as reapropriações de sentidos pela mídia hegemônica. Marcas também são construções narrativas e, portanto, sujeitas a reapropriações e ressignificações; quando se trata de uma marca-cidade, que diz respeito também (e talvez principalmente) aos cidadãos que nela vivem, esse processo torna-se ainda mais vivo. Além disso, embora as manifestações tenham sido tão complexas a ponto de ainda promoverem disputas discursivas sobre elas nos dias atuais, os documentários também contribuíram para o achatamento de seus simbolismos e significados.

“O direito à cidade não é um presente. Ele tem de ser tomado pelo movimento político” (HARVEY, 2013, p. 44). Sob o entendimento de que o direito à mobilidade é também o exercício do direito à cidade e que o transporte garante o direito ao acesso aos demais direitos da população (saúde, educação, circulação, lazer, dentre outros), iniciam-se algumas revoltas populares organizadas pelo Movimento Passe Livre (MPL) em São Paulo contra o aumento das tarifas de transporte público na cidade. Não se trata, no entanto, segundo o próprio movimento, de uma ação gestada e concretizada de forma isolada, mas inserida dentro de um histórico de movimentos populares em diversos estados por pelo menos dez anos (MOVIMENTO PASSE LIVRE, 2013), que incluem, além do direito ao transporte, outras demandas apresentadas pela condição urbana e representadas por movimentos como sem-teto, estudantil, além de ocupações e outras manifestações de disputa pela cidade, como os Comitês Populares da Copa (ROLNIK, 2013).

Dos 11 documentários que compõem o *corpus* desta tese, vemos representações das manifestações de junho em seis deles: *The Vinegar Revolution* (2013), *In the Shadow of the Hill* (2014), *Welcome to Rio* (2014), *Rio 50 Degrees* (2014), *Building the World Cup* (2014) e *Rocinha: the pedreiro and the master planner* (2014). Em um deles, foi apenas citada (*Copacabana Palace*) para marcar a diferença entre aqueles que lutam e aqueles que consomem o luxo. Dentre esses, *The Vinegar Revolution* dedica toda narrativa às manifestações. O filme foi exibido pela PressTV Doc em 2014, um braço da rede iraniana PressTV que produz conteúdo em inglês cujo foco é a produção de documentários independentes e “se empenha em trazer um significado totalmente novo ao ‘Jornalismo Cidadão’ e tenta fornecer um meio para a voz daqueles que geralmente não são ouvidos”.¹⁹⁷ A rede participa de uma importante disputa discursiva: “Quando a Press TV foi lançada em 2007, seu objetivo declarado era dar ao público ocidental o que chamou de ‘um segundo olhar’. É pró-Palestina, anti-sanções contra o Irã e crítica da política externa ocidental – especialmente EUA e Reino Unido”, segundo reportagem da BBC.¹⁹⁸

Em seus 25 minutos de duração, imagens de manifestantes são intercaladas com as imagens de repressão policial, de jornais e de vídeos do *Anonymous Brasil* convocando às manifestações como “atos de cidadania”, bem como da então presidenta Dilma Rousseff condenando os atos de violência. A narração ressalta: “2013 provou ser um ano inquieto para o Brasil. Como um país que testemunhou um crescimento incrível na última década e está a poucos meses de sediar o maior evento esportivo do mundo, a Copa do Mundo de Futebol, não se esperava que as grandes cidades brasileiras fossem palco de grandes manifestações e de raiva do público. O que começou como protestos contra a alta da tarifa de transporte público nas

¹⁹⁷ Fonte: < <http://presstvdoc.com/about>>. Acesso em: 21 jan. 2020.

¹⁹⁸ Fonte: <<https://www.bbc.com/news/uk-16317282>>. Acesso em: 21 jan. 2020.

grandes cidades logo se transformou em protestos em âmbito nacional contra a corrupção governamental, brutalidade policial, projetos esportivos excessivos e injustiça social. Para acalmar seus olhos ardentes e combater os efeitos do gás lacrimogêneo e do *spray* de pimenta, os manifestantes se armaram com garrafas de vinagre, por isso a mídia apelidou as manifestações de ‘Revolução do Vinagre’.”¹⁹⁹

A narração também explica como as redes sociais atuaram na mobilização das pessoas, exibindo páginas no Facebook do Mídia Ninja e do Movimento Passe Livre – ressalta-se que o conteúdo de cartazes, das páginas e os gritos dos manifestantes não foram traduzidos para o inglês no arquivo ao qual tive acesso extraído do canal oficial da PressTV no YouTube.²⁰⁰ Há um grande foco no uso pelos manifestantes da máscara de Guy Fawkes, tanto que ela é usada como arte para a vinheta do documentário. Fawkes é um personagem da história inglesa julgado e condenado por sua participação na rebelião conhecida por “a conspiração da pólvora”, que planejava, em 1604, explodir o parlamento inglês e assassinar o rei protestante. O episódio inspirou a história em quadrinhos *V de Vingança* (1988), transformada em filme em 2005, escrita enquanto Margaret Thatcher era primeira ministra da Inglaterra e implantava no país um governo neoliberal. Embora tenha sido um símbolo do grupo Anonymous, é interessante observar como o documentário ratifica a produção de sentidos por essa analogia: o enredo da história em quadrinhos se passa em uma Inglaterra distópica, e o personagem tem uma postura anarquista em relação ao regime totalitário instaurado. Trata-se, portanto, e mais uma vez, de acionar o Rio de Janeiro como uma cidade distópica.

Algumas pessoas são entrevistadas no filme. Em suas falas, elas ratificam que as jornadas transpuseram a luta inicial em relação ao transporte público, e se tornaram uma luta geral contra a corrupção e os gastos públicos. Rolnik (2013, p. 14), no entanto, alertou para os problemas da emergência desse tipo de discurso, destacando que “[...] caracterizar a origem da crise atual no campo moral ‘corrupção’, do qual só os políticos participam, é, no mínimo, altamente reducionista e pode também resvalar para diversas formas de fascismo, no estilo ‘Melhor sem os políticos’.” Apesar da extrapolação da pauta ratificada na fala dos entrevistados, o documentário aborda o custo do transporte público para as famílias brasileiras, comparando seu impacto nos salários e com outras cidades.

¹⁹⁹ Do original: “2013 proved to be a restive year for Brazil. As a country that has witnessed incredible growth in the past decade and is a few months shy of hosting world's greatest sports event, the football World Cup, Brazilian major cities were not expected to be the scene of major demonstrations and public anger. What started out as protests against public transport fare hike in bigger cities soon turned into nationwide outcry against governmental corruption, police brutality, overbilling sports projects and social injustice. To soothe their smarting eyes and fight off the effects of tear gas and pepper spray, protesters would arm themselves with bottles of vinegar, hence the media dubbed the demonstrations as the Vinegar Revolution”.

²⁰⁰ Ao verificar os links para a produção final deste trabalho, em 21 jan. 2020, o canal havia sido retirado do ar por violação de direitos da plataforma.

A violência policial também é denunciada no documentário tanto pela narração, quanto pelas imagens e pelas falas dos entrevistados, que ressaltam o problema da polícia militarizada armada como resquício da ditadura do país e do debate sobre a desmilitarização trazido também pelas manifestações. Outra questão é a desigualdade no país, trazida por meio de um vídeo do AnonymousBR: “enquanto uns poucos comem, outros muitos passam fome. A desigualdade gera violência, e a violência gera medo”.

Imagens de indígenas nos protestos são exibidas, enquanto a narração destaca os custos em relação à preparação do país para os megaeventos e as reformas sociais solicitadas nos protestos, destacando que se tratava de “um movimento sem líderes e sem partidos políticos”,²⁰¹ embora o entrevistado que é exibido logo em seguida destaque a participação de partidos políticos, ainda que eles não estabelecessem um processo de liderança. Um dos entrevistados salienta que “de um bom tempo pra cá o Brasil tá construindo uma imagem no exterior de crescimento econômico e tal, as pessoas têm essa imagem do Brasil, uma grande promessa para o futuro, economicamente falando. Sendo que nós aqui, a gente não sente... a gente não sente isso, né. Todos nós amamos esporte, eu acho realmente que o esporte é importante para a formação da sociedade, mas a maneira como está sendo feito aqui, as regiões, o país balneário, o país turístico que as pessoas vêm para se divertir... existe um grupo de pessoas nesse país que só se preocupa em lucrar com essa projeção exterior e com o dinheiro que isso gera sem dar nenhum tipo de contrapartida para o povo que tá sendo desalojado para se construir estacionamento ao lado do Maracanã, por exemplo”. As falas denunciam a construção da cidade-mercadoria, destacando que elas beneficiam pequenos grupos. Trata-se, segundo Vainer (2013), de grupos que, antes espalhados, se unem para confrontar a cidade-empresa e a democracia direta do capital quando confrontados pela cidade de exceção:

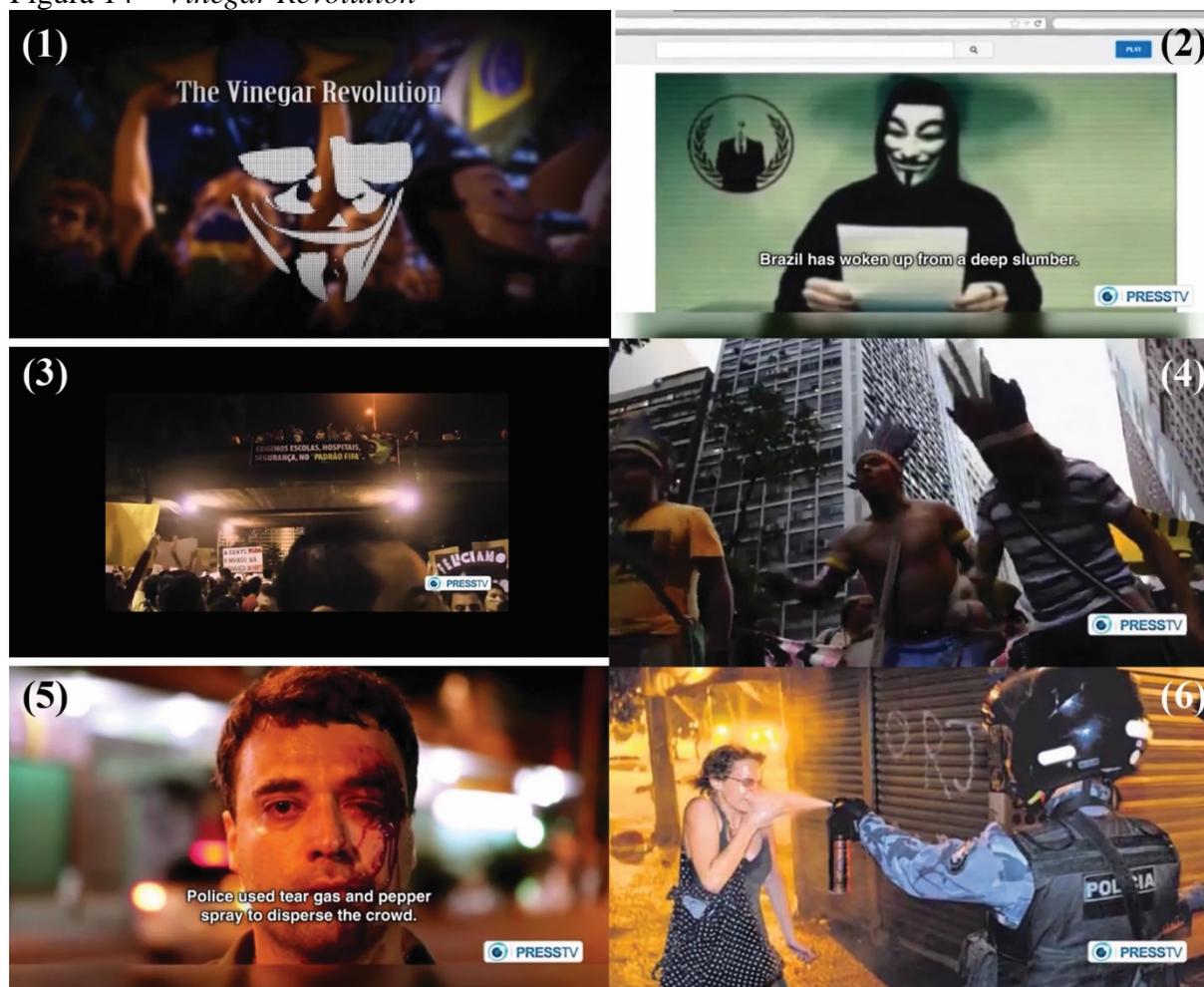
Megaeventos, meganegócios, megaprotostos. Não há como não reconhecer a conexão estreita entre os protestos em curso e o contexto propiciado pelos intensos e maciços investimentos urbanos associados à Copa do Mundo de 2014 e, no caso do Rio de Janeiro, também aos Jogos Olímpicos de 2016. De um lado, a repressão brutal e a rapidez com que a mídia e governos tentaram amedrontar e encurralar os movimentos deveu-se, ao menos em parte significativa, à preocupação em impedir que jovens irresponsáveis e “vândalos” manchassem a imagem do Brasil num momento em que os olhos do mundo estariam postos sobre o país, devido à Copa das Confederações. “Porrada neles.” (VAINER, 2013, p. 46).

A narração destaca que os manifestantes conseguiram as reduções nas tarifas, e, ao mencionar como os protestos se espalham pelo país, uma das entrevistadas destaca que sempre houve movimentos sociais lutando pelo direito à cidade: “aqueles que nunca dormiram abraçam os que estão acordando agora”. Há uma cobertura especial de uma das manifestações do Rio que destaca o uso de celulares para gravação e divulgação dos atos, além do foco no embate

²⁰¹ Do original: “*A movement with no leaders, no political parties*”.

entre manifestantes e policiais, dizendo que a violência foi iniciada por manifestantes que jogaram coquetéis *molotov* na polícia. Enquanto imagens nas quais os manifestantes promovem quebra-quebra e há barricadas com fogo, a narração destaca que vários prédios foram destruídos e manifestantes foram presos ou feridos. Enquanto há imagens de um manifestante algemado sendo conduzido por um policial a um camburão, a paisagem sonora repleta de bombas compõe o quadro do combate. Nesse momento do filme, nota-se uma clara diferença entre as falas dos manifestantes e as legendas. Um homem ferido diz que é professor, visava participar da manifestação de forma pacífica, mas que esse era o tratamento que ele recebia do governo. O relato desse professor também é exibido em *In the Shadow of the Hill*.

Figura 14 – *Vinegar Revolution*



(1) Imagem da vinheta de abertura de *The Vinegar Revolution*. (2) Vídeos do AnonymousBr são exibidos no filme. (3) Imagens de uma das manifestações das Jornadas de Junho. (4) Indígenas em protesto. (5) Professor baleado durante manifestação. (6) Imagem publicada em jornal e exibida no filme mostra manifestante desarmada sofrendo violência policial

Fonte: *The Vinegar Revolution* (2014).

Apesar de trazer temas importantes para o debate, como a violência policial, há um tom condenatório, especialmente quando se trata das manifestações do Rio de Janeiro, em relação ao embate e ao quebra-quebra; além disso, o filme atribui aos manifestantes e aos *black-blocks*

o início dos embates de forma muito simplista, flertando com o discurso midiático tradicional (vale salientar também que muitas capas de jornais da mídia hegemônica brasileira são exibidas e canais de jornalismo alternativo, como o Mídia Ninja, são considerados apenas como responsáveis pela mobilização para as manifestações) e desconsiderando teorias relevantes de pessoas infiltradas, por exemplo.

Na disputa discursiva, Rolnik (2013, p. 10), destaca que o discurso mais presente na mídia hegemônica era permeado por uma “ladainha do fundamentalismo neoliberal, apontando o elevado custo do trabalho, a alta carga tributária e a corrupção como os responsáveis pelo grande descontentamento manifesto nas ruas. Explicações como essas, que soam no mínimo patéticas”, explicações também apresentadas no documentário em análise. A autora destaca que havia, sim, diversas pautas em questão, mas que se trata, sobretudo, da ampliação de direitos sociais, puxado pelo direito à mobilidade, que “se entrelaçou fortemente com outras pautas e agendas constitutivas da questão urbana, como o tema dos megaeventos e suas lógicas de gentrificação e limpeza social” (ROLNIK, 2013, p. 11).

Essa agenda clara que menciona Rolnik pode ser vista em *Welcome to Rio – Peace*, na figura de Acme, já tratada anteriormente neste trabalho. Acme vai às ruas protestar contra a demolição de casas no Cantagalo, o que a narração classifica como uma forma que as favelas encontraram de serem ouvidas – adicionando suas vozes aos protestos que tomavam conta das ruas. No documentário, a paisagem sonora também é um ponto de construção do conflito, às vezes substituída por, às vezes misturada com um piano clássico classificado na Tabela 2 como obscuro, bonito e nostálgico, que embala imagens de violência, inclusive policial, mas também de uma vendedora ambulante que chora devido aos efeitos do gás lacrimogêneo, e um manifestante demonstra empatia pela trabalhadora, oferecendo vinagre a ela para ajudar a amenizar a ardência causada pelo gás. E, tal como em *Vinager Revolution*, o pronunciamento de Dilma também é exibido, e, para Acme, ele representa uma vitória em sua pauta.

A mesma diversidade de pautas é abordada *In the Shadow of the Hill*, com uma clara distinção de que os movimentos anti-Copa eram construídos pelos moradores “do asfalto”. As manifestações são introduzidas como uma reação de raiva dos brasileiros pelo alto custo da Copa do Mundo, após o declínio da economia brasileira em 2012. A paisagem sonora acompanha relatos de manifestantes, e João Tancredo diz que a população está indignada pela corrupção e pela miséria. Imagens da violência nos protestos são exibidas. Michele, sobrinha de Amarildo, diz que “os manifestantes do asfalto escutaram nossos gritos e se juntaram a nós”, e novas imagens das manifestações, agora com a pauta de Amarildo, são exibidas, incluindo pedidos pela desmilitarização da polícia. Outra face das manifestações de 2013 também é

exibida na abordagem do movimento *Ocupa Cabral*, um movimento que ocupou, por meio de acampamentos, as ruas do Leblon, defronte à casa do então governador Sérgio Cabral, durante junho e julho de 2013.²⁰² Uma entrevistada destaca que o caso Amarildo representa um sistema discriminatório, pois o mesmo não aconteceria com uma pessoa branca, de família rica. O encontro do movimento *Cadê o Amarildo* com o *Ocupa Cabral* representa, na narração de Michele, a união da favela com o asfalto contra a violência estatal dirigida a pessoas negras e pobres moradoras das favelas do Rio de Janeiro – a união possível dentro do imaginário da cidade partida, e pessoas celebram essa união, enquanto policiais assistem “pacificamente”.

Em *Rocinha: the pedreiro and the master planner*, a pauta é a mudança urbana desejada pelos moradores das favelas. Na primeira cena de manifestação exibida no filme, um morador grita por saneamento básico para a Rocinha e o Vidigal, enquanto uma faixa diz: “saneamento sim, teleférico não”. Enquanto isso, Luiz Carlos, o urbanista, fala, em voz *over*, sobre a necessidade de união para ampliar a voz que pede mudanças. No entanto, nesse documentário as manifestações não são contextualizadas dentro do movimento mais amplo que ocorria na cidade e no país.

Já em *Rio 50 Degrees*, uma personagem com voz *over* introduz as manifestações, enquanto imagens de pessoas em um vagão lotado do metrô são exibidas: “você sabe, quem cala, consente. As coisas não aconteciam antes porque as pessoas não tinham nem conhecimento dos seus direitos. Hoje o povo sabe, e quando eles querem, eles vão pra rua”. As imagens mostram a miséria do cotidiano urbano, da cidade delimitada pela programação do tempo e da técnica, sem a espontaneidade da vida urbana. A primeira imagem das manifestações, também com a paisagem sonora como áudio que a compõe, vem acompanhada da explicação que eles emergem contra o aumento das tarifas de ônibus; em seguida, destaca que no Rio dois milhões de pessoas protestaram contra a corrupção olímpica²⁰³ – é interessante observar o termo “corrupção olímpica”, diferente dos demais documentários, que salientam os altos gastos do governo na produção da cidade. Imagens das Jornadas de Junho ao som da música *Rio 50 Graus* são intercalados com o vídeo da YouTuber P.Landucci intitulado *Protesto Passe Livre*, de 14 de junho de 2013, que possuía mais de 480 mil visualizações em dezembro de 2019.²⁰⁴ Imagens de manifestantes jogando pedras na polícia, intercaladas por agentes públicos que “assistem” as manifestações em segurança no Centro de Operações. Embora seja

²⁰² Fonte: <<http://www.ebc.com.br/noticias/brasil/2013/07/manifestantes-voltam-quinta-feira-para-frente-do-predio-do-governador-do-rio>>. Acesso em: 22 jan. 2020.

²⁰³ Do original: “*In Rio 2 million people protest against Olympic corruption*”.

²⁰⁴ Link do vídeo: <<https://www.youtube.com/watch?v=H4e9GS6d190>>. Acesso em: 20 dez. 2019.

uma montagem, pode-se atribuir um sentido interessante a isso: as pessoas que lutam nas ruas *versus* o governo que continua a decidir as ações sem se envolver com a população. Diversas imagens contra Eduardo Paes são exibidas durante as manifestações intercalada com imagens de Paes entrando e apresentando a “sala de crise” do Centro de Operações, intercaladas, ainda, com cenas de violência e destruição por parte dos manifestantes, ratificando a ideia de raiva, embora em nenhum momento essa emoção seja atribuída de forma clara, como se vê em outros documentários.

É importante salientar, no entanto, que, dado o histórico de Julien Temple, diretor do documentário em questão, a ideia de desobediência civil pode ser positiva. Tanto que uma das imagens é um policial ordenando outro a fazer algo (aos berros, ele diz: “agora, eu tô mandando você fazer, agora, agora, eu tô mandando!”) e o policial se recusa, dando as costas, e um corte para o vídeo de P.Landucci batendo palmas e dizendo “parabéns”. A YouTuber, no entanto, usa o discurso mais clássico para incitação, dizendo que “enquanto você se diverte com futebolzinho, com carnavalzinho, com festinha, o governo tá roubando, o governo tá manipulando, e você tá caindo que nem trouxa”. Ela continua, no entanto, dizendo que “tem que arregaçar todo mundo”. As imagens seguintes destacam policiais atirando, manifestantes e imprensa fugindo. As cenas de violência se encerram com uma imagem aérea do Cristo Redentor iluminado por um tom amarelo-avermelhado e o rosto assustado de uma estátua em *close*. Uma mulher grita: “seus covardes”, imagens de uma entrevista de Paes sobre os custos das Olimpíadas são exibidas em uma televisão, garçons recolhem mesas e cadeiras no encerramento de seu expediente e um catador recolhe cartuchos na área da manifestação. Uma voz *over* destaca que o que levou às manifestações não foram apenas as questões relacionadas ao então governo, mas, sim, que fazem parte do país há 500 anos.

Por fim, *Building the World Cup* é um documentário extremamente alinhado com uma série de estereótipos e clichês da cidade, como de “país do futebol”, ou o “ninguém sabe como fazer uma festa como o Rio” (exibindo o carnaval do sambódromo e de torcedores nos estádios), além de ratificar certos discursos oficiais, como dos megaeventos como “oportunidade de brilhar” e de destacar o Estádio do Maracanã como icônico em termos arquitetônicos e culturais. O jogador de futebol Neymar é um dos entrevistados. O outro é Tim Vickery, jornalista esportivo inglês radicado no Brasil.²⁰⁵ Os desafios são apresentados em relação à reconstrução do estádio, considerando as especificidades necessárias para atender as demandas dos padrões

²⁰⁵ Tim participou de um dos documentários que analisei em minha pesquisa de mestrado, *The Road to Rio*, apresentado por Michael Palin (GOTARDO, 2016).

da Fifa e suas dificuldades técnicas, e também às condições características do país, bem como à segurança urbana e condições climáticas (ou “as forças da natureza”).

Trata-se de um documentário exibido pela Discovery Channel em 2014, classificado como *Technology Documentary*, composto por três episódios: o primeiro, que se encontra aqui em análise, é sobre a reforma do Estádio do Maracanã; o segundo aborda a construção da Arena da Amazônia e o terceiro, da Arena Corinthians. É interessante salientar, embora não seja o foco deste estudo, como o documentário que aborda basicamente engenharia a serviço do futebol nos megaeventos é quase exclusivamente dominado por homens nas imagens e nas falas. Nos quase 43 minutos de filme, apenas uma mulher tem fala quando o documentário aborda a segurança pública – um recurso comum muito utilizado quando se quer “abrandar” a violência e demonstrar humanização, aproximação e afetividade do projeto, como benefício para a população. Em relação à segurança, o documentário está perfeitamente alinhado ao projeto apresentado ao governo do estado, apresentando como uma solução que não é apenas apresentada como treinada, mas que conta com o apoio da tecnologia proporcionada pelo Centro de Operações.

No entanto, para criar um clímax no documentário, a narração começa a destacar o aumento dos custos relacionados à Copa, informando que a Fifa está começando a se preocupar com o orçamento e com o prazo de finalização do projeto, que se encontrava em crise. Em relação às condições climáticas, há uma crítica no sentido de que as intempéries aumentam o custo da obra (e outras construções que carregam um sentido de que a natureza atrapalha). Mais no fim do filme, as manifestações são abordadas como eventos que podem colocar toda a realização da Copa do Mundo em risco, enquanto imagens de confronto entre manifestantes e policiais são exibidas. Uma manifestante grita: “cadê os direitos humanos?” A narração salienta: “quando as coisas começaram a ficar violentas, a Fifa começou a se preocupar”. Imagens de uma coletiva de imprensa na qual o secretário-geral da Fifa, Jerome Valcke, diz não haver plano B e que a Copa será realizada no Brasil são exibidas. Apesar da violência policial e da insatisfação dos manifestantes, a preocupação principal era a garantia de realização do megaevento. O ex-jogador e deputado Romário dá entrevista, e as imagens dele são intercaladas com as dos protestos. Ele ressalta: “a Fifa entrou aqui no Brasil, montou um Estado dentro do nosso estado. Todo dinheiro que se gasta hoje no Brasil tá sendo gasto em estádios, tendo muitos problemas na saúde, na educação, na segurança, no transporte”. A narração destaca que as manifestações se iniciaram como “protestos pacíficos sobre transporte público se espalharam para incluir a corrupção do governo, violência policial e os altos custos para sediar a Copa do Mundo”. Romário ressalta a diferença entre o orçamento planejado e o

executado, enquanto a narração destaca que ele não é o único famoso a fazer críticas: nesse momento, Neymar aparece dizendo que apoia os manifestantes que “não gostaram da violência e do vandalismo”. Um dos engenheiros responsáveis pela reconstrução do Maracanã afirma, no entanto, que acredita que os brasileiros mudarão sua visão quando voltarem a frequentar o estádio, que é apresentado em todo seu triunfo no fim do episódio. Inclusive no que diz respeito à previsão do engenheiro, com pessoas felizes, em festa, elogiando o estádio.

Embora os documentários trazidos para esta seção tragam tratamentos das Jornadas de Junho diversos e alinhados com a linha narrativa das produções, eles mostram também que a apropriação possível de sentidos se dá pela amplitude e diversidade do que aconteceu nas ruas. E, mesmo sendo tratadas de formas distintas e acionando sentidos diversos, as imagens guardam algumas semelhanças estéticas, como o uso da câmera na mão e o uso da paisagem sonora. É importante observar também os sentidos acionados por essa estética que passa, de um ponto de vista “interno”, a experiência da violência, da raiva, do tumulto, para disputar sentidos, que guarda similaridades com o midiativismo (BENTES, 2014).

A construção dos manifestantes “vândalos” é uma questão recorrente nas narrativas, a que Vainer (2013) considerou como uma forma de manutenção de uma boa imagem do Brasil no exterior, conforme abordado anteriormente, e que coincide estrategicamente com as demandas do *city branding*; mas ela também pode ser entendida como uma construção do medo e da desordem como forma de “legitimar” a violência policial (e, também dessa forma, toda uma política de segurança militarizada que se preparava para os megaeventos):

O Estado e a mídia (assim como os partidos) criam inimigos abstratos, “os mascarados”, “os vândalos” incapazes de entender a complexidade de alinhamentos possíveis e alianças entre sujeitos políticos distintos nos movimentos e lutas. Estado, mídia corporativa, partidos generalizam o medo e a repressão/criminalização em nome do combate a “desordem” e outros inimigos abstratos, as próprias manifestações passam a ser lugar de ameaça. Mesma lógica da “guerra contra o terrorismo”, inimigo abstrato que se universalizou para além das fronteiras, e que ganha rostos locais de acordo com os dispositivos de biopoder. (BENTES, 2014, p. 10).

De toda forma, também há acionamento de sentidos em relação ao direito à cidade, e esses são disruptivos em relação aos discursos oficiais. A “desordem” em si já se constitui como importante rompimento. A desobediência civil, tal como pode ser vista sob o olhar de Julien Temple. “Para a linguagem da polícia – e da ordem – a ocupação das ruas é baderna; porém, [...] para vários movimentos sociais ali presentes, a retomada do espaço urbano aparece como o objetivo e o método, que determina diretamente os fluxos e os usos da cidade” (ROLNIK, 2013, p. 12). E, nesse sentido, a cidade, que é corpo, tem no corpo “desobediente” do manifestante um poder de decisão por meio da ação direta.

Harvey (2013, p. 38) ainda salienta que “o direito à diferença é um dos mais preciosos direitos dos cidadãos. A cidade sempre foi um lugar de encontro, de diferença e de interação criativa, um lugar onde a desordem tem seus usos e visões, formas culturais e desejos individuais concorrentes se chocam”. Fica claro, pela análise especialmente dos relatos dos moradores das favelas apresentados nos documentários, que o projeto de cidade trazido pelo planejamento estratégico deu pouco ou nenhum espaço para as demandas desses moradores, que se viram sob a égide de um planejamento urbano que não atendida suas demandas (ou pelo menos as principais delas), que os expulsava de suas casas e que os submetiam ao controle e violência policial. Mobilização social e luta política e social foram então, um exercício do direito à cidade pela mudança da vida urbana (HARVEY, 2013). E, dentro das representações dos documentários, a possibilidade de denúncia de um projeto de comoditização do espaço urbano a partir de um levante popular que coloca em choque a vida urbana voltada para a técnica, a imagem produzida para o *city branding* e a realização dos megaeventos, especialmente da Copa do Mundo, pela proximidade temporal, destacando que, afinal, a prioridade governamental sempre foi a realização dos eventos, a despeito das manifestações populares.

3.3 A violência da política de pacificação

Um importante rompimento com a marca oficial – talvez um dos mais importantes – diz respeito à política de segurança pública da cidade, com a implantação das Unidades de Polícia Pacificadora. As UPPs foram um importante argumento na reconstrução da imagem do Rio para os megaeventos em documentários internacionais de turismo: enquanto em produções de 2007 e 2008 as favelas eram excluídas ou vistas como lugares de perigo extremo e de turismo apenas para poucos e loucos, nos produtos audiovisuais elas passam a ser entendidas como espaço seguro, pela presença das UPPs como um poder institucionalizado do estado, e também domesticado, civilizado pela da sociedade civil por meio projetos sociais (esportivos) para “ensinar” boas formas de vida (GOTARDO, 2016).

Franco (2014) traz importante contribuição em relação às UPPs como política de segurança pública, uma política que, embora se propunha pacificadora, acabava por reforçar o modelo de Estado Penal. Além de destacar uma série de discrepâncias em relação aos dados veiculados pelos meios oficiais (*sites* das UPPs e da Secretaria de Segurança Pública, bem como em boletins), a autora afirma que havia incongruência, até mesmo oposição, entre as informações legais e aquelas veiculadas pela imprensa. Outra questão interessante observada

pela autora é que, embora a primeira UPP tenha sido instalada em 2008, sua regulamentação legal passa a ser feita apenas em 2009, sendo que sua estrutura organizacional foi estabelecida apenas em 2011. E mesmo cinco anos após sua criação, ainda havia inconsistências tanto nos termos usados pelos órgãos oficiais, quanto nas práticas da polícia.

Em um dos decretos citados pela autora, “o governo do Estado do Rio de Janeiro assume que não deseja seguir o ‘modelo tradicional de polícia e propõe um novo modelo de segurança pública do Rio de Janeiro’, baseado na ‘pacificação’” (FRANCO, 2014, p. 55), mas apesar dos esforços (ainda que posteriores à implantação das UPPs), a organização documental não se refletia em eficiência, nem garantia a efetividade do processo em curso. Embora a representação midiática fosse majoritariamente positiva, havia um questionamento na relação entre estado e moradores das favelas:

Nesse modelo de “pacificação” descrito acima, considera-se que as políticas públicas sociais chegam, no mínimo, em segundo plano, e em determinadas regiões nem chegam. Ocorre que a polícia figura como força reguladora e responsável pela manutenção da “ordem” nas favelas. E as políticas sociais absorvem como interlocutores outros mediadores locais, como diferentes agentes de programas e projetos sociais. Esses programas e projetos são frutos de ações sociais públicas e privadas que parecem fundamentais para a legitimidade e aceitação pública das UPPs. Daí surgem as forças complementares ou contraditórias. (FRANCO, 2014, p. 57).

Franco ressalta a representação midiática positiva, e é possível observar essa constatação tanto nos documentários internacionais de 2012 (GOTARDO, 2016), tal como mencionado anteriormente, quanto na cobertura jornalística local, tal como argumenta Mendonça (2018). Quer nos documentários internacionais, quer no telejornal local essas narrativas produzem sentidos sobre possíveis novas formas de reordenamento e consumo do espaço urbano dentro da lógica de sua transformação para os megaeventos e o desejo de construção da “cidade global”: “Era constante a preocupação na produção de imagens que materializassem, de modo emblemático, a ‘pacificação’ dos territórios” (MENDONÇA, 2018, p. 56). Trata-se, segundo o autor, de um deslocamento simbólico, no qual a favela muda seu *status* de “lugar das classes perigosas” para “*espaço pacificado* no qual os trajetos dos turistas e dos consumidores dos megaeventos estariam garantidos pela ocupação do Estado” (MENDONÇA, 2018, p. 56, grifo do autor).

A necessidade de reconstruir a imagem de violência que a cidade carrega, especialmente desde os anos de 1990 – uma construção histórica abordada em *Rio 50 Degrees* e analisada anteriormente neste trabalho –, pode ser explicada nos termos do *marketing* pela Pirâmide de Maslow, a qual mostra que a segurança é o segundo item na hierarquia das necessidades humanas, estando apenas após as necessidades fisiológicas. Trata-se, na visão mercadológica, de entender quais seriam as necessidades que deveriam ser atendidas para a conquista de um

potencial cliente, uma visão que tem relação com essa construção da cidade-empresa e da cidade-mercadoria de Vainer (2000), mas também com a cidade-pátria, que se constrói a partir da cobertura jornalística nas áreas ocupadas pela polícia (MENDONÇA, 2018).

A questão da violência do tráfico nas favelas pré-UPPs é muitas vezes legitimada pelos próprios moradores, como no caso de *Naturópolis*, ou até mesmo em *Rio 50 Degrees*, abordados anteriormente neste trabalho, que muitas vezes ressaltam uma “melhora”, especialmente a partir da percepção de uma redução no número de tiroteios. No entanto, é preciso considerar, tal como propõe Mendonça (2018, p. 48, grifo do autor), que o fenômeno da violência não deve ser considerado “[...] como um *sujeito*, capaz de praticar *ações*, ou como uma *aberração*, que faria romper a normalidade *pacífica* da vida social. Pensamos, pelo contrário, que as violências, como modo complexo de relação social, possuem sentidos histórica e culturalmente produzidos”.

Misse (2016) destaca que a disputa de sentido em relação à violência na atualidade contribui para a legitimação da violência estatal, pois atribui seus sentidos negativos à sociedade civil, observando que, a despeito de ser um substrato presente em diversas pesquisas em teoria social, era como se seu significado dispensasse construção conceitual por ser óbvio, unívoco, naturalizado, ainda que em diferentes contextos.

Quando usamos a palavra “violência”, é o sentido da agressão física o que primeiro nos vem à cabeça, especialmente o de uma ação unilateral que envolve a possibilidade ou a ameaça de resultar em ferimentos ou em morte. Não parece haver dúvidas quanto à ligação semântica entre violência e agressão (física ou moral), e esse é o sentido que parece ser amplamente consensual e evidente. Mas, para a sociologia, que nasceu discutindo os determinantes sociais dos conflitos, dos crimes e da guerra, a questão sempre foi como isolar do conceito os determinantes sociais da interação agressiva ou que produz efeitos opressivos. Como separar, por exemplo, a dominação de classe ou a coercitividade policial do Estado do conceito de violência? Toda a discussão, aqui, está contaminada por uma problemática moral, do mesmo tipo daquela que pode recorrer à violência “justa” se lhe parecer que é o caso de fazê-lo. (MISSE, 2016, p. 47).

Como destacou Elias (1994), monopolização da força e violência física em um poder centralizado (Estado) compõem o processo civilizador moderno; assim, Misse (2016) ressalta que, como único detentor legítimo do uso da violência, o Estado é “autorizado” tanto a criminalizar o que é socialmente considerado violência, quanto ao exercício de violência para garantir a “paz”, ou seja, “paz” ou “pacificação” dependem do combate de uma violência com outra, que é normalmente legitimada. É também uma disputa discursiva que envolve conceitos de conflito e violência, e também poder e violência, “criminalizando todas as formas de violência, exceto a violência legítima do Estado no controle interno e na defesa externa da sociedade” (MISSE, 2016, p. 54).

As narrativas de legitimação da implantação das UPPs nas favelas atuam nesse sentido, tornando-se “um potente operador discursivo que tem o objetivo de legitimar as intervenções

do Poder Público nesses espaços, e que pretende oferecer evidências simbólicas que garantam o consenso em torno da maneira (violenta) como tais ações foram colocadas em prática” (MENDONÇA, 2018, p. 47). O rompimento narrativo que mais se destaca, então, é a denúncia de que o Estado também é agente promotor de inúmeras violências físicas e simbólicas, inclusive do espaço urbano, quando considerado corpo: um corpo que, pelas características, se assemelharia a um corpo feminino, negro, violado. Como se estivesse disponível para a violação, sem direito de reagir.

Um dos rompimentos mais claros com a narrativa oficial sobre a política de segurança pública se dá em *In the Shadow of the Hill*, exibido pelo programa *Witness*, da rede AlJazeera, em 30 de novembro de 2016. Apesar de sua exibição na televisão ter acontecido apenas após os Jogos Olímpicos, o filme possui uma versão mais longa que foi exibida nos cinemas, lançada em maio de 2016, a qual ganhou prêmios em festivais internacionais²⁰⁶ e repercussão na mídia estrangeira.²⁰⁷ A versão para televisão aborda a história do assassinato Amarildo de Souza pela polícia. Amarildo era um pedreiro de 43 anos, morador da Rocinha (citado, inclusive, como colega de trabalho de Ricardo, um dos personagens principais de *Rocinha: the pedreiro and the master planner*, abordado no item 3.2.2 deste trabalho, documentário que também cita o caso de Amarildo como denúncia da violência policial na implantação das UPPs e do “alto preço” que os moradores pagam pela transformação das favelas para os megaeventos), que desapareceu no dia 14 de julho de 2013, após ser conduzido pela polícia para um interrogatório. Seus familiares começaram, então, uma busca por ele, em um movimento que ganhou projeção internacional chamado *Onde está o Amarildo?* Após investigação e processo, 13 policiais militares foram condenados por tortura seguida de morte, ocultação de cadáver e fraude processual.²⁰⁸ O corpo de Amarildo não foi encontrado até a finalização desta tese.

Trata-se do primeiro documentário do diretor Dan Jackson, que disse não ter como objetivo inicial fazer um filme específico sobre a Rocinha ou as favelas do Rio, embora seu interesse por esses lugares tivesse emergido após os filmes *Cidade de Deus* e *Tropa de Elite*. No entanto, durante uma viagem no ano de 2012 (talvez 2011, a data não é precisa no documento), ele ficou hospedado na Rocinha, vivendo na comunidade por um total de 12 meses, divididos durante quatro anos. Segundo conta, inicialmente os moradores reagiram com ceticismo por “terem sido marginalizados e rotulados como criminosos pela mídia corporativa nacional durante anos” (PRESS KIT, 2016, p. 5). No entanto, Dan diz que conseguiu, durante

²⁰⁶ Fontes: <<https://intheshadowofthehill.com/>> e <<https://www.facebook.com/intheshadowofthehill/>>. Acesso em: 13 jan. 2020.

²⁰⁷ A versão para a televisão tem 47min25s e aborda apenas o caso de Amarildo, enquanto a versão para o cinema tem 1h38min e aborda outros personagens e histórias.

²⁰⁸ Fonte: <<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/caso-do-pedreiro-amarildo-completa-5-anos-e-familia-ainda-nao-foi-indenizada.ghtml>>. Acesso em: 14 jan. 2020.

o tempo que vive lá, conquistar a confiança dos moradores. Ele entrevistou residentes, sociólogos, historiadores, policiais e traficantes para entender melhor os contextos e decidir qual história gostaria de contar. É interessante observar no Press Kit (2016), ainda, a referência a certos estereótipos: desde os filmes que despertaram o interesse do diretor até a pergunta: “você se viu em situações de perigo durante o período em que morou na comunidade?” Dan menciona os tiroteios e a necessidade de negociação com traficantes para filmagem em determinadas áreas da Rocinha, mas também destaca que seu filme objetivava ser uma crítica aos projetos de segurança pública e aumento da violência policial no Rio de Janeiro. Além disso, o diretor esclarece os motivos de buscar, em seu filme, mostrar uma conexão direta entre os megaeventos esportivos e o aumento da violência policial no Rio de Janeiro, embora o Programa de Pacificação não tenha sido oficialmente implantado em virtude da realização dos megaeventos.

Você só precisa olhar para um mapa das comunidades pacificadas e compará-lo com a geografia do desenvolvimento da infraestrutura planejada para esses megaeventos para verificar se há um forte relacionamento. É bem possível que os programas de pacificação tivessem acontecido independentemente disto, mas, nesse caso, teriam sido melhor planejados sem o 'relógio' dos megaeventos. Uma visão mais cínica é que elas foram a tentativa profundamente superficial e imperfeita do governo de apresentar o Rio de Janeiro como um lugar seguro para turistas ricos o visitarem durante a Copa do Mundo e as Olimpíadas. Se quisermos aceitar que a Copa do Mundo e as Olimpíadas agiram como um gatilho para a invasão e pacificação de muitas das favelas do Rio, também devemos aceitar que as consequências dessas operações estão inextricavelmente ligadas aos próprios megaeventos esportivos. [...]. A FIFA e o COI dirão que são apolíticos e que não têm negócios interferindo nas políticas internas de um país. Mas, ao mesmo tempo, pressionam o país anfitrião a mudar a legislação local em benefício de seus patrocinadores. [...] Embora a erupção dos abusos dos direitos humanos após os programas de pacificação não possa ser atribuída diretamente à FIFA e ao COI, pode-se argumentar que eles ajudaram a criar um ambiente no qual esses tipos de abusos poderiam florescer. Na melhor das hipóteses, eles são os portadores do testemunho silencioso; na pior, eles são apoiadores tácitos de violações de direitos humanos pelas quais deveria haver maior responsabilidade. (PRESS KIT, 2016, p. 8).

Dan, com sua posição bem definida, mostra a história – na versão exibida na televisão – de uma família contra a violência estatal, uma violência, conforme vimos anteriormente, que normalmente é autorizada, legal e, no caso de Amarildo, ainda contou, ao menos no início, com o apoio da imprensa, na tentativa de ligá-lo ao tráfico (uma estratégia discursiva comum, especialmente em relação a homens negros, mas também a mulheres e até mesmo a crianças, que buscaria “justificar” os assassinatos). E se, tal como colocado anteriormente, se a favela como corpo é negro e feminino, Michele, sobrinha de Amarildo, mulher negra, personifica toda sua resistência: é ela quem inicia o movimento em busca de seu tio.

Logo nas primeiras cenas, são exibidas imagens da comemoração das eleições do Rio para a Copa do Mundo e Jogos Olímpicos, uma delas em uma televisão antiga sobre uma montanha de lixo, entre imagens aéreas da Rocinha, do Pão de Açúcar, da Lagoa Rodrigo de

Freitas, da praia à noite. João Tancredo, advogado que se identifica também como militante de direitos humanos, é a voz do homem branco com grande reconhecimento profissional²⁰⁹ que avaliza a fala da família de Amarildo, majoritariamente composta por mulheres negras. Michele e João Tancredo falam um pouco sobre o funcionamento das favelas e sobre como ele foi construído como lugar dominado por bandidos, e essa imagem precisava ser modificada para que se construísse uma “cidade segura” para os turistas: “então o estado tinha que entrar naquele local e pacificar aquele local, como se aquele local estivesse em guerra”, diz o advogado. Michele conta um pouco sobre como se deu a entrada da polícia na Rocinha, salientando que sentiu uma esperança de que o estado pudesse, com sua presença, melhorar as condições de vida no bairro – embora diga também que nunca tenha se sentido segura graças à pacificação. “Falhou quando, da primeira vez, eu abro a minha janela, olho do lado de fora e vejo um grupo de policiais batendo no meu vizinho. E aí ele olha pra cima, aponta o fuzil e me fala: ‘entra agora, sai do muro, sua puta’ [... e] ainda não aconteceu o trágico na minha família”.

Após a contextualização, inicia-se a história de Amarildo propriamente dita. Falam Michele, o filho mais velho e a esposa de Amarildo, Anderson e Elizabete Gomes da Silva, contando, cada um deles, a forma como souberam que o pedreiro tinha sido levado pela polícia. Enquanto Elizabete fala, imagens do momento da prisão do pedreiro, feitas por uma câmera de segurança, são exibidas. Há diversas falas da família e também de João Tancredo ratificando que Amarildo era trabalhador, uma pessoa querida pela comunidade, não usava drogas e tampouco era envolvido com o tráfico, tinha valores familiares e não acatava certos abusos policiais. Na ideia de que Tancredo representa essa voz masculina, branca e bem-sucedida que avaliza as vozes negras, femininas e pobres da favela, é contada a história de como ele chegou até à família se propondo a assumir o caso: a família faz o relato de como acredita que Amarildo foi preso, torturado e morto pela polícia, e o advogado diz: “eu acreditei naquilo. Essa é a mais pura verdade, eu acreditei no que falaram, que não tinha razão nenhuma pra ser mentira”.

A condução da investigação é contada por João Tancredo, assim como a denúncia do major Edson como principal suspeito, a partir das investigações. O major, então, figura como novo personagem no filme: ele participa, por exemplo, de uma reunião com a comunidade para se defender das acusações de violência policial. Após falas de moradores pedindo respeito, o major diz que, ao ser chamado para comandar a UPP da Rocinha, ele não queria mais que o salário dele e saber que estava fazendo um bom trabalho.

Após receber a informação de que uma vizinha viu um homem sendo torturado dentro da UPP, Michele dá início ao movimento quando manda uma mensagem para a produtora do

²⁰⁹ O escritório de João Tancredo atua em casos emblemáticos de responsabilidade civil do estado, tal como da chacina de Vigário Geral, de Cláudia Silva Ferreira, arrastada pelo carro da polícia, da chacina de Costa Barros, dentre outros. Fonte: < https://joaotancredo.adv.br/areas-de-atuacao/responsabilidade-civil-do-estado/?post_types=casos>. Acesso em: 14 jan. 2020.

programa de Wagner Montes. Com a repercussão do caso, a família é convidada para uma reunião na Secretaria de Segurança Pública, da qual participaria também o major Edson. No caminho, fala-se pela primeira vez da acusação pelos agentes públicos de que Amarildo seria um criminoso. Uma das integrantes da família ressalta que vão lutar até o fim: “um homem com arma na mão é um bicho feroz, realmente, é verdade. Só que é aquilo, eles só têm um poder se todo mundo se cala. Agora, se todo mundo pegar e falar, rapidinho vai parar, vai melhorar”. Na saída da reunião, Michele denuncia para os jornalistas que os aguardam que mulher e filhos de Amarildo estão sendo pressionados pela polícia; ao ser questionado, Anderson diz que não estão sendo ameaçados e se desvencilha dos repórteres, em uma imagem que parece demonstrar seu medo de falar. Em outro momento, Michele relata que os policiais chegaram a mirar armas a *laser* nas crianças que estavam dentro de casa.

Figura 15 – *In the Shadow of the Hill*



(1) Televisão antiga em montanha de lixo mostra a festa no dia da eleição do Rio como sede dos Jogos Olímpicos de 2016. (2) Imagens de câmeras de segurança mostram Amarildo sendo levado pela polícia. (3) Primeira manifestação da família de Amarildo em uma emissora de TV. (4) Montagem feita com *frames* do filme mostra a adesão de pessoas em diversos países à busca por Amarildo. (5) Manifestantes saem da Rocinha para se unirem ao movimento Ocupa Cabral. (6) Família de Amarildo recebe medalha por bravura. Fonte: *In the Shadow of the Hill* (2016).

Essa denúncia é ratificada por João Tancredo, que diz que o major mandava “recados” para a família, mas que cada nova ameaça movia a família um passo à frente. Mas João ressalta

um outro tipo de violência estatal, enquanto imagens de um forte tiroteio à luz do dia são exibidas: “é um crime, e que ninguém tá falando, você não preparar um policial pra ir prum local desse. Então, nós tivemos mortes, vamos ter mais mortes de policiais. Culpa de quem? Dessa política do enfrentamento que eles acham que vai resolver. Joga lá um rapaz com 20 anos pra ir pra esse tipo de enfrentamento... claro que o resultado vai ser, ou ele vai matar alguém ou ele vai morrer”. Essa crítica à política de pacificação também é feita no episódio *Peace*, de *Welcome to Rio*, tratada no item 2.4.4 deste trabalho: mortes de policiais são exibidas, enquanto a narradora diz que “os políticos que decidiram que a pacificação é a resposta para o Rio não são os que arriscam suas vidas marchando no território do traficante de drogas. Essa honra recai para o Bope, e eles estão se tornando vítimas”. Voltando a *In the Shadow of the Hill*, João Tancredo diz que ouviu “mais de um relato, e sempre de jovens, que eles eram abordados nas ruas, levados lá pro CCC, que é o Centro de Comando e Controle da UPP, e lá era colocado saco na cabeça... eu estou defendendo é que a polícia hoje, ela desaparece mais com as mortes porque não entra na estatística de morte da polícia, mas no desaparecido. O Amarildo representa isso”.

Michele relata que o primeiro cartaz que fez para um protesto foi feito com uma moeda que seu filho deu a ela, em um relato que mostra emoção para a construção de empatia com a família. Nas imagens do protesto, os gritos dos participantes: “polícia, pra quê, pra matar ou pra prender?,” “Cabral,²¹⁰ bandido, cadê o Amarildo?” A manifestação, que acontecia em meio aos protestos de 2013, se tornou notícia e ganhou projeção nacional, e Michele narra: “os manifestantes do asfalto escutaram os nossos gritos e se juntaram a nós” – e imagens das Jornadas de Junho com a inclusão de cartazes e gritos sobre o paradeiro de Amarildo. Pessoas denunciam as “penas de morte” aplicadas a negros e pobres, fazendo um paralelo com a escravidão. Um cadeirante negro faz gestos de enfrentamento a policiais da tropa de choque. Emocionada com a repercussão mundial, acompanhada pela família pelas mídias sociais, Michele diz: “eu vi o mundo. Mas mais que força, deu segurança. Porque a gente sabia que o mundo inteiro não ia deixar sumir mais ninguém da nossa família. Sabe quando você está com medo do escuro, e vem uma pessoa e te abraça? E fala ‘não se preocupa que eu estou aqui’? Foi isso que o mundo passou pra gente, sabe? Isso me faz acreditar na humanidade”. Após a fala, imagens clássicas do Rio: Cristo Redentor, Morro Dois Irmãos, pessoas na praia.

A esperança, no entanto, se encerra nas imagens dos policiais. “Ih, fodeu, a civil apareceu”, “ei, polícia, cadê o Amarildo?” Tancredo fala que a testemunha que tinham da

²¹⁰ Sérgio Cabral, então governador do Rio de Janeiro.

tortura se calou, depois negou sua versão inicial, por estar com medo de colocar sua vida e a vida de sua família em risco. Outra denúncia em relação à violência estatal vem na forma de oferta de incluir a família no programa de proteção à testemunha, pois essa seria uma forma de isolá-los e evitar a organização de/participação em novos atos de protesto, tirando a família do centro da luta pela justiça. Elizabete diz, inclusive, que tinha medo de participar do programa por medo de ser morta: “meu seguro de vida é na Rocinha”. João Tancredo diz que foi uma decisão acertada, pois era a atuação da família que fazia o caso ser investigado. Ainda em relação à violência estatal, o advogado fala sobre as relações políticas do major Edson e da certeza de impunidade que ele tinha. Em entrevista, o major Edson insiste na narrativa que os traficantes foram responsáveis pelo desaparecimento de Amarildo, dizendo que havia evidências suficientes para essa afirmação – evidências essas, segundo Tancredo, que foram produzidas pela própria polícia para ocultar o crime. Ele ainda afirma que a mídia, tal como mencionado anteriormente, aceitou sem questionar as informações da polícia que o tráfico tinha matado Amarildo e que a família era ligada ao tráfico, parte de uma narrativa comum em relação aos moradores da favela: a criminalização da pobreza.

O documentário encaminha para o fim, e o tom de otimismo ganha espaço. Imagens de mais um protesto organizado pela família que agrega toda a comunidade: nas falas, empatia e indignação em relação à política que mata pobres; a irmã de Amarildo fala para um grupo sobre a necessidade de falar. Um homem diz a um policial: “o senhor me desculpe, mas a gente tá mais oprimido aqui com vocês do que com os traficantes”. Imagens da união da comunidade que marcha em direção à casa do então governador Sérgio Cabral, onde há um acampamento em protesto contra a Copa do Mundo: “chegando na casa do governador, era a favela e o asfalto juntos. Por um momento, o Brasil estava unido. Juntos, pressionamos o estado, eles tinham que dar uma resposta”, narra Michele, enquanto as imagens celebram a união, e os policiais assistem pacificamente. A união da favela com o asfalto, às vezes, soa como utopia, como uma condição inatingível, especialmente devido a questões de raça e classe social. No entanto, na narrativa essa união é concretizada para construir o triunfo do movimento. É interessante que, embora essa questão corrobore a narrativa oficial da cidade partida e necessidade de unir essa cidade, essa união se dá no rompimento com a narrativa oficial, a partir de táticas que emergem de movimentos sociais específicos. Se a cidade está partida, foi a começar das lutas que houve a união, não da ação coercitiva e do projeto de cidade que surge das instâncias governamentais.

Ainda no clima de esperança na justiça, o caso é solucionado, Michele e Tancredo falam sobre o depoimento dos policiais. A família recebe uma homenagem pela bravura do grupo Tortura Nunca Mais. Enquanto imagens aéreas da cidade são exibidas, Michele narra: “Existe

justiça nesse país. Ela é lenta, ela é enrolada, ela tem corporativismo, mas ela existe. Porque há 20 anos atrás a gente jamais pensaria numa mudança de tal forma. O negro favelado ele tinha que morrer, sim. Hoje, não”. Ela encerra com uma mensagem de respeito e união.

Apesar de toda violência a que os habitantes das favelas estão sujeitos, o documentário parece mostrar uma crença na justiça pela mudança na sociedade a partir do potencial de transformação da organização social. Essa visão também é brevemente explorada em *Welcome to Rio – Peace*, na figura de Acme e em relação ao processo de demolição das casas como violência estatal: Acme tenta reunir os vizinhos e participa também das Jornadas de Junho levando a pauta às ruas, sofrendo repressão policial nas manifestações e comemorando o fim das demolições com o grafite que representa o poder da luta do povo.

Já o documentário *Battle for Rio*, exibido pelo programa *The Passionate Eye*, da rede canadense CBC, articula sua narrativa trazendo também certos imaginários sólidos da cidade: na abertura, as imagens aéreas da cidade acompanhadas por um “samba” de fundo musical, um narrador fala que a cidade é conhecida por suas vistas e praias fantásticas, mas também (encerra-se o samba, substituído por um fundo musical “triste” e pelo som dos tiros) pela violência do tráfico, contrapondo a “realidade”, na fala do ex-secretário de Segurança Pública José Mariano Beltrame (“nessas favelas, é guerra”²¹¹), e de um policial (“[a pacificação] é algo que a cidade precisa desesperadamente”), com a participação de personagens no mínimo contraditórios, como José Júnior, fundador do grupo AfroReggae, investigado por suspeita de irregularidades no convênio da ONG com a Secretaria de Educação durante o governo de Sérgio Cabral,²¹² além de ser criticado por suas relações com políticos que defendem políticas neoliberais, como é o caso do apresentador Luciano Huck e do economista Armínio Fraga.²¹³

The Passionate Eye é o programa voltado para a exibição de documentários internacionais mais antigo ainda em exibição no Canadá,²¹⁴ criado em 1992.²¹⁵ O episódio *Battle for Rio* foi exibido na 22ª temporada da série, no dia 29 de março de 2014.²¹⁶ Com 64 minutos de duração, foi dirigido por Gonzalo Arijón, cineasta uruguaio radicado na França, para a

²¹¹ As falas em português são todas dubladas em inglês. Eventualmente, é possível entender a frase original em português; quando não é possível entender, traduzo a partir da dublagem.

²¹² Fonte: <https://www.vice.com/pt_br/article/3kknq3/mp-rj-bloqueia-bens-de-jose-junior-afroreggae>. Acesso em: 15 jan. 2020.

²¹³ Fonte: <<https://vejario.abril.com.br/blog/beira-mar/fundador-do-afroreggae-fala-sobre-luciano-huck-na-politica/>>. Acesso em: 15 jan. 2020.

²¹⁴ Fonte: <<https://www.cbc.ca/passionateeye/about/>>. Acesso em: 15 jan. 2020.

²¹⁵ Fonte: <<https://web.archive.org/web/20131004073629/http://www.cbc.ca/passionateeye/about/>>. Acesso em: 15 jan. 2020.

²¹⁶ Fonte: <<https://web.archive.org/web/20140401060539/http://www.cbc.ca/passionateeye/m/episodes/battle-for-rio>>. Acesso em: 15 jan. 2020.

Pumpernickel Films, produtora independente francesa de cinema e televisão baseada em Paris e Nova York, especializada na produção de documentários,²¹⁷ em parceria com a Arte France. No *site* da Pumpernickel, a informação é de que o filme possui 89 minutos e foi produzido em 2013.²¹⁸ Infelizmente, não foi possível saber se são duas versões para diferentes plataformas ou se trata-se de uma divergência de informação.

Após a abertura, novas imagens aéreas da cidade que começam na favela que se mistura com a floresta, circula o morro e tem a praia ao fundo. O narrador, que chama o Rio de Janeiro de “cidade maravilhosa” (em português), “cidade do mundo”,²¹⁹ lança a pergunta: se você é sortudo suficiente para viver no paraíso, por que transformá-lo no inferno?”²²⁰ em uma nova representação da cidade utópica-distópica. A câmera foca na praia quando fala do paraíso e volta-se para a favela quando menciona o inferno. Imagens de policiais fugindo de um tiroteio, enquanto o narrador informa que a população vive um inferno há 30 anos, desde que a cocaína chegou à cidade. Imagens de confronto, bombas de gás, pessoas arrastadas pela polícia. “E o cenário da tragédia é sempre o mesmo: as favelas, onde a maior parte dos residentes com empregos comuns vive”.²²¹

Inicia-se, então, a explicação oficial sobre a política de pacificação, ressaltando a pacificação de favelas ao redor do Estádio do Maracanã, mas não há uma conexão direta, no documentário, do projeto à Copa do Mundo, nem aos Jogos Olímpicos. Como exemplo, citam o Morro dos Macacos localizado no bairro de Vila Isabel, a cerca de três quilômetros do estádio. As gravações acompanham uma operação policial e imagens de arquivo de outra operação são exibidas. O policial explica os locais de pontos de drogas no morro, e é questionado sobre a localização do Maracanã, que pode ser visto de onde estão. O interlocutor, que está atrás da câmera, pergunta: “então a pacificação é para a Copa do Mundo?” O policial responde: “não é só para a Copa. Lógico que isso tem um peso muito grande. Mas é algo que o Rio de Janeiro precisava mesmo”. Apesar de o Programa de Pacificação não ser ligado oficialmente à realização dos megaeventos esportivos na cidade, o documentário tenta, em seu desenvolvimento, mostrar que as favelas da Zona Norte que se encontram longe do Centro não fazem parte do plano de pacificação, bem como salienta que as primeiras a receberem o programa estão localizadas nas áreas bonitas do Rio, perto das praias e dos turistas.

²¹⁷ Fonte: <<https://cargocollective.com/pumpernickelfilms/About>>. Acesso em: 15 jan. 2020.

²¹⁸ Fonte: <<https://cargocollective.com/pumpernickelfilms/Battle-for-Rio>>. Acesso em: 15 jan. 2020.

²¹⁹ Do original: “*A city of the world*”.

²²⁰ Do original: “*If you're lucky enough to live in paradise why turn it into hell?*”

²²¹ Do original: “*And the scene of the tragedy is always the same: the favelas, with the vast majority of residents with ordinary jobs live*”.

Ainda em relação às falas oficiais, José Mariano Beltrame comenta sobre a história do Rio, como se tornou tão populoso, como emergiram as facções e como a geografia da cidade seria a “culpada” pelo tráfico ocupar as favelas, em um discurso pouco preocupado com pesquisas sobre a história da cidade (tanto no que diz respeito a seu desenvolvimento urbano, quanto social) e a emergência da violência, permeada pelo senso comum e por explicações simplistas. Apesar disso, foram narrativas que ganharam corpo e produziram sentidos sobre as favelas como “lugar de marginais”, sentidos esses que são disputados pelos personagens do filme que moram nas comunidades e tentam desconstruí-los.

Além disso, em outro momento, o narrador aborda os planos para a pacificação das favelas do Jacarezinho e de Manguinhos, que possuem posição estratégica, pois se encontram no caminho do aeroporto. Imagens de arquivo mostram a entrada do Bope em uma favela, enquanto a narração explica a estratégia utilizada. Depois, acompanham também a inauguração da UPP Manguinhos e Jacarezinho, com a presença de Sérgio Cabral. Há a presença de várias policiais mulheres, destacadas nas imagens – imagens e entrevistas com mulheres policiais são uma estratégia comum em diversas narrativas que usam um estereótipo de gênero muito comum para construir ideias de “leveza”, “aproximação”, “gentileza”, ideais da política de pacificação, ao contrário dos homens que, no estereótipo, são associados à brutalidade, à força física. No pouco espaço de crítica às UPPs pelas vozes oficiais, o coronel Robson Rodrigues da Silva, chefe da UPP, faz uma ponderação: ele não acredita que haverá uma mudança rápida, pois as UPPs não resolvem o problema de desigualdade, um dos causadores do conflito; em sua fala, o coronel salienta que a desigualdade é parte do sistema capitalista.

Embora o documentário se inicie com imagens que compõem o leque de estereótipos da cidade e alinhe a narração às falas oficiais, bem como aborda em vários momentos representantes do discurso oficial, dando espaço a essa construção defendida como solução para a cidade, o filme, na maior parte de seu tempo, confronta, por meio de personagens que moram nas favelas, tanto o *modus operandi* do projeto, quanto seus resultados. O primeiro a falar é o presidente da Associação de Moradores do Morro dos Macacos, Mario Lima. Ele diz que muitos dos policiais chegam e agem como xerifes, e que isso não vai funcionar, porque é necessária a participação da população para a construção da cidadania ao longo do tempo. Ele comenta ainda que a relação da alteridade é muito acentuada no binômio “nós” *versus* “eles”, sendo que “eles”, os policiais, não entendem a forma como vivem os moradores, e isso causava problemas, tais como os moradores serem classificados como coniventes ou apoiadores do tráfico. Mario ressalta que os moradores têm consciência de que o tráfico é ilegal, mas eles precisam conviver com os traficantes, o que, destaca, é diferente de apoiá-los. Ricardo, lixeiro na comunidade,

relata a relação afetiva que tem com o espaço: “se me tirarem daqui, acho que até morro, eu gosto muito daqui”. Ele diz também que o governo vendeu aos moradores uma ilusão em relação à pacificação: “a gente tem paz, mas não é tudo o que a gente precisa”. Outro morador ressalta que a única coisa boa que a pacificação trouxe foi o fim dos tiroteios, mas que eles continuam sem luz, sem água e que o custo de vida aumentou muito na comunidade. Ricardo fecha: “a gente era feliz e não sabia [...] agora a gente tem uma boa aparência, mas está doente”. Mario, no entanto, tem esperanças que, com a chegada da UPP, que as mortes cessem.

Outro personagem que atua na desconstrução das falas oficiais é Anderson “Lula” Ribeiro, um jovem negro, mototaxista e estudante de Direito, morador do Morro da Babilônia. Ao chegar à entrada do morro com uma pessoa da equipe de filmagem na garupa de sua moto, ele é parado por policiais. O policial pede a autorização de filmagem e diz que vai confirmar se eles estão autorizados a filmar. Lula pergunta: “por que a gente precisa de autorização? você só está filmando a mim [...] esse aí é o resultado da pacificação. Controle social. Controlar a vida dos moradores das favelas. Você não vê isso lá embaixo, eles não checam ninguém, mas aqui, os moradores podem ser parados a qualquer momento. E quando você é parado, sempre assumem que você é um suspeito. Por que residentes são suspeitos? Por que eles são parados? Por que eles são negros, ou brancos, por que eles vivem na favela ou se vestem do jeito errado? [...] a pacificação tem seus pontos positivos e negativos. Mas não é culpa deles. Eles estão fazendo o trabalho deles, eles são trabalhadores como a gente, ele está trabalhando aqui assim como eu. Mas as leis criadas por pessoas de cima que não ouvem, eles só vêm aqui pedir voto”. Lula destaca seus questionamentos em torno do processo civilizador que diz respeito não apenas a costumes (como o se vestir “errado”), mas também em torno de raça e classe, ratificando também a fala de Mario Lima sobre como a alteridade atua, nesse caso, na produção de uma suposta convivência dos moradores com o tráfico e da favela como o lugar dos marginais.

Mas não apenas isto: Lula também questiona o lugar dos policiais, um lugar que estabeleci anteriormente como a alteridade da alteridade. Tal como salienta Lula, são trabalhadores cumprindo ordens, também sujeitos à violência estatal. Essa violência, no entanto, parece ser menos física e mais simbólica: a forma como os policiais reproduzem o discurso oficial, parecendo realmente acreditar nele (tal como o subtenente Gripp, de *Welcome to Rio – Peace*), com pouco (ou nenhum) espaço para sua contestação. O policial que para Lula, depois de autorizar a filmagem, um discurso positivo sobre a UPP; Lula diz que concorda em parte, pois salienta que a comunidade não é ouvida, só assim seria possível entender o que é melhor para os moradores. E afirma que um dos maiores medos dos moradores é que a pacificação acabe após os Jogos Olímpicos. O policial tenta passar alguma segurança a Lula

dizendo que não sairão, considerando que já estavam lá há três anos. A conversa transcorre pacificamente, mas há uma tensão que parece se expressar no binômio nós *versus* eles, relação de alteridade que guarda um poder institucional e institucionalizado que muitas vezes se traduz em violências diversas para os moradores das favelas. Mas Lula, de pé sobre a laje de sua casa, praia ao fundo, diz que essa nova fase estava mudando a imagem da favela, em um discurso otimista sobre a presença policial.

Um novo bloco do programa aborda o Morro da Providência, “a primeira favela do Rio, até o termo ‘favela’ vem daqui”.²²² A narração aborda a localização estratégica do morro, a ação do estado sobre o espaço e a luta dos moradores para permanecer no local e honrar sua história. Márcia, moradora da Providência, diz que vive na comunidade há 52 anos. “É uma vida. E hoje eu vejo toda minha história indo por água abaixo devido à falta de informação, falta de diálogo. Se tivesse havido diálogo, as coisas poderiam ter ido bem. Mas não houve diálogo, eles vieram de surpresa”. Ela aborda as modificações no espaço urbano: as demolições das casas, a construção do funicular e do teleférico: “agora, se você me perguntar se o teleférico vai beneficiar a comunidade, eu não acho que irá. Ele só vai beneficiar o turismo. [...] eles não têm respeito com a nossa história. Muitos milhões foram gastos nisso aí, que teriam sido muito úteis em uma clínica da família, ou uma escola de ensino médio, ou médico da família, mas nada disso”. Enquanto observa um canteiro de obras, Marcia questiona: “quanto as Olimpíadas de 2016 estão mudando a vida das pessoas, especialmente a vida das pessoas pobres? Era melhor ter deixado como estava. Pra que pacificaram? Pra jogar a gente pra fora?”

No questionamento de Márcia, a violência sobre o espaço afetivo é também uma violência sobre os sujeitos e sua história. Essa violência também é narrada na história do ex-vizinho de Márcia, Edson, um senhor já idoso, que relata a forma como forçaram a saída dele da comunidade por meio de pressão psicológica. Ele mostra onde era sua casa. Uma intervenção artística nos destroços de sua casa mostra seu rosto. “Eu perdi minha casa. A única coisa que não perdi foi minha mulher [ele ri]. E os filhos e netos”. Imagens mostram os rostos esculpidos nas paredes daqueles que foram gentrificados da comunidade. Tal como em *Welcome to Rio*, vê-se uma clara construção da empatia com os personagens e o espaço, todos resistentes a esse poder institucional, seja pela presença física, como a de Márcia, seja pela presença na forma da arte ou de visitas aos vizinhos, como no caso de Edson. Márcia, assim como Lula, ressalta que a luta pelo espaço é um direito dos cidadãos, que tem em seu voto um importante instrumento: “[...] se não fosse pela minha fé, eu não estaria aqui. Sabe o que acontece? Nós temos que lutar

²²² Do original: “*Favela da Providência, Rio’s very first favela. Even the name ‘favela’ comes from here*”.

por nossos direitos. [...] Se todo mundo se der conta que nós temos direitos, que nós deveríamos ser respeitados também, as coisas seriam feitas com dignidade. [...] Quando chegarem as eleições, eles vão vir bater na janela das pessoas pobres pedindo voto. Eles precisam dos nossos votos. Vamos sentar e conversar: olha, eu preciso do seu espaço, vamos fazer algo pra comunidade. Mas eles ainda não vieram”.

Outras duas vozes são apresentadas no documentário: a primeira, de Cândido Grzybowski, sociólogo e então diretor do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase), como a voz de um especialista. Em diversos momentos do filme, ele faz análises como se fosse uma voz “neutra” compreendendo o espaço e suas condições a partir de um ponto de vista acadêmico. Ele aborda a história do nascimento das favelas (de forma distinta da contada em *Rio 50 Degrees*, por exemplo); sobre as UPPs e como elas impactaram nas formas de circulação na cidade, transformando as favelas em destino turístico, especialmente pelo interesse nas vistas que esses lugares proporcionam; que as favelas não precisariam de muito trabalho urbanístico para se tornarem “lugares de excelência”, fazendo um paralelo desses lugares com cidades medievais, mas que isso talvez expulsaria os moradores pela “força do mercado”. No fim do documentário, diz que o problema não está localizado dentro da favela, mas na relação cidade-favela; é racial, de exclusão social, de não reconhecer direitos iguais a todos, de problema de imagem de cultura; é sobre valores, mentalidade. Encerra, dizendo que, em termos de segurança e pacificação, todos precisamos ser pacificados, não somente as favelas.

Outra voz autorizada em meio ao debate é o da ONG AfroReggae. O documentário acompanha o trabalho de diversos ex-trafficantes ressocializados a partir do trabalho da ONG. Dentro desse contexto, a fala dessas pessoas também abre caminho para outros debates, como o papel que os traficantes assumiram, no passado, de assistência aos moradores das favelas, mas, acima de tudo, a ideia central de que “o crime não compensa”. Eles ponderam tudo o que perderam, enquanto se dedicavam ao tráfico. Uma delas, Roseli dos Santos, a Rose Bandida, começou no tráfico aos 11 anos. Luiz Carlos Oliveira da Costa, o Cara de Gato (posteriormente Nelson Mandela), ex-comandante do Jacarezinho, ressalta que, após essa mudança de vida, ele descobriu não só a cidade, mas sua vida, a liberdade de ir e vir. Trata-se de uma construção de empatia importante no documentário, pois mostra os traficantes como pessoas comuns que erraram e estão dispostas a mudança para atuar dentro da lei, e não como terroristas aterrorizantes responsáveis pelo caos de violência que assolava a cidade. Outro caso acompanhado pelo documentário é o da rendição de Cristiano Guedes, o Puma, líder da facção Amigos dos Amigos (ADA), com a intermediação de José Junior, um dos fundadores do

AfroReggae. Puma se despede das pessoas na favela com muito afeto e segue no carro ao lado de José Júnior. Puma diz que está se rendendo porque escolheu o amor de sua família, filhos e o amor próprio. O AfroReggae também é a voz que intermedia o diálogo entre as partes em conflito, como em um projeto-piloto desenvolvido no Alemão de reuniões dos policiais com os moradores, também em uma representação de suposta neutralidade (e, além disso, numa representação comum aos documentários nas quais as ONGs assumem responsabilidades que seriam do poder público, naturalizando essa transferência e normalizando a ausência estatal). José Junior encerra sua participação com otimismo: “os tempos estão mudando”.

O documentário se encerra com uma visita aos morros da Providência e da Babilônia um ano após as primeiras gravações, para acompanhar as mudanças ocorridas nesses lugares. No Morro da Providência, a narração destaca que o teleférico ainda não havia sido terminado, mas cerca de 30 casas tinham sido destruídas. Na Babilônia, Lula diz que os criminosos voltaram à comunidade, apesar da UPP, ressaltando que o morro estava com três chefes: ADA, UPP e CV. E pergunta: “os moradores deveriam estar no comando, não é?” Lula termina com uma importante reflexão: “Não é suficiente só trazer a polícia. Não ajuda dizer que a favela é um lugar cheio de criminosos, como nosso governador disse, que as mulheres das favelas produzem marginais. E as pessoas lá embaixo, é tudo o que elas ouvem. E a mídia reforça isso. [...] você sabe o que a favela quer? Vem pra dentro da favela, ouça as pessoas. Tem muitas pessoas inteligentes lá. Pessoas que não estudaram, mas têm muita experiência de vida”.

Imagens de policiais apagando as marcas da ADA, enquanto a narração diz: “essas pinturas são a imagem perfeita de uma pacificação que fez história ineficientemente”. Apesar disso, o narrador termina em primeira pessoa, destacando uma visão otimista: “mesmo que o processo de pacificação não seja perfeito, eu acredito que eles terão um impacto positivo na cidade que nunca antes viu mudanças dessa magnitude. Somente a nova geração fará real diferença. Serão as crianças, garotos das favelas sem armas e sem tráfico de drogas que mudarão a cidade do Rio para sempre”.

3.4 Turismo LGBTQ+ no Rio de Janeiro: as desconstruções em Gaycation

A cidade do Rio de Janeiro é reconhecida mundialmente como destino *gay-friendly*, tendo sido eleita algumas vezes por *sites* especializados como destino *gay* mais *sexy* do mundo, melhor destino *gay* do mundo, melhor praia LGBTQ+ da América Latina, dentre outros.²²³ Em

²²³ Algumas fontes pesquisadas: <<https://www.villagevoice.com/2012/04/13/grindr-awards-for-gayest-cities-beaches-and-marital-destinations/>> (pesquisa realizada e divulgada pelo aplicativo Grindr). Acesso em: 17

2011, na esteira dos investimentos mercadológicos na Marca Rio, a cidade viu no público LGBTQ+²²⁴ uma importante fonte de recursos para o turismo: em 2014, a Prefeitura, em conjunto com a Coordenadoria Especial da Diversidade Sexual (Ceds), realizou uma pesquisa sobre o perfil e o impacto econômico do turista LGBTQ+ no carnaval do Rio de Janeiro, constatando que “turismo LGBTQ+ representou 30,75% da receita de R\$ 1,5 bilhão gerada durante o carnaval na cidade, o que garantiu um impacto direto sobre a economia local de R\$ 47 milhões por dia, já que os gastos desse público ultrapassaram a barreira dos R\$ 461 milhões nos dias de folia”.²²⁵

Em inglês, há uma palavra para definir férias voltadas para o público homossexual: *gaycation* (união das palavras *gay* e *vacation*).²²⁶ E assim foi intitulada a série documental sobre turismo (*travel show* ou *travel documentary TV series*) exibida pelo canal americano *Viceland*. A série *Gaycation* é descrita, em seu *site* oficial,²²⁷ como uma jornada pessoal de Ellen Page e de seu melhor amigo, Ian Daniel (apresentadores/*hosts*, idealizadores e produtores da série), para explorar a cultura LGBTQ²²⁸ ao redor do mundo. O programa, que possui duas temporadas (a primeira com quatro episódios e a segunda com seis, sendo um episódio especial após o ataque à boate *gay Pulse*, em Orlando, que deixou pelo menos 50 mortos), foi indicado ao prêmio *Emmy* de Melhor *Reality Show* sem Roteiro (*Unstructured Reality Program*) em 2016 e 2017. Mais que um documentário seriado sobre turismo tradicional, *Gaycation* se propõe a conhecer a cultura LGBTQ sob a ótica de dois apresentadores homossexuais: um homem e uma mulher cisgêneros, ele de origem estadunidense, ela de origem canadense, ambos radicados nos Estados Unidos. A série mistura imaginários cristalizados sobre cidades, países e culturas estrangeiras com descobertas sobre realidades cotidianas muitas vezes repletas de dificuldades e violências, as quais tocam pessoalmente seus realizadores. E assim desperta emoções, tais como espanto, indignação, tristeza, dentre outras, quando se “descobre”, por exemplo, que essa cidade tão premiada como destino *gay* é, na realidade, repleta de preconceitos, dificuldades e contribui para as estatísticas de país que mais mata pessoas LGBTQ+ no mundo, em crimes de ódio.

jul. 2017); <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2011/11/rio-e-eleito-pela-segunda-vez-destino-gay-mais-sexy-do-mundo.html>. Acesso em: 17 jul. 2017); <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2016-09/cidade-do-rio-e-eleita-melhor-destino-de-praia-LGBT-da-america-latina>. Acesso em: 17 jul. 2017); <http://www.travelchannel.com/interests/beaches/photos/best-gay-beach-destinations>. Acesso em: 17 jul. 2017).

²²⁴ Fonte: <<https://www.theguardian.com/travel/2011/jul/11/rio-de-janeiro-gay-tourism>>. Acesso em: 17 jul. 2017.

²²⁵ Fonte: <<http://www.rio.rj.gov.br/web/guest/exibeconteudo?id=4671593>>. Acesso em: 17 jul. 2017.

²²⁶ Fonte: <<https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/gaycation>>. Acesso em: 16 jul. 2017.

²²⁷ Fonte: <https://www.viceland.com/en_us/show/gaycation>. Acesso em: 17 jul. 2017.

²²⁸ Usarei a sigla LGBTQ quando a menção for referência aos textos e às falas do documentário, que usa a sigla dessa forma, incluindo o Q de *Queer*.

O episódio em análise é intitulado *Brazil*, mas apresenta em sua quase totalidade o Rio de Janeiro, abrindo uma pequena exceção à visita a São Paulo para uma entrevista com Carol Marra, atriz transexual brasileira, e constrói sentidos sobre o consumo turístico da cidade (que, pelo título, sintetiza simbolicamente toda a nação) e suas relações com a cultura LGBTQ+, sob a ótica de dois estrangeiros.

Duas questões particularmente atraíram meu interesse para *Gaycation*: a primeira, o recorte a um público-alvo em expansão para o mercado turístico. Essa questão torna-se especialmente importante na medida em que todas as intervenções na cidade e os investimentos em *city branding* são realizados com a justificativa de atrair mais divisas para o país – e o público homossexual ganha força mercadológica na definição das políticas sobre a cidade-mercadoria, essa cidade que, tal como aponta Vainer (2000, p. 89, grifo do autor), exclui “grupos com ‘escassa relevância estratégica’.” A segunda, a proposta do canal *Viceland*. Lançado em 2016, o canal diz que sua missão é “tentar entender o mundo em que vivemos por meio da produção de peças sobre coisas as quais nos intrigam ou nos confundem, ou sobre aquelas que achamos engraçadas”.²²⁹ *Viceland*, ao se colocar como “uma grande visão caleidoscópica do que é viver em nosso mundo, a terra de Vice”,²³⁰ coloca-se também no lugar do que Amâncio (2000, p. 33) chama de “Filiação Pero Vaz”, a qual se trata da “figura do viajante que vive *in loco* a relação de alteridade, o narrador, o cronista. [...] Corresponderá à experiência vivida do estrangeiro e às representações que seu olhar legitima, num processo de seleção por rejeição ou afinidade”, estabelecendo a prerrogativa de seu ponto de vista nas representações da alteridade. Para os produtores, somos um outro que deve ser desvelado, compreendido, para então, ser consumido ou modificado, “ajustado para o consumo”.

Alguns dos ativos intangíveis percebidos nessa nova busca pela reconstrução da marca-cidade remontam, tal como já discutido anteriormente, às narrativas fundadoras: o paraíso idílico, a sensualidade, o exótico, são imagens que se projetam nas telas dos espectadores de *Gaycation*. Na série em questão, os apresentadores visitam o Rio durante o carnaval, grande evento que compõe um dos imaginários mais cristalizados sobre a cidade nos cenários nacional e internacional. Festividade, alegria e liberdade sexual são componentes dos imaginários sobre

²²⁹ Do original: “It’s us trying to understand the world we live in by producing pieces about things we’re curious about, or confused about, or that we think are funny”. Fonte: <https://www.vice.com/sv/article/exqqd4/were-launching-a-tv-channel-194>. Acesso em: 30 jul 2017.

²³⁰ Do original: “VICELAND is a grand kaleidoscopic vision of what it’s like to live in our world, the land of VICE”. Fonte: https://www.vice.com/en_us/article/xdmqmw/welcome-to-viceland-v23n1. Acesso em: 30 jul. 2017.

essa festa que atrai milhares de turistas e bilhões em divisas todos anos, sendo, conforme dito anteriormente, mais de 30% atribuídos ao público LGBT.

Gaycation inicia com paisagens clássicas do Rio: o Morro Dois Irmãos em luz contra, que esconde o Vidigal; praia lotada; pessoas correndo, nadando no mar; homens e mulheres com sungas e biquínis, exibindo seus corpos bronzeados e esculpidos, enquanto Ellen Page narra: “A praia de Ipanema, no Rio, é a Meca para os festeiros bronzeados, musculosos, de sunga”.²³¹ A apresentadora usa essas características como forma de contrapor a cultura do Brasil à estrangeira quando se compara com os brasileiros: a cor da pele, as roupas que vestem, o comportamento na praia. Enquanto imagens que compõem os mais sólidos imaginários sobre a cidade são exibidas – desfile das escolas, escadaria Selarón, praias e nádegas femininas que rebolam –, a narradora ainda afirma que o carnaval é “uma das festas mais liberalmente sexuais do planeta”.²³² Explica sua origem religiosa e afirma, junto com Ian Daniel: “é por isso que estão todos aqui bebendo. Ostentando. Na praia. Vivendo o sonho”.²³³ O uso contínuo das paisagens e de outras imagens que constituem um repertório de imagens-clichê da cidade situa o telespectador no Rio de Janeiro, e dá uma sensação de “‘paisagem do ócio’, fornecida pela ideia de não exigência do trabalho, a visão consumidora do deleite tropical, da generosidade da flora, da fauna e dos nativos, [nas quais] projetam-se as fantasias idílicas europeias de várias gerações” (AMÂNCIO, 2000, p. 29).

“Eu posso entender o que faz do Rio um dos destinos mais desejáveis do mundo para os LGBTQs, principalmente durante o carnaval. O carnaval toma conta de toda a vastidão da cidade, mas o evento principal acontece no Sambódromo [...]. O carnaval atrai a comunidade LGBTQ em bandos”.²³⁴ Ellen compartilha suas sensações: apesar de se avaliar como ligeiramente desconsertada e citar a hiperssexualização, reconhece que há uma atmosfera familiar no evento. O que mais impressiona a atriz é o fato de não serem bailarinos profissionais, mas pessoas comuns que ensaiam o ano inteiro e fazem um belo espetáculo. Enquanto isso, uma música eletrônica faz a trilha sonora do desfile, substituindo a paisagem sonora local (o samba-enredo). Ellen segue até a concentração de uma das escolas para entrevistar um coreógrafo, admira uma passista sambando e experimenta um esplendor. Ao perguntar ao coreógrafo sobre a influência da cultura LGBT+ na festa, ele diz que em sua escola isso é algo

²³¹ Do original: “*Ipanema Beach in Rio is the Mecca for tanned, toned, Speedo-wearing partiers*”.

²³² Do original: “*One of the most sexually liberated parties on the planet*”.

²³³ Do original: “*And why everyone's here getting their drink on. Living it up. On the beach. Living the dream*”.

²³⁴ Do original: “*I can see what makes Rio one of the most desirable LGBTQ destinations in the world, especially around Carnival time. Carnival takes place all over the vast city. But the main event is held at the Sambadrome [...] Carnival attracts the LGBTQ community in droves*”.

normal. Ela então refaz a pergunta, questionando como a cultura LGBTQ+ tem influenciado o carnaval e a celebração, para a qual tem a seguinte resposta: “somos nós que damos o brilho no carnaval e muito mais”. O tom otimista segue, quando a apresentadora pergunta sobre a segurança no evento, e um entrevistado afirma que os cariocas têm aceitado melhor as pessoas *gays*.

A alegria da festividade dá o tom ao início do programa (embora já haja uma contraposição com os discursos de violência, sobre os quais trataremos mais adiante), tom esse em acordo com os conceitos da campanha Rio de Janeiro, marca registrada do Brasil, lançada pelo governo do estado em 2011. Os atributos da Marca Rio, os quais só seriam encontrados na cidade, são alegria, beleza, energia, estilo, inovação, paixão e paz. Segundo Freire-Filho (2015), o estereótipo do povo alegre foi criado a partir dos anos 1930 por diversos artefatos da cultura:

Motivo de orgulho patriótico, a típica alegria dos brasileiros foi captada e cristalizada em um singelo conjunto de imagens, ritmos e símbolos: os saracoteios do samba na Sapucaí; as ruas ocupadas por foliões eufóricos e irreverentes; garis que removem os restos da festa, bailando felizes da vida; a descontração desnuda nas praias; o jeito lúdico de praticar e de apreciar o futebol; a forma risonha ou gaiata de aguentar o fardo de uma rotina de trabalhos estafantes e de direitos precários. (FREIRE-FILHO, 2015, p. 402).

Segundo o autor, não se trata de uma “postura crítica dos excessos civilizatórios” (idem, p. 405), mas de uma forma “natural” de conduzir a vida, “sem as agonias metafísicas ou as obsessões materiais que atormentam europeus e norte-americanos” (idem, p. 405). E essas representações não são apenas reproduzidas pelo olhar estrangeiro, mas também pelas narrativas oficiais da cidade, *vide* os componentes da Marca Rio citados anteriormente, e é inclusive muitas vezes reproduzido pelos cidadãos entrevistados nos documentários.

A alegria se consolidou, em síntese, como um componente marcante e tenaz da brasilidade, ingrediente decantado em verso e prosa, enaltecido em relatos de viajantes saudosos e ressaltado em discursos políticos e publicitários. Trata-se de um elemento constitutivo da identidade, da imagem e da reputação do país – ou seja, da percepção que temos acerca das qualidades distintivas fundamentais do nosso povo, no que concerne a valores, aspirações, paixões dominantes, disposição psicológica e moral; das impressões que somos encorajados a transmitir socialmente; das imagens e das narrativas que projetamos no exterior; do conceito que usufruímos mundo afora, o nosso tão comentado encanto turístico ou utópico. (FREIRE-FILHO, 2015, p. 406-407).

Os momentos de calma, alegria e tranquilidade são em sua maioria diurnos, na praia, na rua, em pontos turísticos da cidade. Os momentos de festa são noturnos, enquanto momentos de violência são debatidos em sua maioria em ambientes internos e na favela. Ellen narra, enquanto imagens de um dia de sol na praia são exibidos: “o dia amanhece no Rio, e as ruas e

praias retornam a uma relativa tranquilidade, enquanto os locais voltam a fazer uma das coisas em que são os melhores: serem atraentes na praia”.²³⁵ Ian Daniel complementa:

parece haver pessoas que estão vivendo livremente, não estão realmente preocupadas em como os outros os percebem, ou se seus corpos estão definidos. E acho que, para mim, todos são bonitos. Nos EUA, não vemos tantos homens de sunga ou, para ser sincero, deixando o pau brilhar. Não existe... sabe o que quero dizer? Você consegue, definitivamente, ver o pau de muitas pessoas aqui, através dos trajes de banho. E as mulheres têm aquela *vibe* de correia na bunda do fio dental e não há vergonha. Todo mundo fazendo, essa é a onda.²³⁶ (Ian Daniel)

Enquanto falam, imagens de homens com corpos definidos são exibidas, assim como o corpo da mulher de fio dental também é definido, ainda que na fala haja uma menção aos corpos “não perfeitos”. Ellen ainda menciona a atmosfera de “autoestima sexual” que paira na praia. Pode-se evidenciar, mais uma vez, nessas passagens a “paisagem do ócio” e, outra questão recorrente nos documentários, a questão da perfeição física, evidenciada desde as narrativas fundadoras (AMÂNCIO, 2000). Trata-se de uma linha narrativa comum aos *travel shows* (GOTARDO, 2016).

Ellen segue para o bar Buteskina, ponto de encontro de mulheres lésbicas. Salienta que “a força está no número, e ficar juntas é uma necessidade diante do preconceito”.²³⁷ A apresentadora se diverte, toca, dança, recusa um beijo e justifica: “tomei umas doses de tequila. Tendo a ficar tímida. Se acho que uma garota é fofa, fico tímida”.²³⁸ Maffesoli (1998) ressaltou a potência social do estar-junto, dentro de uma lógica que constitui sua hipótese sobre a socialidade. Segundo o autor, partilhar algo (hábito, ideologia, orientação sexual) determina o estar-junto, de forma que isso se torne uma proteção contra quaisquer imposições. Nesse mesmo sentido, fala sobre seu conceito de neotribalismo:

O que podemos reter deste exemplo é a junção entre a inscrição espacial e o cimento emocional. Neste sentido é que o *ghetto* permite esclarecer numerosos reagrupamentos contemporâneos que, ao mesmo tempo, se definem a partir de um território e de uma partilha afetual. Qualquer que seja, no caso, o território em questão ou o conteúdo da afeição: interesses culturais, gostos sexuais, cuidados vestimentares, representações religiosas, motivações intelectuais, engajamentos políticos. Podemos multiplicar, à vontade, os fatores de agregação, mas, por outro lado, eles estão circunscritos a partir destes dois pólos que são o espaço e o símbolo (partilha, forma específica de solidariedade, etc.). Isso é o que melhor caracteriza a intensa atividade comunicacional que de múltiplas maneiras serve de nutriente ao que chamo de neotribalismo. (MAFFESOLI, 1998, p. 188).

²³⁵ Do original: “*Day breaks over Rio, and the streets and beaches have returned to a relative calm, while the locals get back to doing one of the things they're best at... looking hot on the beach*”.

²³⁶ Do original: “*There seem to be people that are just free living. They're not really worried about how other people perceive them or if their body is chiseled or not. And I think that, to me, everyone is looking good. In America, you don't see men wearing Speedos as much. Or, to be honest, letting their dick shine through. There's no... do you know what I mean? You can definitely see a lot of people's [bleep] here through their bathing suit, fine. And the women definitely have the 'thong up the butt' vibe, and there's no shame. So let's all do it. That's the vibe*”.

²³⁷ Do original: “*Strength is in numbers, and sticking together is a necessity in the face of prejudice*”.

²³⁸ Do original: “*I've had a couple drinks of tequila. I tend to get shy. If I think a girl is cute, I'm shy*”.

Em um novo bloco, a favela é apresentada como um dos lugares onde mais se mata pessoas LGBT. Ian Daniel segue até o Complexo do Alemão para descobrir como é ser *gay* e curtir o carnaval na favela – em uma fala que parece ratificar o conceito de “cidade partida”, como se ser *gay* e curtir o carnaval na favela fosse uma experiência diferente das outras áreas da cidade, e, portanto, merece ser explorada em um bloco distinto do episódio. Pessoas jogando futebol são associadas à imagem da favela, em mais um clichê da cidade. Há diversas imagens de pessoas desfrutando o carnaval em festas de rua. Os apresentadores se espantam com o que chamam de “prática de *crossdressing*”,²³⁹ especialmente quando identificam que se trata de uma tradição de fantasia de carnaval, não de “um reflexo de tolerância ou de suas identidades”.²⁴⁰ Ian Daniel parece se divertir muito na festa, descrita como um encontro onde “o espírito de aceitação e espontaneidade hoje é inspirador”.²⁴¹

O episódio encerra com mais imagens clássicas do Rio: o Cristo Redentor, praia, favela, carnaval, contrastando com imagens do ódio a pessoas LGBT – um resumo do que se propôs durante seus 44 minutos. Em seu discurso final, Ellen Page diz: “como em tantos aspectos da vida brasileira, os contrastes aqui são extremos. Mas é impossível não se inspirar por pessoas que vivem tão livremente e em uma celebração tão alegre de quem eles são, principalmente diante da violência e intimidação. Espero que o espírito do carnaval, o espírito do amor, da aceitação e da alegria, seja o que vença no final”.²⁴² Essa imagem construída da alegria, reiterada durante todo o episódio é, no entanto, um mito, segundo Castells:

A imagem mítica do brasileiro simpático existe só no samba. Na relação entre as pessoas, sempre foi violento. A sociedade brasileira não é simpática, é uma sociedade que se mata. Esse é o Brasil que vemos hoje na internet. Essa agressividade sempre existiu. (CASTELLS, 2015).

Esse “mito”, embora não seja contestado (conforme vemos nas afirmações finais do episódio), é contrastado durante todo o episódio com dados, cenas e depoimentos violentos e sobre violências. Embora *Gaycation* assimile e reforce muitos dos discursos hegemônicos, estereotipados e mercadológicos sobre a Marca Rio, a série também promove uma desconstrução de certas “verdades”.

²³⁹ *Crossdressing* “é a prática de vestir roupas e acessórios que não se alinham com a identidade de gênero da pessoa. O *crossdressing* pode ser feito de forma esporádica, frequente, recreativa ou ainda imposta, como no caso das pessoas trans que vivem sob uma lógica cisnormativa. Em todo caso, é importante saber que é o *crossdresser* que deve denominar-se como um”. (COLETIVO AMETISTA UERJ LGBT+, 2019, p. 21).

²⁴⁰ Do original: “A *reflection of tolerance or their identity*”.

²⁴¹ Do original: “*Today's spirit of acceptance and abandon is inspiring*”.

²⁴² Do original: “*Like so many aspects of Brazilian life, the contrasts here are extreme. But it's impossible not to be inspired by people that live so freely, and in such joyous celebration of who they are. Especially in the face of violence and intimidation. I hope that the spirit of Carnival the spirit of love and acceptance and joy is what wins out in the end*”.

Momentos de dor, tristeza, emoção e medo permeiam todo o episódio, fazendo contraste aos mais sólidos clichês de alegria e festividade atribuídos à cidade – o que corresponde, segundo Freitas (2010, p. 2), às suas representações mais comuns: “O Rio de Janeiro é representado em todo o mundo por uma série de características da ordem do belo e, ao mesmo tempo, por uma variedade de questões ligadas à violência”. No estudo acima citado (FREITAS, 2010), entretanto, o autor discorre sobre como a mídia nacional deixou de lado o argumento da violência na cobertura do carnaval, assim como do Réveillon, de forma a reforçar a ideia do Rio como cidade ideal para abrigar eventos. É possível também observar a mudança nos discursos nos documentários internacionais sobre turismo em relação à violência na cidade por ocasião da reconstrução da Marca Rio para os megaeventos, tendo como principal argumento a implantação das Unidades de Polícia Pacificadora (UPPs) nas favelas (GOTARDO, 2016). Essas questões, no entanto, são relacionadas às formas mais comuns da violência carioca – aquelas ligadas às favelas como lugar do tráfico de drogas. A violência amplamente abordada em *Gaycation* é de uma ordem distinta daquela que compõe o imaginário internacional sobre a cidade, haja vista o amplo reconhecimento internacional do Rio de Janeiro como destino *gay-friendly* e da suposta liberdade sexual que gozamos aqui, a violência contra LGBTs não compõe (ou compunha) os imaginários internacionais sobre turismo no Rio de Janeiro.

Apesar do reconhecimento no avanço das leis que garantem igualdade às pessoas LGBT no Brasil, o episódio em análise apresenta a violência simbólica e física que acomete o país, líder mundial em assassinato de pessoas LGBT (dito pela narração aos 39 segundos do episódio²⁴³). Falas e imagens otimistas são confrontadas a todo momento com fatos que comprovam a alta taxa de violência contra pessoas LGBT. Em oposição à alegria nata do brasileiro, uma violência naturalizada em discursos políticos e religiosos. Logo aos 39 segundos, imagens de uma câmera de segurança flagram um homem que anda calmamente com suas sacolas de compras sendo esfaqueado pelas costas.

Embora os discursos de ódio apareçam muito mais em ambientes fechados, na favela ou em gravações noturnas, vemos, no segundo minuto do episódio, uma entrevista com homens *gays* na praia sobre a violência contra pessoas LGBT. Os entrevistados dizem que é uma questão cultural, que desde a infância ensina-se a xingar (“aquele é o viadinho”), a agredir o outro na escola, ou seja, as crianças crescem com uma ideia pejorativa sobre a homossexualidade.

Após a celebração do carnaval, Ellen narra a morte da passista transexual Piu da Silva (torturada e baleada em uma favela perto de sua casa), considerada uma das mais “proeminentes

²⁴³ O Grupo Gay da Bahia produz relatórios sobre o assassinato de pessoas LGBT que são usados como fontes para matérias nacionais e internacionais sobre o tema. Os relatórios referentes a 2014, 2015 e 2016 podem ser acessados em < <https://homofobiamata.wordpress.com/relatorios/2016-2/>>. Acesso em: 8 jan. 2020); já os relatórios de 2017 e 2018 podem ser vistos em < <https://homofobiamata.wordpress.com/homicidios-de-lgbt-no-brasil-em-2018/>>. Acesso em: 8 jan. 2020).

dançarinas do carnaval”, em contraste com a ideia de que a festa é um local que aceita todos os tipos de pessoas. Ela ressalta que ninguém foi preso e que, apesar da motivação incerta, a suspeita é de transfobia. A narração destaca, enquanto diversas imagens de notícias publicadas em jornais são exibidas, o crescente número de pessoas transexuais assassinadas no Brasil, o país com o maior número de pessoas trans assassinadas no mundo. Conclui, então, que o carnaval passa uma “sensação de segurança” por sua “extravagância sem limites”, mas, conversando com algumas pessoas, ela percebe que “o mundo lá fora é bem diferente disto”.²⁴⁴ Na continuação das tomadas noturnas, diversos personagens narram as dificuldades de aceitação das pessoas LGBT no país, especialmente entre familiares. Um deles diz: “veio um cara e me deu um tapa, me mandando parar, deixar de ser viado. Eu não entendi, mas essa é a sociedade brasileira”. Um trovão anuncia a chuva que inicia, em um simbolismo sobre a tristeza em uma terra de sol, pessoas fantasiadas que correm da chuva como se fugissem da tristeza e da violência que acabam com a festa.

Ellen entrevista também sua amiga Ana Rezende, da banda *Cansei de Ser Sexy* – um encontro noturno que segue para a residência da baixista. Ela, uma mulher cisgênero lésbica, reconhece sua experiência “privilegiada”, a qual não reflete o que é ser *gay* no Brasil para a maior parte das pessoas – o brasileiro médio que “não existe, num certo sentido”.²⁴⁵ Ainda assim, ela diz que não anda de mãos dadas com sua namorada na rua, pois sabe o quanto isso chama a atenção, não é normal para as pessoas verem. Mas ressalta seu otimismo, apesar do crescente número de evangélicos e da ascensão da política de extrema-direita. Ellen brinca com a situação: “ah, vocês precisam dessas loucuras de direitos humanos? Caramba!”²⁴⁶

De volta à praia, após evidenciarem a “autoestima sexual” dos brasileiros, novas entrevistas sobre o que as pessoas pensam acerca de “ser *gay*” são exibidas. O primeiro entrevistado diz que não acredita que as pessoas nasçam *gays*, mas, sim, que seja uma opção. A segunda dupla de entrevistadas comenta sobre a estranheza que causa ver um casal *gay* se beijando. Duas opiniões contrárias à causa que demonstram um preconceito “sutil”, se compararmos à violência exibida em outros momentos do episódio – uma “leveza” adequada ao clima da praia, diurno, e, de fundo musical, uma bossa nova, mais para “*Brazilian jazz*”.

O entrevistado seguinte é o então deputado federal Jean Wyllys, “único político assumidamente *gay* no país”.²⁴⁷ Em um quiosque na praia (mais um lugar “privado”), Jean comenta sobre as contradições do Brasil e sobre o aumento do fundamentalismo cristão,

²⁴⁴ Do original: “*Carnival is an over-the-top extravaganza and feels very accepting of everyone. But in speaking to locals later, the world outside can feel very different*”.

²⁴⁵ Do original: “*It's so hard to talk about the average Brazilian, because the average Brazilian almost doesn't exist in a way*”.

²⁴⁶ Do original: “*Oh, you need those crazy human-right things? God damn it*”.

²⁴⁷ Do original: “*The country's only openly gay politician*”.

segundo ele, o grande responsável por impedir o avanço de leis que garantam a igualdade a pessoas LGBT. Ele cita também o então deputado federal Jair Bolsonaro e seu discurso reacionário e violento. Fala ainda sobre a cultura machista e como ela atinge muitas mulheres lésbicas, exemplificando com os estupros “corretivos”.

A narradora aborda também a ascensão do evangelismo, que promove, inclusive, exorcismos para “livrar as pessoas de tendências homossexuais”,²⁴⁸ e de sua influência na política, a qual ameaça os direitos das pessoas LGBTs. Segue, então, para uma entrevista com o deputado Jair Bolsonaro. Ele inicia com simpatia, muitos sorrisos, falando sobre sua história política. Ele diz que não é homofóbico, apenas contra a distribuição de certos materiais para crianças de 6 anos. Quando Ellen o confronta a respeito da fala de Bolsonaro de que um filho *gay* deve ser corrigido na porrada, ela pergunta se, sendo ela *gay*, deveria ter apanhado na infância. A fala do deputado parece corroborar o discurso de Jean Wyllys sobre o estupro “corretivo”: “aí eu não vou olhar pra tua cara e te dizer ‘eu acho que você é *gay*’. Também não me interessa. [você é] Muito simpática. Se eu fosse cadete [...] e te encontrasse na rua, eu ia assobiar para você. Tá OK? [você é] muito bonita”. A expressão de Ellen está totalmente fechada: Bolsonaro parece ter sugerido que se ele, quando jovem, tivesse assediado Ellen, ela não seria lésbica. Ele continua seu discurso: “Quando eu era jovem, [...] existiam poucos [*gays*]. Com o passar do tempo, com as liberalidades, drogas, a mulher também trabalhando, aumentou-se bastante o número de homossexuais [...]”. Bolsonaro diz a Ellen que ela “foge à normalidade” por ser *gay*. “Você beira, com todo respeito a você, a teoria do absurdo. Até porque você com sua companheira, né? Não geram filhos. Se for gerar, vai depender de algo doado por nós, héteros, né, nós homens”. Ele continua sua fala, e Ellen consegue encerrar a conversa com uma piada.

A investigação segue para a Câmara de Vereadores do Rio de Janeiro (identificada como “Prefeitura” no episódio), onde Ellen se encontra com a mãe e o namorado de um jovem assassinado em um crime de ódio. Em um momento de grande emoção, ambos relatam o crime a Ellen, que não esconde toda a tristeza e empatia que sente. Ellen não sabe o que dizer diante de tamanha injustiça (o assassino está livre) e pede para finalizar, chorando e dando um grande abraço na mãe.

O clímax do episódio chega aos 35 minutos, em uma visita que Ellen e Ian fazem a uma favela, onde entrevistam um policial homofóbico, matador de aluguel. O som de um helicóptero, e depois o silêncio, acompanham os apresentadores até o local do encontro, em uma laje. O homem aparece com um chapéu, rosto coberto e óculos escuros, e há ainda um efeito de desfoque para garantir seu anonimato. Sua voz também sofre um efeito de distorção.

²⁴⁸ Do original: “*To rid the body of homosexual tendencies*”.

É identificado como “El Grande” e diz que, como policial, tinha o dever de garantir a ordem e a paz, mas que atualmente não é mais policial. El Grande relata que, quando fazia a patrulha, só não gostava de *gay*: se visse um, atropelava ou “dava uma coça, fazia o que tinha que ser feito... são certas coisas que a gente não deve pronunciar”. Ele diz, dentre outras coisas, que matar *gays* é “limpar o chiqueiro”. Ellen e Ian, então, perguntam à produção se é seguro assumirem a homossexualidade a El Grande. O bloco termina após a revelação. Os apresentadores demonstram visivelmente seu medo. No bloco seguinte, o entrevistado diz que nenhum *gay* deve cruzar seu caminho, ele quer distância de pessoas *gays*. Diz que tomou “ojeriza” depois que descobriu que seu filho era *gay*. Ele ainda assume que há muitas pessoas como ele na cidade. E finaliza dizendo que as coisas que foram ditas durante a entrevista não são coisas para serem faladas em público. “Mas a verdade é pra ser dita. Eles precisam saber que existem pessoas que se eles cruzarem o caminho, talvez seja uma ida sem volta”. El Grande deixa o recinto após sua fala, e Ian tenta entender o momento vivido:

Deixa você sem palavras, de verdade [limpa uma lágrima de seu olho]. É difícil, porque ele parece um velhinho frágil, parece que tem algum tipo de coração ali que... essa é a sensação: podemos entrar aí e tirar um pouquinho de amor de você, [...] por pessoas que são diferentes de você? [...] Como você para isso?²⁴⁹ (Ian Daniel)

Paisagens da favela encerram o grande momento de tensão e medo vivido pelos apresentadores, e o episódio se encaminha para seu encerramento. Ressalta-se que a experiência de medo na favela também faz parte dos lugares-comuns de documentários seriados turísticos (embora, no episódio, seja de uma ordem distinta daquelas que compõem os imaginários sobre o lugar) (GOTARDO, 2016).

Os contrastes constantes entre alegria, beleza, tristeza, medo constroem uma narrativa de fácil consumo (os estereótipos sobre a cidade tanto da ordem do belo, quanto da ordem do medo facilitam seu reconhecimento e identificação por parte dos espectadores), mas também colocam em discussão um tema de grande relevância para a sociedade – a LGBTfobia. Não há como ficar indiferente à narrativa, que busca tocar o espectador, de forma a despertar sentimentos e a empatia.

É necessário também olhar sob o viés da violência e do medo como componentes de grande interesse e repercussão midiática, ingredientes que ajudam a vender, que atraem espectadores, que são fortes argumentos no cotidiano das cidades e das produções midiáticas. Nesse caso, vemos ainda a favela como o principal lugar da violência na cidade, embora a questão debatida não seja do tráfico, principal elemento norteador dos imaginários sobre medo

²⁴⁹ Do original: “*It does leave you speechless, honestly. It's hard, because he looks like such a fragile, old man that has some sort of heart in there that... You know, that's what it's like. Can you get in there a little bit and crack a little ounce of love out of you [...] for people that are different than you? [...] You know, because it's like, 'How do you stop that?'*”

e crime no Rio de Janeiro. Ao relacionarmos essas questões com o fato de o episódio ter sido veiculado poucos meses antes das Olimpíadas (em março de 2016) e com a necessidade mercadológica da cidade-mercadoria de garantir a segurança durante a realização do megaevento, *Gaycation* se coloca como um “problema” para a construção da marca-cidade, especialmente quando se tem nas pessoas LGBTs um grande público consumidor em potencial.

O episódio, apesar de exibir os mais sólidos clichês da cidade, questiona importantes verdades naturalizadas, especialmente aquelas que dizem respeito ao Brasil como um país sexualmente livre e seu povo como amistoso e receptivo. Em um momento que documentários internacionais de turismo tentam vender a ideia de que as UPPs resolveram os maiores problemas de criminalidade e que a cidade é segura para receber os Jogos Olímpicos com seus milhares de turistas, *Gaycation* não faz questão nenhuma de “mascarar” a violência física e simbólica a que são submetidas as pessoas LGBT+ no país da “liberação sexual”. E faz isso naquele que seria o maior momento desta liberação: durante um outro grande evento que atrai milhares de turistas todos os anos e possui grande repercussão internacional, o Carnaval.

Figura 16 – *Gaycation*



(1) Imagens de câmera de segurança mostra o momento em que um homem é esfaqueado em ataque homofóbico. (2) Ellen prova um esplendor, enquanto passeia pela concentração das escolas de samba. (3) Ellen se diverte no bar Buteskina. (4) Ellen Page e Ian Daniel entrevistam o então deputado Jean Wyllys. (5) Ellen Page entrevista o então deputado Jair Bolsonaro. (6) Ellen Page e Ian Daniel entrevistam um matador de aluguel homofóbico

Fonte: *Gaycation* (2016).

O documentário contradiz, ainda, a ideia de que as UPPs resolveram os problemas da violência na favela ao apresentar uma entrevista com um ex-policial que mata LGBTQ+ quase como um “esporte”, mas também como ofício. Ainda assim, a favela também é explorada como lugar a ser consumido, um lugar de festa, com clima de aceitação e paz. Como a violência do tráfico não é exibida, as Unidades de Polícia Pacificadora não chegam nem a ser mencionadas.

Entendo que o fato de o clímax do episódio, próximo de seu fim, ter explorado um momento de extrema violência (tanto do entrevistado, quanto do espaço em que é realizada a entrevista, pelos imaginários de violência e medo a eles ligados), deixa mais presente uma imagem negativa que positiva da cidade e do país, considerando o Rio como tradicional representante da nação – e lembrando também que o episódio é intitulado *Brazil*, apesar de se passar quase exclusivamente no Rio de Janeiro.

3.5 Corpos dissonantes e as lutas pelo espaço urbano

A perfeição física é uma narrativa recorrente nos documentários internacionais que compõe o leque dos mais sólidos e antigos clichês em relação ao Brasil. No entanto, o corpo que compõe esse atributo da marca-cidade possui características demarcadas e perceptíveis: magro, branco, feminino e cisgênero. Às mulheres cisgênero negras, também muito retratadas pelos seus corpos, cabe o corpo como objeto de desejo e de sexualização, dos corpos coloniais disponíveis. Homens cisgênero brancos também são exibidos em corpos com músculos esculpidos, mas em frequência bem menor que as mulheres. Com isso, emerge a questão: qual o lugar dos corpos que não se encaixam nas características atribuídas à perfeição ou dos corpos dissonantes em relação a essas narrativas? Embora o rol de corpos dissonantes seja amplo e irrestrito, três tipos são destacados nos documentários em análise como espaço de luta pelo direito à cidade: as mulheres transgênero, os corpos negros das favelas e as pessoas com deficiência.

A mulher transexual ganha voz em documentários dentre os que compõem o *corpus* deste estudo: *Gaycation* e *Rio 50 Degrees*. Essa voz é encarnada especialmente em um corpo: o de Luana Muniz, um símbolo do bairro da Lapa, no Rio de Janeiro. Também conhecida como “A Rainha da Lapa”, Luana, que morreu em 6 de maio de 2017, era uma líder entre as prostitutas transexuais que atuam na região, fazia *shows* artísticos e tinha um trabalho social de grande relevância no bairro, acolhendo e ajudando pessoas em situação de (maior) vulnerabilidade. Luana ganhou ampla projeção midiática após ter sido personagem de uma edição do programa

Profissão Repórter, exibido pela TV Globo em 18 de maio de 2010,²⁵⁰ quando ficou conhecida pelo bordão “travesti não é bagunça”.

Entendendo que a disputa discursiva também é uma luta pelo poder, e a autorrepresentação é essencial nesse processo, é importante ressaltar, ainda, o porquê do uso do termo “travesti” neste trabalho. Trata-se de uma palavra que carrega(va) grande estigma por ter sido usada historicamente de forma pejorativa, “por remeter principalmente a pessoas que têm baixa condição financeira e muitas vezes são associadas a prostitutas e pessoas que não possuem passabilidade²⁵¹ cisgênero” (COLETIVO AMETISTA UERJ LGBTQ+, 2019, p. 12-13). Luana Muniz, no entanto, se autorreferencia usando o termo travesti, assim como se dirige a outras mulheres transexuais como travestis. Mas, especialmente no caso de Luana, que promoveu uma importante luta no reconhecimento das prostitutas transexuais da Lapa, pode-se entender o termo em sua ressignificação política. Segundo o *Manual de comunicação LGBTQ+* (REIS, 2018, p.31), travesti é

Uma construção de gênero feminino, oposta ao sexo biológico, seguido de uma construção física de caráter permanente, que se identifica na vida social, familiar, cultural e interpessoal, através dessa identidade. Muitas modificam seus corpos por meio de hormonioterapias, aplicações de silicone e/ou cirurgias plásticas, porém, vale ressaltar que isso não é regra para todas. Existe o grupo dentro deste segmento que se autoafirma ‘mulheres travestis’. Atualmente, o termo travesti adquiriu um teor político de ressignificação de termo historicamente tido como pejorativo.

Três características são muito marcantes no que diz respeito às narrativas documentais que compõem o *corpus* desta pesquisa: a primeira diz respeito a Luana Muniz como porta-voz das prostitutas transexuais – o que pode ser entendido, a partir das narrativas documentais, como um reconhecimento ao importante trabalho político e social que Luana desenvolvia no bairro; a segunda trata das ressignificações sobre os sentidos da perfeição física a partir do corpo de Luana, que se projeta na tela das mais diversas formas, como um corpo-resistência; e a terceira

²⁵⁰ O programa pode ser visto na íntegra em < <http://g1.globo.com/profissao-reporter/noticia/2010/05/reporteres-mostram-rotina-de-quem-vive-da-prostituicao.html>>. Acesso em: 9 de jan, 2020. Ressalte-se que o programa apresenta uma série de problemas em relação à linguagem, como tratar travestis no artigo masculino e dizer que na casa de Luana, onde moravam 12 mulheres transexuais na ocasião da gravação, a única mulher era a cozinheira (entendendo que apenas a mulher cisgênero era mulher). Luana não gostou da forma como foi retratada no programa – segundo ela, em conversa com Lorna Washington (disponível em < <https://www.youtube.com/watch?v=afyUTwn-B4A>>. Acesso em: 9 jan. 2020), a edição a construiu como uma mulher violenta, visão com a qual ela não concorda, em detrimento de todas outras características mais relevantes, como seu trabalho social.

²⁵¹ A “passabilidade” é considerada um termo LGBTQ+, o qual diz respeito a pessoas transgênero que não possuem características visíveis ou marcantes típicas e comumente associadas ao gênero designado no nascimento, ou seja, pessoas que, trans, se aproximam e são reconhecidas como cisgênero por estarem “mais próximas de estereótipos e aspectos da cisheteronormatividade” (COLETIVO AMETISTA UERJ LGBTQ+, 2019, p. 8).

é a representação da Lapa e do carnaval como os espaços das pessoas transexuais no Rio de Janeiro.

No primeiro ponto, de Luana como porta-voz, ela é apresentada em dois momentos e abordagens distintas nos documentários em questão, mas que se conectam tanto pela apresentação que ela faz de seu trabalho social, quanto pelas críticas que apresenta. Em *Gaycation* há um bloco destinado às mulheres transexuais, sendo a primeira parte na Lapa, Rio de Janeiro, e a segunda em São Paulo, em entrevista com a atriz Carol Marra. O bloco começa com a narração de Ellen Page sobre o alto índice de assassinato entre pessoas trans (35% dos assassinatos na comunidade LGBTQ+ são de pessoas trans) e da marginalização a que essas pessoas são submetidas na sociedade brasileira por não serem aceitas. Luiza (identificada como “*sex worker*”), responde à pergunta de Ian sobre como elas se protegem, tendo em vista a grande violência a que são submetidas: “A Luana Muniz é uma grande representação para a gente também, é um ídolo para todas nós também, e sem ela não teria nenhuma proteção”. A fala de Luiza antecede a apresentação de Ian: “Eu estou indo conhecer Luana, que é a Rainha da Lapa, um famoso bairro de prostituição no Rio. Luana se tornou um tipo de madame ou guru para as prostitutas transexuais da área. Ela mesma é prostituta desde os 10 anos de idade”,²⁵² diz o apresentador.

A idade com a qual Luana começou a “se prostituir” (para usar o mesmo termo do documentário) é inexata – às vezes, ela diz que o início se deu aos 9 anos,²⁵³ às vezes, 10. Trata-se de uma questão muito complexa, pois ela era uma criança, o que, nos dias atuais, a partir de uma legislação mais clara e das lutas pelos direitos da criança e adolescentes, seria configurado como crime de abuso sexual, talvez exploração ou outras tipificações que não estão em discussão nem aqui, pois não se trata da temática do trabalho, nem em sua fala: Luana, de fato, era abusada, mas tenta ressignificar esse fato quando diz, por exemplo, “que gosta de ser puta” ou como quando diz, em *Rio 50 Degrees*, que chegou à Lapa com “instinto de prostituição”, ou “eu tô há 42 anos chupando pau, dando cu e comendo cu, então eu mereço ser respeitada”. Nos documentários, o fato de ela “se prostituir” desde a infância é dito com naturalidade, sem problematizações.

²⁵² Do original: “*I’m on my way to meet Luana, who is the queen of Lapa, which is a famous red-light district in Rio. Luana has become sort of the madam or the guru to the transgender sex workers in the area. She herself has been a prostitute since the age of 10*”.

²⁵³ Em entrevista dada ao *The Clinic* (Chile), por exemplo, Luana diz que começou a “se prostituir” aos 9 anos. (Fonte: < <https://www.theclinic.cl/2016/08/26/luana-muniz-la-reina-de-lapa-en-mi-epoca-de-oro-atendi-hasta-50-hombres-en-una-noche/>>. Acesso em: 10 jan. 2020).

Ian Daniel segue até residência de Luana para conhecê-la, enquanto Ellen narra a luta de Luana para legitimar e proteger prostitutas transexuais. Luana conta um pouco de sua história: diz que fundou a Associação dos Profissionais do Sexo do Gênero Travesti, Transexuais e Transformistas do Rio de Janeiro após voltar ao Brasil,²⁵⁴ porque percebeu que elas não tinham voz, eram “tratadas como marginais ou coitadinhas”. Diz que reuniu as pessoas para não enfrentar as dores sozinha. Ela diz ainda que as pessoas pagam para morar em seus quartos, mas que jamais colocaria alguém doente para fora.

Após Luana deixar a casa, Ian conversa com Priscilla, uma das moradoras de lá. Ela relata que os clientes que a procuram, às vezes, precisam de diálogo, outros querem perversão, sexo bizarro, outros querem companhia para uso de drogas. Ela diz que se trata do trabalho dela: para comer, para vestir-se, comprar um carro, uma casa, suas cirurgias. Priscilla leva Ian para andar com ela pela Lapa e acompanhar um pouco de seu trabalho. Ele assiste uma abordagem de Priscilla a um homem e também participa de uma “brincadeira” com ela: enquanto caminham pelas ruas, Priscilla dá sua bolsa para que Ian carregue; ele dá um nó em sua camisa, exibindo sua barriga; Priscilla passa a chamá-lo de Jéssica, e os dois passam a avaliar se Ian tem a desenvoltura do caminhar “feminino”, enquanto Priscilla narra: “Jéssica, na Lapa, diretamente do Rio de Janeiro”. Priscilla se despede, dizendo que precisa voltar aos negócios. Ian a observa de longe, dizendo, em tom de orgulho: “*that’s my girl!*”

O programa busca um outro ponto de vista sobre a transexualidade entrevistando Carol Marra, modelo de projeção nacional e atriz que encenou o primeiro beijo trans da televisão brasileira. Ellen e Ian viajam do Rio para São Paulo especialmente para esse encontro, e Page diz que Carol está “redefinindo o que significa ser uma mulher trans no Brasil”. A forma como Carol descreve sua experiência e visão sobre as mulheres trans é bem diferente da de Luana Muniz – trata-se de uma fala mais alinhada com o discurso acadêmico e ativista mais tradicional (por exemplo, ela diz que as mulheres trans são “covardemente empurradas à prostituição”, enquanto Luana diz que “gosta de ser puta”). Ela pondera outras questões, tais como: o fato de o gênero não estar ligado à genitália ou de transpor a genitália (questionando que homens têm pênis e mulheres têm vagina como fato); a discriminação que sofrem por serem mulheres com pênis, como, por exemplo, não terem oportunidades de trabalho e acabarem se prostituindo como alternativa para subsistência.

²⁵⁴ Segundo a entrevista concedida ao *The Clinic* (Chile), Luana deixou o país aos 20 anos para desenvolver uma carreira internacional. Ela possuía três nacionalidades: brasileira, italiana e portuguesa. (Fonte: < <https://www.theclinic.cl/2016/08/26/luana-muniz-la-reina-de-lapa-en-mi-epoca-de-oro-atendi-hasta-50-hombres-en-una-noche/>>. Acesso em: 10 jan. 2020).

Reconhecer o gênero acima da genitália diz respeito a romper com certas restrições do gênero que insistem no binarismo homem/mulher, ou “totalmente masculino” e “totalmente feminina”. Nos termos de Butler (2014, p. 253)

Gênero não é exatamente o que alguém “é” nem é precisamente o que alguém “tem”. Gênero é o aparato pelo qual a produção e a normalização do masculino e do feminino se manifestam junto com as formas intersticiais, hormonais, cromossômicas, físicas e performativas que o gênero assume. Supor que gênero sempre e exclusivamente significa as matrizes “masculino” e “feminina” é perder de vista o ponto crítico de que essa produção coerente e binária é contingente, que ela teve um custo, e que as permutações de gênero que não se encaixam nesse binarismo são tanto parte do gênero quanto seu exemplo mais normativo.

Nesse sentido, a autora entende que o gênero pode ser usado para desconstruir as noções naturalizadas de masculino e feminino, movendo-o para além do binarismo. Ao romper com o binarismo, rompe-se também com “uma operação reguladora de poder que naturaliza a instância hegemônica e exclui a possibilidade de pensar sua disrupção” (BUTLER, 2014, p. 254). Usando de linguagem acessível, Carol propõe o rompimento com o binarismo que usa o suporte físico/cromossômico como regulação e normalização para colocar em pauta um atravessamento nas visões normativas sobre feminilidade e masculinidade.

A atriz ainda diz que se sentia diferente desde criança, e que para seus pais sua transição foi algo muito complexo, tanto que eles ainda a chamam (ou a chamavam, na ocasião da entrevista) pelo seu nome de batismo (masculino), mas diz que sempre tenta manter um sorriso, uma atitude positiva, a qual os apresentadores classificam como uma “autoconfiança contagiante”. O bloco termina com uma fala marcante de Page:

Todos nascemos em uma sociedade homofóbica [...]. Em alguns lugares estamos melhores que em outros, sem dúvida. Mas, no momento em que você é um ser consciente, toda história que você ouve, todo filme que você vê, quase toda música que escuta é heterossexual e, geralmente, também é heterossexista. E macera em nós um sentimento de vergonha. E às vezes eu acho que nem dá para perceber o quanto isto te afeta por muito, muito tempo. Particularmente depois de assumir [a homossexualidade], ficou muito claro para mim o quanto isso me fez perder oportunidades. Eu queria que as pessoas conseguissem superar isso. Há pessoas gays. Há pessoas trans. Podemos seguir em frente?²⁵⁵ (Ellen Page)

O rompimento com a normalização do gênero é muito mais explorado em *Rio 50 Degrees*. Luana é a única personagem trans do filme, ratificando a ideia de que ela é uma “porta-voz” das condições das travestis da Lapa (talvez do Rio de Janeiro, considerando que, nos

²⁵⁵ Do original: “We're all born into a homophobic society. We just are. We're in some places that are better than others, no doubt. But the moment you are a conscious being, every story you're told, every movie you see, almost every song you hear is heterosexual, and typically also hetero-sexist. And infused in you is a feeling of shame. And sometimes I think you don't even know how much that's affecting you for a really, really long time. Particularly after coming out, it became so clear to me how much that held me back. I just wish people could get over it. There's gay people. There's trans people. Can we move on?”

filmes, a transexualidade é territorializada). Ela é acompanhada em alguns momentos por Lorna Washington (identificada no filme como Griselda), uma das principais transformistas do Rio de Janeiro. Luana aparece logo no início do filme, mas também em outros momentos – não há um bloco específico para pessoas trans, embora pessoas trans sejam associadas ao carnaval, à Lapa e ao questionamento em relação à violência contra pessoas LGBTQ+. Em relação à violência, Lorna denuncia: “o Rio é *gay-friendly*? Não é. Quem quer saber de travesti? Ninguém. Como ninguém quer saber de preto, ninguém quer saber de pobre... são mortos vários gays, travestis... [voz de Luana ao fundo complementa: a cada uma hora] a cada uma hora é morto”, finaliza, seguida por uma imagem do Cristo Redentor que parece chorar.

No filme de Temple fica muito evidente a relação de Luana com seu corpo como resistência – a segunda característica marcante presente nos filmes. Em *Gaycation*, Luana está vestida com um vestido longo, mais fechado, e aparentemente não está confortável com a presença da equipe na sua casa – ela parece estar com pressa, tanto que sai de casa antes do fim das gravações. Já em *Rio 50 Degrees*, Luana abre sua casa, seu camarim, é acompanhada por mais tempo pela equipe de gravação. Temple, em entrevista para o jornal *O Globo*, diz que conheceu Luana quando gravou o filme *Running Out of Luck* (1987) no Rio: “O momento mais emocionante da viagem foi quando passei pela Lapa tentando filmar, meio em segredo, um ponto de travestis. Um deles [*sic*] tinha trabalhado comigo em ‘*Running Out of Luck*’ e lembrou de mim e daquela nossa aventura maluca com Jagger”.²⁵⁶ De uma gravação que era para ter sido feita em segredo, Luana ganhou espaço no filme de Temple para questionar certas naturalizações acerca dos imaginários da cidade.

De volta a *Gaycation*, Luana usa seu corpo em uma “brincadeira” com Ian que demarca um poder: enquanto recebe instruções para a gravação, Luana, em pé defronte a ele, é muito mais alta, e sua postura deixa claro o olhar de cima para baixo. Ela diz: “fala para ele ficar de pé para eu olhar para ele”. Ela também reclama por ser comparada a Elizabeth Taylor: “não aguento mais, chega, obrigada, *thank you, thank you so much*”.

Já em *Rio 50 Degrees*, a primeira aparição de Luana se dá logo aos três minutos do filme, “desfilando” para a câmera em um vestido curto, colado ao corpo e decotado; na cena seguinte, aparece seminua, de costas, tatuagens à mostra, enquanto se arruma em seu camarim; ela se levanta na frente da câmera, que enquadra suas nádegas, enquanto fala, em tom sarcástico: “O Rio é uma cidade maravilhosa, o Rio é uma cidade *gay*”. Na cena seguinte, diz: “Mas eu tô

²⁵⁶ Fonte: < <https://oglobo.globo.com/cultura/julien-temple-cineasta-que-garimpa-sons-da-cidade-6300792>>. Acesso em: 11 jan. 2020.

há 42 anos chupando pau, dando cu, comendo cu, então eu tenho que ser respeitada”.²⁵⁷ Já nas primeiras cenas de Luana no filme, ela desloca diversas normalizações com seu corpo e sexualidade. O imaginário da perfeição física atribuído ao corpo feminino cisgênero ganha novos sentidos a partir do corpo de Luana: embora ela também tenha um corpo branco e magro, esse corpo é fluido, é tatuado e já não é considerado um corpo jovem para os padrões estéticos (Luana tem cerca de 51 anos no momento da gravação).

Luana tem, na fluidez de seu corpo, um discurso de resistência. A forma como Luana narra seu corpo é bem diferente de Carol: Luana se sente bem em ter um pênis, inclusive, disse em entrevista que amava seu pênis e que, se pudesse, o aumentaria.²⁵⁸ Ser uma mulher com um pênis, para Luana, não é um problema – ao contrário, é uma forma de possibilitar a fluidez sexual que ela cita, rompendo tanto com a cis, quanto com a heteronormatividade. Pode-se entender que Carol está mais sujeita às normatizações de gênero que Luana, uma normalização que parte, segundo Butler (2014), de um regime regulador e disciplinar específico e próprio do gênero:

A norma governa inteligibilidades, permitindo que determinadas práticas e ações sejam reconhecidas como tais, impondo uma grelha de legibilidade sobre o social e definindo os parâmetros do que será e do que não será reconhecido como domínio do social. A questão acerca do que estará excluído da norma estabelece um paradoxo, pois se a norma confere inteligibilidade ao campo social e normatiza esse campo para nós, então estar fora da norma é continuar, em certo sentido, a ser definido em relação a ela. Não ser totalmente masculino ou não ser totalmente feminina é continuar sendo entendido exclusivamente em termos de uma relação a “totalmente masculino” e “totalmente feminina”. (BUTLER, 2014, p. 253).

Oswin (2008, p. 96) entende que é tarefa dos teóricos *queer* “abraçar a crítica da identidade em sua extensão máxima, abandonando a busca por um sujeito *queer* inerentemente radical e voltando a atenção para o avanço de uma abordagem crítica ao funcionamento das normatividades e não-normatividades sexuais”. E, nos documentários, é interessante observar como duas mulheres transexuais narram suas vidas a partir de pontos de vista muito distintos. Não há invalidação de um ou outro; há, sim, necessidade de compreendê-los, e de como eles operam dentro de seus contextos específicos.

Na perspectiva de Oswin (2008) da necessidade de crítica aos binarismos e normatizações, Luana oferece importante contribuição, ainda que seu discurso muitas vezes se choque com os discursos ativistas e acadêmicos. É importante entender e reconhecer, apesar

²⁵⁷ Na legenda, a versão em inglês da fala: “*As a transsexual of the night, I’ve been sucking cocks for 42 years eating arse, so I demand to be respected*”.

²⁵⁸ Fonte: < <https://www.theclinic.cl/2016/08/26/luana-muniz-la-reina-de-lapa-en-mi-epoca-de-oro-atendi-hasta-50-hombres-en-una-noche/>>. Acesso em: 11 jan. 2020.

desse choque, que a história de vida de Luana, a qual não se conhece por meio dos documentários (tampouco ela entra a fundo em entrevistas concedidas a outros meios de comunicação), é permeada por táticas cotidianas de sobrevivência. Luana morreu aos 59 anos (a informação da idade que tinha na ocasião de sua morte varia; há matérias jornalísticas informando que ela teria 56, 57 ou 59 anos), contrariando as estatísticas de expectativa de vida de pessoas trans, que é de 35 anos no Brasil. Ela era reconhecida e respeitada na Lapa não apenas pelas pessoas que acolhia ou ajudava, mas também por muitos frequentadores, moradores e até por autoridades policiais, que solicitavam seu auxílio na solução de problemas.²⁵⁹ Luana apropria-se e expõe sua fluidez com naturalidade, como quando diz que “o meu lado mulher, ele é completamente puta, prostituta. [...] sabe, não gosto de peru, gosto só de dinheiro. O meu lado veado é que gosta de peru”. Embora a definição esteja explicada dentro do binarismo, ela circula entre os pontos – e talvez a explicação seja feita para um melhor entendimento de quem está mais sujeito às normatizações do gênero.

Além disso, ela também trata com naturalidade a sexualidade e sexualização, também como uma resistência à heteronormatividade. Dona de seu corpo, de sua sexualidade, nega os rótulos de “marginais ou coitadinhas”; e, sempre em gestos majestosos e postura altiva, o corpo de Luana atua no deslocamento de imaginários e no exercício (ou desejo) de poder (ou ainda na resistência às violências impostas pela cis-heteronormatividade).

A Rainha da Lapa não é assim reconhecida apenas por sua postura corporal e por seu domínio do espaço, mas também pela forma como ela opera uma transformação, que diz respeito ao terceiro ponto de destaque das narrativas: em *Gaycation*, ela ressalta que o mundo travesti é muito fechado, visto como “submundo”, mas que no Centro do Rio isso não existe por causa dela. No entanto, ao contrário do que afirma o referido documentário – que a Lapa é um famoso bairro de prostituição, enquadrando-o em um lugar de travestis, Luana afirma, em *Rio 50 Degrees*, que “a Lapa tem de tudo: tem puta, tem veado, tem maluco, tem mendigo, tem rico, tem pobre”. Imagens ratificam a fala de Luana. Há, nesse momento do filme, um rompimento com a ideia de que a Lapa é um espaço *queer* ao dizer que ele não é homogêneo, mas, sim, tal como Luana e seu corpo, é fluido – o espaço da Lapa e corpo de Luana se (con)fundem.

²⁵⁹ Fonte: < <https://www.theclinic.cl/2016/08/26/luana-muniz-la-reina-de-lapa-en-mi-epoca-de-oro-atendi-hasta-50-hombres-en-una-noche/>>. Acesso em: 11 jan. 2020.

Figura 17 – Luana Muniz e a transexualidade em *Gaycation* e *Rio 50 Degrees*



(1) Ian Daniel encontra Luana Muniz. (2) Ian Daniel e Ellen Page entrevistam Carol Marra. (3) Luana Muniz desfila para a câmera em *Rio 50 Degrees*. (4) Luana Muniz declara que merece ser respeitada. (5) Luana Muniz durante apresentação artística. (6) Lorna Washington durante performance. (7) Mulher transexual no carnaval. (8) Homem (supostamente turista) bebe nas nádegas de uma mulher transexual, enquanto ela dança
 Fonte: *Gaycation* (2016); *Rio 50 Degrees – Carry on Carioca* (2014).

Pensar na territorialização do espaço é, também, uma questão importante em um ramo específico da teoria *queer*, a *Queer Geography*. Na seção anterior, destaca-se uma frase de Ellen Page: “a força está no número, e ficar juntas é uma necessidade diante do preconceito”, como uma potência do estar-junto, tal como destacado por Maffesoli (1998). Essa é uma discussão presente em parte da *Geografia Queer*: a ideia de que a reterritorialização do espaço

heterossexual possibilitaria “a visibilidade de subculturas sexuais que resistem e rompem a heterossexualidade hegemônica que é a fonte de sua marginalidade e exclusão” (OSWIN, 2008, p. 90), a reterritorialização como resistência e transgressão à heteronormatividade como exercício de poder.

Oswin (2008) ressalta que essa linha de estudos baseia-se na ideia que os espaços, tanto quanto as pessoas, não possuem uma identidade sexual preexistente; assim, não há um “espaço hétero”, mas, sim, um espaço heterossexualizado, produzido ativamente nesse sentido. Fazendo um paralelo com a fala de Ellen Page, se nascemos em uma sociedade homofóbica, heteronormativa e heterossexista, os corpos dissonantes produzem uma diferença nesses espaços que salienta ainda mais sua condição normatizadora. Com isso, a ideia de sua ocupação denota resistência por meio da visibilidade.

Esse ponto de vista é questionado, no entanto, por Oswin (2008), no sentido de que mesmo a classificação dentro das subculturas sexuais (essa é uma festa *gay*, esse é um bairro *trans*) é também uma normatização dos espaços. Trata-se, segundo a autora, de um “desafio à ideia de espaço *queer* como espaço dissidente, espaço resistente, espaço progressivo, espaço colonizado ou espaço reivindicado (que atua na manutenção de um binário heterossexual/homossexual sobre o qual se baseiam essas noções problemáticas de espaço *queer*)” (OSWIN, 2008, p. 91). Na visão da autora, os estudos sobre a territorialização do espaço *queer* privilegiam a sexualidade em detrimento de outros processos identitários, mas deveriam considerar “os sujeitos *queer* como corpos simultâneos de raça, classe e gênero” (OSWIN, 2008, p. 91).

A crítica da autora se dá no sentido de que entender espaços como *gays*, lésbicos, *trans*, acaba também por ser uma prática normatizadora e excludente. Em primeiro lugar, porque os estudos da teoria *queer* abordam majoritariamente pessoas cisgênero *gays* e lésbicas, excluindo outras orientações sexuais e identidades de gênero (gênero fluido, pessoas *trans*, não binárias, intersexuais, etc.), e isso também acaba por gerar novos tipos de segregação. Em segundo lugar, como abordado anteriormente, porque as territorializações acabam por desconsiderar toda uma gama de interseções possíveis do gênero e da sexualidade com questões de raça e classe social. Como exemplo, cita estudos na Geografia *Queer* sobre comunidades *gays*, as quais são brancas (ou embranquecidas) com um alto poder aquisitivo. Oswin (2008) entende que os espaços devam ser fluidos, compartilhados, independentemente de orientações sexuais ou identidades de gênero, até como forma de crítica aos binarismos e normatizações.

Para além de aderir a uma ou outra linha de análise, entendo aqui que a *Queer Geography* é um campo de estudos relativamente recente, por isso, há um embate, uma procura

de validação de pontos de vista, do poder de narrar. Embora os autores se contradigam nas formas como se deve lutar pelo direito à cidade, salienta-se que os diferentes pontos de vista dizem respeito, todos, ao direito à cidade e ao direito de se apropriar de celebrações, como o carnaval, e de espaços, como a Lapa, de forma a legitimar os corpos e romper com as normatizações heterossexistas. Esperar consenso em uma área tão permeada por diversos recortes é também normatizar uma teoria que propõe romper com normatizações – algo que esse estudo objetiva.

Além da tentativa de territorialização, nos documentários, da Lapa como espaço trans – que são desconstruídos nas falas e nas imagens que mostram o bairro como esse lugar “de todos”, há também a associação do carnaval como festa trans. Em *Gaycation*, por exemplo, Ellen Page cita uma “atmosfera de segurança” da festa, que é amplamente influenciada pela cultura LGBTQ+: “é [sobre] fantasias, purpurina e glamour. O carnaval atrai a comunidade LGBTQ em bandos”.²⁶⁰ Diversas imagens de mulheres trans são exibidas, e uma é entrevistada: “eu venho a cada ano porque é um lugar assim que foi feito para a gente, né, transexuais, né. Aqui a gente é bem recebida, entendeu?” Ellen, no entanto, também relata o assassinato da passista Piu da Silva, já mencionado na seção anterior deste trabalho, considerada uma das mais proeminentes dançarinas da festa, para contrapor a ideia de “aceitação”. Eles também citam com surpresa que a prática de *crossdressing*, feita especialmente entre homens, não é reflexo de sua tolerância ou identidade, apenas o que chamam de “tradição” (uma tradição que, embora não seja o objetivo deste estudo, está sendo ressignificada também como forma de opressão de gênero).

A desconstrução da ideia do carnaval como espaço trans também é feita em *Rio 50 Degrees*. A apresentação do carnaval mostra diversos pontos de vista – a transformação em festa de consumo, a sexualização do corpo feminino e a associação com a ideia de espaço trans. Luana, em imagens nas quais aparece nua, seios à mostra, diz que esse imaginário “é só folclórico mesmo, até porque o carnaval já foi uma festa que era sinônimo de travesti, hoje em dia não, e agora não tem mais porque o carnaval se tornou para vocês, turistas”. Luana parece lamentar o que seria uma reapropriação de um espaço antes acolhedor, como se essa fosse mais uma “perda”; a crítica de Luana passa também por uma reterritorialização (que passa pela cisnormatização) que gera ainda mais exclusão às pessoas trans. Tal como salienta Puar (2002, apud OSWIN, 2008, p. 93) “a reivindicação do espaço – qualquer espaço, até a reivindicação do espaço *queer* – [é] um processo informado pelas histórias de colonização, essas histórias

²⁶⁰ Do original: “*It's costumes, glitter and glamour. Carnival attracts the LGBTQ community in droves*”.

operando em conjunto com as especificidades disruptivas e potencialmente transgressivas disponíveis”. Durante sua fala, imagens de *crossdressers* e mulheres trans na celebração são exibidas.

Em outro momento do episódio, durante a apresentação da Lapa, são exibidas imagens do *show* de Luana e Lorna Washington. Lorna dubla a música *La Vie en Rose*, enquanto novas imagens de conteúdo sexual são exibidas, todas envolvendo a sexualização e o consumo dos corpos de pessoas trans no carnaval por turistas aparentemente estrangeiros – hiperssexualização também citada por Ellen Page em *Gaycation*. Essas imagens são alternadas com as falas de Lorna sobre a violência contra pessoas LGBT+, tendo ainda como fundo musical a canção de Dalida, em uma construção irônica sobre a festa.

É interessante observar, nos documentários analisados, alguns importantes deslocamentos em relação à marca oficial: em primeiro lugar, a colocação em pauta das violências a que pessoas LGBT+ são submetidas, em especial as pessoas trans. Trata-se de uma mudança relevante em relação às narrativas de 2012 (GOTARDO, 2016), quando as pessoas trans eram retratadas de sua conquista de direitos e aceitação, como se não existisse mais violência a partir do desenvolvimento do atributo “*gay friendly*” para a marca-cidade como destino turístico. Tanto em *Rio 50 Degrees*, quanto em *Gaycation* esse imaginário é bastante desmistificado.

O fato de as pessoas trans ganharem espaço de autorrepresentação (dentro da autorrepresentação possível que a produção de um produto audiovisual desse tipo permite), por si, também é um importante deslocamento porque não houve, nesses casos, um silenciamento da existência dessas pessoas ou tampouco essas pessoas precisavam se preocupar em reproduzir as narrativas oficiais e os imaginários sólidos sobre a cidade. Na construção dos corpos perfeitos para consumo, não há espaço para esses corpos dissonantes; ao romper com as narrativas oficiais, esses corpos emergem e ganham visibilidade, ganham presença na mídia hegemônica, marcando sua existência. E mais do que isso, mostram que compõem a cidade, com suas demandas e com suas lutas pelo direito à cidade.

Há ainda nos documentários dois outros tipos de corpos que compõem esse rompimento com os imaginários de perfeição, e essa disputa pelo espaço urbano. Um deles diz respeito aos corpos sujeitos à lógica capitalista de consumo de luxo em *Copacabana Palace*, em especial os corpos negros pessoas que trabalham em um hotel de luxo que compõe os imaginários da cidade, mas que são excluídos de sua possibilidade de consumo. Exibido pelo programa *This World*, da BBC, um programa voltado para a exibição de documentários internacionais sobre *current affairs*, tem 59 minutos, foi produzido em 2013 e transmitido pela primeira vez em 12

de maio de 2014 e pela última vez em 7 de novembro de 2017. A sinopse destaca que “o luxo não sai barato; o preço inicial de uma noite no Copacabana Palace é de £400, e o preço de suas suítes VIP nem é divulgado. Mas em um país onde uma em cada cinco pessoas ainda vive abaixo da linha da pobreza, a realidade de muitos funcionários do hotel é muito diferente. Este documentário para *This World* revela como a história do hotel reflete as fortunas de toda a nação e como o Brasil é cada vez mais um país de extremos extraordinários”.²⁶¹ Neil Midgley, colunista do jornal *The Telegraph*, deu quatro estrelas para o documentário em sua avaliação, dizendo que ele mereceria ser feito de forma seriada pela excelência de seus personagens. Em sua análise, diz que as Olimpíadas deveriam ser organizadas pelos gerentes do hotel, considerando que “os preparativos do Rio de Janeiro para as Olimpíadas de 2016 são, segundo o Comitê Olímpico Internacional, os ‘piores’ de todos os tempos. [...] Dentro do belo Palace, era fácil entender as aspirações olímpicas do Rio. Mas de volta às favelas, era ainda mais fácil entender as dúvidas do COI”.²⁶²

Após apresentar alguns hóspedes (ricos e “excêntricos”), o documentário começa a entrevistar os trabalhadores do hotel. Um deles diz que o salário que ganha “dá pra viver uma vida direitinho”, enquanto, acompanhado por um colega, ambos estão cabisbaixos defronte à câmera, já que não podem, naquele contexto, criticar o empregador. Em outra cena, uma camareira chamada Jéssica é acompanhada por Anne Philips, inglesa funcionária do hotel especialista em hospitalidade, que, nesse momento do documentário, dá aulas de inglês para a camareira. Anne ressalta que os funcionários jamais conseguiriam pagar para ter aulas; ela não pode acompanhá-los por muito tempo no expediente, então, tendo em vista que eles moram muito longe, ela grava as aulas para que eles possam estudar no trajeto, que pode demorar até três horas de ônibus, o que pode ser entendido como uma forma de estender a relação de subordinação do trabalhador com o empregador (ainda que as aulas possam beneficiar os trabalhadores em outros empregos, o interesse imediato está na qualificação para o trabalho no Copacabana Palace). Anne destaca, no entanto, que as pessoas pobres não podem arcar com os custos de uma moradia em áreas nobres e próximas ao trabalho, salientando que as pessoas que moram nas favelas são “fabulosas”, e cerca de “2% é de traficantes de drogas”. Sem apresentar

²⁶¹ Do original: “*But luxury doesn't come cheap; the starting price for a night at the Copacabana Palace is £400 and the price for their VIP suites isn't even made public. But in a country where one in five people still live below the poverty line, the reality for many of the hotel's staff is very different. This documentary for This World reveals how the hotel's story reflects the fortunes of the entire nation and how Brazil is increasingly a country of extraordinary extremes*”. Extraído de: <https://www.bbc.co.uk/programmes/b043nqvw>, em 23 jan. 2020.

²⁶² Extraído de <https://www.telegraph.co.uk/culture/tvandradio/tv-and-radio-reviews/10825410/This-World-Copacabana-Palace-BBC-Two-review-ticklish-and-troubling.html>, em 23 jan. 2020.

dados, ela fala também que estão modernizando as favelas, “eles têm televisão, luz, água, saneamento”. Jéssica, que não fala inglês, não pode participar da conversa, mantendo uma postura ereta e um sorriso no rosto, como se concordasse com o que está sendo dito.

Figura 18 – Copacabana Palace



(1) Funcionários do Copacabana Palace mencionam cabisbaixos os salários; (2) Jéssica mantém um sorriso no rosto, enquanto arruma a cama e tem aulas de inglês. (3) Viviane mantém uma postura otimista e positiva, enquanto trabalha e dá entrevista dentro do hotel. (4) Viviane faz duras críticas ao trabalho quando é entrevistada em sua casa. (5) Felipe, gerente do restaurante asiático, vive na favela por “estilo de vida”. (6) Andrea, gerente do hotel, toma café da manhã com demais funcionários

Fonte: Copacabana Palace (2014)

Há uma normalização do abismo social que separa hóspedes dos trabalhadores da base do hotel, quando, por exemplo, a chefe das camareiras diz que é difícil para as trabalhadoras terem de lidar com pessoas muito ricas, enquanto elas mesmas são geralmente muito pobres; ela no entanto, ressalta que sempre reforçam essa questão de forma que as camareiras entendam que essa diferença “faz parte da vida”.

O corpo das mulheres pobres, majoritariamente negras, é colocado nessa posição de servir, e da subserviência como parte da vida; elas devem, ainda, dentro dessa lógica,

“agradecer” pelo fato de trabalharem em um hotel como o Copacabana Palace. Viviane diz que gosta de ser camareira, que muitas pessoas desejam trabalhar em um hotel conhecido mundialmente; tem três filhos, falou que foi difícil de início conciliar os filhos com o trabalho na rede hoteleira, mas que deu certo. Uma pessoa questiona se ela mora perto do trabalho, ela diz que sim, que mora na Rocinha (“não sei se você já ouviu falar na televisão”). Enquanto ela concede a entrevista, não para seu trabalho e vai mostrando e narrando suas atividades para a câmera – lençóis brancos perfeitamente esticados sobre uma grande cama, produtos espalhados sobre o edredom para que ele fique com um aroma especial e ainda mais liso. Ela ressalta que “por mais que nós estejamos cheias de trabalho, cheias de crédito pra fazer, mas quando a gente entrar no apartamento do cliente, a gente [deve] focar ali no cliente, esquecer o que tem pendente para trás. Porque é isso que é o mais importante aqui, nós trabalhamos assim, foco sempre no cliente, dar o melhor pra eles para ele se sentir agradável para estar retornando novamente”.

Esse corpo deve abrir mão de sua subjetividade para ocupar esse espaço da cidade, ainda que a lógica urbana o submeta a condições desfavoráveis. Por exemplo, a chefe das camareiras relata que é comum que as funcionárias liguem informando que há tiroteios onde vivem e que chegarão atrasadas no trabalho. Ela complementa: “eu entendo, mas eu tenho hóspedes pra ter que limpar, não vou poder ‘senhor, desculpe, o senhor não terá arrumação hoje porque nossa camareira não pode chegar’.”

A gravação segue Viviane até sua casa na Rocinha, promovendo um choque entre o luxo do hotel, seus lençóis brancos perfeitamente esticados e os esgotos e vielas da favela. Viviane mora em uma casa muito pequena e simples, ela e os três filhos têm apenas dois colchões de solteiro para dormirem. Viviane se transforma quando está em sua casa: da camareira docilizada do hotel, torna-se uma mulher crítica, demonstra insatisfação, por exemplo, por ter de sair de casa para trabalhar durante tiroteios e deixar seus filhos em perigo; ela também relata que vai trabalhar 12 dias direto, sem folga, durante o carnaval. Diz também que as pessoas pensam que ela ganha bem por trabalhar no Copacabana Palace, mas ela diz para a equipe de gravação: “você está vendo que na realidade não é assim”. Ela ainda ressalta que tem “dois tipos de Brasil”, um rico e um pobre, sendo que “o lado da pobreza é o lado dos colaboradores”, destacando que, enquanto colegas vivem em comunidades até piores, as pessoas do hotel vivem no luxo. “A minha vida é praticamente dentro do Copa. Lá, nós estamos praticamente num palco, num teatro, porque quando a gente entra em cena, temos que esquecer todos os problemas, estar sempre sorrindo [...] por mais que você esteja morta de cansada de tanto trabalho... é encenar um personagem ali que na realidade ele não existe”. Viviane segue

sua crítica dizendo que o governo não dá oportunidade aos pobres, mas aos ricos; ela ressalta também que não terminou os estudos e que se arrepende muito disso, mas hoje faz questão que seus filhos frequentem a escola.

De volta ao hotel, a narração destaca a desigualdade brasileira como uma das maiores do mundo, enquanto imagens de uma festa de luxo são exibidas. Apresenta também uma outra face da desconexão dos ricos com a realidade brasileira: Felipe, gerente do restaurante asiático que está sendo construído no hotel, também vive na favela. Para ele, no entanto, essa é uma opção, um “estilo de vida”, ele diz que não moraria lá se não se sentisse seguro, e que as pessoas das favelas não são mais pessoas pobres, pois elas têm bons empregos, destacando uma das faces da gentrificação promovida pela política de pacificação do governo do estado, destacada também pela narração. A mesma ideia de crescimento econômico e ascensão de pessoas pobres ao consumo é ratificada pela gerente do hotel, Andrea.

O documentário em si atua quase como uma peça de publicidade para o hotel, mostrando sua história e reforçando imaginários sólidos sobre esse espaço de consumo de luxo na cidade, inclusive por meio do uso de imagens de arquivo, como do filme *Flying Down to Rio*, com Fred Astaire e Ginger Rogers (filme que também é utilizado na montagem de *Rio 50 Degrees* em contexto totalmente distinto, mostrando a potência das imagens de arquivo na reconfiguração dos imaginários), dentre outras, as paisagens cariocas, as vistas aéreas, o uso constante da música *Mas que Nada*, de Sérgio Mendes (também utilizada em outro contexto por *Rio 50 Degrees*, documentário que igualmente aborda o Copacabana Palace como representante da alta classe carioca), e artefatos históricos que marcam o hotel como um dos mais conhecidos da América Latina. É interessante, nesse contexto, que o filme abra espaço para as pessoas que são invisibilizadas e silenciadas nesse processo de consumo da cidade por meio da voz de Viviane; e ainda que não haja problematização clara das falas das pessoas privilegiadas em relação à posição que elas atribuem a esses corpos que devem ser docilizados para ocupar um espaço invisível de subserviência, o contraste das imagens também produz sentidos para uma potencial crítica. E, acima de tudo, o fato de Viviane poder, em sua casa, sair do personagem que ela constrói para si em seu trabalho, denunciando a invisibilização de seu corpo e a sujeição de seu cotidiano pelas lógicas de consumo. Se o direito à diferença é, conforme salienta Harvey (2013, p. 38), “é um dos mais preciosos direitos dos cidadãos”, então a lógica do consumo de luxo é uma forma de retirada dos direitos desses cidadãos que lá trabalham.

Por fim, outro tipo de corpo que se apresenta como dissonante em busca do direito à cidade são os corpos de pessoas com deficiência (PCD), representados em *A Bump Road to Rio*. O documentário de 23 minutos foi exibido pelo programa *Our World*, classificado como

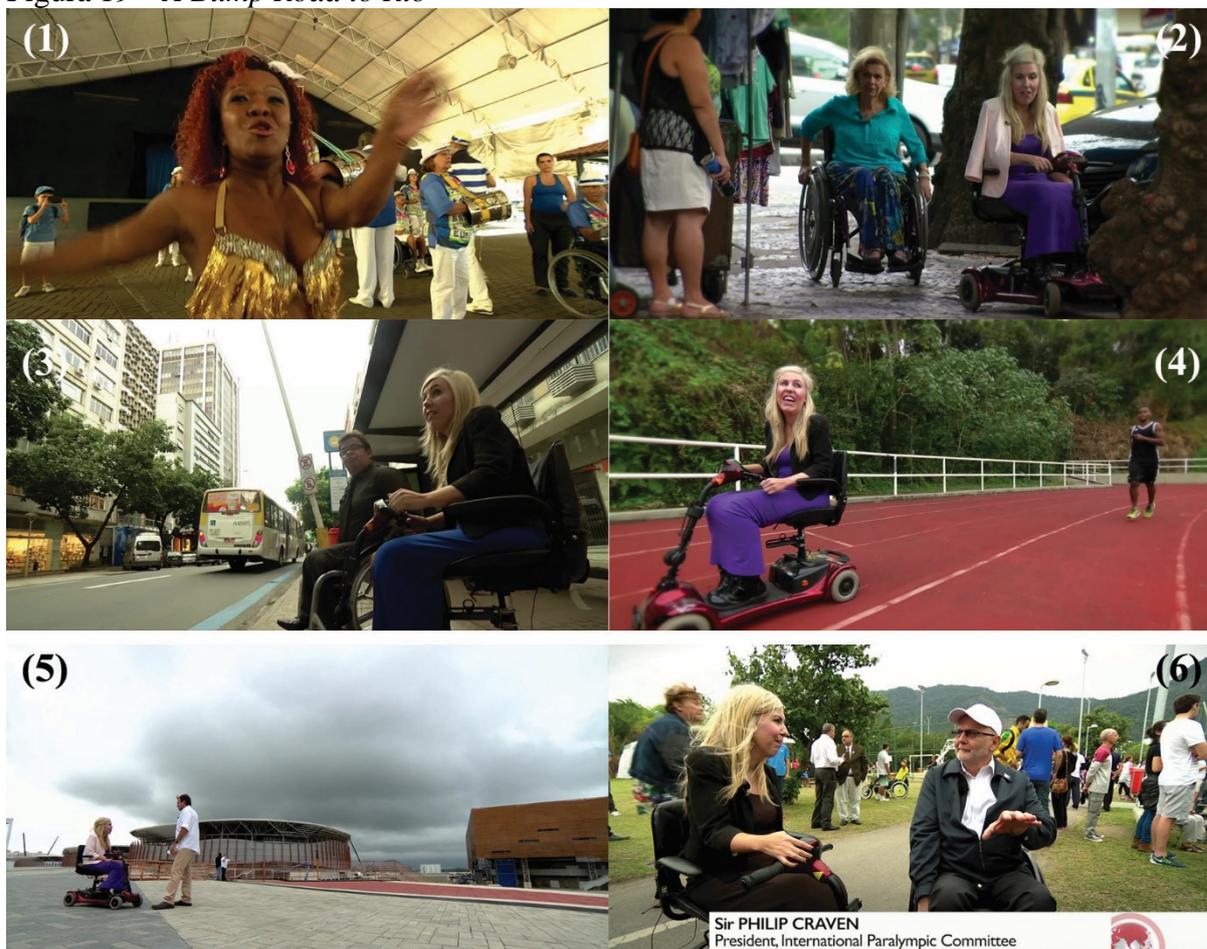
programa de documentários de *current affairs* ao redor do mundo, na *BBC World News* e *BBC World News North America*, entre 9 e 30 de outubro de 2015. O programa é estrelado por Nikki Fox, uma mulher cadeirante, que busca entender como é o cotidiano no Rio para pessoas com deficiência e apresentar as preparações da cidade para as Paralimpíadas. Havia uma promessa de legado especialmente em relação à mobilidade e acessibilidade para pessoas com deficiência, o qual também se configurava em uma necessidade para receber os atletas de todo o mundo. No entanto, a crise financeira do Comitê Rio 2016 causou um grande impacto na realização dos Jogos, comprometendo sua realização, também devido ao baixo interesse da população na compra de ingressos. O então prefeito Eduardo Paes, ao garantir o apoio financeiro da Prefeitura para a realização do evento, declarou que “a Paralimpíada é um evento incrível, mas, como negócio, não é exatamente atraente para patrocinadores, para venda de ingressos. É um modelo de negócio que eventualmente não fecha”.²⁶³ E, embora o apoio da mídia tenha contribuído para alavancar a venda de ingressos, assim como a audiência televisiva tenha registrado aumento em relação aos Jogos de Londres,²⁶⁴ a ocupação dos hotéis, por exemplo, não foi tão animadora.²⁶⁵

Em relação aos documentários trazidos para este trabalho, praticamente não há referência aos Jogos Paralímpicos e ao impacto que eles podem trazer em termos de mobilidade, acessibilidade, políticas públicas e inclusão das pessoas com deficiência no cotidiano urbano. *A Bump Road to Rio* configura-se, portanto, em uma importante voz nesse sentido. É interessante observar, por exemplo, na primeira cena do filme, como um dos mais clássicos clichês da cidade é deslocado: trata-se de uma escola de samba na qual uma passista é uma pessoa com nanismo e outra, com Síndrome de Down, assim como a porta-bandeira. Corpos que não compõem o imaginário do carnaval fazem parte da abertura do programa, assim como de seu desenrolar. Trata-se da *Embaixadores da Alegria*, escola de samba para pessoas com deficiência fundada pelo inglês radicado no Brasil Paul Davies. Viviane, a passista com nanismo, é chamada por Nikki de “*super star*”: vaidosa, Viviane mostra familiaridade com a câmera e diz que nasceu para dançar. Ela diz que sempre quis ser rainha do carnaval, mas que uma cláusula de altura mínima de 1,60m a impedia.

²⁶³ Fonte: <https://brasil.elpais.com/brasil/2016/08/16/politica/1471307816_095688.html>. Acesso em: 23 jan. 2020.

²⁶⁴ Fonte: <<https://globoesporte.globo.com/paralimpiadas/noticia/com-41-bilhoes-de-telespectadores-paralimpiada-do-rio-bate-recorde-de-audiencia.ghtml>>. Acesso em: 23 jan. 2020.

²⁶⁵ Fonte: <https://brasil.elpais.com/brasil/2016/09/06/deportes/1473177746_427782.html>. Acesso em: 23 jan. 2020.

Figura 19 – A *Bump Road to Rio*

(1) Viviane, passista da Embaixadores da Alegria. (2) Elizabeth mostra a Nikki as dificuldades de andar de cadeira de rodas pelas calçadas do Rio. (3) Nikki e Carlos andam de transporte público. (3) Nikki compete com Washington Assis do Nascimento Junior, atleta paraolímpico. (5) Nikki entrevista o então prefeito Eduardo Paes nas obras do Parque Olímpico. (6) Nikki e o presidente do Comitê Paralímpico
 Fonte: *A Bump Road to Rio* (2015)

Nikki é acompanhada por algumas pessoas durante sua estada na cidade. A primeira, Elizabeth, também cadeirante, relata sua dificuldade para andar nas ruas, o medo de cair, de quebrar sua cadeira, além da vergonha de não ser reconhecida como pessoa pelo governo, destacando a invisibilidade das pessoas com deficiência em relação às políticas públicas. As imagens mostram os buracos nas calçadas e as dificuldades de locomoção que ambas enfrentam, mas Nikki destaca que “o que falta na cidade em termos de acessibilidade, as pessoas preenchem com ajuda”. Outro acompanhante é Carlos, também cadeirante, taxista de um carro adaptado para transporte de pessoas com deficiência e guia turístico. Ele também ressalta as dificuldades de locomoção na cidade, destacando que, embora pareçam condições terríveis para estrangeiros, as pessoas no Brasil já se acostumaram. Nikki tenta circular pela cidade e esbarra em buracos, degraus e no trânsito (motoristas que não param no sinal ou param sobre a faixa de pedestres, ou fecham cruzamentos). Carlos a convida para andarem de transporte público. Eles

param em um ponto de ônibus em uma rua da Zona Sul (aparentemente a Rua Visconde de Pirajá, em Ipanema): diversos ônibus que passam não têm elevador ou estão lotados, até que conseguem embarcar em um ônibus vazio.

A apresentadora também visita as obras do Parque Olímpico. Ela destaca seu custo, questionando se esse dinheiro também será revertido em melhorias para as pessoas com deficiência da cidade. Eduardo Paes a recebe no parque, destacando que o Rio será uma cidade muito melhor após as Olimpíadas, embora reconheça que há ainda um longo caminho pela frente. Nikki também ressalta as Paralimpíadas como uma forma de iniciar as mudanças e empurrá-las à frente.

A dificuldade de ser uma pessoa com deficiência que mora em uma favela também é abordada. Ela acompanha Washington Assis do Nascimento Junior, um atleta paraolímpico morador da Cidade de Deus, e suas dificuldades para treinar, inclusive pelos atrasos nos financiamentos. Andrew Parsons, presidente do Comitê Paralímpico Brasileiro, diz que não há um sistema eficiente para investir na formação de atletas e espera que as Paralimpíadas contribuam nesse sentido. Outro atleta acompanhado é Wilians Araújo, que vivia no Complexo do Alemão, mas que conseguiu comprar uma casa fora da favela; ele diz que o esporte mudou sua vida e de sua família, conduzindo o documentário para seu final, permeado por mensagens positivas de superação, apesar das dificuldades enfrentadas pelos deficientes que vivem na cidade, e das Paralimpíadas como catalisadoras das mudanças necessárias na cidade.

Considerando a mobilidade como um direito básico à cidade que garante acesso a outros direitos, como educação, saúde, lazer, tal como abordado anteriormente neste capítulo, a exclusão de pessoas com deficiência do espaço urbano é uma restrição de seu direito à cidade. Não se trata apenas de preconceito dos familiares que “escondem” as pessoas com deficiência, tese trazida por Paul Davies em conversa com Nikki: mas também das dificuldades diárias que essas pessoas sofrem, não apenas em relação à mobilidade, porém igualmente de ausência de espaços acessíveis, de oportunidades de estudo e trabalho, dificuldades de acesso à cultura (por exemplo, peças de teatro interpretadas em libras ou com audiodescrição, bibliotecas públicas com livros em braile, dentre inúmeras ações que poderiam ser feitas em prol das pessoas com deficiência), além de tantas outras. Esses corpos dissonantes, muito invisibilizados e excluídos do espaço urbano, viram nas Paralimpíadas um potencial de ocupar a cidade e garantir sua visibilidade no espaço urbano. O Guia para a Imprensa da Aliança Global para Inclusão das Pessoas com Deficiência na Mídia e Entretenimento (GADIM BRASIL, sem data) destaca o importante papel que a mídia desempenha ao incluir em suas pautas as pessoas com deficiência e suas produções. Nesse sentido, *A Bump Road to Rio* é uma produção fundamental nesse

processo, pois é um produto produzido por uma pessoa com deficiência sobre as dificuldades enfrentadas pelas pessoas com deficiência, que foca na superação ante as dificuldades impostas pelo tecido social e urbano. Ele dá voz para a autorrepresentação, com espaço para críticas ao capacitismo (quando o pai de uma criança com deficiência, por exemplo, diz que as pessoas olham com pena para sua filha, e ele reitera que isso é uma ofensa). Tal como sugere o referido guia, a história se concentra nas questões sobre a qualidade de vida das pessoas, embora muitas vezes certos discursos flertem com uma meritocracia, como quando a narradora diz que as pessoas não reclamam por terem de trabalhar muito mais para melhorar suas vidas, e que não reclamam disso, ou como quando Carlos diz que é possível fazer tudo, mas é necessário tentar, vencer. O guia destaca que, “mesmo que o público possa achar esses retratos inspiradores, esses estereótipos levantam falsas expectativas para as outras pessoas com deficiência” (GADIM BRASIL, sem data, p. 6).

Embora a pluralidade de corpos dissonantes do imaginário do corpo perfeito atribuído à marca ainda seja muito maior que a retratada nos documentários que compõem o *corpus* desta pesquisa, dar visibilidade a sujeitos invisibilizados pelo processo de *city branding* é uma forma de romper com o achatamento de sujeitos e subjetividades que a estratégia de construção da marca acaba por impor, fazendo emergir toda uma gama de possibilidades de existência, de conflitos e de disputas pelo espaço urbano muito mais condizentes com o cotidiano da cidade que os consensos pregados pelo planejamento estratégico.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho não se inicia em 2016, com meu ingresso no doutorado, mas em 2008, quando me mudei para o Rio de Janeiro. Ele toma forma acadêmica em 2014, com meu ingresso no mestrado, e não se encerra aqui com o ponto final. Entender a cidade na qual escolhi morar faz parte de quem eu sou, uma alteridade da “cidade maravilhosa”. E os processos de construção da cidade-empresa e da cidade-mercadoria se alastram pelo tempo e pelo espaço em formas múltiplas, abrindo espaço para novos questionamentos e para revisões constantes do já pesquisado, especialmente considerando a dificuldade de pesquisar o momento presente, a construção da cidade enquanto ela acontece.

Minha experiência pessoal se “confunde” com as representações documentais. Nos anos de 2007 e 2008, as narrativas sobre favelas em documentários de viagens abordam a violência ou a negação de sua existência; esses lugares poderiam ser “consumidos” apenas pelos bravos ou eles não faziam parte da cidade turística. Quando me mudei para o Rio, amigos e parentes questionaram amplamente minha decisão de me mudar para uma cidade tão violenta, a cidade do medo. Moradora do subúrbio, vi guerra entre facções do tráfico e balas traçantes que circulavam no céu durante a noite, mudei meu caminho para o trabalho para ir com mais segurança, ouvi uma pessoa ser assassinada na porta da minha casa e uma granada explodiu na minha rua. Em 2012, após uma certa “estabilidade” (ainda que construída midiaticamente) do programa de pacificação do governo, as narrativas mudam: elas mostram uma cidade perfeita, cheia de estereótipos, que incluem as favelas na geografia do consumo turístico e exhibe o esporte como “salvador”, no sentido de um “processo civilizador” (Elias, 1994). Com a mudança das narrativas, muda também a minha experiência da cidade. Já moradora da Tijuca, sempre recebia os amigos de outros estados que queriam viver a experiência da cidade “impossível de não se amar”. Agora, em 2020, o número de visitas já não é o mesmo, parece-me que, para meus amigos, o encanto passou. E novamente vejo o impacto das representações documentais como uma possibilidade na produção desse “desencanto”.

Experiências pessoais à parte, busquei apresentar, por meio deste material, o caminho que esta pesquisa percorreu com o objetivo de promover debates acerca das formas como os imaginários acerca da marca Rio estão sendo construídos, desconstruídos e reconstruídos. Trata-se de um processo regido por interesses econômicos, mas que possui, de certa forma, “vida própria”, já que os sentidos são reapropriados pelos cidadãos, os quais constroem novas formas de ser, de estar e de viver essa cidade que se propõe mercadoria a ser consumida e também empresa a gerir seus processos. Compreender o processo de *branding* é uma forma de

problematizar essas questões e trazê-las para um debate mais amplo – um debate que inclua os diversos “nós” que compõem a complexa rede de construção da “Cidade Olímpica”.

Com essas questões em foco, busquei compreender como se dão a construção e os deslocamentos de sentidos, entendendo-os como processos, nos documentários produzidos por estrangeiros e veiculados por redes de televisão internacionais, sobre a marca Rio e sobre a cidade como mercadoria no período que engloba o “momento olímpico” do Rio de Janeiro. E se produtos audiovisuais são um dos artefatos de construção da “cidade olímpica”, Arquitetura e Urbanismo são outro. Por isso, entendo que as estratégias territoriais também são importantes componentes dessas representações, e elas mesmas passam pela produção de significados sobre o que seriam as modificações urbanas necessárias para a cidade (a disputa narrativa sobre as construções de teleféricos muito presente nos documentários analisados é um dos exemplos), e também fazem parte das disputas sobre as narrativas e a construção da imagem da cidade, buscando aderir ao projeto idealizado pelo discurso oficial.

A partir de uma pesquisa exploratória, foi possível observar que os questionamentos em relação às estratégias urbanas e de construção da marca para o Rio de Janeiro se iniciam, nos documentários internacionais, principalmente a partir de 2013, ano em que emergem também problemas políticos e econômicos no país e, especialmente, as Jornadas de Junho. As narrativas da mídia internacional começam a questionar a imagem de “perfeição” construída por meio de estratégias de *branding* e pelo consenso do planejamento estratégico – fica claro, a partir das representações das manifestações, que há muitas pautas pendentes e pouco consenso. As narrativas da mídia pré-olímpica começam a analisar problemas do programa de pacificação; as Jornadas de Junho; as modificações urbanas e seus custos tanto financeiros, quanto sociais e simbólicos, o que levanta também questionamentos em relação ao conceito de legado, necessário para as estratégias do COI como proprietário dos Jogos Olímpicos; a invisibilidade dos moradores das favelas e de algumas minorias, como LGBTQ+ e pessoas com deficiência, fazendo emergir novas subjetividades e suas lutas pelo direito à cidade.

As narrativas não atuam, necessária e exclusivamente, no sentido de desconstruir a imagem da cidade. Elas oscilam entre clichês sólidos, mostrando muitas vezes a adesão aos discursos oficiais, e o questionamento do projeto de cidade; e esse questionamento se dá em maior ou menor grau e intensidade dependendo do diretor, do canal de exibição, do objetivo e condições da produção, dentre diversas outras questões relativas tanto ao documentário como gênero, quanto às condições da televisão como meio. As relações estabelecidas pelas narrativas com o projeto de *branding* urbano circulam e esbarram, portanto, em diversos pontos que complexificam as possibilidades de análise – análise essa que seria interminável, a despeito

dessas questões, pois, tal como salientam Aumont e Marie (2004), trata-se de uma característica do objeto aqui em estudo.

A exploração das emoções é, por exemplo, uma narrativa comum tanto ao *branding*, quanto ao documentário. Enquanto o *branding* busca construir o Rio de Janeiro como uma *lovemark* (ROBERTS, 2004), na perspectiva de uma comoditização do amor e de seu uso como instrumento de vendas, as narrativas atuam no sentido de acionar as emoções para a criação de empatia com os sujeitos documentais (SMALL, 2010), quer em seus enquadramentos e seleção musical, quer em relação às histórias contadas, com especial atenção para o triunfo dos personagens. De uma forma geral, todos os documentários apresentam “finais felizes”, mesmo aquele que considerei o mais triste deles, *In the Shadow of the Hill*, uma felicidade construída também sobre o imaginário de união da cidade partida, tão almejado pelos discursos oficiais – ainda que essa união se dê a partir de formas diferentes das propostas pelas narrativas oficiais.

Outro ponto que circula entre a crítica e a ratificação do planejamento estratégico diz respeito à produção de sentidos sobre a cidade em si, a qual envolve desde narrativas sobre o planejamento urbano, sobre as modificações urbanas, sobre história da cidade e até sobre os ideais de imagem desejados (inclusive historicamente). Assim, procurei observar também como as estratégias territoriais são narradas e como elas produzem significados sobre a cidade, sua reconstrução e seu consumo, bem como a construção de sentidos sobre a marca-cidade a partir das modificações urbanas.

Nesse contexto, foi importante compreender como o COI atua na ordenação das estruturas e das modificações promovidas na cidade, necessárias para o atendimento do megaevento, considerando, ainda, que esse olhar se dá a partir do Norte para o Sul Global. Tratam-se também de interesses na manutenção de uma das marcas – que também é uma *lovemark* (ROBERTS, 2004) – mais valiosas do mundo a partir dos imaginários construídos sobre ela especialmente dos megaeventos como ritos de instituição, mas também como representantes do esporte em sua sacralização, operando do ideal de “melhoria do mundo através do esporte”. Essa marca estabelece, ainda, importantes relações com outras organizações reconhecidas internacionalmente e que se colocam nesse lugar de “melhorar o mundo”, tal como a ONU e seus objetivos para o milênio. À cidade-sede cabe a “honra”, em sua estratégia de *branding* urbano, de associar sua marca à “família Olímpica”.

Outras promessas feitas pelo COI para as cidades-sede são ratificadas pelos documentários, como a transformação do Rio em cidade global ou a ideia dos jogos como catalisadores das transformações necessárias para a cidade – ainda que muitas vezes o que é considerado como necessidade na transformação urbana entre em disputa, como saneamento

básico *versus* teleférico. Em relação à cidade global, conceito que privilegia o Norte Global como modelo de dinamismo econômico e globalização, sua replicação nos círculos políticos e econômicos o transformou em uma ambição para muitas cidades ao redor do mundo; o conceito como estratégia discursiva possui eficácia, pois confere à cidade que o carrega um poder em termos econômicos. Por isso, não admira que seja utilizado para a venda dos Jogos Olímpicos pelo COI, que articula em seus documentos uma exploração discursiva dos megaeventos como possíveis catalisadores da entrada das cidades nesse circuito.

O desenvolvimento econômico é outro ponto bastante importante do processo. Mesmo que seja possível observar críticas aos altos custos dos megaeventos e ao orçamento não cumprido e multiplicado em algumas vezes, diversas narrativas atuam no sentido de ratificar o aquecimento econômico, especialmente a partir das indústrias culturais, fundamentais no processo de construção desta marca-cidade dentro de um ideal de cidade-global. No entanto, as narrativas atuam muito no sentido de construir um ideal meritocrático em uma glamourização da pobreza e da informalidade como empreendedorismo e oportunidade, contribuindo para a construção de uma visão de regeneração urbana que, no contexto atual, produz segregação, desigualdade e aumenta os conflitos sociais.

Ainda em relação à reconstrução da cidade, vê-se ainda a aproximação ao conceito de utopia, que é disputado pelos documentários. O paraíso edênico das narrativas fundadoras é confrontado por um presente distópico em uma cidade repleta de poluição, conflitos urbanos e sociais, problemas na ocupação do espaço e desigualdades. Enquanto *Naturópolis* se alinha ao discurso otimista de salvação a partir de um legado positivo de sustentabilidade e de modificações urbanas, *Rio 50 Degrees* questiona se o momento olímpico é realmente o *boom* do Brasil. Trata-se de um paraíso tropical distópico que carrega na sua história problemas que se apresentam até hoje. E, apesar de romper mais que qualquer outro documentário com o discurso oficial, o filme de Temple termina com uma mensagem otimista. Em relação especificamente ao legado, estratégia discursiva central para a venda dos Jogos Olímpicos, o COI promoveu mudanças em determinados documentos do processo de candidatura e construção do legado. Embora não se possa afirmar que essas mudanças são produto direto dos Jogos do Rio, que sofreram inúmeras críticas nos mais diversos meios de comunicação, esse tipo de questionamento é uma crise a ser gerenciada, especialmente em uma marca de bilhões de dólares que depende da rotatividade das cidades-sede como parte do rito de instituição. E, a despeito dos inúmeros pedidos feitos pela população carioca para um maior envolvimento da população no processo, o COI não incluiu representantes da população no debate.

Considerando o exposto até o momento, é interessante observar como a construção da “cidade olímpica” relaciona planejamento estratégico, estratégia de megaeventos, documentos e estratégias do COI, documentos da candidatura e operacionalização do Comitê Rio 2016, chegando ao campo da Economia para a defesa de um modelo neoliberal meritocrático. Trata-se de um discurso amarrado em diversas frentes, compondo uma rede de muitos nós. As narrativas oficiais operam para criar consenso e adesão. Por isso, é mais interessante ainda buscar as brechas que possibilitam as disputas e os questionamentos a respeito desse modelo de desenvolvimento, uma disputa discursiva e os sentidos que emergem a partir dela, sentidos que acionam lutas como direito à cidade, à existência, ao não apagamento pelo silenciamento discursivo.

Busquei destacar os principais tensionamentos da disputa discursiva a partir de cinco eixos: histórico, na representação da conformação da cidade a partir da ideia de um ciclo repleto de problemas e exclusões que se inicia na cidade construída por Pereira Passos e se encerra na cidade de Eduardo Paes; Jornadas de Junho como manifestações de grande importância para a mediação dos conflitos urbanos e da quebra com a ideia de consenso; a violência da política de pacificação, antes celebrada como salvação da cidade; a violência contra pessoas LGBT+ como um rompimento claro com a estratégia discursiva de construir a cidade como *gay-friendly* e com o estereótipo do país da liberdade sexual; e dos corpos dissonantes em relação ao imaginário da perfeição física que é atribuído ao paraíso edênico brasileiro desde suas narrativas fundadoras. Se minorias foram antes silenciadas ou docilizadas, movimentos sociais como *Cadê o Amarildo?*, bem como aqueles que gestaram e iniciaram as Jornadas de Junho, ajudam a disputar algum espaço e alguma autorrepresentação na mídia hegemônica, embora ainda estejam sob o escrutínio de um olhar estrangeiro.

Em relação ao debate histórico, a narrativa aborda desde um suposto “orgulho do passado”, que compõe a estratégia de construção da cidade-pátria no planejamento estratégico, até a apresentação do presente como uma distopia. Com isso, propõe também uma discussão em torno do planejamento estratégico e da estratégia de megaeventos, debatendo os riscos que eles podem trazer para cidades múltiplas com diferentes contextos sociais e urbanos.

No que diz respeito às Jornadas de Junho, ainda que elas estejam sendo cuidadosamente estudadas no âmbito acadêmico até os dias atuais e ainda haja disputa sobre seus sentidos, é interessante observar a pluralidade de representações possíveis nos documentários internacionais, que iam desde a ratificação das justificativas mais neoliberais que circularam na mídia hegemônica internacional, passando pela união da cidade partida, pela luta contra as modificações urbanas impositivas, contra a violência policial, dentre outros. Trata-se de mostrar

as jornadas também como espaços de luta pelo direito à cidade, como exercício de cidadania, representando também possíveis denúncias do projeto de comoditização do espaço urbano. A denúncia deixou clara, ainda, a priorização da realização dos megaeventos em relação às demandas trazidas pelo levante popular.

As críticas à política de pacificação também constituem um grande rompimento com o discurso oficial, pois, embora o projeto das UPPs não estivesse oficialmente ligado à realização dos megaeventos na cidade, ele foi a base discursiva para garantir a segurança e para transformar os imaginários de violência e medo que potencialmente afastariam os investidores e os turistas. Essa questão foi tratada especialmente em duas frentes: a primeira, mais clara, em relação à violência policial contra os moradores das favelas tanto físicas, quanto simbólicas, uma violência estatal “autorizada” para a garantia da paz (ou da pacificação). Nos documentários em análise, os discursos fluíam entre a necessidade da presença policial e os malefícios que ela causava nas favelas, e o rompimento se dá na denúncia de que o Estado também é agente promotor de inúmeras violências físicas e simbólicas, inclusive do espaço urbano como corpo. Outra discussão era na apresentação de policiais também como vítimas da política de pacificação e, portanto, de um Estado violento, tendo em vista altos riscos a que eram submetidos especialmente durante as primeiras incursões.

Embora o imaginário de país sexualmente livre seja mais antigo, a construção do Rio como destino LGBT+ é bem recente, e já passa por tensionamentos. Do povo amistoso e receptivo, passa-se, na narrativa documental, apoiada por estatísticas, ao país que mais mata pessoas LGBT+ no mundo, com cenas de violência explícita, físicas e verbais. Ainda assim, há ratificação dos imaginários de perfeição física, de “aura” de sexualidade e sensualidade, da cidade festiva, além da exploração das paisagens que compõem o leque de clichês sobre a cidade.

Por fim, o rompimento com os corpos perfeitos por meio da apresentação dos corpos dissonantes e de suas disputas pelo direito à cidade. Ainda que as representações desses corpos sejam pequenas em relação à ratificação dos imaginários já sólidos dos corpos perfeitos, sua abordagem contribuiu para dar visibilidade a sujeitos invisibilizados pelo processo de *city branding*, promovendo um importante questionamento em relação ao achatamento de sujeitos e subjetividades que a estratégia de construção da marca acaba por impor, além de mostrar outras possibilidades de existência, pontos de conflito diversos e de disputas pelo espaço urbano.

Busquei, por meio deste trabalho, mostrar uma parte do processo de construção da cidade-mercadoria no que diz respeito aos deslocamentos narrativos em relação à marca oficial,

destacando a importância das objeções e da emergência de novos pontos de vista que acabam por mostrar que sediar um megaevento é uma estratégia cheia de problemas e que, por isso, precisa ser repensada, considerando o cotidiano urbano plural e conflituoso que o planejamento estratégico quer apagar ao operar a partir do consenso. É preciso pensar ainda se é possível pensar em estratégia de marca sem atrelá-la ao pensamento empresarial, considerando que a cidade não é uma empresa e que, portanto, não deve ser tratada como tal (a partir do empresariamento da gestão urbana).

Espera-se que esta pesquisa possa contribuir com uma visão ampla e crítica de projetos de construção da marca-cidade por meio do *city branding*, tendo em foco dois de seus principais agentes: a comunicação e os estudos urbanos. Ao lançar um olhar crítico sobre a questão – tão necessário quando o que se vê é a predominância dos interesses neoliberais a partir da aplicação de “manuais” que desconsideram as especificidades e subjetividades componentes do tecido urbano –, objetiva-se repensar as “verdades” construídas em todo um campo de estudos (o da Administração e *Marketing*), visando à reconstrução de uma “teoria da marca-cidade” a partir de uma visão que busca justiça social e suas repercussões, inclusive midiáticas.

REFERÊNCIAS

- AARON RICHMOND, Matthew; GARMANY, Jeff. 'Post-Third-World City' or Neoliberal 'City of Exception'? Rio de Janeiro in the Olympic Era. **International Journal of Urban and Regional Research**, 2016, 40, p. 621-639. Extraído de <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/1468-2427.12338>> em 21 out. 2019.
- ABREU, Maurício de A. **Evolução urbana do Rio de Janeiro**. 4 ed. Rio de Janeiro: IPP, 2011.
- ABREU, Maurício de A. Reconstruindo uma história esquecida: origem e expansão inicial das favelas do Rio de Janeiro. **Espaço & Debates**, n. 37, São Paulo: Nero, 1994, p.34-46. Disponível em: <https://issuu.com/fernandabasileresstom/docs/historia_favela>. Acesso em: 30 ago. 2019.
- AGOSTA, Lou. **A Rumor of Empathy: Rewriting Empathy in the Context of Philosophy**. New York: Palgrave Macmillan, 2014.
- AMÂNCIO, Tunico. **O Brasil dos gringos: imagens no cinema**. Niterói: Intertexto, 2000.
- APPADURAI, Arjun. Soberania sem territorialidade. **Novos Estudos (CEBRAP)**, n.49, p.33-46, nov.1997.
- ASHWORTH, Gregory J. The instruments of place branding: how is it done? **European spatial research and policy**, vol. 16, N. 1, 2009, p.9-22. DOI: 10.2478/v10105-009-0001-9.
- AUMONT, Jacques; MARIE, Michel. **A análise do filme**. 3ª ed. Lisboa: Edições Texto e Grafia, 2004.
- BAPTISTA, André. **Funções da música no cinema: contribuições para a elaboração de estratégias composicionais**. 2007. Dissertação (Mestrado em Música), Escola de Música, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2007.
- BARNOUW, Erik. **Documentary: a history of the non-fiction film**. New York: Oxford University Press, 1974.
- BAUER, Martin W.; AARTS, Bas. A construção do corpus: um princípio para a coleta de dados qualitativos. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002. p. 39-63.
- BAUMAN, Zygmunt. Utopia with no Topos. **History of the Human Sciences**, vol. 16, n.1, fev. 2003, p.11–25.
- BENJAMIN, Walter. **Passagens**. Belo Horizonte: Editora UFMG; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2009.
- BENTES, Ivana. Estéticas Insurgentes e Mídia-Multidão. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v.10, n.1, p.330-343, maio 2014.

- BIDOU-ZACHARIASEN, Catherine. Introdução. In: _____ (Coord.). **De volta à cidade: dos processos de gentrificação às políticas de “revitalização dos centros urbanos**. São Paulo: Annablume, 2006.
- BORN, Georgina. Introduction – music, sound and space: transformations of public and private experience. In _____ (ed). **Music, Sound and Space**. Transformations on Public and Private Experience. Cambridge: Cambridge University Press, 2013.
- BORN, Georgina. Music and materialization of identities. **Journal of Material Culture**, Sage, v. 16, n. 4, p. 376-388, 2011.
- BOURDIEU, Pierre. Rites as acts of institution. In: PERISTIANY, J.G; PITT-RIVERS, Julian (eds.). **Honor and grace in anthropology**. Cambridge: University Press, 1992. P.79-89.
- BRUM, Mario. Ordem, empreendedorismo e formalização: as novas funções para a pobreza urbana no Rio de Janeiro Global. **Brasiliana – Journal for Brazilian Studies**, Vol. 4, n.2, 2016, p.191-220.
- BURBANK, Matthew J.; ANDRANOVICH, Gregory D.; HEYING, Charles H. **Olympic dreams: the impact of mega-events on local politics**. Colorado: Lynne Rienner Publishers, 2001.
- BUTLER, Judith. Regulações de gênero. **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 42, p. 249-274, jun. 2014. Extraído de <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-83332014000100249&lng=pt&nrm=iso> em 11 jan. 2020. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/0104-8333201400420249.ela>.
- CANEVACCI, Massimo. **Fetichismos Visuais: Corpos Eróticos e MetrÓpole Comunicacional**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2008.
- CARVALHO, Marcia. A trilha sonora do Cinema: proposta para um “ouvir” analítico. **Caligrama** (São Paulo. Online), [S.l.], v. 3, n. 1, apr. 2007. Extraído de: <<https://www.revistas.usp.br/caligrama/article/view/65388/67992>>. Acesso em: 28 mai 2018.
- CARVALHO, Mônica de. **Cidade global: anotações críticas sobre um conceito**. São Paulo em Perspectiva, 14(4), 2000, p. 70-82.
- CASTELLS, Manuel. **Simpatia do brasileiro é um mito, diz sociólogo Manuel Castells**. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 18 mai. 2015. Entrevista concedida a Sylvia Colombo.
- CAVARERO, Adriana. **Inclinations: A Critique of Rectitude**. California: Stanford University Press, 2016.
- CHAPMAN, James. **A new history of British documentary**. London: Palgrave Macmillan, 2015.
- COLETIVO AMETISTA UERJ LGBT+. **Glossário LGBT+**. Rio de Janeiro: Laboratório de Comunicação, Cidade e Consumo (Lacón-UERJ), 2019. Extraído de <http://www.lacon.uerj.br/novo/wp-content/uploads/Gloss%C3%A1rio-LGBT_web.pdf> em 10 jan. 2020.

COMITÊ DE CANDIDATURA RIO 2016. **Dossiê de candidatura do Rio de Janeiro a sede dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos de 2016**. Rio de Janeiro: COB, 2009 (3 vols.).

COMITÊ ORGANIZADOR DOS JOGOS OLÍMPICOS E PARALÍMPICOS RIO 2016. **Plano de Gestão da Sustentabilidade dos Jogos Rio 2016**. Versão 1. Março de 2013. Extraído de: <<https://contas.tcu.gov.br/etcu/ObterDocumentoSisdoc?seAbrirDocNoBrowser=true&codArqCatalogado=7715485>>. Acesso em: 27 dez. 2019

COSTA, Fernando Morais da. Entrevista concedida a Jéssica Agostinho. **Revista Universitária do Audiovisual (RUA)**, 15 fev. 2013.

DOVER, Caroline. “Crisis” in British Television Documentary: The End of a Genre? **Journal of British Cinema and Television**, n.1, vol.2, 2004, p. 242-259.

DUARTE, Cristiane Rose de S. A empatia espacial e sua implicação nas ambiências urbanas. **Revista Projetar**, Natal (RN), v. 1, n. 1 (2016), p. 68-74. Extraído de: <<http://revistaprojetar.ct.ufrn.br/index.php/revprojetar/issue/viewIssue/1/6>>. Acesso em: 04 ago. 2017.

DUARTE, Elizabeth Bastos. Produção televisual: entre subgêneros, formatos e tons. In: FRANÇA, Vera; COHEN, Evelyne; GOMES, Itania Maria Mota. **Gêneros midiáticos e identidades**. Belo Horizonte: PPGCOM UFMG, 2017. p. 17-30.

ELIAS, Norbert. **O processo civilizador**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1994.

FÉDÉRATION INTERNATIONALE DE FOOTBALL ASSOCIATION. **2018 FIFA World Cup Russia: Global Broadcast and Audience Summary**. FIFA, 2018. Extraído de <<https://resources.fifa.com/image/upload/2018-fifa-world-cup-russia-global-broadcast-and-audience-executive-summary.pdf?cloudid=njqsntvrvdvqv8ho1dag5>> em 17 jan. 2020.

FIGUEIREDO, V. F. A partilha do espaço urbano e a questão do outro próximo: repercussões no discurso teórico e na ficção cinematográfica. **Galaxia** (São Paulo, Online), n. 24, p. 103-114, dez. 2012.

FLUSSER, Vilém; BEC, Louis. **Vampiroteuthis infernalis**. São Paulo: AnnaBlume, 2001.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

_____. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 2000.

_____. **Em defesa da sociedade**: curso no Collège de France. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

FOX, Jo. From documentary film to television documentaries: John Grierson and This Wonderful World. **Journal of British cinema and television**, 10 (3), 2013. p. 498-523.

FREIRE FILHO, João; HERSCHMANN, Micael; PAIVA, Raquel. Rio de Janeiro: estereótipos e representações midiáticas. **E-Compós**, Brasília, v. 1, 2004.

FREIRE-FILHO, João. Era uma vez o “país da alegria”: mídia, estados de ânimo e identidade nacional. **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, n. 34, p. 401-420, set./dez. 2015.

FREITAS, Ricardo Ferreira. Da Cidade-espetáculo à Cidade-mercadoria: a comunicação urbana e a construção da marca RIO. **Revista Eco Pós**, v. 21, n. 3, 2017, p. 49-65.

FREITAS, Ricardo Ferreira. Folia, mediações e megaeventos: breve estudo sobre as representações do Carnaval 2010 nos jornais cariocas. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 19, 2010, Rio de Janeiro, RJ. **Anais...** Rio de Janeiro, 2010.

FREITAS, Ricardo Ferreira. Rio de Janeiro, lugar de eventos: das exposições do início do século XX aos megaeventos contemporâneos. In: XX COMPÓS, 2011, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: UFRGS, 2011.

FREITAS, Ricardo Ferreira; FORT, Mônica Cristine. Le virus Zika, menace pour les Jeux Olympique – peur amplifiée par la logique des médias et de la consommation. **Revue Sociétés**, vol. 140, no. 2, 2018, p. 43-53.

FREITAS, Ricardo Ferreira; FORTUNA, Vania Oliveira. O Rio de Janeiro continua lindo, o Rio de Janeiro continua sendo um grande palco de megaeventos. In: BORELLI, Silvia H.S.; FREITAS, Ricardo Ferreira. **Comunicação, narrativas e culturas urbanas**. São Paulo: Educ; Rio de Janeiro: UERJ, 2009.

FREITAS, Ricardo Ferreira; GOTARDO, Ana Teresa. Marcas do Rio pré-Olímpico: imaginários de sexo, violência e epidemias em um canal sino-americano do YouTube. **Caderno Virtual de Turismo**. Dossiê Temático: II Seminário Nacional de Turismo e Cultura da Fundação Casa de Rui Barbosa. Rio de Janeiro, v. 18, n. 1, p. 40-52, abr. 2018. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=115454562016>>. Acesso em: 30 dez. 2019. DOI: <https://doi.org/10.18472/cvt.18n1.2018.1480>

FREITAS, Ricardo Ferreira; GOTARDO, Ana Teresa; SANT'ANNA, Cristina Nunes de. Ativos intangíveis na marca rio: o consumo turístico da cidade nos documentários internacionais. In: XXIV Encontro da Compós, 2015, Brasília, DF. **Anais...** Brasília, 2015. Disponível em: <http://www.compos.org.br/biblioteca/compos-2015-3920767f-7bd6-40ea-a794-9588923ea16d_2804.pdf>. Acesso em: 30 set. 2019.

FREITAS, Ricardo Ferreira; LINS, Flávio; SANTOS, Maria Helena Carmo dos. Megaeventos: a alquimia incontrolável da cidade, **Logos**, 40, n. 24, v.1, 1º semestre 2014.

GADIM BRASIL - Aliança Global para Inclusão das Pessoas com Deficiência na Mídia e Entretenimento. **Falando sobre Deficiência: guia para a imprensa**. Extraído de <https://2d5bb99e-e741-43fb-bdf0-122c7ed30ffe.filesusr.com/ugd/d8efe7_6dda6ff76d684819abbc7c1f10d1b70e.pdf> em 23 jan. 2020.

GAFFNEY, Christopher. Segurança pública e grandes eventos no Rio de Janeiro. In: CASTRO, Demian Garcia et. al. **Rio de Janeiro: os impactos da Copa do Mundo e das Olimpíadas**. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2015. Extraído de <http://memoriadasolimpiadas.rb.gov.br/jspui/bitstream/123456789/172/1/%5BTT017%5D%20Rio%20de%20Ja%20neiro_%20os%20impactos%20da%20Copa%20do%20Mundo%202014%20e%20das%20Olimp%20C3%ADadas%202016.pdf> em 14 jan. 2020.

GARCÍA, Juan A.; GÓMEZ, Mar; MOLINA, Arturo. Posicionamiento de marcas-destino: una aplicación en cinco regiones españolas. **Innovar. Revista de Ciencias Administrativas**

y **Sociales**, v. 23, n. 50, octubre-diciembre, 2013, p. 111-127. Extraído de: <<http://www.redalyc.org/pdf/818/81828692009.pdf>>. Acesso em: 08 fev. 2015.

GOMES, Itania Maria Mota. Apresentação. In: _____ (org.). **Televisão e Realidade**. Salvador: Edufba, 2009.

GOMES, Mariana Selister; GASTAL, Susana. Evas e Marias no turismo do Brasil: o corpo como atrativo turístico e signo de hospitalidade. In: SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira (Org.). **A construção social das emoções: corpo e produção de sentidos na Comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

GOTARDO, Ana Teresa. Do “país do futebol” à desconstrução da marca Rio: deslocamentos de sentidos sobre o esporte em documentários internacionais pré-olímpicos. **Communicare**, vol. 18, ed.1, 1º sem. 2018, p.216-229. Extraído de: <<https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2018/06/Artigo-12.pdf>> em 25 set. 2019.

GOTARDO, Ana Teresa. **Rio para gringo: a construção de sentidos sobre o carioca e a cidade para consumo turístico**. 2016. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016. Extraído de < <http://www.ppgcom.uerj.br/wp-content/uploads/Disserta%C3%A7%C3%A3o-Ana-Gotardo.pdf>> em 25 de set. 2019.

GOTARDO, Ana Teresa; FREITAS, Ricardo Ferreira; BRENNAND, Jorgiana Melo de Aguiar. *Welcome To Rio: imaginários e interfaces entre cidade global e economia criativa*. In: XXVIII Encontro Anual da Compós, 2019, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: PUCRS, 2019. Extraído de: < http://www.compos.org.br/biblioteca/trabalhos_arquivo_689TP5JHPZX9RXJ14WIQ_28_7710_21_02_2019_13_03_51.pdf> em 17 de dez. 2019.

GOTARDO, Ana Teresa; FREITAS, Ricardo Ferreira; ELIAS, R. V. Rio, cidade-mosaico: olimpíadas e consumo da cidade nas narrativas da mídia inglesa. In: 26 Encontro Nacional da Compós, 2017, São Paulo. **Anais...** São Paulo, 2017. Extraído de <http://www.compos.org.br/data/arquivos_2017/trabalhos_arquivo_1AM90BE9K0I37NCEIJEZ_26_5479_17_02_2017_12_13_58.pdf> em 25 de set. 2019.

GRUNEAU, Richard; HORNE, John. Mega-Events and Globalization: A Critical Introduction. In: _____ (eds.). **Mega-Events and Globalization: capital and spectacle in a changing world order** London: Routledge, 2016.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. “Perdidos numa intensidade focada”: esportes e estratégias de reencantamento. **Aletria: Revista de Estudos de Literatura**, [S.l.], v. 15, p. 11-19, jun. 2007.

HALL, Stuart. Codificação/decodificação. In: SOVIK, Liv. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2013. p. 428-447.

HALL, Stuart. Reflexões sobre o modelo de codificação/decodificação: uma entrevista com Stuart Hall. Entrevista concedida a Ian Angus, Jon Cruz, James Der Derian, Sut Jhally, Justin Lewis e Cathy Schwichtenberg. In: SOVIK, Liv. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2013a. p. 391-427.

HARVEY, David. A liberdade da cidade. In: _____ et. al. **Cidades rebeldes: Passe Livre e as manifestações que tomaram as ruas do Brasil**. São Paulo, Boitempo, 2013.

HARVEY, David. Do gerenciamento ao empresariamento: a transformação da administração urbana no capitalismo tardio, **Espaço & Debates**, nº 39, 1996, p. 48-65. Extraído de <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/2078563/mod_resource/content/1/Harvey_Do%20gerenciamento%20ao%20empresariamento%20%281%29.pdf> em 7 jan. 2020.

HELAL, Ronaldo. **O que é sociologia do esporte**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

HESMONDHALGH, David. Cultural and Creative Industries. In: BENNETT, Tony; FROW, John (eds). **Handbook of Cultural Analysis**. Oxford and Malden, MA: Blackwell, 2008.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Visão do Paraíso: os motivos edênicos no descobrimento e colonização do Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 2000.

INGLATERRA. **The Royal Charter**: estabelece o fim da licença da empresa privada British Broadcasting Company, transformando-a na empresa pública British Broadcasting Corporation. Westminster, 20 dez. 1926. Extraído de: <http://downloads.bbc.co.uk/bbctrust/assets/files/pdf/regulatory_framework/charter_agreement/archive/1927.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO (Brasil). **Plano Aquarela 2020: marketing turístico internacional**. Brasília: Assessoria de Comunicação da Embratur, 2009.

INTERNATIONAL OLYMPIC COMMITTEE. **IOC Annual Report 2016: Credibility, Sustainability and Youth**. Lausanne: IOC, 2016. Extraído de: <https://stillmed.olympic.org/media/Document%20Library/OlympicOrg/Documents/IOC-Annual-Report/IOC-Annual-Report-2016.pdf#_ga=2.137383600.1261193995.1569243238-405432103.1568814020> em 23 de set. 2019.

INTERNATIONAL OLYMPIC COMMITTEE. **Legacy Strategic Approach: moving forward**. IOC, 2017. Extraído de <https://www.olympic.org/-/media/Document%20Library/OlympicOrg/Documents/Olympic-Legacy/IOC_Legacy_Strategy_Full_version.pdf?la=en&hash=0BCD9D4723539CDC8495FE1AE6AC562BCBDAF316> em 18 de set. 2019.> em 18 set. 2019.

INTERNATIONAL OLYMPIC COMMITTEE. **Olympic Agenda 2020: 20+20 recommendations (reference document)**. IOC, 2014. Extraído de <https://stillmed.olympic.org/media/Document%20Library/OlympicOrg/Documents/Olympic-Agenda-2020/Olympic-Agenda-2020-20-20-Recommendations.pdf#_ga=2.125736714.1634403269.1568824003-1219878505.1568824003> em 18 set. 2019.

INTERNATIONAL OLYMPIC COMMITTEE. **Olympic Charter: in force as from 26 June 2019**. Lausanne, Switzerland: DidWeDo S.à.r.l., 2019. Disponível em: <https://stillmed.olympic.org/media/Document%20Library/OlympicOrg/General/EN-Olympic-Charter.pdf#_ga=2.234009433.699969106.1568536847-1483697616.1568370616>. Acesso em: 15 set. 2019.

JAGUARIBE, Beatriz. Imaginando a Cidade Maravilhosa: modernidade, espetáculo e espaços urbanos. In: XX COMPÓS, 2011, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: UFRGS, 2011.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru: EDUSC, 2001.

LESSA, Carlos. **O Rio de todos os Brasis**: uma reflexão em busca de auto-estima. 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 2005.

LIMA, Maria Raquel Passos. Paradoxos da formalização – a inclusão social dos catadores de recicláveis a partir do caso do encerramento do aterro de Jardim Gramacho (RJ). **Horizontes antropológicos**, Porto Alegre, ano 24, n. 50, p. 145-180, jan./abr. 2018. Extraído de <<http://www.scielo.br/pdf/ha/v24n50/1806-9983-ha-24-50-145.pdf>> em 03 jan. 2020.

MACHADO, Arlindo; VÉLEZ, Marta Lucía. Questões metodológicas relacionadas com a análise de televisão. **E-Compós**, Brasília, v. 8, p. 1-15, 2007.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos**: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

MAJEROWICZ, Fábio Grotz; SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira; DANTAS, Raquel Gonçalves. Lágrimas de papel: regimes de afeto no jornalismo impresso sobre Mestre Pastinha. IN: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017, Curitiba – PR. **Anais...** Universidade Positivo: Curitiba, 2017.

MARQUES, Welisson. Intersonoridade no Discurso Audiovisual: por uma memória no âmbito sonoro. **Domínios de Lingu@gem**, Uberlândia, vol. 10, n.3, jul./set. 2016.

MARTÍNEZ, Sandra I. Fuentes. Sistema de gestión comunicacional para la construcción de una marca ciudad o marca país. **Signo y Pensamiento**, v. XXVI, n. 51, Bogotá, jul./dez. 2007. Extraído de: <<http://www.scielo.org.co/pdf/signo/n51/n51a08.pdf>>. Acesso em: 07 jan. 2020.

MAUSS, Marcel. A expressão obrigatória dos sentimentos (rituais orais funerários australianos). In: _____. **Ensaio de Sociologia**. 2 Ed. São Paulo: Perspectiva, 1999. p. 325-335.

MELLO, Flavia Barroso; GOTARDO, Ana Teresa; FREITAS, Ricardo Ferreira. A (re)construção da “marca rio”: medo, comunicação, megaeventos e suas estratégias sob uma perspectiva crítica. In: XII Congresso Abrapcorp, 2018, Goiânia. **Anais...** Universidade Federal de Goiás: Goiânia, 2018.

MELLO, Jamer Guterres de. O arquivo como sintoma: anacronismo das imagens na obra de Harun Farocki. **Revista Passagens**, vol. 5, n. 1, 2014, p. 20-34.

MENDONÇA, Kleber. **A pacificação dos sentidos**: mídia e violência na cidade em disputa. Rio de Janeiro: Caravanas, 2018.

MIRANDA, Suzana Reck. A clássica música das telas: O uso e a formação do tradicional estilo sinfônico. **C-Legenda – Revista do Programa de Pós-graduação em Cinema e**

Audiovisual, [S.l.], v. 1, n. 24, p. 19-28, julho 2011. Extraído de: <<http://www.ciberlegenda.uff.br/index.php/revista/article/view/368>>. Acesso em: 02 jun. 2018.

MIRANDA, Suzana Reck. Introdução ao dossiê: Estudos do Som no Cinema na América Latina. **Imagofagia**, n.13, abr. 2016. Extraído de: <<http://www.asaeca.org/imagofagia/index.php/imagofagia/article/view/989>>. Acesso em: 24 ago. 2018.

MISSE, Michel. Violência e teoria social, **Dilemas: Revista de Estudos de Conflito e Controle Social** – Vol.9 – no 1 – JAN-ABR 2016 – p. 45-63.

MOVIMENTO PASSE LIVRE (MPL). Não começou em Salvador, não vai terminar em São Paulo. In: HARVEY, David et. al. **Cidades rebeldes: Passe Livre e as manifestações que tomaram as ruas do Brasil**. São Paulo, Boitempo, 2013.

ORELLANA, Rodrigo Castro. Ciudades Ideales, Ciudades sin Futuro. El Porvenir de la Utopía. **Daímon – Revista Internacional de Filosofía**, Suplemento 3, 2010, 135-144.

OSWIN, Natalie. Critical Geographies and the Uses of Sexuality: Deconstructing Queer Space. **Progress in Human Geography** 32, no. 1 (February 2008): 89–103. doi:10.1177/0309132507085213.

PENAFRIA, Manuela. O Documentarismo do Cinema. Uma reflexão sobre o filme Documentário. **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, 2006. Extraído de: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/penafria_manuela_documentarismo_cinema.pdf>. Acesso em: 08 ago. 2018.

PENAFRIA, Manuela. Perspectivas de desenvolvimento para o documentarismo. **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, 1999. Extraído de: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/penafria-perspectivas-documentarismo.pdf>>. Acesso em: 08 ago. 2018.

PIPER, Heather; GARRATT, Dean. Olympic Dreams and Social Realities: a Foucauldian Analysis of Legacy and Mass Participation, **Sociological Research Online**, 18 (2) 20. Extraído de <<http://www.socresonline.org.uk/1812120.html>> em 2 jul. 2019.

PRATT, Andrew. **An economic geography of the cultural industries**. London: LSE Research Online, 2007.

PRATT, Andrew. The cultural economy: A call for spatialized ‘production of culture’ perspectives. **International journal of cultural studies**, vol.7, n.1, 2004, p. 117-128.

PRESS KIT. **In the Shadow of the Hill**. 2016. Extraído de <https://intheshadowofthehill.com/wp-content/uploads/2016/10/160702_ITSOTH_Presskit.pdf> em 14 jan. 2020.

REIS, T., org. **Manual de Comunicação LGBTI+**. 2ª edição. Curitiba: Aliança Nacional LGBTI / GayLatino, 2018. Extraído de: <<http://www.grupodignidade.org.br/wp-content/uploads/2018/05/manual-comunicacao-LGBTI.pdf>> em 10 jan. 2020.

ROBERTS, Kevin. **Lovemarks: el futuro más allá de las marcas**. Barcelona: Saatchi &Saatchi, 2004.

ROBINSON, Jennifer. Global and World Cities: A View from off the Map, **International Journal of Urban and Regional Research**, Volume 26.3, September 2002, p. 531–54.

ROCHE, Maurice. Mega-Events and Modernity Revisited: Globalization and the Case of the Olympics. **The Sociological Review**, vol. 54, no. 2_suppl, Dec. 2006, pp. 27–40,

ROCHE, Maurice. **Mega-events and Modernity: Olympics and expos in the growth of global culture**. London: Routledge, 2000.

ROLNIK, Raquel. As vozes das ruas: as revoltas de junho e suas interpretações. In: HARVEY, David et. al. **Cidades rebeldes: Passe Livre e as manifestações que tomaram as ruas do Brasil**. São Paulo, Boitempo, 2013.

ROSE, Diana. Análise de imagens em movimento. In: IN: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002. p. 343-364.

SÁNCHEZ, Fernanda. **A reinvenção das cidades para um mercado mundial**. Chapecó: Argos, 2010.

SÁNCHEZ, Fernanda; BROUDEHOUX, Anne-Marie. Mega-events and urban regeneration in Rio de Janeiro: planning in a state of emergency. **International Journal of Urban Sustainable Development**, vol. 5, No. 2, 2013. P.132–153.

SANTOS, Maria Helena Carmo dos. **Porto Maravilha: branding urbano e construção do imaginário da cidade do Rio de Janeiro**. Tese (Doutorado em Comunicação), Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

SASKEN, Sassia. As diferentes especializações das cidades globais. **Arquitextos**, 103.00, ano 09, dez. 2008.

SASKEN, Sassia. The Global City: Introducing a Concept. **The Brown Journal of World Affairs**, vol. XI, issue 2, Winter/Spring 2005.

SAYERS, Janet; MONIN, Nanette. Love@: a critical reading of Lovemarks. **Journal of Organizational Change Management**, vol. 20 No. 5, 2007. p. 671-684.

SBABO, Alexandre Provin. Os efeitos de sentido do som no cinema documental e o contrato de veridicção. **Doc On-line**, n. 22, setembro de 2017, pp. 85-94. Disponível em: <<http://ojs.labcom-ifp.ubi.pt/index.php/doc/article/view/146/99>>. Acesso em: 28 mai. 2018.

SENNET, Richard. **Carne e pedra**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

SIMMEL, Georg. As grandes cidades e a vida do espírito. **Mana**, v. 11, n.2, p.577-591, Rio de Janeiro, 2005.

SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira. Corpo, construção social das emoções e produção de sentidos na comunicação. In: _____ (org.). **A construção social das emoções: corpo e produção de sentidos na Comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira; SIQUEIRA, Euler David de. O imaginário da diferença: identidade e etnocentrismo na publicidade sobre o Brasil. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 23, n. 3, set-dez / 2016.

SMAILL, Belinda. **The Documentary: Politics, Emotion, Culture**. London: Palgrave Macmillan, 2010.

SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

SODRÉ, Muniz. Financeirização do mundo e educação. **IC – Revista Científica de Información y Comunicación**, 2012, 9, pp. 49-60. Disponível em: < <http://icjournal-ojs.org/index.php/IC-Journal/article/viewFile/238/235>>. Acesso em: 30 set. 19.

SPA, Miquel de Moragas; RIVENBURGH, Nancy K.; LARSON, James F. **Television in the Olympics**. London: John Libbey & Company Ltd, 1995.

URRY, John; LARSEN, Jonas. **The tourist gaze 3.0**. 3rd ed. London, UK: Sage Publications, 2011.

VAINER, Carlos B. Pátria, empresa e mercadoria: Notas sobre a estratégia discursiva do Planejamento Estratégico Urbano. In: ARANTES, Otilia; VAINER, Carlos; MARICATO, Ermínia. **A cidade do pensamento único: desmanchando consensos**. Petrópolis: Vozes, 2000.

VAINER, Carlos. **Cidade de exceção: reflexões a partir do Rio de Janeiro**. In: XIV Encontro Nacional da ANPUR (Rio de Janeiro), 2011. Extraído de: <https://br.boell.org/sites/default/files/downloads/carlos_vainer_ippur_cidade_de_excecao_reflexoes_a_partir_do_rio_de_janeiro.pdf> em 18 out. 2019.

VAINER, Carlos. Quando a cidade vai às ruas. n: HARVEY, David et. al. **Cidades rebeldes: Passe Livre e as manifestações que tomaram as ruas do Brasil**. São Paulo, Boitempo, 2013.

VILA, Pablo. Narrative Identities and Popular Music: Linguistic Discourses and Social Practices. In: _____ (ed.). **Music and youth culture in Latin America: identity construction processes from New York to Buenos Aires**. New York: Oxford University Press, 2014. p. 17-80.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000.

Filmografia

A BUMPY ROAD TO RIO. Escrito por: Nikki Fox. Filmado e editado por: David Cheeseman. 23 minutos. Produção: Ruth Clegg. Produção da série: Linda Sills. Reino Unido, 2015.

BATTLE FOR RIO. Diretor: Gonzalo Arión. 64 minutos. Produtor: Christoph Jörg, Produção: Pumpernickel Films e Arte France. França, 2014.

BRITAIN THROUGH A LENS: The Documentary Film Mob. Diretor e Produtor: Chris Durlacher; Produtora Executiva: Emma Hindley. Londres: BBC, 2011. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=v6fWe0tpSSg>> (parte 1); <<https://www.youtube.com/watch?v=unieFsI0wh8>> (parte 2); <<https://www.youtube.com/watch?v=XR7fbT0YXpA>> (parte 3); <<https://www.youtube.com/watch?v=wNHF1T7vmlw>> (parte 4); <<https://www.youtube.com/watch?v=q0GBmUvp-po>> (parte 5); <<https://www.youtube.com/watch?v=L3Uz1YQB7Nw>> (parte 6). Acesso em: 13 ago. 2018.

BUILDING THE WORLD CUP. Episódio 1: Maracanã. Diretor: Andy Webb. 43 minutos. Produtores: Dan Chambers; Sue Davidson; Andra Heritage. Produção: Blink Films and Disvovery Communications, Inc. Estados Unidos, 2014.

COPACABANA PALACE. 59 minutos, Produtora da série: Sarah Waldron. Produtor Executivo: Sam Bagnall. Reino Unido, 2014.

GAYCATION: Brazil. Temporada 01, episódio 02. Apresentado por Ellen Page e Ian Daniel. Estados Unidos: Viceland, 2016. Disponível em: <<https://pt-br.facebook.com/purpurinado/videos/587150158118500/>>. Acesso em: 11 jul. 2017.

IN THE SHADOW OF THE HILL. Diretor: Dan Jackson. 47 minutos. Produtora: Future Paradigm Pictures. 2016.

NATURÓPOLIS: Episódio 1: Rio, from chaos to a sustainable city. Diretor: Bernard Guerrini. 53 minutos. Roteirista: Mathias Schmitt. Produtora: Sylvie Barbe. Produção: Arte France e Docside Production. França, 2014.

RIO 50 DEGREES – CARRY ON CARIOCA. Diretor: Julien Temple. 101 minutos. Produção: Killerpic Limited, Film and Music Entertainment (F&ME), 2 Pilots Filmproduction, TV Zero and BBC Television. Reino Unido, Brasil e Alemanha, 2014.

ROCINHA: THE PEDREIRO AND THE MASTER PLANNER. Diretor: May Abdalla. 25 minutos. Produtora: Resolute Films e Dafina Productions. 2014.

THE VINAGER REVOLUTION. Diretor: Pablo Pascual. 25 minutos. 2014.

TROPA de ELITE. Diretor: José Padilha. Produtores: José Padilha e Marcos Prado. Roteiro: Bráulio Mantovani, José Padilha e Rodrigo Pimentel. Elenco: Wagner Moura, André Ramiro, Caio Junqueira, Milhem Cortaz, Fernanda Machado, Maria Ribeiro, Fábio Lago. Rio de Janeiro: Universal Pictures, 2007.

WELCOME TO RIO. Três episódios (Peace, War e Ingenuity). Editor: Sunshine Jackson; Diretor: Edward Watts; Produtores: Andrew Palmer, Will Anderson; Narração: Cleo Roccas. Londres: BBC, 2014. Disponível em: <<https://www.dailymotion.com/video/x23omxy>>. Acesso em: 20 ago. 2017.