

Aletusya de Araújo Benevides

**A estética do consumo no cenário social e cultural da Praia de
Iracema**

Tese de Doutorado apresentada ao
Departamento de História do
Instituto de Filosofia e Ciências
Humanas da Universidade Estadual
de Campinas, sob orientação da
Profª. Drª. Maria Stella Martins
Bresciani

Este exemplar corresponde à redação
final da Tese defendida e aprovada pela
Comissão Julgadora em 20 de maio de
2003.

BANCA

Profª. Drª. Maria Stella Martins Bresciani

Profª Drª. Cristina Meneguello

Profª Drª. Ana Fani Alessandri Carlos

Prof. Dr. Frederico de Castro Neves

Prof. Dr. Ítalo Arnaldo Tronca

Prof. Dr. Marcos Tognon (suplente)

(Maio de 2003)

UNICAMP
BIBLIOTECA CENTRAL
SEÇÃO CIRCULANTE

UNIDADE	B4
Nº CHAMADA	Unicamp B435e
V	EX
TOMBO BCI	54279
PROC.	124103
C	☐
D	☒
PREÇO	R\$ 11,00
DATA	19/06/03
Nº CPD	

CM00186724-3

B1B1D 295349

**FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA
BIBLIOTECA DO IFCH - UNICAMP**

B 435e

Benevides, Aletusya de Araújo

A estética do consumo no cenário social e cultural da Praia de Iracema / Aletusya de Araújo Benevides . - - Campinas, SP : [s. n.], 2003.

Orientador: Maria Stella Martins Bresciani.

**Tese (doutorado) - Universidade Estadual de Campinas,
Instituto de Filosofia e Ciências Humanas.**

1. Identidade. 2. Cultura. 3. Políticas públicas. 5. Realidade virtual. I. Bresciani, Maria Stella Martins. II. Universidade Estadual de Campinas. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. III. Título.

Aletusya de Araújo Benevides

**A estética do consumo no cenário social e cultural da Praia de
Iracema**

81901802

Resumo

A inserção do Ceará no cenário turístico internacional, durante a década de 1980, foi acompanhada de profundas transformações estéticas na fisiografia urbana de Fortaleza. Tais transformações pautaram-se na perspectiva de desenvolvimento de uma cultura supersimbólica, a qual pudesse fornecer novos referenciais identitários de cidadania, de consumo e de produção cultural integrados à universalidade do mercado de significantes extraterritoriais e transnacionais. Caracterizada como centro histórico de Fortaleza, a Praia de Iracema tornou-se objeto principal das intervenções urbanísticas promovidas pelo Estado, Prefeitura e iniciativa privada, que objetivaram a requalificação urbana e social, favorecendo o desenvolvimento de políticas culturais capazes de proporcionar a “reinvenção de sensibilidades comuns de todas as formas de expressão artísticas”, a partir da integração de novas tecnologias comunicacionais à produção cultural e intelectual da classe média de Fortaleza, base infra-estrutural para atração do capital estrangeiro. Se, em termos gerais, a intervenção do Estado no mercado é compreendida como obstáculo ao desenvolvimento da cultura de consumo e a esfera pública vista na incapacidade de agir como contrapeso junto à massificação da produção cultural, como explicar os mecanismos observáveis no processo de requalificação urbana e social implementados pelo Governo do Estado do Ceará e a mobilização cultural promovida pelo corpo social local? Donde se concluiu que não só a virtualização da estética urbana de Fortaleza, promovida pelo poder político local, funcionou como meio de criação de uma cultura supersimbólica, como as manifestações culturais locais não midiáticas traduziram-se como contrapeso à formação de identidades com base nos significantes extraterritoriais e transnacionais de consumo.

Abstract

The insertion of Ceará into the landscape of international tourism, during the 1980s, was accompanied by profound aesthetic transformations in the urban physiography of Fortaleza. Such transformations revolved around the prospects for development in a super-symbolic culture, which could provide new references for identification of citizenship, cultural demand and production integrated with universality of the market for external and trans-national signifiers. Characterised as the historic centre of Fortaleza, *Praia de Iracema* became the main object of urban interventions promoted by the State, City Council and private enterprise, who sought urban and social re-qualification, favouring the development of cultural policies able to provide the “reinvention of common sensibilities amongst all forms of artistic expression”, by means of the integration of new communications technology with cultural and intellectual production by the middle classes of Fortaleza, an infra-structural basis for attraction of foreign capital. If, in general terms, the intervention of the State in the marketplace is understood as an obstacle to the development of culture and consumption and the public sphere seen as incapable of acting as a counterweight to the ‘mass production’ of culture, how is one to explain the mechanisms observable in the process of urban and social re-qualification promoted by the local social body? It may thence be concluded that not only did the virtualisation of the urban aesthetics of Fortaleza promoted by local political power work as a means for creation of a super-symbolic culture, but the local, non-media cultural manifestations were translated into counterweights to the formation of identities based on external and trans-national signifiers of consumption.

Agradecimento

Este trabalho só foi possível a partir do esforço e incentivo múltiplos. Das terras de São Paulo, de seus dias frios e suas noites bem vividas, à cidade de Fortaleza terra da luz, do mar e de sereias. Agradeço particularmente:

à Stella Bresciani professora que tanto admiro e que, ao seu jeito, deixou o barquinho navegar, por vezes rindo, d'outras apreensiva, mas sempre presente;

aos meus pais João Benevides (Jotinha) e Aurília Benevides (dona Orelha) por agüentarem o *stress*, sofrerem com minhas dores e, acima de tudo, por me receberem de peito, braços e coração abertos, sempre;

a minha irmã Alessandra linda, inteligente, forte, que está em todos os pontos parágrafos e reticências deste trabalho;

à Carmem Sílvia em sussurros inteligíveis somente ao coração;

aos meus amigos Luís Carlos, Humberto, Elysângela, Pampi, Felipe, Ronaldo, Sandra, Regianne, Afonsina, Noemi, Alessandra e Carlos Velasques, pela força em diversas circunstâncias, sobretudo nas do coração;

às pessoas que se permitiram entrevistar, expondo situações tão íntimas à uma câmara para um olhar alheio;

aos funcionários do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da UNICAMP, principalmente o senhor Júnior pela paciência e favores prestados;

aos professores e amigos da UNIFOR, Cristiana Parente e Batista de Lima, pelos incentivos junto à Instituição;

à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) que investiu todos esses anos na pesquisa que aqui resulta.

SUMÁRIO

Resumo.....	v
Abstract.....	vii
Índice de figuras.....	1
Metodologia	3
Introdução	11
Capítulo 1: Memória, arte e cultura na Praia de Iracema	17
<i>A Iracema do Mar.....</i>	<i>19</i>
<i>A Iracema da Arte.....</i>	<i>25</i>
<i>A boemia high tech.....</i>	<i>51</i>
<i>Normatização das políticas urbanísticas.....</i>	<i>78</i>
Capítulo 2: Cenários de turismo	112
<i>Não-lugares</i>	<i>113</i>
<i>Viagem e turismo.....</i>	<i>120</i>
<i>Shopping Center.....</i>	<i>133</i>
<i>Carnaval de Rua</i>	<i>139</i>
<i>Micaretas.....</i>	<i>162</i>
Capítulo 3: O Ceará dos arquétipos mercadológicos.....	181
<i>Plano de Desenvolvimento Cultural do Estado</i>	<i>182</i>
<i>A estetização da Tradição.....</i>	<i>216</i>
Conclusão.....	263
Referência Documental	267
Bibliografia	272

Índice de figuras

FIGURA 1 – Boêmios de Iracema, Banda Violões do Norte. Praia de Iracema 1932.....	105
FIGURA 2- Jangadas Praia de Iracema década de 1930	106
FIGURA 3- Banhistas na Praia de Iracema, década de 1930	106
FIGURA 4 –Clube dos Oficiais Americanos, Vila Morena 1942.	107
FIGURA 5- Clube dos Oficiais Americanos, Vila Morena 1942.	108
FIGURA 6- Conjunto <i>Os Vocalistas Tropicais</i> , Clube dos Oficiais Americanos.	109
FIGURA 7 – Mapa de setores da Praia de Iracema. Fortaleza 1996.	110
FIGURA 8- Foto satélite, Praia de Iracema. Fortaleza 1996.	111
FIGURA 9- Fachada da extinta <i>boite</i> Alfândega, 2002.....	259
FIGURA 10- Vista frontal panorâmica da extinta <i>boite</i> Alfândega, 2002.....	259
FIGURA 11- Vista frontal do Restaurante Estoril em 2002.	260
FIGURA 12- Vista da entrada da casa de show Pirata, 2002.	260
FIGURA 13- Piscininha e vista frontal do Estoril, 2002.	261
FIGURA 14- Vista lateral da Ponte dos Ingleses (Metálica) 2002.....	261
FIGURA 15 –Vila Morena, 2002.	262
FIGURA 16- Vista panorâmica da Rua Alegre	262

Metodologia

O presente trabalho desenvolveu-se a partir de pesquisas ligadas à questão da sociabilidade urbana mediada pelos meios de comunicação em tempo real, ou seja, análises que procuraram abordar as formações afetivas favorecidas, no caso, prioritariamente pela Internet. Partindo deste objeto, inicialmente foram empreendidas diversas atividades no sentido de compor uma documentação que, observados alguns procedimentos metodológicos, resultasse na apreensão dos agenciamentos que formavam a integração dos núcleos afetivos, bem como os limites destes grupos em relação à cidade como espaço de sociabilidade comum.

O tatear inicial na busca de dados foi a elaboração de um questionário aplicado nas cidades de São Paulo e Fortaleza. O perfil da amostra privilegiou especificamente os relacionamentos mantidos via Internet nos seguintes aspectos:

1. Os principais tipos de relacionamentos mantidos.
2. O grau de importância de se conhecer pessoalmente alguém das salas de bate papo da Internet.
3. As razões de se querer conhecer ou não alguém pessoalmente das salas de bate papo da Internet.
4. O tipo de relacionamento mais procurado.
5. A que tipos de atividades as horas dedicadas à internet eram antes aplicadas.

6. Mudanças que ocorreram a partir da nova prática de acesso social.

7. O grau comparativo de importância entre os relacionamentos virtual e atual.

8. A importância da não-presença.

9. O grau de satisfação obtido a partir de relacionamentos unicamente virtuais.

10. Os principais aspectos considerados nos relacionamentos virtuais.

11. O grau comparativo quanto a maior facilidade na promoção de relacionamentos.

12. Conjunto de questões sobre grau de instrução, renda financeira, sexo, idade, horas de tempo em conexão.

“Encontrar mais facilmente pessoas que pensam idêntico a nós”, o “uso da Internet como forma de lazer” e a “possibilidade de fantasiar sem preocupação com a personalidade individual e a exposição em público” como resultado da amostra, juntamente com o grande percentual de afirmações sobre a necessidade de “extrapolar os limites do relacionamento virtual”, impulsionaram o trabalho no sentido de buscar na cidade, no espaço físico urbano, mais dados sobre os agenciamentos afetivos promovidos pelos grupos. Isto porque os dados conseguidos indicaram que o espaço da Internet funciona mais como um meio para os relacionamentos que como um fim em relação às formas de desenvolvimento destes, o que sugere a continuidade do uso da cidade como espaço para a interação entre os grupos urbanos.

A amostra quantitativa foi aplicada em pontos centrais da cidade. Observadas as dificuldades iniciais de encontrar usuários enquadrados nos perfis previamente determinados, devido ao público usuário de maior expressividade encontrar-se nas classes econômicas A e B e nas faixas etárias de 16 a 25 anos, os pontos de abordagem que tiveram melhor rendimento foram os concentrados nos shoppings centers. Esse indício, juntamente com as entrevistas realizadas a partir da seleção de questionários foram indicadores de que as relações via Internet e as desenvolvidas prioritariamente nos espaços físicos da cidade têm a tecnologia como mediadora dos relacionamentos multipessoais contemporâneos e, mais que isso, que as recorrentes *plazas* de celebração sugerem perfis muito próximos não só no que diz respeito à estética, mas também em relação aos significantes simbólicos ancorados no mercado e publicizados pelos meios de comunicação.

Os dados que colocaram a tecnologia como principal mediadora dos relacionamentos afetivos urbanos promoveram uma redefinição completa do projeto inicial de pesquisa. De posse dos novos dados, as necessidades firmaram-se objetivadas na perspectiva de compreender a técnica e o mercado como mediadores dos relacionamentos afetivos contemporâneos, bem como, a gerência de significantes extraterritoriais e transnacionais de consumo na produção de identidades dos núcleos afetivos urbanos.

As abordagens teóricas que privilegiavam as relações intrínsecas ao espaço virtual –Lèvy, Virilio, Negroponte, Rheingold- formaram a base para os primeiros direcionamentos da pesquisa, entretanto, aos novos dados e objetivos apontados pela análise

documental somaram-se recortes teóricos nos quais a centralidade analítica priorizou o meio mercado e a produção simbólica no processo de formação identitário de grupos ligados a uma dada urbanidade tecnocomunicacional. É a partir destas proposições que novos métodos de construção documental precisaram ser elaborados circunscrevendo o objeto de pesquisa na cidade e, mais precisamente, aos processos de formação de uma identidade integrada ao mercado de produção de bens culturais de consumo. Neste sentido, a cidade de Fortaleza não só continha em si a produção destes elementos, como a própria construção do simbólico passou a ser meta objetivada e normatizada pelo Estado, para o qual a constituição de uma “máquina supersimbólica” via tecnologias e meios de comunicação seria o vetor para o desenvolvimento da economia local.

A gestão governamental de Tasso Jereissati (PSDB) iniciada em 1987, denominada Governo das Mudanças, tornou-se um marco na administração pública do Ceará ao propor novas diretrizes econômicas para o Estado tendo, como objetivo central, a atração de investimentos estrangeiros atraídos por uma base infraestrutural garantida por intensas intervenções urbanas associadas a um modelo de desenvolvimento econômico que tem na tecnologia o meio para a promoção de formas de expressão cultural, objetivados como fator de desenvolvimento social e econômico. As obras de impacto, promovidas pelo Governo do Estado a partir de 1987, foram intensificadas em Fortaleza na prefeitura de Juraci Magalhães que, marcando oposição ao governo do PSDB, intensificou o uso da mídia cujo *marketing* procurou mostrar a “modernidade e indústria” presentes na capital. Estado e Prefeitura trabalharam com bases

promocionais similares de intervenção visual na cidade, procurando promover o simbolismo necessário para o desenvolvimento de expressividades culturais e garantir a formação de identidades no plano da modernidade econômica almejada.

Juntamente às mudanças nas políticas públicas do Estado e da Prefeitura, que geraram uma “corrida” rumo à “modernização” da cidade, uma série de requalificações sócio-espaciais começam a ser observadas em Fortaleza a partir de formas de intervenção urbana que tiveram a cultura de mercado como parâmetro e “ponto de mutação” das condições econômicas e sociais existentes. Dentre elas, merece destaque a Praia de Iracema que ao compreender em sua historicidade diferentes modelos de organização social e de sociabilidade, identificáveis a partir da realidade cotidiana promovida entre o sujeito e o seu referencial urbano-cultural e, por concentrar as principais intervenções urbanísticas que geraram conflituosos e antagônicos esforços dos setores social, político e econômico, transformou-se no mais expoente nicho turístico do Ceará, tornando apreciáveis as diretrizes políticas de desenvolvimento sócio-econômico do Estado que perduram até os dias atuais.

Mesmo sem o aparato tecnológico popularizado na atualidade, a cidade de Fortaleza nos últimos anos da década de 1980 já era palco de diversos movimentos urbanos relacionados a uma determinada mediação comunicacional tecnológica de promoção de uma cultura de mercado que veio a ser, posteriormente, o centro dos projetos de desenvolvimento cultural do Estado: um meio de desenvolvimento econômico que integra tecnologia e desenvolvimento simbólico na universalização da cultura.

A estatização da cultura e a canalização desta na geração de uma identidade referencial de mercado como elementos propulsores da economia é nitidamente observável no universo sócio-cultural da Praia de Iracema. O período que vai da criação da Associação de Moradores e a derrubada do restaurante Lido (marco consensual entre os moradores sobre o “início da descaracterização da Praia”), em 1984, até a transformação do Centro Cultural Dragão do Mar, inaugurado em 1998, no maior *marketing* cultural do Estado em substituição à antiga *plaza* de Iracema à beira-mar, marca oposições formais e processos de requalificação simbólica significativos de todo projeto de desenvolvimento econômico e social do Estado e que figura hoje como atração de investimentos para a superestrutura turística e empresarial local.

Para análises da relação Estado *versus* cultura, Beatriz Sarlo propõe o seguinte ponto de partida: “Será mesmo indispensável aceitar a reorganização da cultura produzida pela mídia audiovisual sob as formas propagadas por um mercado que opera conforma a lei do benefício e , em nosso caso (Argentina), sem contrapesos do Estado nem da esfera pública? (...) Intervir no mercado implicará necessariamente converter-se em obstáculo ao desenvolvimento e à expansão da cultura?” (1997: 10). No caso do Ceará, as propostas e ações desenvolvidas pelo governo impelem-nos a partir dos seguintes questionamentos: de que maneira a reorganização da cultura promovida pelo Governo do Estado do Ceará pode ser operacionalizada em benefício de uma produção cultural preponderantemente midiática? Como o Estado se apropria de referenciais identitários locais, ao passo que minimiza o contrapeso da

esfera pública, transformando-os em significantes extraterritoriais e transnacionais de consumo?

Definido o campo de observação, somaram-se à abordagem teórica cultural-mercadológica análises específicas sobre o universo sócio-cultural da Praia de Iracema, à medida que novos documentos foram sendo produzidos e, aos primeiros trabalhos de pesquisa junto às Secretarias de Cultura, de Patrimônio e do Turismo somaram-se incursões à EMBRATUR, ao Centro Cultural Dragão do Mar e ao SEBRAE. Nestes locais foram obtidos documentos oficiais¹ que, auxiliados por dados contidos nos Jornais *O Povo* e *Diário do Nordeste*, forneceram informações no que concerne aos projetos de desenvolvimento cultural, urbanização e turismo. Dados referentes à legislação que normatiza o uso e ocupação do solo em Fortaleza foram conseguidos junto à Procuradoria Geral do Município.

Dados sobre a atuação da Associação dos Moradores da Praia de Iracema e da S.O.S. Iracema foram obtidos a partir de entrevistas com representantes das duas entidades², bem como a documentação produzida junto ao Serviço Especial de Defesa Comunitária (DECOM), Serviço Especial de Defesa do Consumidor (DECON), Câmara Municipal de Fortaleza e às Secretarias de Planejamento, Polícia e Segurança Pública, Urbanismo e Obras Públicas e de Transportes do Município.³

Alguns dados sobre a criação do Centro Cultural Dragão do Mar e a remodelação da Ponte dos Ingleses foram fornecidos em entrevista do arquiteto Fausto Nilo, responsável por ambos os projetos na

¹ Toda a documentação encontra-se especificada em Fontes Documentais.

² Idem N. A.

³ Idem N.A.

Praia de Iracema. Pareceres sobre o dia-a-dia vivenciado durante o processo de requalificação do bairro, em que constaram as modificações estéticas de residências, de vias e da orla, transformações nas formas de uso do espaço público, etc., puderam ser atualizadas também a partir de entrevistas com moradores e freqüentadores de antes e de hoje da Praia de Iracema.

Introdução

É comum ouvirmos que as identidades foram quebradas; que a sociabilidade do dia-a-dia, desenvolvida na cidade, nos espaços de âmbito público, foi substituída pelo computador que a tudo traduz em *bits* de informação, aproximando na distância e tornando a sensibilidade do toque, da percepção direta entre os sujeitos, um ágil dedilhar de teclados; que não há mais cidadania fora do mercado; que a cultura só existe como consumo; que a informação é o principal capital econômico. Urbanidades culturais que prescrevem o fim de relações baseadas nas instituições clássicas de nacionalidade, territoriais, étnicas, religiosas, etc., substituindo-as por sociabilidades mediadas por significantes extraterritoriais e transnacionais de consumo, cujos conteúdos não comportam os sentidos extrínsecos ao mercado. É com base nestas perspectivas, que este trabalho tem como objetivo discutir a formação de aspectos da identidade contemporânea, tomando como objeto de análise a cultura de mercado traduzida pelo Governo do Estado como um meio, viabilizado pela promoção supersimbólica, de transformação das condições econômicas e sociais do Ceará. Como campo de análise circunscrevemos a Praia de Iracema, transformada em importante núcleo turístico de Fortaleza a partir da segunda metade da década de 1980, e objeto de grandes intervenções urbanísticas, visando a construção supersimbólica de uma modernidade intimamente associada à produção da cultura de mercado, capaz de inserir o Ceará na economia mundial. Se de um lado o Estado se coloca como provedor de políticas culturais, procurando “reinventar sensibilidades comuns”, através da

dotação de mecanismos urbanísticos e da elaboração estética de uma cultura com base nas tecnologias informacionais; de outro investe no desenvolvimento de uma classe média consumidora e produtora cultural capaz de gerir novos recursos econômicos, ampliando o capital informacional para a economia de mercado.

A cultura é elevada à categoria de principal agenciador das relações que comportam a atualidade, na visão estatal de desenvolvimento econômico e social. Neste sentido, analisar as imbricações culturais seria o método privilegiado de compreensão da sociedade contemporânea, uma categoria sobreposta a todas as ordenações econômicas, políticas e sociais respondendo por um modelo de sistema “em que cada elemento é deixado sozinho, mas se ajusta, se combina e coopera com outro; em que um choque entre os elementos só pode provir de um erro no planejamento ou na construção, de desatenção ou deficiência” (Bauman, 1998: 163). A aplicação da categoria cultura como meio de compreensão da funcionalidade do sistema é amplamente observável quando reportamo-nos a análises das normatizações em que cada indivíduo tem funções específicas definidas a partir de uma estrutura mecânica, um modelo de ordem concebido para a modernidade na qual a cultura tem, ou deveria ter, a função de estabelecer a ordem indispensável à auto-reprodução do sistema. A cultura seria, portanto, um “dispositivo de antialeatoriedade, um esforço para estabelecer e manter a ordem; como numa guerra contínua contra a aleatoriedade e esse caos que a ocasiona. Na luta eterna entre ordem e caos, o lugar da cultura é inequivocadamente ao lado da ordem” (Bauman, 1998: 164). Diante da incoerência das normas, da multiplicidade de produtos culturais “sem uso óbvio para o

sistema”, da efemeridade, superficialidade e fractalidade das relações sociais e comportamentais, teríamos um quadro de profundo caos e perda dos referenciais que determinavam os rumos da sociedade como um todo. Desta maneira tendemos a conferir à atualidade a idéia de um conflito entre culturas, identificável pela dissociação entre paradigmas culturais institucionais clássicos – normativos –, e outro extraterritorial e transnacional, sem referência direta e objetiva às necessidades e funções específicas. Entretanto, ao simplesmente traduzirmos a atualidade a partir desta dicotomia, tendemos a referenciar os paradigmas culturais não clássicos ao caos, à desordem e, conseqüentemente, à formação de uma não identidade. Em vez de partirmos do princípio de uma crise cultural, sugerimos a suspensão da idéia de cultura como uma referência normativa *strictu sensu*, aproximando-nos da metáfora da *cooperativa de consumidores*, cunhada por Bauman, compreendendo o termo cultura como um produto também proveniente de escolhas arbitrárias e não normativas, que se constituem em paradigmas identitários, mesmo que transitórios, para a formação de aspectos das relações sociais contemporâneas.

No caso do Ceará e, mais especificamente, na Praia de Iracema, os processos de requalificação urbanística e social foram acompanhados de profundos antagonismos, cunhados sob diferentes perspectivas de desenvolvimento cultural que colocaram em crise as normatizações locais anteriores. À medida que o turismo passou a ser concebido como instrumento de desenvolvimento econômico e a cultura de mercado como a anti-inércia social, aceleraram-se as transformações espaciais e, com elas, a perda dos referenciais comunitários que

traduziam algumas relações de pertencimento local, sendo dinamicamente substituídas por estéticas universalizantes com significantes extraterritoriais e transnacionais voltados para o consumo. É neste sentido que a requalificação urbanística torna-se uma apropriação de significantes não mais institucionais, e sim de mercado, numa justaposição física entre o velho, tradição temporal, história; e o novo, mutante, presenteísta; justaposições físicas que procuraram anular os sentidos da história presentes em cada referencial identitário reconhecido a partir das normatizações constituídas pela comunidade anterior.

Da necessidade de instauração de novos paradigmas com o propósito de desenvolver uma cultura supersimbólica indutora de um olhar sobre Fortaleza, partiu a elaboração de uma estética universal operada para o mercado de significantes extraterritoriais e transnacionais de consumo, cuja interpretação por estes disposto independesse de uma cultura distinta do mercado. Somente a partir do desenvolvimento desta infra-estrutura de apoio é que o Ceará, na visão do Estado, poderá produzir o capital informacional necessário de modo a inserir-se no mercado econômico mundial. Neste sentido, os movimentos que se fizeram presentes no processo de turistificação da Praia de Iracema denotam todo um conjunto de medidas, inicialmente não normatizadas e posteriormente aviadas pelo poder público, que procuraram instaurar uma cultura supersimbólica de referenciais culturais ligados diretamente ao mercado.

Na intenção de compreender não só o processo de requalificação sócio-espacial da Praia de Iracema, mas também as políticas institucionais de construção de uma cultura supersimbólica

voltada para o desenvolvimento de uma classe consumidora e produtora de bens culturais de mercado; os movimentos sociais que colocaram em jogo os novos referenciais identitários; a elaboração de uma estética universal, é que dividimos este trabalho em três capítulos interrelacionados entre si, porém, sem a preocupação com a linearidade temporal dos fatos aqui apresentados.

No primeiro capítulo abordamos a Praia de Iracema em diferentes temporalidades, desde seus primeiros casarões em estilo eclético, que posteriormente tornaram-se paradigmas da modernidade supersimbólica promovida pelo Estado, passando pela Iracema dos movimentos artísticos e sociais, culminando nas normatizações concluídas pelo Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano de Fortaleza e Lei de Uso e Ocupação do Solo.

No segundo capítulo interessou-nos menos o *locus* de Iracema, como objeto específico, e sim as análises envolvendo a produção de uma estética universalizante, voltada para o mercado de consumo de bens culturais e a credibilidade outorgada aos novos referenciais identitários e de cidadania. Análises propostas sobre objetos diferenciados espaço-temporalmente, mas que figuram no universo das relações contemporâneas como *plazas* de celebração de segmentos sociais integrados às tecnologias comunicacionais extraterritoriais e transnacionais.

O terceiro e último capítulo faz uma análise pontual dos programas de desenvolvimento cultural propostos pelo Estado, na perspectiva de transformar a cidade de Fortaleza num grande centro

produtor de arte e cultura, com base na tecnologia, como um meio de constituir uma estética e simbolismo universais.

Capítulo 1: Memória, arte e cultura na Praia de Iracema

Dizem as más línguas que o
continente americano emergiu da
barbárie apenas para entrar em
decadência, sem, no meio tempo,
ter tido contato com a cultura.
Talvez se possa dizer o mesmo
das cidades do Novo Mundo,
que parecem desmoronar antes
de começar a envelhecer.

(Claude Lévy-Strauss)

A Praia de Iracema, praia de todos os amores, já foi um dos centros turísticos mais badalados de Fortaleza. Como espaço turístico teve seu auge entre os últimos anos de 1980 até meados da década de 1990; por volta de 1997/1998, já começava a apresentar sinais de decadência, o que significa dizer que a elite saía em busca de outros ares na cidade. Em 1998 é inaugurado o Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura com a proposta de requalificar a Praia. Em vez disso, o Centro enterrou de vez aquele espaço dominado por um novo público que, dos subúrbios distantes e carentes, para lá acorriam em busca de prazer, dólar e uma oportunidade de ver-se livre, bem longe, lá nas terras d'além mar.

Durante seu auge turístico, momento em que a população da cidade, principalmente os mais jovens de Fortaleza, fervilhava nas dezenas de bares e *boites* ali instalados, a Praia de Iracema foi palco de um fenômeno que transcende quaisquer territorialidades circunscritas nos espaços da regionalidade cultural. Uma mudança nos parâmetros

culturais: as relações sociais ali estabelecidas marcaram um novo tempo não somente cultural mas, sobretudo, de produção identitária que tinha em comum traços menos de uma cultura clássica que do mercado. Uma forma de sociabilidade instaurada sobre bases sígnicas geradas pela indústria da produção de bens de consumo não duráveis, voltada para a atração do capital estrangeiro que teve no Governo das Mudanças (1987-1990) o principal incentivador.

Neste capítulo, procuraremos abordar essas transformações de público e de relações de pertencimento ao lugar, contemplando como pano de fundo as lutas de patrimonialização, da arte como expressão na defesa dos direitos e da cidadania. Para termos uma noção do ambiente cultural e social da Praia de Iracema, durante o período de efervescência daquele espaço como maior ponto de concentração urbana de Fortaleza, é necessário voltar um pouco no tempo, na tentativa reconstruir os percalços de uma trajetória de conflitos que marcou o debutar do Estado no cenário econômico internacional.

Como para situar o leitor deste trabalho, achamos por bem voltar mais ainda no tempo. Retornar ao início da Praia do Peixe, Dos Amores, De Iracema e reconhecer nela seus primeiros personagens do mundo “civilizado” que fizeram desta o símbolo de uma boemia poética, cidadã e audaciosa, como um dia deixou-se registrar nos escritos da mídia local.

A Iracema do Mar

Adeus Praia de Iracema

Adeus, adeus
Só o nome ficou
Adeus Praia de Iracema
Praia dos amores
Que o mar carregou
Quando a lua te procura
Também sinto saudades
Do tempo que passou
De um casal apaixonado
Entre beijos e abraços
Que tanta coisa jurou
Mas a causa do fracasso
Foi o mar enciumado
Que da praia se vingou

(Luis Assumpção)

Domingo tem festa no palacete do coronel José Porto, mas não é forró (*for all*), e somente poucos são convidados. Na verdade, só os mais afortunados, pelo prestígio social ou pela beleza nativa, apreciarão a estrela do teatro rebolado Zilah Fonseca e a nudista Luz Del Fuego em ruidosa apresentação no *United States of Officers* (clube de Oficiais Americanos).

Comerciante de couros vindo do Recife, o coronel José Porto planejou e ergueu em 1926, em meio à pequena vila de pescadores, o seu palacete de mistura barroco-colonial. Inaugurava-se a Vila Morena, uma das primeiras construções de porte erguida na então denominada Praia do Peixe que, posteriormente, passaram a ser procuradas por outras tantas famílias tradicionais como Gentis, Cals, Guimarães e Parentes, atraídos pela beleza do lugar e pelas possibilidades acenadas com a inauguração da Ponte dos Ingleses - iniciada em 1917 - que iria funcionar como

entreposto de desembarque marítimo para os navios que, carregados de produtos provenientes principalmente da Inglaterra e França, abasteceriam a cidade com mantimentos e com a última moda européia.

Às famílias ilustres juntaram-se personagens do lugarejo que ajudaram a fazer a história da pequena vila de pescadores como o senhor José Ferreira Lima, o “Seu Catolé”, morador mais antigo da praia, que trabalhou na construção da Ponte dos Ingleses e, segundo ele, “já salvou pra mais de 59 de morrer ali perto da ponte ou cortadas nas longarinas”⁴. Também o jovem Zairton que em 1944, aos 23 anos de idade, instalou o Balneário Gruta da Praia, num pronto desacato ao pai que via no lugar a “jogatina de caipira, pinga e facada de pescador”⁵. Entretanto, o velho pai de Zairton não percebia as transformações já maestradas na Praia de Iracema, rebatizada pelos moradores numa homenagem à mais ilustre personagem de José de Alencar. Parece mesmo que a parteira cortou e jogou o umbigo do rapaz na Praia de Iracema, pois, junto ao Balneário já somavam-se o Clube da Praia, AABB, Ideal, América, Ceará e, no lugar de jangadeiros e casebres de palha, as mais abastadas famílias fortalezenses e seus palacetes de arquitetura eclética.

A guerra em curso na Europa chega ao Ceará e com ela os americanos instalados na base aérea do *Paused Camp* (PC), com seus jipes de guerra, sua estatura descomunal e sua cor branca e pálida para a gente do lugar. A imagem de paraíso tropical propagada nas canções de Carmen Miranda - como no filme de estréia em Hollywood,

⁴ Jornal O Povo, 03 de junho de 1984, p. 23.

⁵ Ibidem, p.23.

Down Argentine Way (Serenata Tropical, 1940) no qual a mesma entoava, na sua voz de mezzo soprano, as canções *South América Way*, *Bambu Bambu* e a marcha de carnaval *Mamãe eu Quero* -, veio juntar-se à suntuosidade do palacete e a bucolidade característica de uma vila de pescadores fazendo com que a Vila Morena fosse eleita como o clube oficial dos americanos em Fortaleza, *United States Officers* (USO), um local para o lazer e deleite longe do PC, no extremo da cidade.

O período de guerra marcava também o fim da Ponte dos Ingleses; tinha seus dias contados de entreposto comercial como porto para embarcações carregadas de produtos europeus. Um novo porto, maior e mais equipado, estava ficando pronto ao leste de Fortaleza, lá no Mucuripe. Nele estavam depositadas as mais novas esperanças de progresso da cidade. Mais tranqüilidade pelo pouco movimento do porto, quebrada a monotonia pelo vai e vem dos jipes a transportar autoridades locais e patenteados estrangeiros, a Praia de Iracema experimentava novos produtos chegados não pela Ponte dos Ingleses – Metálica, como é mais conhecida - mas nos jipões de guerra americanos. Eram chicletes, cigarros de maço, *whisky*, enlatados e, principalmente, coca-cola. Como em outros portos brasileiros, os produtos americanos tornaram-se objeto de desejo e uma febre geral. Entraram no Brasil trazendo consigo a marca do “progresso”, da “civilização” tão almejada. Reproduziram-se no imaginário local, transferindo o centro das atenções da Europa para os Estados Unidos. Entretanto, em Fortaleza e precisamente na Praia de Iracema, eles trouxeram consigo mais que a marca de “progresso”, mais que um referencial de “civilidade”.

Os americanos trataram de aproveitar bastante o paraíso tropical com seus botes super equipados, material de pesca e, o mais importante, dólares. Lançavam-se ao mar com “Seu Catolé” e só voltavam quando fartos de comer e beber suas “coca-colas” e demais iguarias. Vez por outra transformavam a bucólica praia e o seu ritmo lento do pescador quando está fora do mar, com grandes e tumultuosas festas. Os shows eram notícia que corria de boca em boca causando *frisson* pela oportunidade única de ver e ouvir de perto o ídolo do rádio ou da revista. E nisso a concorrência tornava acirrados os ânimos das moçoilas do lugar que competiam entre si na atenção dos robustos americanos. Estes, longe dos fuzis, desmanchavam-se em sorrisos intercalados por bolas de tuti-fruti e baforadas de seus cigarros industrializados.

Longe das festas que ficaram conhecidas no Nordeste como forró, na verdade *for all*, as promovidas pelo USO eram, no geral, restritas aos americanos e alguns convidados brasileiros. A elite era, logicamente, a que mais tinha acesso à hospitalidade promovida pelos ilustres visitantes. Muitas jovens do lugar, entretanto, disputadas as devidas atenções, chegaram a fazer parte do seleto grupo de freqüentadores do USO: filhas de famílias humildes, em sua maioria pescadores que sobreviviam da própria atividade sem, contudo, usufruir de quaisquer luxos ou regalias. Outras, como as imaculadas filhas da sociedade cearense sonhavam com as maravilhas de um mundo distante e que ali, tão próximo, tão evidente na sua diferença, fazia-se real e por que não palpável?

A proximidade física deixava cada vez mais clara a diferença cultural. A maioria dos que ali nasceram também eram filhos de pescadores que, em outros tempos, também garantiam o seu dia-a-dia no ir e vir dos mares, que nada ou quase nada permite à economia para além da próxima labuta. Das famílias abastadas vinha o sonho do progresso despertado pela nova economia reafirmada na industrialização decorrente do desenvolvimento bélico. Famílias numerosas, acostumadas ao movimento lento do tempo predominante na mesmice do lugar e afeitas ao rigor dos afazeres do homem e da mulher casada, garantiam a continuidade lenta do tempo na vigília regrada sobre as filhas ainda moças. Mas a possibilidade de ter e vivenciar o “progresso” em mãos e o *status* garantido pela companhia do Tio Sam falaram mais alto, mas não tão alto quanto já supunha a gente da bucólica vila.

Das festas muito se lembra das risadas largas e altas, como confere “Seu Catolé” e Zairton, embaladas pela embriaguez despudorada que as garrafas de *whisky*, presente do presidente Roosevelt na sua política bélica de oferecer aos “bravos soldados americanos” um pouco de *your home away from home*, proporcionavam. Muito se lembra também das discussões e brigas presenciadas pelos vizinhos quando o pai ou um filho homem descobria que uma da prole havia sido convidada a agraciar as festas com a sua presença. Muito se lembra das risadas malinas bisbilhotadas através do muro baixo do palacete onde moçoilas, sentadas no colo dos oficiais, deliciavam-se com a bebida escura que fazia lacrimar os olhos, felizes por serem eleitas para o seletto clube.

A guerra se foi e com ela os americanos. No palacete da família Porto, gravada no galpão que ainda hoje enfeita a Vila Morena,

ficaram as lembranças de uma sociabilidade ironicamente possibilitada pela guerra; uns tantos números de histórias que os pescadores trataram de reorganizar; e outros sem números de coca-colas barrigudas, como assim ficaram conhecidas as moçoilas filhas da vila que sonharam um dia com o “progresso” vomitado pelos navios de guerra aportados nas bandas do Ceará. A maioria destas moças foram encaminhadas ao Bom Pastor, nas escritas divinas e de rigorosas disciplinas a ensinar o “bom caminho” às novas filhas salesianas e seus rebentos mestiços marca multinacional do encontro. Deixaram também o bordão “aí da base” inventado e ensaiado pela boca nativa, o “Cordão das Coca-colas” – bloco de travestis que desfilou durante muito tempo no carnaval de rua da cidade -⁶.

O fim da guerra marcou também a inauguração do novo Porto de Fortaleza, era mais uma vez o “progresso” que acenava para cidade e, desta vez, para ficar. Mas o novo, ao que parece, não convive em harmonia com o antigo e o aterro executado no litoral leste para a construção do Porto do Mucuripe fez rebentar o mar na Praia de Iracema levando consigo as construções erguidas nas primeiras duas quadras. Seus proprietários e outros tantos buscaram bairros mais modernos e distantes, levando nas malas os benefícios que uma vizinhança abastada e poderosa pode dispor. A maioria das famílias mais pobres buscou abrigo morro acima, no Meireles, que hoje forma um entrelaçado de pequenas vielas e casebres rasgados por espigões de concreto. Foi-se também o Balneário Gruta da Praia hoje transformado numa pequena bodega que abriga, ao mesmo tempo, a família de Zairton e as lembranças cravadas nos objetos resgatados de um tempo que o mar levou. Restou o *Adeus à*

⁶ Ibidem, p. 23.

Praia de Iracema, adeus de Luis Assumpção que ainda hoje entoa as violas e os olhares perdidos dos velhos cancioneros.

A Iracema da Arte

A praia, sacrificada pelo mar, sobreviveu. Atraiu novos amantes para a sua areia cor de gema, não uma elite econômica, esta fora fixar residência nos espigões de última moda arquitetônica da Beira-Mar e Aldeota. Por lá permaneceu a gente simples do lugar, reutilizando as moradias, num contexto de habitação e atividades de subsistência com pequenos comércios, que atendiam à comunidade local.

Aos poucos, após a investida do mar, um outro público atraído pela bucolidade de um bairro histórico e de proximidade marítima, foi juntar-se à pequena e pobre comunidade local. Iracema tornara-se reduto da intelectualidade fortalezense, inspiração para os poetas e artistas plásticos que viram nos velhos casebres e palacetes de outrora a liberdade para criar e viver no espaço que se tornara depositário da memória histórica e cultural de Fortaleza.

As ruas estreitas e sem asfalto expunham uma arquitetura de estilo variado denotando a influência de épocas passadas, os casebres de taipa e alvenaria, colados uns aos outros, dividiam espaço com os casarões, remanescentes das décadas de 1920 e 1930, de uma efêmera elite veranista. Sob o ponto de vista de um contemporâneo de 1984, a Praia de Iracema “é o bairro em que o tempo ainda guarda a memória nas

paredes antigas das construções, nas pequenas ruas e calçadas, onde a beleza encontra harmonia e paz”⁷. Tem resistido também à especulação imobiliária que avança pela beira-mar, alimentando a voracidade do Mercado. A praia, após a investida do mar bravio, ganhou reforço em sua orla, onde montanhas de pedra foram colocadas à beira-mar e mar adentro, na tentativa de conter a fúria que há algumas décadas fez ruir o sonho do “progresso”, onde “o sacrifício desta praia serviu somente para que canções nascessem da saudade de suas areias”⁸.

As pedras alocadas na praia, para conter o avanço do mar, formaram uma bancada que acabou por transformar parte da orla da Praia de Iracema numa represa de água salgada. A “piscininha”, como passou a ser designada pelos moradores, logo virou ponto de encontro e de lazer para toda a comunidade. Recebendo na maré alta, acolhendo indiscriminadamente a comunidade, aquela transformou-se num espaço de lazer gratuito que fortalecia os laços estabelecidos na multiplicidade social presente na Praia de Iracema.

Porém, uma nova ordem de progresso surgiu explicitada nas paredes e calçadas que perfilam o bairro, nas pedras cuja função prática de resistência ganharam sorrisos, dentes e cores nas mãos dos artistas fazendo daquele a tela de exposição de seus desejos, alegrias e tristezas. Uma idéia de progresso associada à cidadania exercida como forma de preservação e melhoria da qualidade de vida urbana. Novos e antigos moradores, usando cada centímetro daquele espaço,

⁷ Jornal O Povo, 25 de maio de 1984, p. 17.

⁸ Ibidem, p.17.

repetiram velhas histórias, como a das Coca-Colas, revividas no mesmo lugar que abrigou o Clube dos Oficiais Americanos durante a segunda guerra. As paredes da velha Vila Morena resistiram à fúria do mar ajudando a perpetuar o clima das primeiras festas brindadas com sotaque estrangeiro, ganhando cores e novos sons das cordas dos violões que às tardes e noites reunia os amantes do bairro. É lá, no restaurante e bar Estoril, nome dado por Zé Pequeno – arrendatário do antigo casarão dos Porto – que os grupos de poetas e outros tantos artistas construíram os versos e as imagens que, transformados em murais, foram expostos nas paredes das ruas do lugar.

O bairro mudara pouquíssimo desde o referencial de 1940. Nas lembranças de Hélio Rola, até a década de 1980 pode-se observar a mesma economia de subsistência que aloca moradia e trabalho num único espaço, acrescentando-se, porém, um elemento intelectual e social que torna distante a realidade de décadas atrás.

Entre uma ponte e outra tinha uma areia muito longa que se jogava futebol por ali. Um bairro classe média, também com uma pobreza na borda do mar. (...)Então a vida era assim, tinham umas pessoas muito modestas que trabalhavam, faziam uns biscates ali. Tinha a praia que não era poluída, uma boemia mesmo de alguns botecos e tal, isso era coisa de fim-de-semana e coisa diária era o Estoril, né? Vamos dizer assim, o Estoril seria a alma mater dessa boemia, dos poetas que estão aí na cidade, poetas e cantores e tal.⁹

A valorização da orla pelo mercado imobiliário, impulsionando a demanda por novos espaços de entretenimento e lazer,

⁹ Hélio Rola, entrevista realizada em 27 de fevereiro de 2002.

começou a avançar para os rumos oeste da cidade, lugar cuja infraestrutura garantia certo desenvolvimento social e econômico a baixos custos. A Praia de Iracema, estrategicamente situada entre o Centro e a Aldeota, torna-se objeto desejável para o mercado e desperta, ao mesmo tempo, o medo de que aconteça o mesmo que na Beira-Mar. Surgem, então, organizações em defesa da Praia de Iracema, que nos anos subseqüentes dariam o tom a movimentos sociais explorados contraditoriamente pela mídia local. Diante dos problemas que a comunidade prevê com a desregulamentação de seu cotidiano, os moradores organizam-se formando uma frente de debates e de ações, criando em junho de 1984 a Associação dos Moradores da Praia de Iracema (AMPI), com a finalidade de defender os interesses comuns aos moradores da litorânea.

*Segundo os Estatutos da Associação, sua finalidade é organizar os moradores do bairro com vistas à defesa de seus interesses e reivindicar, junto aos poderes públicos, a execução de medidas que lhes assegure a satisfação de suas necessidades fundamentais de modo a garantir uma melhor qualidade de vida. São também finalidades da entidade promover atividades para divulgar informações úteis sobre saúde, educação, habitação, urbanismo, segurança pública, lazer e todos os outros aspectos da vida da população, através de cursos, palestras, boletins, atividades artísticas e recreativas e promover a pesquisa dos reais problemas do bairro para elaboração de planos de urbanização e serviços que melhor convenham aos interesses da população, entre outros.*¹⁰

Assim como todas as Associações, a AMPI tornou-se um meio organizado de pressão social sobre o exercício das políticas públicas pensadas para a localidade. Um órgão fiscalizador e administrativo que viria a ser uma das principais barreiras à expansão comercial e turística,

¹⁰ Jornal Diário do nordeste, 16 de julho de 1984, p. 9.

que aos poucos se instalava nas ruas da boêmia Praia de Iracema. Entretanto, a luta pela preservação do bairro não nasceu com a criação da Associação. Fortaleceu-se com esta, devido ao seu caráter institucional, que abriu precedentes jurídicos na luta pelos direitos do cidadão e pela consolidação da Praia como Patrimônio Histórico e Cultural. As primeiras tentativas de preservação do bairro distam de 1981, mas apesar de incluírem a idéia de transformação da Praia de Iracema em Patrimônio Cultural, as reivindicações recorrem à necessidade de melhorias infra-estruturais, reivindicação similar a de tantos outros bairros da cidade. Sem saneamento adequado e o descaso das autoridades no que diz respeito à urbanização do lugar, as reivindicações demandam a recuperação e melhoria do sistema básico de saneamento, limpeza e esgoto, tráfego e iluminação. São problemas infra-estruturais, que se mantêm em pauta até os dias de hoje, mas que por longos dez anos (1984 - 1994), pouco tempo após a criação da AMPI, tornaram-se secundários nas atas das conflituosas reuniões.

Lúcia Penaforte fez um histórico de toda a luta dos moradores junto à administração municipal para aprovação dos pleitos. A primeira tentativa ocorreu em junho de 1981, com documento encaminhado ao então prefeito Lúcio Alcântara, contendo solicitações como reconhecimento do bairro como Patrimônio Cultural e Sentimental da cidade; recuperação das calçadas e ruas em estado precário; despoluição e limpeza das praias; serviços regulares de limpeza; proibição do tráfego de veículos pesados pelas ruas do bairro; impedir o tráfego de veículos em alta velocidade; e arborização e iluminação das ruas.¹¹

¹¹ Ibidem, p. 9.

Até o ano de 1984 a Praia de Iracema esteve classificada como Zona Especial (ZE-7)¹². Este tipo de zoneamento permite o funcionamento de restaurantes, hotéis, clubes e casas de show, definindo o bairro como espaço de renovação urbana, com incentivo aos usos do lazer, do comércio e do turismo. Entretanto, apesar do tipo de zoneamento, no bairro predominavam construções residenciais, algumas das décadas de 1920 e 1930, salvo um ou outro comércio de miudezas e uns poucos restaurantes. Com o tipo de zoneamento incompatível com a riqueza da praia, um dos poucos lugares da cidade que ainda mantinham de pé e de forma funcional as poucas construções do início do século, esta manteve-se preservada somente até os primeiros anos de 1980. Uma preservação deficiente e dispersa, melhor observável a partir das relações existentes entre a comunidade e a forma de usufruto do bairro, com laços de solidariedade e de identificação entre os moradores e a esfera pública local, do que em relação à atuação dos poderes públicos. A Praia de Iracema nunca chegou a ser tombada por nenhum órgão governamental e, como tal, as características originais de suas construções puderam ser mantidas (sem nunca serem preservadas) pelo fato de funcionarem como residências e, em muito, pelos movimentos artísticos, de moradores e simpatizantes do bairro, os quais passaram a assumir a responsabilidade pela guarda e manutenção de seu patrimônio histórico e cultural.

O movimento em torno da preservação da Praia de Iracema como Patrimônio Histórico e Cultural aos poucos foi ganhando adeptos dos mais variados segmentos sociais da cidade.

¹² FORTALEZA. Lei n.º 5122-A, de 13 de maio de 1979, Art. 27 e 28.

A preservação da Praia de Iracema foi o motivo para o encontro de vários escritores, artistas, poetas, compositores, políticos, jornalistas e intelectuais, ocorrido na última sexta-feira, na residência do poeta José Alcides Pinto. Na ocasião, foi assinado um Manifesto contra a descaracterização que se efetiva naquele birro histórico, principalmente agora, com a ameaça de construção de um edifício de 18 andares, onde antes funcionava o antigo Restaurante Lido.

*Conscientes da necessidade de uma luta acirrada contra mais um ato de desrespeito à memória da cidade, os manifestantes comprometeram-se a unir esforços para que toda a população de Fortaleza também se sensibilize e se incorpore à luta. A iniciativa visa prestar solidariedade aos moradores da Praia de Iracema que se encontram ameaçados pela especulação imobiliária.*¹³

Une-se à necessidade de melhorar as condições de vida, com melhor infra-estrutura de serviços, a valorização e perpetuação da cultura vivenciada em cada história, em cada morador, nas lendas vivas em seus constantes trânsitos entre a praia, os bancos embaixo das árvores, a “piscininha” e as violas que ressoam lamentosas de grandes amores. O Estoril, toscamente em pé, impõe-se como prova de formas de vida passadas ao longo dos anos e das mortes contidas nas lembranças de suas inúmeras imagens congeladas em gravuras e fotografias e nas vozes, hora recitadas, hora entoadas, mas sempre compassadas em ritmos noturnos dos jovens e velhos boêmios.

O Estoril tornara-se símbolo de um passado eternamente jovial, uma exceção às inconstâncias dos pontos de encontro das gerações etílicas da cidade de Fortaleza. O velho Estoril, por sua comida barata, inclusive e, por vezes, ao sabor mesclado deste blatídeo; por suas paredes úmidas e deterioradas; por sua cerveja quente servida por garçons tão simpáticos quanto as picadas de insetos sentidas ao cair da noite. Na verdade não se sabe ao certo, como ele conseguia unir distintas gerações

¹³ Jornal O Povo, 05 de junho de 1984, p. 13.

de hábitos mais distintos ainda em seu alpendre aos fins de tarde. Das prostitutas do lugar às levadas de surfistas, intelectuais, maconheiros, arquitetos e artistas e, que dirá, políticos, o Estoril era a *maison* familiar para onde todos se dirigiam.

O Estoril, restaurante que reúne poetas, seresteiros, intelectuais e os amantes da boemia, sustenta na sua construção um pouco da história de Fortaleza. As madrugadas nas vozes de compositores ou no som mágico de um violão sempre perseguidas pelos que lá desejam falar de amores perdidos ou mesmo permanecer solitários com uma dor.¹⁴

Funcionando como um QG de artistas, intelectuais, boêmios e outras tribos mundanas, o Estoril “é alçado à condição de ícone da causa preservacionista da Praia de Iracema” (Schramm, 2001: 114), renovando-se como espaço de boemia e de debates de temas que vão desde a política em questão à própria Praia, abrigando uma comunidade boêmia que utiliza a arte na recriação do que é público.

Arte cearense vive nas paredes do bairro, nas pinturas, nos desenhos de traços ainda primitivos ou mesmo de uma concepção mais elaborada, através da iniciativa espontânea de artistas. Poemas rápidos são riscados com tinta e carvão, abrindo painéis coloridos, expressando recados de amor, desejos, denúncias ou exaltação ao corpo de uma mulher.¹⁵

Como parte do movimento para a preservação da Praia, os artistas plásticos Hélio Rola e Efímia Rola, fazendo frente ao hábito de colocar lixo ao pé do muro dos terrenos baldios, começaram a caiar e a colorir as paredes do bairro com múltiplas temáticas, que chegavam a durar poucos dias, sendo logo em seguida, depredado pela população. O

¹⁴ Jornal O Povo, 25 de maio de 1984, p. 17.

¹⁵ Ibidem, p. 17.

fato despertava ciclicamente novos interesses na melhoria da qualidade de vida no bairro, fazendo com que os moradores, artistas e simpatizantes ampliassem o debate na ação de defesa do espaço público da Praia de Iracema.

A atitude pegou e logo virou moda. O bairro ampliou-se como tela nos pincéis e *sprays* dos iracemitas, expressão criada por Hélio para designar “os seres especiais que povoam o bairro”. A idéia de fazer da Praia de Iracema um espaço preservado para o deleite da cultura, da história, da arte e da boemia atraiu outras instituições e partidos políticos, como o Partido Verde, que aderiu ao movimento de arte em muros fazendo deste uma nova forma de campanha política. Através dos murais e de discussões públicas “(...)os ecologistas tentam colocar a problemática do lixo às populações, aproveitando para debater também sobre sistema político e econômico(...)”¹⁶. Com o apoio partidário, o movimento tornara-se mais forte e organizado, “tentando colocar a pessoa como um agente político dela mesma e a comunidade como autogestora de seus interesses, de seu destino”¹⁷, com ações políticas em defesa da própria comunidade e de seu meio ambiente.

(...) A PRAIA DE IRACEMA, história concretizada em natureza, pessoas, ruas e edifícios, recusa-se, através de seus moradores e frequentadores, a assistir impávida a sua descaracterização e a apropriação de seus “encantos” por “alienígenas” aos mistérios de seu traçado e a sua resistência ao capital especulador. (...) É chegada a “Hora de Tomar Partido”. Eis o Maceió, Iracema e o Cocó, esteios da resistência pacífica aos “oligarcas do capital”, com seus “lucros de pirro”, traindo a Vida por um

¹⁶ Jornal O Povo, 05 de setembro de 1984, p. 3.

¹⁷ João Saraiva. Ibidem, p. 3.

*punhado de moedas. De que lado você está? O sangue do povo também passa por estes rios e ruas. Participe!*¹⁸

O debate se fortaleceu concentrando-se no objetivo de preservar “o último reduto da cidade que o progresso ainda não determinou à morte”¹⁹, um “progresso” que seguia associado à especulação imobiliária, como já observado na extensão leste da cidade de Fortaleza. Preservação transformou-se em palavra de ordem, inspirando a criação do “Manifesto em Defesa da Praia de Iracema” numa ação de luta pela memória histórica e cultural resguardada nas imagens concretas do lugar, salientando a necessidade da união de forças contra a descaracterização que estava se efetivando em função do “progresso” da cidade de Fortaleza.

Praia de Iracema. Ruas quietas. Ruas calmas com esta vaga pacificação dos subúrbios que acalma o coração da gente.

Praia de Iracema. Pouco a pouco desfigurada, sua face modificada, violentada pela incompreensão, pela insensibilidade e pela ganância dos homens.

Até quando seremos olímpicamente indiferentes aos nossos mais significativos monumentos? Até quando permitiremos esta continuada destruição de nossa memória coletiva?

*A Praia de Iracema nunca foi e nunca será um problema sentimental de pequenos grupos românticos de intelectuais, artistas e outros animais da nossa fauna e flora boêmia. A desfiguração da Praia de Iracema é um problema de todo o povo cearense no sentido de que ela guarda, em suas ruas estreitas e pacatas, o retrato de uma Fortaleza antiga que está sendo assassinada dia-a-dia pelos donos da vida e do mundo.(...) Quem pode comprar a beleza? Não. Ninguém pode comprar a beleza. Mas se pode destruí-la ou transformá-la em cortiço de poucos semideuses com pés de barro.*²⁰

¹⁸ Trecho da Carta à População de Fortaleza. Partido Verde (FORTALEZA NOSSA). Fortaleza, Ceará. Sem data.

¹⁹ Jornal O Povo, 25 de maio de 1984, p. 17.

²⁰ Jornal O Povo, 05 de junho de 1984, p. 13.

A arte tornou-se o principal meio de luta, virou notícia nos principais veículos de comunicação, num embate de forças declaradas contra empresários do ramo imobiliário e afins. A arte pintada, a matéria jornalística, o poema citado firmavam-se contra uma idéia de “progresso” sem memória, numa referência constante ao bucolismo de um lugar e à forma de vida em harmonia com a natureza no espaço urbano. Memória, cidade/arte e qualidade de vida formaram os ingredientes do progresso que se pretendia instaurar num bairro cuja “tranqüilidade das ruas, batizadas com nomes indígenas, não pode ser violentada pela ânsia de especuladores que não respeitam a própria história de uma cidade”²¹.

Aproveitando a greve que se estendeu por meses na Universidade Federal do Ceará, um grupo de estudantes e professores iniciou o mapeamento detalhado da área, objetivando a criação de um projeto de renovação que garantisse a manutenção daquele espaço, apoiado em duas razões: o aspecto histórico do bairro e a ventilação da cidade. De acordo com o grupo, a construção de grandes edificações verticais provocaria a destruição das moradias “razoavelmente equilibradas”²², devido ao aumento quase instantâneo da população, levando para a área uma quantidade de carros e negócios incompatíveis com a estrutura espacial do bairro. Além disso, a construção de paredões de concreto formados pelas edificações dificultaria a ventilação, que predomina no sentido mar/continente, provocando o aumento da temperatura nos bairros mais centrais da geografia da cidade, fazendo com que Fortaleza perdesse a brisa que em alguns meses do ano ameniza

²¹ Jornal O Povo, 25 de maio de 1984, p. 17.

²² Lemenhe, coordenador do projeto de renovação do bairro Praia de Iracema. In: Jornal O Povo, 03 de junho de 1984, p. 23.

o temido calor provocado pela estiagem que caracteriza o Nordeste. A mesma brisa rememorada pelos *vivans* da Praça do Ferreira a apreciar a intimidade feminina surpreendida pelo vento rasteiro a levantar saias ruborizando mulheres e enrugando rostos ao sabor do sorriso duma platéia sempre atenta a essas sutilezas.

Na Semana do Meio Ambiente de junho de 1984, o debate sobre a conveniência de se abrir precedentes para a construção de edificações na Praia, considerada pela opinião pública como um bairro histórico, estabelece duas posições em que “de um lado pesa os interesses do ‘progresso’ e da especulação imobiliária, de outro as razões dos que lutam para preservar a memória de nossa gente e a vida comunitária de um bairro residencial”²³. Mais uma vez o “progresso” é percebido sob o prisma da descaracterização e da perda da qualidade de vida promovidas pelo avanço do mercado.

Iracema, o tempo em ti custou a passar, congelou-se feito uma fotografia que nos permite resgatar a memória do que foste e do que fomos e da maneira como haveremos de ser. Seremos? Haverá em nós essa capacidade de renúncia, esta descoberta da humildade de aprender para não errar os caminhos do futuro? Mas que futuro teremos nós, cidadãos desta metrópole cruel, loba faminta que devora os próprios filhos?

*Assim te vemos Iracema. Juncada de edificios enormes, elefantes lançados em nossa praça poética por qual circo? E nós, que somos nós? Simples palhaços ou platéia emudecida em torno do picadeiro armado em nossa praia? Quem maneja os cordéis que armam a lona deste circo? Quem são os donos? Os mesmos donos da vida, aqueles que nunca comeram da banda podre; aqueles que amam o equilíbrio, odeiam a poesia e esmagam com infinito prazer as pálidas flores da beleza plantadas em nosso mar, em nossas costas.*²⁴

²³ Ibidem, p. 21.

²⁴ Jornal O Povo, 05 de junho de 1984, p. 13.

O precedente para a especulação imobiliária foi aberto pela autorização da construção de um edifício de 18 andares no local do restaurante Lido, um dos mais antigos da cidade, sobre o perímetro praieiro e em meio às pequenas construções históricas. A possibilidade da construção de tal edificação foi sentida de maneira diversa pela população que, de acordo com o jornal da época, observou:

a resistência quase idealista dos intelectuais e antigos moradores, a incredulidade das pessoas comuns e o oportunismo de muitos que querem ver valorizadas as suas posses com a chegada do 'progresso'. Para estes o projeto de restauração do bairro é inviável, porque simplesmente ele não presta à especulação imobiliária”²⁵.

“Progresso” associado à especulação imobiliária e à idéia de “modernidade” que se afirma a partir da substituição de formas de vida comunitária - com uso do espaço público integrando natureza/comunidade/arte/ memória -, por uma gerência voltada para a valorização de bens no mercado e, nessa questão, o mercado turístico encontra-se vinculado ao imobiliário.

Prevendo os problemas estruturais que viriam com as construções verticais, já observadas em outros bairros da cidade, iniciou-se uma série de debates na mídia. De um lado os defensores do patrimônio cultural e histórico, com a idéia de “progresso” baseada na preservação do lugar e na garantia da qualidade de vida cultural/urbana sem as amarras da indústria da cultura e do lazer. De outro, investidores, comerciantes, políticos e tantos críticos midiáticos exacerbando uma modernidade que precisa ser alcançada a qualquer custo, sob pena de

²⁵ Jornal O Povo, 03 de junho de 1984, p. 23.

verem relegadas ao atraso a economia, a sociedade e a cultura do Ceará. Modernidade, “progresso” sob uma ordem econômica global associada ao mercado de produção de bens culturais e de lazer.

A inserção mais ampla de Fortaleza no circuito turístico mundial, a partir de 1980, trouxe para a cidade uma série de mudanças impostas numa velocidade sem precedentes. Emendas nas leis municipais, mudanças de zoneamento, deslocamento de comunidades - dos espaços que foram reservados a grandes investimentos imobiliários - para subúrbios distantes e sem infra-estrutura básica, abertura de avenidas, asfalto na maioria das ruas, corte de árvores centenárias etc. Tais mudanças, em parte acompanhadas pela população sob organizações comunitárias, tornaram-se objeto de críticas mordazes como a testemunhada no Manifesto em Defesa da Praia de Iracema que personaliza Fortaleza como uma “Loba Faminta”:

Fortaleza precisa de ti, Iracema, és necessária à sua identidade, para fixação de suas raízes. Fortaleza cresceu depressa demais e, como um adolescente desesperado, às vezes desconhece os caminhos do próprio corpo.

*Assim é que Fortaleza cresce. Em movimentos desatinados, violentos, como quem ficasse grávida de repente e no mesmo instante da concepção, fosse forçada a parir monstruosas criaturas.*²⁶

E seguem as defesas na valorização de uma maneira de viver distanciada da especulação do mercado e mais humana, na qual “o bom é viver no meio de gente que se compreende. De gente, e de casa, e de rua, e de praia, e de mar, e de paisagem que se compreende (...) Aqui o sujeito sabe de onde vem e para onde vai, conhece as plantas, os pássaros e os

²⁶ Jornal O Povo, 05 de junho de 1984, p. 13.

peixes, se reconhece nas outras pessoas...”²⁷. Associa-se humanidade com uma forma de vida típica do interior, mais pacata e num tempo menos dinâmico e mais contemplativo, com forte apelo a uma territorialidade a qual concentra diversificados elementos a compor identidades.

Ali estão os bares mais tradicionais, onde há sempre a música popular, unida às artes plásticas, à literatura. Suas paredes e muros estão pintados pelos artistas anônimos, crianças e pintores símbolos da cidade. Os poetas também escrevem versos nos rebocos e o ar noturno é sempre cheio de sons.

*Um lugar como esse, de ruas estreitas, humanas como as do interior, onde mora a gente humilde e onde sonham tantos homens, só pode pulsar, realmente, como um coração.*²⁸

Vislumbra-se o fim de um espaço cuja qualidade de vida é associada antagonicamente ao “progresso” do cimento armado, do imposto cobrado na comercialização da beleza, da mesmice cultural. Uma qualidade de vida intimamente associada à identidade formada a partir de referenciais históricos e de pertencimento a um lugar definido geográfica e culturalmente.

*Sim, lotearam a beleza, erguerão dinossauros de concreto armado com olhos de vidro “Ray-ban” e porteiros (sic) armados à porta. Ficarásilhada, cercada, talvez se construam portões gigantescos em tua entrada e haveremos de pagar ingresso para te entrar, a ti que nos pertence tão intimamente como uma velha e confidente amiga, soberba namorada, lasciva amante, doce mãe salitrosa de tantos corações sonhadores e rebeldes.(...) Assim te vemos Iracema. Juncada de edifícios enormes, elefantes lançados em nossa praça poética por qual circo?”*²⁹

²⁷ Jornal O Povo, 03 de junho de 1984, p. 23.

²⁸ Roberto Pontes. In: Jornal O Povo, 25 de maio de 1984, p.17.

²⁹ Jornal O Povo, 05 de junho de 1984, p. 13.

A Praia de Iracema é compreendida como um paraíso onírico que deve ser preservado e protegido contra o pesadelo que se encontra fora da poesia, do tempo regrado do capital, da identidade reconhecida para além da última moda. O “progresso” do concreto armado incita o medo já experimentado da perda. Ela resiste ao medo na poesia do seu espaço “como a própria esperança indicando que o sonho não pode ser destruído”³⁰ e, contra ele, percebe-se um choro nas vozes dos que sentem a ameaça que avança pouco sorrateira. Grita-se! “É bom que não venham acabar com a criação mágica do mar, da lua, da brisa dos poetas. É bom que a Praia de Iracema continue como está. (...) A Praia de Iracema é para quem guarda esses segredos, esses segredos de viver para sempre”³¹. Não é mais o mar que apavora. Do temor antes causado o mar tornara-se um aliado, a lua a proteger o testemunho que o tempo não é só o aqui e agora, o instantâneo, que há outras formas de vida, de relações que não somente do mercado.

A lua construiu com a presença do mar todas aquelas casas e ruas brancas. A lua e o mar um dia vão destruir tudo isto. É como se aquelas casas, ruas, bares (principalmente os bares) não estivessem precisado (sic) dos homens para ali existir. O território é realmente da lua e de seus filhos-amantes, os poetas e seus violões giratórios que criam fantasmas de encantamento. É bom que não venham acabar com a criação mágica do mar, da lua, da brisa e dos poetas. É bom que a Praia de Iracema continue como está. Um dos últimos lugares realmente lendários dessa cidade de trevas, onde existem coqueiros e pedras que sabem de tudo, e que a gente traduz o pensamento deles, mas só se alguma vez tiver amado ali, sobre a areia e apenas com o testemunho em espiral de todas as estrelas sobre o mar. A Praia de Iracema é para quem guarda esses segredos, esses segredos de viver para sempre. Não é para ser ultrajada por invasores. Ela é mãe de todos os

³⁰ Jornal O Povo, 25 de maio de 1984, p. 17.

³¹ Carlos Emílio Corrêa Lima. Ibidem, p. 17.

*pacíficos, de todos os artistas, é como uma pequena cidade-livre encravada no lugar mais luminoso da lua.*³²

A especulação imobiliária tornara-se objeto central nas discussões em torno da valorização espacial da Praia de Iracema. Para alguns empresários interessados no poderio turístico local, a construção de novos edifícios promoveria o embelezamento e a valorização financeira do lugar com o desenvolvimento do comércio gerando novos e maiores recursos. Para muitos dos moradores a especulação imobiliária e o desenvolvimento comercial da área, sem o devido planejamento, seriam responsáveis pela queda na qualidade de vida e pelo fim da Praia de Iracema como um lugar de poesia e arte, no qual se podia viver em harmonia com a natureza no espaço urbano “um dos únicos lugares realmente lendários dessa cidade de trevas”. E é como “cidade das trevas”, “balneário de grã-finos”, “adolescente desesperado”, “metrópole cruel”, “loba faminta” que Fortaleza é exaltada na voz dos que defendem uma política de preservação da praia e de seu patrimônio histórico, sempre numa menção ao avanço do mercado sobre os diversos núcleos comunitários sufocados e despejados em nome do “progresso” e da “indústria cultural e turística”.

O medo da perda explode assim como avançam os espigões da Beira Mar, sem sutilezas e com vontade própria. Olhando para o passado, os moradores vêem o Castelo do Plácido, o Coreto, a Coluna da Hora, a Fênix Caixeiral, o Pavilhão Atlântico, o Cine Moderno, a Casa de Rodolpho Teóphilo, naquilo que restou de suas histórias: impressões altivas em velhas e amareladas fotografias, únicas recordações a reavivar

³² Carlos Emílio Corrêa Lima. In *Jornal O Povo*, 25 de maio de 1984, p. 17.

a memória cearense. A identidade territorializada, a custo mantida pela insistência de seres/cidadãos teimosos e audaciosos, novamente torna-se trêmula, fraca, pois, como questionar o “progresso”? Como explicar que velhas e decadentes formas arquitetônicas e arcaicas relações sociais possam crer-se símbolo do saber viver? Que memória é essa que se busca preservar sem nada trazer de imediato, de material, de reconhecimento exterior?

A Ponte Velha é o símbolo mais cruel de nossa lentamente assassinada memória histórica. De repente, quando abrimos os olhos para a importância de nossas lembranças nada mais existirá para ver cuidar. Tudo desaparecerá afogado na voragem dos poderosos.

Iracema querida, está morrendo como um doente anestesiado sobre o leito. Fostes ferida, apunhalada na calada da noite, atraçoada, vendida, leiloada, repartida em lotes, transformada num simplório balneário de grã-finos. E só poderemos te curtir aos pedacinhos, homeopaticamente, e quem sabe não pagaremos pedágio aos donos do mundo por ti: meia hora de Estoril, cinco minutos de mar, dez mil cruzeiros de lua, dois mil de areia, um instantinho de luar.³³

A Praia de Iracema é percebida como “humana”, “memória da cidade”, “história”, “identidade”, “poesia”, “reduto da fauna e flora boêmia”, uma “ilha de liberdade”. E contra a Fortaleza personificada na “Loba Faminta” explodem inflamados discursos nos jornais, na tentativa de fazer perceber a singularidade de um espaço diferente dos tantos já descaracterizados pelo “progresso”, singularidade que faz diferenciar os costumes, a história, gostos e prazeres. “Para o inferno com esse tipo de progresso que mata a beleza no coração dos homens, que torna cada

³³ Jornal O Povo, 05 de junho de 1984, p. 13.

homem num robô insensível, domesticável, padronizado, seriado, coisificado como uma cadeira ou laje de concreto.”³⁴

Iracema personifica o singular, a contradição, o tempo, a medida não prescrita pelo mercado, uma fonte de viver na qual a sensação de esgotamento é como a morte, posto que o fim de uma identidade consumada temporal e sensitivamente por uma aura que rege os nascidos no e para o lugar. É como se as paredes e ruas da pequena vila escondessem uma noção de ser que ao esvair-se torna torpe o sujeito que dela se nutre. Ela é símbolo, identidade, estética regida por instituições “arcaicas” a bem do mercado, da especulação, da “modernidade” sinônimo do “progresso” e, este, sinônimo do novo, do renovado, do mega e do efêmero.

Fruto das constantes e insistentes manifestações dos moradores, a efervescente campanha pela preservação da Praia de Iracema, desencadeada pela AMPI, incita uma série de medidas que começa a entrar nas pautas da Câmara e da Assembléia de Fortaleza.

*A sessão de ontem da Câmara Municipal foi dedicada exclusivamente a (sic) discussão dos problemas da Praia de Iracema, quando mais de uma dezena de moradores estiveram presentes para solicitar apoio dos vereadores de ambos partidos (PMDB e PDS). (...) Um a um pediram ao prefeito providências no sentido de sanar os problemas dos moradores que estão à mercê da especulação imobiliária.*³⁵

O objetivo era a modificação da Lei de Uso e Ocupação do Solo, em vigor desde 1979, quando, neste ano, recebeu sua última modificação na classificação do zoneamento urbano. Como já fora

³⁴ Ibidem, p. 13.

³⁵ Jornal Diário do Nordeste, 17 de agosto de 1984, p. 3. (grifo nosso)

salientado, a Lei n.º 5155-A de 13 de maio de 1979, classificava a Praia de Iracema como Zona Especial de Praia (ZE-7) com incentivo aos usos de hotelaria, casas de show, restaurantes, etc. em edificações de até 18 pavimentos.

Em 1984, o então vereador Samuel Braga, integrado aos movimentos de preservação do patrimônio histórico, cultural e ecológico da cidade, apresenta o Projeto de Lei n.º 004/84 pelo qual propõe a incorporação da Praia de Iracema à Zona de Renovação Urbana (ZE-2) em conformidade aos artigos 27 e 28 da Lei n.º 5122-A, para que Iracema possa ser “reconhecida como um bairro que necessita ser beneficiado por um reordenamento capaz de melhorar as condições de vida de seus moradores”³⁶. A idéia do projeto foi a transformação da Praia de Iracema em área de preservação urbanística impedindo a proliferação de grandes edificações verticais “numa região histórica de Fortaleza”³⁷.

O Projeto foi aprovado por unanimidade pela Câmara Municipal de Fortaleza, mas a sanção pelo prefeito César Cals Neto foi mediada por forte pressão tanto dos moradores quanto dos vereadores, que aprovaram um “voto de repúdio ao descaso da administração municipal em tratar dos problemas do bairro da Praia de Iracema”³⁸.

A transformação da Praia de Iracema em Zona de Renovação Urbana ia ao encontro das necessidades do setor imobiliário, com a demanda por áreas de lazer e espaço para novas construções crescendo a cada ano. À medida que a faixa litorânea passou a concentrar, a partir da década de 1960, edificações grandes e verticais para usufruto da elite

³⁶ Jornal O Povo, 05 de fevereiro de 1990, p.14

³⁷ Jornal O Povo, 24 de maio de 1984, p. N/E

³⁸ Jornal Diário do Nordeste, 17 de agosto de 1984, p. 3.

econômica, sobretudo no trecho entre o Meireles e o Mucuripe, antigas comunidades como a Praia de Iracema começaram a sofrer fortes intervenções do setor privado. Isto porque a Zona de Renovação Urbana, na forma prevista pelo Projeto de Lei, inibe tanto a construção de espigões quanto a destruição de edificações de caráter histórico, ou seja, o setor imobiliário deixaria de usufruir de parte considerável da Faixa de Praia, para onde seriam canalizados altos investimentos de forma a estender a ocupação já praticada no litoral leste da cidade.

*O incluso projeto de lei objetiva basicamente englobar a Praia de Iracema como Zona de Renovação Urbana – ZE-2, de modo a promover o aproveitamento do potencial paisagístico existente, proporcionando as condições mínimas para que seja preservado o patrimônio histórico-cultural e suas belezas arquitetônicas. (...) a medida vai ensejar ainda maior integração à Zona Central do litoral norte do município, barrando assim o processo de deteriorização que se desenvolve na área.*³⁹

A proposta era requalificar a Zona Central a partir da integração da Praia de Iracema formando um conjunto histórico para fazer prevalecer uma espécie de cinturão histórico-simbólico. Evitar que o Centro e a Zona Litorânea que ele engloba continuassem a perder seus símbolos de identidade, que a cada ano migravam para outros bairros da cidade em busca de áreas mais nobres como a Aldeota e zonas circunvizinhas, desertificando o bairro, que passava a ser subutilizado com atividades de baixa qualificação. Toda a Zona Central, com suas antigas construções, estaria integrada à Praia de Iracema transformando-se numa grande área patrimonial e histórica, facilitando assim a preservação das últimas edificações simbólicas da cidade.

³⁹ Samuel Braga. In: Jornal Diário do Nordeste, 30 de abril de 1984, p. 3.

Mais que isso, a idéia centrava-se na perspectiva de estender a “aura bucólica” concernente à produção identitária observável na comunidade da Praia de Iracema, de forma a promover o desenvolvimento da cultura cearense constituída historicamente pelos laços culturais familiares à Fortaleza.

O Projeto de Lei previa também a extinção gradativa das atividades incompatíveis com o novo zoneamento do bairro, porém, já existentes. Aos poucos eles cederiam lugar a atividades lúdicas integradas ao patrimônio cultural e histórico. Dessa forma, atividades provenientes de bares e casas de show deveriam ser normatizadas a partir da Lei de preservação patrimonial e não mais de Zona Especial de Praia, cujo objetivo concentra-se no incentivo ao uso do lazer, ou seja, do mercado.

*Estabelece o referido projeto que os usos incompatíveis, já implantados, serão tolerados a título precário por um prazo não superior a dez anos, até sua transferência para zonas adequadas, conforme a legislação básica do Plano Diretor, cabendo ao Poder Executivo promover, através de regulamentação específica, implantação de instrumentos que visem a incentivar essa transferência.*⁴⁰

O parecer da Câmara assinalou a necessidade de agir contra “a ação de especuladores imobiliários à paisagem urbanística da Praia de Iracema que será preservada”⁴¹. E os motivos apresentados pelos moradores, boêmios, artistas, poetas, maconheiros e tantas outras tribos constituiu-se no referencial de preservação daquela “área nobre, pois faz parte da história mais antiga de Fortaleza, visto que a Praia de Iracema é

⁴⁰ Idem, Ibidem, p. 3.

⁴¹ Jornal Diário do Nordeste, 12 de maio de 1984, p. 3.

o recanto preferido da sociedade cearense, inspirando versos e composições musicais que hoje integram o cancioneiro da cidade”⁴².

A demora na sanção da Lei de preservação foi sentida com preocupação pela comunidade e pela bancada da Casa. À medida que avançavam as negociações políticas, edificações como o antigo restaurante Lido estavam sendo demolidas para ceder espaço a novas e modernas construções com base na, ainda vigente, Lei de Uso e Ocupação do Solo de 1979 que garantia a construção de edificações com até 18 andares. É “uma corrida contra o tempo”, viria a afirmar o mentor do Projeto, uma corrida contra a descaracterização do “último reduto histórico da cidade”, como determinavam os moradores e frequentadores.

*É preciso uma corrida contra o tempo. Advertiu ontem o vereador Samuel Braga, Presidente da Comissão de Urbanismo da Câmara Municipal, ante a perspectiva de que sejam alterados os prédios da orla da Praia de Iracema, notadamente com a demolição do restaurante Lido. Ele receia que ali, conforme se anunciou, seja construído um edifício de 18 andares desvirtuando desta forma a paisagem do ambiente, inclusive com sérios prejuízos para o Hotel Iracema Plaza.*⁴³

O Projeto de Lei foi aprovado e sancionado no mesmo ano de 1984, transformando-se na Lei 5855-A em de 26 de junho de 1984, que passou a salvaguardar o bairro, proibindo quaisquer construções que atentassem contra ou prejudicassem a área considerada, daquele momento em diante, como zona de preservação. Durante o processo de tramitação do aludido projeto, os interessados em construir edificações comprometedoras da paisagem de regiões históricas, informados das significativas restrições a serem impostas a essas atividades pelos

⁴² Ibidem, p. 3.

⁴³ Jornal Diário do Nordeste, 22 de maio de 1984, p. 3.

dispositivos normativos que entrariam em vigor, apressaram-se em obter a concessão de alvarás junto à Prefeitura de Fortaleza. Enquanto o Projeto tramitava na Câmara Municipal, a então Secretaria de Urbanismo e Obras Públicas do Município (SUOP) aprovou três projetos, concedendo imediatamente alvarás para a construção dos edifícios, um deles exatamente no lugar do antigo restaurante Lido, um dos mais tradicionais da cidade.

A aprovação dos três projetos de construção e a concessão dos respectivos alvarás abriu precedentes para o avanço da especulação imobiliária sobre o bairro. A concessão de novos alvarás gerou polêmica entre as Secretarias do Município. De acordo com a Secretaria de Saúde, na pessoa do engenheiro sanitarista Francisco Demóstenes, a entrada dos pedidos de concessão foi efetuada no dia 08 de maio de 1984. Entretanto, para a Secretaria de Urbanismo e Obras Públicas (SUOP), o parecer favorável da Secretaria de Saúde foi anexado ao processo da construtora no dia 21 de maio. Normalmente o exame de um projeto de instalações sanitárias levava em torno de dez dias para ser examinado pelo Serviço de Controle de Instalações Prediais da Secretaria. A concessão para a construção do novo edifício no lugar do antigo restaurante Lido levou somente quatro dias, caracterizando uma manobra político-administrativa de valorização de interesses individuais, em detrimento dos interesses públicos expressos pelo Projeto de Lei do vereador Samuel Braga, cujo texto final fora aprovado no dia 22 de maio de 1984.

A questão em torno da liberação dos alvarás para as construtoras interessadas na área da Praia de Iracema passa de burocrática a moral, nas matérias veiculadas nos jornais da época. Para Tarcísio

Prata, presidente do IAB-Ce (Instituto dos Arquitetos do Brasil – Departamento do Ceará) em 1984, “A Câmara Municipal, que aprovou e principalmente o Prefeito, que sancionou a lei preservando a Praia de Iracema, um reduto histórico, da proliferação de espigões, ficarão totalmente desmoralizados se vingar esse alvará e for erigido um edifício de 18 pavimentos dentro da área abordada pela lei”⁴⁴. O alvará é percebido como um simples ato administrativo, devendo, enquanto tal, ser revogado, porque a sua concessão “permite uma larga especulação imobiliária nas áreas abordadas em projetos de lei que visam preservá-las. ‘Na verdade, todos os processos deveriam ficar congelados enquanto as matérias tramitassem na Câmara, o que nunca leva menos de 40 dias’”⁴⁵.

As esperanças de resolução do impasse criado pela concessão de alvarás na área protegida por Lei foram depositadas na aprovação do novo Plano Diretor de Fortaleza - que disciplina o uso e ocupação do solo na capital -, previsto para o final de 1990 e que deveria regulamentar a Lei 5855-A de 26 de junho de 1984. No entanto, o Plano Diretor só começou a vigorar a partir de janeiro de 1992 já com o agravamento das tensões geradas entre a comunidade do bairro, principalmente os representantes da Associação dos Moradores, e os empresários e comerciantes recém instalados no local.

O agravamento das tensões levou os moradores e simpatizantes do bairro a um novo direcionamento dos movimentos em

⁴⁴ Tarcísio Prata, *Jornal O Povo*, 25 de maio de 1984, p. 17.

⁴⁵ *Jornal O Povo*, 24 de maio de 1984, p. N/E.

defesa da Praia de Iracema. Quando da liberação dos alvarás por parte da Prefeitura para a construção de edificações verticais, a Associação dos Moradores da Praia de Iracema e todos que encontravam-se dispostos a demarcar aquele espaço como “território livre de Iracema” lugar onde “as idéias mais diversas vagam pelo ar como pássaros brancos cortando o horizonte infinito de cada sonho vivido ou imaginado”, atuavam no sentido de promover uma renovação do bairro através da arte em muros, poesia e música, objetivando, para além da melhoria de sua infra-estrutura, a preservação de todo um patrimônio histórico e cultural que garantia uma convivência social com base em relações territorializadas a partir de seus símbolos comuns.

Com um discurso econômico-cultural declamado sobre um “progresso” iminente, às portas da “ilha de liberdade” e que se apresentava sob a forma do concreto, do asfalto e de uma identidade promovida na homogênea industrialização cultural dos ícones da “modernidade”, a gestão pública que se instaurou a partir de 1987 abriu as portas à especulação imobiliária e, com ela, o caminho para a completa descaracterização da Praia de Iracema como espaço de preservação patrimonial.

Em poucos anos, já em 1989, a situação da Praia de Iracema tornara-se de balneário de lazer para as levas de boêmios que, em busca de novos prazeres, rasgavam as antigas e pacatas rua do bairro com seus automóveis e sons em alto volume. A administração pública que se apresentava como vanguardista, tanto da Prefeitura quanto do Estado, mantiveram-se à margem no cumprimento das normatizações inscritas na Lei de Uso e Ocupação do Solo conquistadas em 1984.

A Praia de Iracema já não guardava a bucolidade de antes. Seus moradores já não mais reivindicavam a preservação daquele espaço como Patrimônio Histórico. A nova ordem que imperava calou a poesia e a arte. Começava uma nova luta. Agora, reivindicava-se um “alvará pra viver”.

A boemia high tech

O forte desenvolvimento de serviços voltados para o turismo e o lazer, a partir da segunda metade da década de 1980, provocou um novo direcionamento das campanhas impetradas em defesa da Praia de Iracema. Da arte nos muros, novos caminhos precisaram ser traçados com objetivo não mais circunscrito à defesa patrimonial e cultural do lugar. Com o avanço da especulação imobiliária, o setor de prestação de serviços multiplicara seus estabelecimentos entre os anos 1985 e 1989, impondo um novo ritmo ao cotidiano dos moradores. De atividades ritmadas num compasso bem mais lento e de relações baseadas na proximidade territorial e na identidade fornecida pelos símbolos históricos, a Praia de Iracema transformou-se em palco de mega eventos e de uma multiplicidade social até então jamais presenciadas.

Novos discursos em temas enrugados, a luta pelo estabelecimento do “progresso” fortalece seus antagonismos, crescendo em número de elementos sociais e em poderio econômico. Os pólos antagônicos se reestruturam frente à nova situação de conflitos

observável a partir do *status* cultural que a Praia de Iracema passou a exercer na política de desenvolvimento econômico da cidade. Diante do quadro apresentado pelo crescimento da área, no que diz respeito à oferta de estabelecimentos e produtos para o consumo, os moradores do bairro vêem se desgastarem as forças poéticas na luta pela preservação idílica do lugar e, em janeiro de 1989, lançam a Campanha S.O.S. Iracema, investindo sobre um novo elemento cultural advindo com o mercado de bens de consumo. Atuando com pincéis, arte, muita criatividade e uma boa dose de processos junto às Secretarias do Município, os moradores buscaram apoio em todas as esferas, procurando mobilizar a sociedade, convocada a atuar em defesa dos direitos humanos e da cidadania e, diante da complexidade da situação proporcionada pelo grande número de bares e casas de show, numa luta estridente pela conquista de um público jovem e *high tech*. Os moradores da Praia de Iracema abandonam a idéia de patrimônio histórico e cultural, que tanto os instigou nos primeiros movimentos para a preservação do lugar. Com a Campanha reivindicam um “alvará para viver”.

A Campanha S.O.S. Iracema é uma iniciativa das famílias residentes no bairro da Praia de Iracema e, seu nascimento, é o resultado de uma gestação sofrida de exatos nove meses. A infelicidade que se abateu sobre nossa vida familiar de cidadãos produtivos é decorrência da instalação inopinada de bares em nosso exíguo espaço residencial. O número crescente desses estabelecimentos é alarmante, pois ultrapassa os limites de conforto físico mais elementar a que os seres humanos têm direito.

Nós, os moradores sofridos dessa triste circunstância, estamos apelando para o Sr. Governador do Estado do Ceará, para o Sr. Prefeito do Município de Fortaleza, para os Srs. Secretários de Estado da Justiça, da Cultura, e da Saúde e as instâncias competentes sob seu comando, antes que pereçamos de uma “overdose” involuntária dessa droga perigosa de “progresso”.

*Pela vida e pelo direito, queremos um alvará para viver.*⁴⁶

Sob a forma de Associação, os moradores da Praia de Iracema iniciaram uma luta que se inscreveu sobre melhorias infra-estruturais ao passo que tentaram, por meio de projetos e atividades culturais junto ao poder público e à sociedade, transformar o bairro em Patrimônio Histórico e Cultural. Como fora salientado, a situação nos anos subseqüentes à criação da AMPI foi de um brusco crescimento do setor de serviços que ali fez proliferar uma enorme quantidade de estabelecimentos comerciais e casas de show. Criou-se uma situação inusitada, com uma população flutuante inúmeras vezes superior ao número de habitantes e, conseqüentemente, um grande tráfego de veículos que tornaram intransitáveis e perigosas as ruas do lugar.

A situação na Praia de Iracema tomou proporções inimagináveis, com uma superpopulação flutuante formada desde consumidores dos espaços de lazer até ambulantes e outros comerciantes que se apinhavam nas pequenas e estreitas ruas do bairro, na disputa pelo capital circulante. Assim como tantos outros espaços da cidade, a “bola da vez” era a Praia de Iracema, que desde 1984 deixara de ser normatizada como um bairro comercial e passara a ser espaço de preservação, um tipo de preservação que proibia a abertura de novos estabelecimentos comerciais, que primava pela manutenção da arquitetura original das construções das décadas de 1920 e 1930 e que, por Lei, tinha garantidos o desenvolvimento de atividades culturais compatíveis com o novo zoneamento da área. O que se observa é que não

⁴⁶ Campanha S.O.S. Iracema. “Queremos um Alvará para Viver”. Fortaleza, fevereiro de 1984. Arquivo pessoal, Hélio e Efímia Rola..

só a Lei fora descartada pelo poder público, haja vista que desde 1984 até o ano de 1989 o número de estabelecimentos comerciais na Zona de Renovação Urbana (ZE-2) quintuplicou, como também o próprio poder público iniciou investimentos no setor de lazer e turismo, promovendo shows e gerando grande fluxo para a área. Diante da nova situação, a preservação patrimonial do lugar deixara de ser um objeto de justificativa para as reivindicações dos moradores. A luta pela preservação idílica da Praia de Iracema tornara-se secundária diante do novo quadro urbano que se apresentava sob a forma do fluxo de pessoas, de automóveis, de comerciantes.

A nova ameaça voltara-se não somente para as paredes antigas e mal conservadas dos casarões, ou os murais de arte que perfilavam as ruas, ou para a construção de outros espigões na zona de preservação de Iracema; a nova ameaça apontava para tudo o que ainda restara de pitoresco no bairro. Apresentando-se como causa, na verdade a nova ameaça viria a ser simplesmente mais uma consequência na completa destruição e descaracterização da Praia de Iracema. A poluição sonora provocada pelo tipo de comércio, de cultura, de conceito patrimonial transformara-se no principal e maior problema dos moradores promovendo o segundo e mais forte movimento dirigido pelos próprios moradores da Praia de Iracema.

Queremos que V. As. TOME (sic) CONHECIMENTO que há nove meses, desde maio de 1988, a causa do nosso sofrimento é o grande número de bares em nosso bairro, mais precisamente na rua DOS POTIGUARAS n.º 135, rua DOS TREMEMBÉS n.º 70 e rua DOS TABAJARAS n.º 325, que usam som emitido por ALTO-FALANTES de grande potência, depois das 22:00hs e até ALTA MADRUGADA, todas as noites da semana, exceto às terças-feiras, ocasionalmente.(...)

*A CAMPANHA S.O.S. IRACEMA tem por objetivo sensibilizar OS PODERES PÚBLICOS e a OPINIÃO PÚBLICA para o nosso sofrimento e é uma iniciativa dos moradores abaixo assinados.*⁴⁷

A justificativa da solicitação de intervenção pela Delegacia de Defesa do Consumidor fornece-nos o quadro conflituoso em que se transformara a Praia de Iracema, com a demanda de lazer impulsionada pelo comércio do setor de prestação de serviços voltados para o turismo de massa:

1- *as ruas do bairro são estreitas e de pequena extensão e as residências nelas situadas não têm recuo. Logo, as paredes que abrigam nossas vidas começam na calçada.*

2- *Os boêmios quando afluem para cá, vêm em carros de todos os tipos, a maioria dotada com “canos envenenados”, com sistemas de alarme que disparam na chegada e na saída, alta madrugada.*

3- *A exiguidade do espaço, aliada à grande afluência de veículos, faz com que as manobras sejam mais demoradas e traz a presença de pessoas estranhas: “os guardadores” dos carros”.*

4- *Nossas garagens são bloqueadas sem o menor escrúpulo e nossos apelos para que tal não ocorra têm como resposta atitudes de violência e ameaças.*

5- *Somos prisioneiros impotentes e indefesos dentro de nossas próprias casas e nem sequer podemos adoecer no meio da noite pois não podemos buscar socorro médico em nossos veículos e nem chamar um táxi pois as ruas do bairro ficam literalmente sem acesso.*

6- *Os referidos boêmios têm o hábito pouco salutar de fazer suas necessidades fisiológicas em plena rua e nossas calçadas amanhecem malcheirosas e, freqüentemente, temos que limpar detritos mais consistentes.*

7- *As brigas e os desentendimentos entre os boêmios se dão na frente de nossas portas e janelas, situação que nos aflige sobremaneira.*

8- *A faixa etária dos solicitantes e de seus familiares vai desde os recém-nascidos até aos octogenários e não podemos deixar de mencionar que a moral e os bons costumes do viver em sociedade são transgredidos todas as noites.*⁴⁸

⁴⁷ Campanha S.O.S. Iracema. Carta ao Excelentíssimo Sr. Secretário de Polícia e Segurança Pública Dr. Moroni Torgan. Fortaleza, 25 de janeiro de 1989. Arquivo pessoal Hélio e Efímia Rola.

⁴⁸ Campanha S.O.S. Iracema. Carta à Excelentíssima Sra. Coordenadora de Defesa do Consumidor Dra. Maria do Perpétuo Socorro França Pinto. Fortaleza, 21 de janeiro de 1989. Arquivo pessoal Hélio e Efímia Rola.

A Praia de Iracema passou a ser o centro das atenções da cidade, o pólo de lazer para onde migraram os jovens que antes se amontoavam no calçadão da Beira-Mar. O antigo *point* estava fora de moda, a “Volta da Jurema”⁴⁹ perdera seus signos de prestígio, tornara-se antiquada e sinônimo de mau gosto, aqueles que ainda não curtiavam o novo espaço-show eram *out sides* no movimento de apropriação da cidade. No novo *point*, a Praia de Iracema, estavam o *glamour* e a moda que determinavam modos, roupas e gostos atraídos pelos bares “top de linha” midiaticizados pelos jornais, rádio e tv, no boca-a-boca dos freqüentadores e, principalmente, na música amplificada pelas caixas de som distribuídas e apontadas para as ruas do lugar.

Uma das disputas sonoras ocorridas na Praia de Iracema ficou conhecida como a “guerra dos forrós” que, como o nome sugere, foi uma guerra decibélica praticada pelos bares “Badaué”, “Chaminé”, “Vinícius” e “Pirata” que descobriram o filão da regionalidade plastificada para atração turística. Este último transformou a Praia de Iracema na Segunda-feira “mais quente da cidade”, fazendo-a conhecida internacionalmente como a “Segunda do Pirata” que ainda hoje atrai turistas estrangeiros e recepcionistas⁵⁰ locais à paradisíaca Iracema.

Nós, abaixo assinados, moradores no Bairro da PRAIA DE IRACEMA, nos dirigimos à (sic) V. As. para denunciar a deterioração da nossa vida cotidiana em dias recentes e solicitar as devidas providências para

⁴⁹ Nome pelo qual ficou conhecida parte da Beira-Mar que às noites e fins-de-semana se transformava em espaço de concentração de jovens locais e turistas. Bebidas, “rachas” de automóveis e motos, davam o “toque final”, ou inicial, aos encontros.

⁵⁰ Expressão utilizada no Ceará, mais precisamente em Fortaleza, para designar as mulheres que trabalham como prostitutas, cujo público preferencial é estrangeiro.

que se nos faça justiça. Somos todos cidadãos que trabalhamos durante o dia e precisamos dormir à noite.

O direito ao repouso noturno e à segurança nos foi violentamente usurpado desde Maio de 1988, quando aconteceu um fenômeno chamado “A guerra dos forrós” entre dois bares situados na rua dos Tabajaras, e a inauguração de dois bares novos na rua dos Potiguaras. É alarmante o crescente número de bares instalados inopinadamente entre nós, pois a presença dos mesmos ultrapassa os limites do conforto físico mais elementar a que os seres humanos têm direito.⁵¹

“Queremos um Alvará para Viver” foi um dos primeiros *slogans* da Campanha S.O.S. Iracema. Isto porque, como a Praia de Iracema estava classificada como Zona de Renovação pela Lei de 1984, a Prefeitura não tinha direito de fornecer alvarás de funcionamento para novos estabelecimentos comerciais na área. O que significava dizer que todas as casas comerciais que se instalaram após esta data encontravam-se em situação irregular junto à Superintendência de Obras Públicas (SUOP). Posteriormente, os problemas na Praia de Iracema extrapolaram a alçada da SUOP, para se renovar junto à Superintendência do Meio Ambiente (SEMACE), com a questão da poluição sonora no bairro.

Há mais de nove meses que nosso infortúnio é diário, ou melhor dizendo, noturno. Nos perguntamos como é possível que tais estabelecimentos obtenham os devidos alvarás de funcionamento, considerando que se situam em áreas densamente residenciais, usando tecnologia de som de grande potência, aparentemente sem limite de horário e sem controle, quando a lei prescreve o horário das 22:00 horas para a observação do silêncio?⁵²

À medida que novos estabelecimentos, à revelia de qualquer normatização, se instalavam na Praia de Iracema, os problemas se

⁵¹ Campanha S.O.S. Iracema. Carta a Excelentíssima Sra. Coordenadora de Defesa do Consumidor Dra. Maria do Perpétuo Socorro França Pinto. Fortaleza, 21 de janeiro de 1989. Arquivo pessoal Hélio e Efímia Rola.

⁵² Ibidem.

multiplicavam e os moradores se viam obrigados a levar suas reivindicações a patamares cada vez menos integrados ao patrimônio e mais limitados às condições básicas de convivência urbana como o direito ao descanso e de locomoção.

O espaço idílico e aconchegante do nosso viver passou a ser, da noite para o dia, um espaço ocupado pela nova boemia, um verdadeiro “programa de índio”, numa triste coincidência com os nomes indígenas das nossas ruas. Essa nova boemia é de gosto duvidoso, pois é a boemia do barulho, do guichê e da fila: fila para estacionar, para comprar ingresso, para entrar, para comprar bebida, para ir ao toalete e, na base da superlotação “bateau-mucheano”, fila até para dançar. Uma péssima prestação de serviços para o público consumidor. Há quem chame isso de progresso. Nós discordamos.

*A atração de freqüentadores é feita na base da guerra sem trégua dos decibéis, onde cada bar tenta sobrepor o seu som ao dos outros bares. A eficácia desse meio de atração é incontestável pois, o afluxo de pessoas e de veículos é maciço, a ponto de esgotar a capacidade de continência do espaço do bairro em torno das 23:00h. O palco está armado e a platéia, impotente e indefesa, está a postos em seus camarotes/residências para sua dose diária de tragédia e infortúnio de um espetáculo que já dura dez meses.*⁵³

Diante da velha carcaça do “progresso” que renovou seu vestuário apresentando-se sob a forma da disputa decibélica proporcionada pela “guerra dos forrós”, a mobilização dos moradores investe sobre o direito da cidadania, conquistada na forma de “vida familiar de cidadãos produtivos”, numa clara relação de forças que coloca de um lado o mercado e de outro o cidadão que produz e que, por isso, merece ver seus direitos salvaguardados por Lei dos desmandos daquele que age em nome do “progresso”. A defesa do território confunde-se com

⁵³ Campanha S.O.S. Iracema. “Queremos um Alvará para Viver”, Fortaleza, fevereiro de 1984. Arquivo pessoal, Hélio e Efímia Rola.

a defesa da qualidade de vida formando um quadro de responsabilidade civil e de participação comunitária.

Consideramos que a responsabilidade pela manutenção da ordem e do bem-estar social é de todos e, portanto, deve ser partilhada entre as autoridades administrativas, os poderes públicos e os cidadãos. Nós moradores, assumindo a responsabilidade que nos cabe, fizemos uma queixa formal ao Sr. Secretário de Polícia, à Sra. Coordenadora Geral do Serviço Especial de Defesa Comunitária, à Sra. Secretária de Urbanismo e Obras Públicas e ao Sr. Superintendente Estadual do Meio Ambiente, no dia 25/01/89. Aguardamos esperançosos, apesar da aparência perene dessa tortura, e incentivamos a reflexão e o debate da questão no seio mesmo da práxis boêmia.⁵⁴

O crescimento da mobilização dos moradores na Praia de Iracema em direção ao poder público é idêntico a tantos outros verificáveis após a segunda metade da década de 1970 “quando parcela significativa da sociedade civil brasileira – principalmente as classes proletárias das grandes cidades – se mobilizaram em torno de questões salariais, condições de trabalho, etc.” (Silva, 1992: 73-74). No caso do Ceará, a entrada maciça de capital estrangeiro cooptada pelo Estado e orientada para o setor de lazer e turismo provoca uma eclosão de manifestações que vão de encontro às diversas alterações na espacialidade de Fortaleza, sobretudo no perímetro praieiro, para onde são priorizados os investimentos.

O Estado é chamado a exercer o papel de provedor, planejador, orientador e controlador do uso do solo urbano devendo, portanto, atender às demandas da população no que diz respeito aos bens de consumo coletivo. Diante dessa perspectiva a ausência de alvarás e

⁵⁴ Ibidem.

a impossibilidade de novas liberações tornaram-se objeto e justificativa imperiosos, que nortearam quase todas as ações reivindicatórias na Praia de Iracema.

Nós, abaixo-assinados, moradores da Praia de Iracema, solicitamos de V. Sia.(sic) as providências cabíveis ao devido andamento do processo relativo à poluição sonora,(sic) em nosso bairro, que encaminhamos a (sic) SPLAN, na época SUOP, em janeiro de 1989, mediante abaixo-assinado (sic) do qual somos também signatários.

A solicitação é legítima, todos sabem, pois, mesmo a despeito de várias e reiteradas reclamações aos órgãos competentes (DECOM e SPLAN) a agressão sonora persiste e, a mais eloqüente, provém do Pirata Bar (sic) sem dar indícios de melhora. Pelo contrário, nós achamos que piorou muito, principalmente depois que o Brasil entrou em ritmo de Lambada. Ainda mais quando as noites de segunda-feira foram transformadas, de acordo com matéria paga veiculada nas mídias locais, nas noites mais loucas do planeta.

Sr. Secretário, esta situação desumana e sem amparo legal se agrava no momento face ao barulho proveniente do “BADAORA” (Potiguaras n.º 110), um barzinho recém-aberto que, como os outros só abre à noite e, de repente, acorda a vizinhança alta madrugada à (sic) toques de tumbadoras, cuicas, palmas e gritos de boêmios “inspirados”...

Sr. Secretário, para se fazer justiça há de se levar em conta que tais estabelecimentos não dispõem de alvará de funcionamento enquanto desobedecem o CÓDIGO DE POSTURAS DO MUNICÍPIO e a LEI DO SILÊNCIO, conforme atestam os documentos em anexo emitidos pela SUOP e pela SEMACE.

Tudo é muito inaceitável, mas, certos de que a SPLAN não permitirá que a FORÇA agressora se transforme em DIREITO nem nossa fraqueza em DEVER, assinamos abaixo.⁵⁵

De bucólica à *tecno space* a Praia de Iracema transformara-se num palco de mega shows, cuja principal atração eram “as ruas estreitas e humanas como as do interior”. Ironicamente, o que antes justificava a proteção e preservação patrimonial e cultural do bairro passou a ser o *lobby* mais apreciado da indústria do lazer e do turismo já perfilados nas, outrora, “razoavelmente equilibradas moradias”. As casas antigas, os

⁵⁵ Campanha S.O.S. Iracema. Carta ao Ilmo. Sr. Secretário da SPLAN Dr. Helder Macêdo. Fortaleza, julho de 1990. Arquivo pessoal Hélio e Efímia Rola.

casarões e toda bucolidade do lugar transformam-se em marketing para a venda dos novos signos de prestígio que, com a força do mercado personificado em investimentos de altos custos, são consumidos em nome de uma nova identidade social neles resguardada.

A arte pictórica, musical e arquitetônica, apesar de ainda conter elementos regionais como o forró, os painéis representando tipos populares e velhos casarões e casas esboçarem nas paredes as linhas decrépitas do tempo, sofrem a maquiagem do mercado que precisa “limpar” de seus produtos os excessos de regionalidade. Amenizando a regionalidade, o mercado possibilita que seus consumidores não estejam inseridos em nenhuma cultura territorial ou em identidades fixadas para além do mercado de bens de consumo. O velho e o novo numa simbiose e, nesse contexto, a História, como um brinde, vira consumo numa unidade indissolúvel readquirida na igualdade visual, palatal e auditiva. É dessa forma que o forró afasta-se do arrasta-pé regional acrescentando ao seu ritmo batida e letra estrangeiras.

Neste ponto achamos conveniente salientar que apesar de não possuímos *know how* e de acharmos sempre salutar a incorporação de novos elementos à cultura regional, não podemos deixar de criticar uma espécie de fordismo na criação das canções feitas em ritmo de supersaturação. Para exemplificar, não há ilustração melhor que as efêmeras bandas de forró contemporâneas (forró eletrônico), cuja idéia promocional nasceu das experiências bem sucedidas de uma década atrás. Estas, ao mesmo tempo que impõem a regionalidade em seus nomes: Forró Chicote, Canários do Reino, Qui Xinim, Forró Forrado, Calango Acesso, Caviar com Rapadura e, a mais famosa de todas, Mastruz com

Leite, incrementam suas músicas à base da guitarra e da bateria com letras extraídas dos velhos vinis que embalavam melosos e sôfregos casos de amor. Musicalidades idênticas numa reciclagem da velha letra embalada no ritmo reconhecido, posto que o mesmo, também numa unidade indissolúvel. Canções como *Yesterday*, *Blue Moon*, *Hero*, *Voyage Voyage* são orquestradas para um coxa-a-coxa suado horas a fio e, à medida que a música vai progredindo, a letra é intercalada sonoramente com o nome da banda, uma espécie de propaganda subliminar construída para fazer memorizar, dentre tantas e idênticas bandas de musicalidades idênticas, a que está garantindo o ritmo.

Patrimônio, cultura e arte são apreendidos e utilizados como matéria para o consumo, no qual toda a produção torna-se a cada instante obsoleta, num culto ao efêmero. Então é necessário dinamizar este trinômio de forma que o mesmo possa ser consumido diariamente como algo novo e que reveste a ação de compra num exercício de cidadania. O *status* de poder circular entre os signos da moda e consumir seus produtos que se tornaram referenciais do bom social e da boa cultura. A arte, antes praticada sob um viés de cidadania como uma forma de exercício cívico em nome da preservação patrimonial e cultural e de uma melhor qualidade de vida, é substituída por uma arte que segundo Canclini (1999), passa a ser produzida e circulada de acordo com as regras das inovações, da saturação e da obsolescência periódica. É o consumo de signos cujos significados expiram à medida que são adquiridos.

Na busca daquilo que se transformou no maior e melhor filão do mercado cearense, cantores e compositores regionais acorrem para a Praia de Iracema em busca de ver seus talentos reconhecidos pelo

público. Bar ante bar, concorrentes entre si, exploram as novidades musicais da época fazendo repercutir nas turbinadas caixas de som dos seus estabelecimentos Djavans e mais Djavans memorizados por Hélio Rola - “vai todo mundo aí, mais tarde tá cheio, tem uns dez caras cantando Djavan em tudo que é lugar”⁵⁶ - e, num contexto mais recente porém não menos idêntico, lembrado por Fausto Nilo como uma esquizofrenia cultural – “todo dono de bar acha...eu sou compositor também, adoro música mas odeio ir prum bar com aquele cara cantando Djavan e o vizinho também cantando Djavan, não há possibilidade de ouvir, eu gosto tanto de música que não vou porque eu acho uma coisa esquizofrênica”⁵⁷. A arte transforma-se numa mesmice imposta em ritmo de saturação até que um novo produto ou uma nova forma de atrair o consumidor substitua a anterior que acabou por perder a sua efêmera atratividade. A terceira unidade indissolúvel é também efêmera, renova-se para continuar a garantir a identidade que expirou. Faixadas se modificam rapidamente, bares abrem, bares fecham, mudam o nome, a decoração.

O setor de serviços reorganizou todo o espaço de lazer da Praia de Iracema de forma a que o mesmo pudesse atender às necessidades de uma demanda cultural globalizada e incentivada pelos poderes públicos, que se omitiram nas suas funções de provedor e disciplinador dos bens de uso coletivo. Após 1992, como veremos no capítulo 2 as

⁵⁶ Hélio Rola, entrevista citada.

⁵⁷ Fausto Nilo, entrevista em 01 de março de 2002.

políticas da Prefeitura e do Estado, este último marcado por um tipo de gestão empresarial. Ambos passaram a atuar diretamente não só no espaço da Praia de Iracema mas em vários *locus* estratégicos da cidade reorganizando-os de forma a que os mesmos pudessem atender às demandas do mercado globalizado, compreendida como condição para o desenvolvimento da economia local. Da cultura do violão e da poesia recitada para poucos viventes a uma explosão de consumo potencializada pelo *merchandising* da democratização da cultura, esta, produto da indústria da produção de bens de consumo não duráveis e que se coloca como “um processo de montagem multinacional, (sic) uma articulação flexível de partes, uma colagem de traços que qualquer cidadão país, religião e ideologia pode ler e utilizar” (Canclini, 1999: 41). Um tipo de cultura trabalhada na possibilidade de consumo pelo mercado internacional.

A comunidade sente o forte impacto no seu cotidiano produzido pela avalanche dos “novos boêmios” que passam a fazer parte das noites e madrugadas da Praia de Iracema. Uma quebra do cotidiano que atordoa e faz proliferar um sentimento de grupo ora aproximado de uma identidade constituída tradicionalmente em suportes históricos e territoriais, ora como uma identidade reconhecida a partir de elementos transnacionais de consumo, produtos culturais extraterritoriais. No todo, independente da guerra travada no seio da litorânea, a mídia investe no que se tornou o maior filão comercial de Fortaleza.

Vão-se as férias, mas os boêmios ficam. Principalmente os amantes de um dos mais tradicionais e freqüentados bairros da cidade, a Praia de Iracema. Seja devido ao filão por onde tem sido explorado, o de bares, restaurantes e casas noturnas; seja pelo lado histórico, cantado e

*decantado por poetas, a valorização daquele trecho da cidade é reconhecida, principalmente pelo setor de construção civil (...). E, enquanto de um lado os moradores brigam pelo silêncio e o direito à convivência harmoniosa com o meio físico, por outro, independente da crise ou estação, a Praia de Iracema tem sido mais explorada comercial, artística e gastronomicamente.*⁵⁸

A S.O.S. Iracema provocou uma série de reações dos comerciantes locais que passaram a formar uma frente contra “um pequeno grupo de intelectuais comandado pelo artista plástico Hélio Rola, que não representa o conjunto de moradores da Praia de Iracema”⁵⁹. Encabeçando o movimento dos comerciantes Júlio Trindade, dono do Pirata Bar, lançou mão de duas diretrizes de defesa em favor da continuidade e do desenvolvimento da área como espaço de lazer e turismo. Através da mídia valorizou a Praia de Iracema fazendo crer, este filão comercial, como a melhor expressão econômica que Fortaleza pode usufruir na atração de capital estrangeiro, apresentando propostas de melhorias junto à comunidade, convocando-a à defesa da cultura e do lazer. Ou seja, ao passo que procurava dinamizar e enaltecer as vantagens comerciais, apresentando à sociedade e à mídia o grande potencial turístico da Praia, mobilizava os moradores chamando-os a participar, como cidadãos consumidores, da preservação cultural da Praia de Iracema.

No mesmo ano de 1989, Júlio Trindade (Júlio Pirata) lança a Campanha S.O.S. Pirata, pela qual promove uma pesquisa junto aos moradores da Praia de Iracema, procurando provar que o Pirata Bar, além de não causar prejuízo à população, “funciona como um espaço para a comunidade, realizando campanhas educativas, movimentos culturais e

⁵⁸ Jornal Diário do Nordeste, 25 de agosto de 1991, p. 21.

⁵⁹ Júlio Trindade. In: Jornal Diário do Nordeste, 11 de março de 1989, p. 14.

de lazer, além da preservação do nosso verde”⁶⁰. Na mídia, faz interferências, lançando mão de uma perspectiva de cultura que é atraente à demanda econômica que há poucos anos vem se instaurando no Estado, a idéia de valorização de uma cultura local trabalhada para ser consumida em quaisquer espaços de intercâmbio econômico-social com a cidade. Da mesma forma, convida a população a participar desse referencial de cultura, apontando suas vantagens econômicas e sociais para quem a “cultura” deixa de ser privilégio de poucos intelectuais: “ O Pirata já apresentou tudo o que existe em termos de música, teatro e exposição, dando assim a oportunidade dos moradores do bairro de participar de movimentos culturais e de lazer a preços acessíveis e sem deslocar-se a outros pontos da cidade”⁶¹. E, num jogo de palavras cuja linguagem dá o tom da transnacionalidade do evento, a mídia refaz a bucólica Iracema e atualiza-a no mercado.

De sandália havaiana a scarpin branco. De brilhantina a gel. De tops e tubinhos de lycra a pantalonas de seda. Mocréias e panterinhas, unívocos. Vai começar o Forró do Pirata, “seguramente a Segunda-feira mais animada do mundo”, no dizer de um roliço freqüentador. São 21h 35 min e Azeitona já puxa o fole sem parar. O sanfoneiro-mor de Fortaleza solta o forró pé-de-serra até meia noite. Quando a carruagem vira abóbora, ele entrega o palco para o Alta Tensão e se instala a república do salve-se quem puder. Beto Barbosa adocica, Luís Caldas canta Tieta, a lambada bate no meio da perna e esse camaleão que se convencionou chamar de música baiana se sacode como se estivesse em Salvador, atrás do Trio Elétrico, arrancando textos precisos do público. Uma paulista rebola e diz num português de erres marcados: “não é contagiante? Mesmo que a gente não conheça dá vontade de chacoalhar”. No que depender do Pirata, é o imperativo do verão 90: chacoalhar.

O calor da pista de dança é senegalesco. Mas como na rodada de póquer, ninguém sai, ninguém fica do lado de fora, no sereno (...), quem não entrou antes da meia-noite e meia corre o risco de não saber com quanta

⁶⁰ Júlio Trindade. In: Jornal O Povo, 06 de abril de 1989, p. 5.

⁶¹ Idem, Ibidem, p. 5.

pirataria se faz um forró. Depois de engolir filas de até 86 pessoas, as bilheterias já soltaram 2.500 tickets. (...) gringos ainda estão em cena. Deslumbrados, sacodem como podem. São alvos certos das gringas que assolam o Terceiro Mundo e das moças que se reuniam na extinta Barraca G e trocam o bater de bolsa da Av. Beira-Mar pelo bate-coxa que vira a Praia de Iracema pelo avesso nas noites de Segunda-feira. Depois dessa, forró para quem mora do outro lado do Atlântico é verbete de vários significados.⁶²

O ritmo frenético e o som em altos decibéis são criticados pelo artista plástico e representante da S.O.S. Iracema, Hélio Rola, como a explicitação da mediocridade e da falta de senso crítico que estimula a completa apatia individual ou comunal ante a realidade existente. E, contra a apatia requer-se “drinques à mão” de intelectuais e artistas, na busca de “uma idéia de progresso que nos anima a todos (...) antes que pereçamos de uma ‘overdose’ involuntária dessa droga perigosa de ‘progresso’”⁶³. A identidade é percebida naquilo que falta ao outro e que arrasta para a superficialidade dos espaços comuns a memória e a forma vida/natureza/cultura urbana, para a qual a música que formava grupos e promovia debates, crítica e análises sobre as condições da atualidade é substituída por um ritmo que impossibilita a conversa e que gera a desarmonia. A arte, que criava uma identidade comum e um senso de responsabilidade civil para com a sociedade e a qualidade de vida urbana, produzida sem referenciais culturais históricos, sem passado.

A PRAIA DE IRACEMA, história concretizada em natureza, pessoas, ruas e edifícios, recusa-se, através de seus moradores e freqüentadores, a assistir impávida a sua descaracterização e a apropriação de seus ‘encantos’ por ‘alienígenas’ aos mistérios do seu traçado e a sua resistência ao capital especulador.⁶⁴

⁶² Jornal Diário do Nordeste. 15 de janeiro de 1990, p. 1.

⁶³ Hélio Rola. In: Jornal O Povo. 26 de fevereiro de 1989, p. N/E.

⁶⁴ “Carta à População de Fortaleza”, Partido Verde – Ce, S/D. Arquivo pessoal Hélio e Efímia Rola.

A Campanha S.O.S. Iracema e a Associação dos Moradores da Praia de Iracema projetaram-se em movimentos a partir da idéia de uma identidade territorializada, num confronto com uma nova forma de expressão identitária, apreendida com um novo público, cujos referenciais de cidadania encontram-se baseados mais em signos de consumo extraterritorial ou transnacional que em formas clássicas de relações de pertencimento. A comunidade, antes observável a partir de identidades definidas historicamente, passa a ser confrontada com outras identidades mais próximas dos repertórios da dinâmica do mercado, o núcleo inicial é expandido, ampliando e modificando as formas de apropriação do espaço público e das relações sociais nele estabelecidas. Para Canclini esse envolvimento entre repertórios de identidades distintas encontra-se inserido no confronto estabelecido a partir da dinâmica do mercado de bens de consumo para o qual “o necessário e o desejável mostram outro modo de estabelecer as identidades e construir a nossa diferença” (Canclini, 1999: 39). Identidades que passam a configurar-se no consumo e que são dependentes da apropriação de bens, aquilo que se possui ou aquilo que se pode chegar a possuir.

O “outro”, o “predador” é o “alienígena” que desconhece a construção diária e quase invisível do tempo fora do mercado e que, fora deste, não tem identidade e por isso não reconhece as sutilezas presentes naquilo que é testemunho do passado, salvo quando ilustra o espaço do mercado numa nostalgia estilizada para o consumo. A ironia destilada pelos moradores da praia, principalmente os mais antigos, historiciza a

situação estabelecida pela abertura comercial no bairro. À procura de um alvará para ali viver...

...elaboraram uma receita sinistra para acabar com a vida familiar de um bairro e saíram distribuindo nos bares. Nos ingredientes, eles sugerem um espaço, de preferência bem no meio de residências, caixas de som bem potentes, microfones e shows ao vivo, além de carros, buzinas, alarmes, gritos, brigas, garrafas e, se preciso, em legítima defesa, tiros à vontade. Na receita, os moradores mandam que misturem todos os ingredientes sem nenhum cuidado, adicionem álcool à vontade e ponham para ferver das 22 às 5 horas da manhã, todos os dias da semana, do mês, do ano.⁶⁵

A “receita” ao mesmo tempo que procura ironizar a “falta de senso crítico” na forma do estar em público como espaço voltado para o debate e a cidadania, como responsabilidade civil na melhoria da qualidade de vida, também denuncia o estado de perplexidade, confusão e desânimo que se abateu sobre a comunidade, ao afirmar que “querem apenas oportunidade para negociar o volume do som, a fim de que possam dormir tranquilos, e em hipótese nenhuma imaginam fechar os bares da Praia de Iracema”⁶⁶, num claro desgaste e conscientização da força do gigante “progresso”. Toda a luta na defesa patrimonial esvai-se sendo substituída por imperativos emergenciais de garantias dos direitos ao descanso e ao poder de ir e vir.

“*Não à boemia high tech* é o grito dos moradores da Praia de Iracema, indignados com a poluição sonora e com a má qualidade de vida causadas pelos novos bares que infestam as ruas do antes bucólico e tranquilo bairro”⁶⁷. O “*Não à boemia high tech*” é a chamada da Campanha S.O.S. Iracema que melhor exponencia o confronto entre duas

⁶⁵ Jornal O Povo, 02 de março de 1989, p. N/E.

⁶⁶ Ibidem.

⁶⁷ Jornal O Povo, 22 de janeiro de 1989, p. 5.

formas de identificação e de compromisso social antagônicas e excludentes entre si. De maneira diversa e menos compensatória (a curto prazo) à crescente economia local, os protestos da Campanha se intensificaram em relação ao “som em altos decibéis”, “desfiles de carros”, “carros de escape envenenados”, “algazarras etílicas”, todas expressões de uma ascendente postura social que se coloca junto aos novos signos de prestígio, sinônimos da cultura industrial, informacional e transnacional operacionalizada pelo terceiro setor na cidade de Fortaleza. A diversificação de bares, que atraiu um público diferenciado, formando um novo centro noturno de lazer, seguiu a tendência observável em outros recantos da cidade: o ato de circular entre os ambientes caracterizados numa grande *plaza*, no qual a atenção é deferida sobre a exposição dos ícones da moda em seus espaços de mínima regionalidade. Tal como a circulação exercida nos espaços da Praia de Iracema é a produzida em torno das lojas de conveniência espalhadas pela cidade, popularizadas no início da década de 1990. Uns e outros funcionam como um local “independente”, ou seja, sem uma relação direta de pertencimento com o todo. São vias de circulação para onde convergem “tribos urbanas” em constante trânsito cujo território é considerado neutro.

Sem sair da esfera da reivindicação, a S.O.S. Iracema prossegue com bandeiras de luta inscritas sobre uma lógica aversa ao mercado e circunscrita a esferas de pertencimento local. Isto denota a perspectiva identitária que aos poucos esvai-se no “progresso” da modernidade impessoal, alheia àquela forma de vida e de viver que

perdurava no já desgastado movimento em defesa da Praia de Iracema e a todo subjetivo que ela representava.

Não é somente contra a poluição sonora e a nova boemia *high tech* que a Campanha S.O.S. Iracema atuou, como pode fazer crer um olhar mais displicente. Muito mais que isso e de maneira não muito consciente, a S.O.S. Iracema questionou e se colocou contra os novos signos de prestígio que embalam a indústria cultural e que, no caso, foi disseminada naquele espaço que possuía para moradores, artistas, maconheiros, poetas, etc. uma dimensão simbólica espaço-temporal de identidade. Em contrapartida, para a nova boemia *high tech* a Praia de Iracema, suas ruas, casas, casarões, bares, música apresentava-se simplesmente como um espaço de lazer e de consumo onde se encontravam expostos, para o deleite daqueles que podem pagar, os significantes sociais de prestígio que outrora habitavam outras *plazas* da cidade. “Que boemia é essa companheiro?”, “A noite na Praia de Iracema é anárquica e desrespeitosa”, “Versão moderna do inferno de Dante”, “Showcesu não, não à ditadura venal”, expressões de uma total perplexidade diante do que se transformara a Praia de Iracema: uma apropriação por parte de outros, vista e sentida como indébita, insalubre, corrompida dos aspectos cívicos. Em diversas matérias jornalísticas da época, uma e outra imagem de Iracema contextualiza a “guerra”, por vezes ideológica, outras pessoal, porém sempre observável numa temporalidade transitória entre a continuidade histórica e institucional e a efemeridade do mercado.

A arte é convocada mais uma vez e sempre para promover a “conscientização” sobre o declínio de uma expressão de vida percebida

como sustentáculo da qualidade social a que todos os “cidadãos têm direito” e, longe de uma perspectiva cívica e cultural que coloca o mercado como mediador da qualidade de vida para a sociedade, encerra a dualidade numa posição de defesa de um “progresso mais humano”. Um progresso sob a perspectiva do universo intelectual, familiar e artístico da Praia de Iracema. “ ‘SOMOS ÍNDIOS’. Os artistas e moradores engajados na campanha reforçaram-na com um desafio que lembra as origens do lugar, e o respeito por sua preservação lembra-nos o nativo que luta para manter-se vivo ante a modernidade bélica do estrangeiro invasor: “você são piratas, nós somos índios”.⁶⁸

E, marcando o contraponto entre uma e outra perspectiva de progresso está justamente o divisor de águas de toda a discussão em torno da Praia de Iracema: a identidade.

Para o “outro” destila-se o lamento: “Infelizmente estamos desgraçadamente abandonados. A nossa Praia de Iracema dantes tão famosa e cantada em verso e prosa está mergulhada no mais completo abandono. Já não se tem sossego nas nossas noites de sono, a especulação imobiliária tomou conta de tudo”.⁶⁹

Percebe-se o fim do medo na constatação do que não mais ameaça, pois, tornara-se fato o braço estendido da indústria do turismo e tudo o que a ela é inerente. O não reconhecer-se nas pedras e paredes pintadas, na despretensão dos artistas, poetas e tantos outros

⁶⁸ Jornal O Povo, 26 de fevereiro de 1989, p. N/E.

⁶⁹ Jornal Diário do Nordeste, 18 de fevereiro de 1989, p. N/E.

que fizeram da Praia de Iracema um painel de arte urbana (provinciana?) é percebido na escrita nostálgica de quem sabe que o passado não volta mais e que o presente encontra-se na evidência do ritmo *tecno* lançado ao ar pelos amplificadores eletrônicos: “o espaço idílico e aconchegante do nosso viver passou a ser, da noite para o dia, um espaço ocupado pela nova boemia, um verdadeiro ‘programa de índio’, numa triste coincidência com os nomes indígenas das nossas ruas”⁷⁰. Um claro confronto entre formas de vida, de apropriação do espaço público e de compromisso social opostos e, por que não dizer, incompatíveis entre si. Como num choque, a comunidade, na voz de seus representantes, desnuda-se ante o outro e revela-se num espelho de imagens invertidas “(...) uma certa boemia, a do violão e da conversa.(...) o modelo de boemia que lá se pratica há mais de três décadas... [e]... essa nova boemia de gosto duvidoso pois é a boemia do barulho, do guichê e da fila”⁷¹.

Ao reivindicar um “alvará para viver”, os moradores, por meio da S.O.S. Iracema, mobilizaram-se a partir de uma idéia de cidadania baseada em direitos adquiridos no pertencimento a uma nacionalidade, territorialidade, no exercício do voto, etc, todas estas, formas institucionais tradicionais de participação cidadã, assim como o são os partidos, sindicatos e associações de base e que tomam pra si as funções de fiscalizador e administrador dos bens de consumo coletivo e que fornecem um identidade enraizada em elementos da cultura tradicional. E, lançando uma campanha contra a poluição sonora no bairro, lançam-se

⁷⁰ Manifesto da Campanha S.O.S. Iracema “Queremos um Alvará para Viver”, Fortaleza, fevereiro de 1989. Arquivo Hélio e Efímia Rola.

⁷¹ Ibidem.

contra uma nova ordem social e econômica distanciada das relações de pertencimento, mas que são objetivadas no consumo de bens da indústria cultural e que fornecem a identidade precisa dos grupos afetivos que passaram a circular no universo social e cultural da Praia de Iracema.

Apesar da situação apresentar-se muito mais complexa que uma simples dualidade de objetivos, há uma bipolarização que pode ser apreendida como, de um lado, moradores que tentavam fazer valer direitos adquiridos a partir de uma cidadania com base em relações de pertencimento espaço-temporal inscritas em identificações clássicas de classe e de território; de outro, investidores, moradores, comerciantes e consumidores que impunham uma nova ordem de direitos baseados em regras do consumo privado de bens e meios de comunicação. O que implica afirmar que a introdução desse novo código nos discursos da comunidade denota uma regra de participação coletiva que se instaurou após a quebra de alguns elementos de cidadania perceptíveis no cotidiano dos moradores da Praia de Iracema. Uma redefinição do senso de pertencimento e de identidade, organizado pela participação em comunidades menos locais que transnacionais de consumidores, e promovida por uma linguagem midiática veiculada nas redes comunicacionais mundiais. Um contraponto entre uma identidade definida por essências históricas desenvolvidas territorialmente e uma outra para a qual a idéia de direito está contida no consumo de bens da indústria cultural. Às regras abstratas da democracia e da participação coletiva adicionam-se outras não mais fixadas sobre bens exclusivos de uma comunidade étnica, religiosa, nacional ou local, mas uma cidadania que encontra-se intrinsecamente associada ao consumo, percebida, na

retórica do documento, como uma decadente perda de princípios sociais comunitários.

...certo tipo de atividade turística e de lazer não se harmoniza com o estilo de vida desta comunidade. Abate-se sobre ela com toneladas de decibéis desnecessários e danosos, aturdindo as criaturas e promovendo a alienação sobre as condições precárias do existir. A comunidade local, devota de suas tradições de bem viver e conviver com todos, sentiu a pancada “decibélica” até a medula e reclamou seus direitos. Descobriu que certas coisas se passam fora dos limites da Lei e não aceita entrar no jogo da dominação violenta e da submissão hipócrita.”⁷²

Diante da situação já consolidada, as vozes dos moradores soam tentando falar a mesma linguagem dos códigos do mercado. Se é impossível vencer o mercado, colocando-se para o poder público como família e cidadãos produtivos, versam-se a ele colocando-se como consumidor, na tentativa de casar elementos histórico-culturais-territoriais com o lucro, o que em essência recai sobre a mesma perspectiva que embala a dinâmica comercial-cultural promovida pelos investidores na Praia de Iracema, para os quais a bucolidade e a história, perfilados naquela vila de aspecto interiorano, são contemplados e apropriados como via de lucro para a economia do mercado.

Por que todos os espaços litorâneos da cidade têm que ter a mesma programação dita cultural e/ou de lazer? A mesmice cansa. A diferença, se preservada, não é só pitoresca, ela pode ser também lucrativa: depende de como é tratada. Aqui no bairro, natureza e pessoas têm vivido, há anos, em harmonia, produzindo no dia-a-dia uma vida rica em manifestações culturais e em convívio afetivo. Porque não tentar explorar, economicamente, a vocação natural do espaço físico do bairro e da vida familiar em convívio com a boa boemia, uma tradição que sempre fez o estilo de vida da Praia de Iracema? Quem ganha com a negação dessa tradição? Penso que ninguém.

⁷² Campanha S.O.S. Iracema. Saúde, “cultura” e turismo: como e para quem? Fortaleza, 14 de dezembro de 1992. Arquivo pessoal Hélio e Efímia Rola.

*Apesar do progresso econômico de alguns, todos perdem em saúde, quer tenham consciência disso, ou não.*⁷³

De forma menos concisa e perceptível estes mesmos moradores buscaram, sem maiores resultados, chamar atenção do poder público e do mercado, apelando para normas estabelecidas a partir do poder de compra que de certa forma sempre esteve associado ao exercício de cidadania, mas que de acordo com Canclini, as diferenças associadas à capacidade de apropriação dos bens de consumo “eram compensadas pela igualdade em direitos abstratos que se concretizava ao votar, ao sentir-se representado por um partido político ou sindicato” (1999: 37). Entretanto, pela própria postura de recusa aos signos de prestígio que permeiam o exercício de cidadania na economia globalizada, viram-se frustrados em seus objetivos quando no mesmo documento dirigido aos poderes públicos, à mídia, aos empresários de turismo e à sociedade como um todo, o texto recorre à esfera da cidadania baseada na igualdade de direitos abstratos e não de consumo, acrescentando a esta expressividade uma série de movimentos que procuraram trazer o poder público para o centro da discussão, colocando-o como mediador e interventor.

*Para que serve ser cidadão trabalhador e cumpridor de seus deveres cívicos se lhes é negado o direito ao repouso noturno que restabelece as energias para retomar o trabalho no dia seguinte? A situação de desconforto por que passa a população do bairro é um caso de Saúde Pública. Vive-se sob uma epidemia sonora crônica, invisível e dizimadora. Não sabendo mais o que pensar sobre o que está lhe acontecendo, e, sentindo que a responsabilidade pelo bem estar coletivo é de todos, a comunidade denunciou e pediu socorro. (...) Sua condição de seres vivos e cidadãos produtivos está seriamente comprometida. (...) Fortaleza ainda tem um Código de Posturas e Uso e Ocupação do Solo....*⁷⁴

⁷³ Ibidem.

⁷⁴ Ibidem.

A convocação que se dá em torno da necessidade de preservação da Praia de Iracema não extrapola os limites da arte e das reivindicações junto aos órgãos competentes, parafraseia mas não incorpora o discurso tornado hegemônico na realidade comercial do bairro. Mesmo como consumidores, legítimos cidadãos nas novas regras de participação coletiva, a S.O.S. Iracema e outros segmentos apresentam seus direitos num culto à institucionalidade clássica.

*Se as senhoras e os senhores se sentem incomodados com o insuportável som dos bares, com o grande movimento dos carros e com a algazarra dos boêmios, à noite e madrugada adentro, saibam que esses problemas têm solução, pois A LEI está do nosso lado, contanto que a gente se organize. Para tanto, venham juntar-se a nós para ler e assinar o documento que vamos encaminhar à DELEGACIA DE DEFESA DO CONSUMIDOR, solicitando o cumprimento da LEI em defesa dos nossos direitos à PAZ e à SEGURANÇA.*⁷⁵

O grito de negação à “boemia *high tech*”, dos representantes do movimento em defesa da praia, projeta-se aturdido frente ao “progresso mal planejado”. A identidade individual, construída e reconhecida num cotidiano já ausente, é percebida no epitáfio em que se transformaram as reivindicações da Campanha S.O.S. Iracema: “fazer os poderes públicos delimitarem o que é permitido ou não nessa onda desordenada de progresso”⁷⁶. E, num último fôlego de arte mambembe, novos painéis são pintados, retratando o entreposto cultural em que se transformara esse bairro antigo, patrimônio histórico-cultural de um

⁷⁵ Panfleto de convocação aos moradores da Praia de Iracema, janeiro de 1989. Arquivo Hélio e Efímia Rola.

⁷⁶ Jornal O Povo, 22 de janeiro de 1989, p. 5.

povo, mas que também tornara-se decoração de parede no imaginário da cultura de mercado.

Modernidade percebida como “usurpadora”, “degradante”, *killer* pelo que propõe como qualidade de vida e de troca. No lugar da conversa, o grito; do debate, o movimento programado pelos máximos dois tons musicais; da arte despropositada e próxima, a estética universal da mídia; da identidade construída e percebida no cotidiano comum, a moda efêmera. Dos murais de imagens não verbais e singelas à Iracema indignada e revoltada que empunha uma metralhadora; do grito nostálgico que revela a dor na lembrança do bucolismo e tranquilidade no consciente da memória à “guerra pela paz”. Saindo das paredes, ruas e calçadas a luta se enseja noutros campos de batalha, posto que se para o mercado “os sentidos valem menos que os significantes” (Sarlo, 1997: 19), o ato de preservar só será concebido se associado aos ícones da indústria da produção cultural e do turismo de massa.

Normatização das políticas urbanísticas

Há muito que Fortaleza expressa, pela representação de entidades civis, a preocupação com a preservação de seu patrimônio histórico, cultural e arquitetônico. São tentativas de conservação da memória de seus poucos anos à luz do que se propalou

como civilização, ou seja, todo produto humano pós-colonização, já que o passado revela-se resguardado ilustrativamente nos romances conterrâneos.

Os primeiros passos em direção à preservação da Praia de Iracema como Patrimônio Histórico são observados no início da década de 1980, mais precisamente em 1981, quando surgiram as primeiras solicitações oficializadas. No documento apresentado à prefeitura de Fortaleza em 1984, os moradores da Praia de Iracema requerem do prefeito o “reconhecimento do bairro como patrimônio cultural e sentimental da cidade”⁷⁷. Entretanto, a preocupação ainda incipiente com a especulação comercial e imobiliária e os graves problemas infra-estruturais do bairro fizeram eclodir, mais urgentemente, ações no sentido de recuperar ruas e calçadas, despoluição e limpeza das praias, proibição de tráfego de veículos pesados, melhor arborização e iluminação pública, enfim, problemas idênticos aos encontrados na periferia da cidade.

As discussões sobre a preservação da Praia de Iracema tomaram vulto com a apresentação do Projeto de Lei n.º 5855-A pretendendo modificar o zoneamento do bairro, integrando-o à Zona de Renovação Urbana (ZE-2), bem como a transformação da Praia de Iracema em Zona Especial de Proteção ao Verde, Paisagística e Turística. A legislação, em vigor na época, classificava o bairro como Zona Especial (ZE-7), a qual permite uma taxa de ocupação de até 50%, um elevado índice de aproveitamento, porque possibilita a edificação de até quatro vezes a área do terreno, o que faz incidir numa grande concentração demográfica.

⁷⁷ Jornal Diário do Nordeste, 16 de junho de 1984, p. 9.

O novo zoneamento proposto no projeto apresentado à Câmara desautorizava construções de edificações de até 18 pavimentos, enfatizando a necessidade de ampliação de áreas verde, de lazer e recreação. De acordo com o projeto caberia ao poder público municipal “promover o aproveitamento do potencial paisagístico existente, proporcionando as condições mínimas para que seja preservado o patrimônio histórico-cultural e suas belezas arquitetônicas”⁷⁸.

De pequenos e subsistentes pescadores e alguns abastados veranistas, a Praia de Iracema passou ao verso e ao canto de boêmios e artistas inspirados na beleza bucólica das paisagens guardadas do ecletismo arquitetônico remanescente das décadas de 1930 a 1960. Uma arquitetura que urgia preservação, menos por seu histórico de riquezas materiais que pela história simples contida no conjunto de suas edificações, na oralidade de seus convivas e no dia-a-dia etílico e boêmio comuns às ruas, praças e casas do lugar. Entretanto, o Projeto de Lei que primava pela preservação de sua história concebia como patrimônio arquitetônico “...as características urbanísticas de prédios considerados históricos ou que tenham qualquer significado histórico-cultural na cidade de Fortaleza”⁷⁹ e, como “prédio histórico toda edificação que abrigou em si, ao longo dos anos, toda uma tradição de ilustres personalidades fortalezenses, apresentem a marca ou símbolo de uma arquitetura colonial e a riqueza urbanística dos séculos passados”⁸⁰.

⁷⁸ Trecho do Projeto de Lei n.º 5855-A, transcrito do jornal *Diário do Nordeste*, 30 de abril de 1984, p. 3.

⁷⁹ Trecho do Projeto de Lei n.º 5855-A, *Jornal Diário do Nordeste*, 21 de maio de 1984, p. 3.

⁸⁰ *Ibidem*, p. 3.

Se por um lado a Lei, sancionada em 26 de junho de 1984, avançara na defesa patrimonial, fixando normas de restrição à demolição de características de prédios históricos, por outro produziu lacunas as quais geraram perdas irreparáveis a toda uma riqueza cultural e histórica, uma vez que o ideário de patrimônio continuou atrelado não só a uma perspectiva material como também a uma tradição representada por grandes monumentos.

Na verdade, enquanto não se implantar uma mentalidade de preservação de nossa história, nossas tradições, visando a mostrar para as gerações futuras o que foi cada uma das épocas por que (sic) passou o Brasil; a situação continuará indefinida: os prédios de apartamentos continuarão surgindo sobre o entulho do que antes era uma casa de Barão do Café, ou um convento com mais de um século, ou uma escola tradicional.⁸¹

A vaguidade da Lei de Preservação Patrimonial é reflexo da visão retrógrada incrustada na mentalidade de uma sociedade que, em sua tenra história, viu seus valores e tradições bruscamente modificados em função de um ideal de progresso resumido à expressividade de uma elite econômica. Entretanto, a recente mobilização popular organizada em prol de uma melhoria na qualidade de vida demandou do Estado intervenções no sentido de desenvolver uma infra-estrutura satisfatória à reprodução das relações sociais, de vida e de trabalho, voltados para a comunidade local.

Note-se que a maioria das construções na Praia de Iracema eram simplórias edificações erguidas por famílias de pescadores e outras tantas gentes comuns, que em nada lembravam a temporalidade ilustre do texto da Lei. Baseada em valores menos culturais que arquitetônicos, a

⁸¹ Jornal Diário do Nordeste, 02 de março de 1985, p. 15.

Lei de Preservação Patrimonial, originária do Projeto n.º 5855-A, gerou interpretações diversas sobre o que deveria ou não contemplar o espaço de preservação patrimonial, culminando, salvo uma ou outra edificação a exemplo do Estoril ⁸², numa permanente ausência de regulamentação sobre como e o que preservar. Um debate que coloca a questão do “progresso” no cerne da discussão, apresentando o conflito de interesses e de idéias entre integrantes da comunidade, freqüentadores, comerciantes e Estado.

De um lado o progresso:

*Acho as reformas e construções mais novas muito mais importantes, porque é necessário acompanhar o progresso, pois é positivo, porque vai oferecer mais empregos aos moradores, é uma fonte de emprego. Quanto ao progresso, esse conservadorismo é ultrapassado, não existe ninguém que pode barrar o progresso.*⁸³

De outro, o vazio:

*Vejo as modificações como importantes, acho que as casas devem ser derrubadas, pois estão muito velhas. Não vejo nada para ser tombado e não existe nada por aqui, as casas não têm nenhum valor. Acho que deve se jogar dinamite e destruir, se derrubassem e fizessem um prédio moderno seria melhor. Esses que defendem a preservação das casas são os mais novos, são um bando de idiotas, é perda de tempo, sou a favor do progresso.*⁸⁴

⁸² De acordo com Solange Schramm (2001: 114), no dia 19 de setembro de 1986, a prefeita Maria Luiza Fontenelle assinou à meia-noite, no próprio Estoril, a Lei n.º 6119 de preservação e conservação daquele espaço, a qual estabelecia a manutenção das características arquitetônicas do imóvel.

⁸³ Fernando Pinheiro, morador da Praia de Iracema, em entrevista transcrita para o artigo: O Estoril como centro polarizador da Praia de Iracema. Autoria e data não especificadas, p. 10.

⁸⁴ Frederico Guilherme, morador da Praia de Iracema. Ibidem, p. 10.

Por fim, a certeza da permanência

*Não tenho medo da especulação imobiliária, porque na Prefeitura da Maria Luíza ela tombou toda a rua, as casas, é Patrimônio Histórico. Quanto ao Estoril também é. Também existe o DNOCS lá no final, eles não vão derrubar.*⁸⁵

Mesmo sendo um espaço no qual o poder público mantinha (e mantém) diversos órgãos como a Secretaria de Saúde, Departamento Nacional de Obras Contra as Secas – DNOCS- e, mais recentemente o Tribunal Regional Eleitoral –TRE -, o que poderia supor uma atenção maior por parte dos próprios órgãos no que diz respeito à manutenção da área, a constância dos problemas infra-estruturais, como ausência de calçamento, entupimento das galerias pluviais, acúmulo de lixo etc, é observado ano após ano, principalmente nos períodos de chuva e de “ressaca” do mar, transformando o bairro num grande alagadiço e foco de transmissão de doenças.

Objetivando a execução de medidas de forma a assegurar a contemplação das necessidades originárias nas questões infra-estruturais do bairro, a Associação dos Moradores da Praia de Iracema, no ano de 1984, amplia o debate, introduzindo a questão patrimonial na pauta de reivindicações populares, recorrendo a outras esferas da sociedade. Com caminhadas – com direito a palavras de ordem -, shows com artistas da terra, projeção de *slides* ao público, pronunciamento de intelectuais e moradores do bairro, a entidade objetivou:

⁸⁵ Maranguape, morador da Praia de Iracema. Ibidem, p. 10.

*discutir os problemas da praia, destacando a questão do uso do solo (...) promovendo atividades para divulgar informações úteis sobre saúde, educação, habitação, urbanismo, segurança pública, lazer e todos os outros aspectos da vida da população, através de cursos, palestras, boletins, atividades artísticas, culturais, esportivas e recreativas.*⁸⁶

Em paralelo, oficializou o desejo e a necessidade de trazer o Estado de volta a ocupar o papel de provedor e disciplinador dos principais bens de consumo coletivo.

*O bairro foi abandonado pelos órgãos governamentais, tornando-o totalmente indefeso diante das novas construções. Em função disso, a Praia vai aos poucos se descaracterizando, com o aumento da poluição provocada pela ocupação inadequada do solo, que pertence à Zona Especial de Preservação Turística e Paisagística (ZE-2).*⁸⁷

A participação nas decisões políticas, as quais signifiquem modificações no cotidiano do bairro, é vista pelo movimento organizado como uma necessidade e um compromisso que pode conduzir a uma melhoria direta e indireta na qualidade de vida de seus moradores. É o que se observa em relação à organização dos moradores da Praia de Iracema, compreendendo que esta “pertence, em primeiro lugar, aos seus moradores. São eles que devem determinar, através de uma ampla discussão, o que mais convém ao bairro histórico”⁸⁸. Há, no caso, a demanda por uma melhoria na qualidade de vida que identifica o Estado em seus papéis legislativo e executivo, mas que coloca também a comunidade como um agente importante no controle dos diversos níveis

⁸⁶ Estatuto da Associação de Moradores da Praia de Iracema, Jornal Diário do Nordeste, 16 de junho de 1984, p. 9.

⁸⁷ Lúcia Penaforte, presidente em 1985 da Associação de Moradores da Praia de Iracema. Jornal Diário do Nordeste, 30 de junho de 1985, p. 8.

⁸⁸ Idem, ibidem, p. 8.

de planejamento, estabelecimento e execução das políticas públicas urbanas.

Um arquiteto integrante de movimentos populares em Fortaleza distingue quatro níveis de participação popular: o ato da comunicação, no qual o Estado comunica à população as ações que foram ou serão desenvolvidas, não cabendo aos segmentos sociais nenhuma participação efetiva como construção, modificação ou gerenciamento dos recursos a serem aplicados nas políticas públicas; a manipulação de informações com planejamento e gerenciamento de recursos compartilhado entre Estado e segmentos específicos da sociedade, caracterizando favoritismos a uma pequena, mas abastada, parcela da população; uma mediação via lideranças comunitárias, cuja relação político-partidária comprometida, pode encontrar respaldo nos dois níveis anteriormente apresentados ou conferir à relação Estado *versus* lideranças comunitárias uma simbiose contratual que possibilite o planejamento de recursos voltados para as necessidades apresentadas pela comunidade local; e, um quarto nível de participação, em que o controle dos recursos destinados às ações das políticas públicas urbanas, facilite a participação comunitária para além do estado de comunicação e planejamento. (Silva, 1992:90)

Os quatro níveis de participação popular apresentados não englobam toda a complexidade resultante do embate de forças travados entre poder público e sociedade civil. Esboça entretanto “as dificuldades e os entraves existentes para que se dê realmente essa participação, que expressa uma prática democrática com a participação de todos, ou pelo menos de quase todos” (Silva, 1992: 91). Com o jogo sendo travado entre

os diversos e divergentes interesses, para além das fronteiras institucionalizadas, a complexidade das relações entre Estado e sociedade torna-se inumeradamente mais acentuada.

Nesse contexto é possível observar a multiplicidade de mecanismos voltados para a determinação dos rumos das políticas públicas, determinações que têm no capital estrangeiro um norteador das políticas para o desenvolvimento das cidades e, sobretudo, do espaço urbano. No caso do Ceará, com a política empresarial implantada desde 1987, de modernização e desenvolvimento de infra-estrutura, o capital estrangeiro passou de norteador a forte condicionante de toda política pública urbanística a ser implantada no Estado.

Um dos principais instrumentos da política de desenvolvimento e expansão urbana dos municípios são os Planos Diretores que, no Brasil, pelo artigo 182 da Constituição Federal são obrigatórios para as cidades com mais de 20 mil habitantes. O objetivo dos Planos Diretores é estabelecer diretrizes para a organização espacial e o desenvolvimento urbano, os quais funcionarão como reguladores das políticas de uso e ocupação do solo. No caso de Fortaleza, o Plano Diretor que regulamentava a organização espacial da cidade durante a década de 1980 datava de 1963⁸⁹, com sua última modificação, alteração e complementação sendo estabelecida em 1979, tornando-se instrumento de orientação físico-urbanística até o ano de 1992/ 1996 quando, respectivamente, da implementação do novo Plano Diretor de Fortaleza e

⁸⁹ Plano Diretor Hélio Modesto. Plano de ordenação física da cidade.

da Lei de Uso e Ocupação do Solo⁹⁰.

O texto de Lei e as ações praticadas durante os anos que precederam a criação do Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano de Fortaleza – PDDU-For - ⁹¹ deram margem à especulação imobiliária e comercial, culminando, em 1989, na explosão de grandes e acentuados atritos entre os moradores locais e o já grande número de comerciantes instalados no bairro.

Há anos que os poderes públicos, o empresariado nacional do setor de construção civil, principalmente o imobiliário, e alguns tantos segmentos da população local ansiavam por uma reformulação nas políticas de desenvolvimento e expansão urbana. Isso devia-se ao exorbitante crescimento da cidade desde o último Plano de Desenvolvimento Urbano de Fortaleza, em 1963, quando para uma população de pouco mais de 500.000 habitantes “havia (sic) lotes disponíveis para mais de duas vezes esta população”⁹². No início da década de 1990 a configuração espacial da cidade há muito deixara de se caracterizar como horizontal. Sem nenhuma política de desenvolvimento da infra-estrutura⁹³ básica, a cidade aos poucos foi se verticalizando e, onde antes existia um único imóvel térreo, abrigando um número médio de cinco pessoas, construíram-se edifícios de 18/20 andares, concentrando num único espaço uma população em média 20 vezes superior.

⁹⁰ FORTALEZA. Lei Municipal n.º 7.987, consolidada em 1996.

⁹¹ FORTALEZA, Lei n.º 7061/92, de 16 de janeiro de 1992. Orienta a política urbana do município de Fortaleza.

⁹² Anya Ribeiro de Carvalho, arquiteta. Jornal Diário do Nordeste, 06 de janeiro de 1991, p. 14.

⁹³ No início da década de 1990 a cidade de Fortaleza já possuía uma população de aproximadamente 2.500.000 habitantes, dos quais 75% não eram atendidos com rede de esgoto e 20% do todo não possuía água encanada em suas habitações.

Em 1990 começaram os trabalhos para a estruturação do novo Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano de Fortaleza – PDDU/For-. A abertura política do final dos anos de 1970, que culminou no retorno das manifestações populares em prol da participação nos rumos das políticas públicas locais, viria a marcar um novo momento equalizado não só em relação às formas de se fazer política mas, e talvez principalmente, nas formas de se produzir e propalar a cultura, concebida como elemento chave para o desenvolvimento econômico e social local.

As discussões em torno do novo Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano de Fortaleza foram marcadas por uma “queda de braço” entre a prefeitura e os representantes de entidades civis e alguns políticos que entendiam que somente a partir da participação popular, cuja realidade fatídica dos usos e costumes locais lhe é direta, o PDDU-For poderia atender às reais necessidades de desenvolvimento de Fortaleza. Aponta-se a necessidade do PDDU-For ser pensado para além do aspecto espacial, pois, já não eram aceitas apenas ordenações físicas trabalhadas dentro de um tecnicismo de gabinete. Aspira-se a que o novo Plano atenda a um desenvolvimento que abranja a integralização dos aspectos físico-espacial, econômico, social, de saúde, de educação e de transporte para a população como um todo.

De um lado, os técnicos do Instituto de Planejamento do Município – IPLAM- responsáveis pela elaboração do novo Plano Diretor; de outro, alguns segmentos sociais como o Instituto dos Arquitetos do Brasil - Secção Ceará – IAB-Ce, Federação das Associações de Bairros e Favelas, Faculdade de Arquitetura da

Universidade Federal do Ceará e a Ordem dos Advogados do Brasil tentaram impor suas concepções políticas a despeito das diretrizes para a organização espacial e desenvolvimento urbano do município. Se, para as entidades civis, a atenção quanto ao saneamento saúde e educação deveriam ser priorizados na periferia, por concentrar um maior número de habitantes e constar de maior carência de infra-estrutura, para os técnicos do IPLAM “as áreas onde a infra-estrutura já existe, terão prioridade na definição do adensamento”⁹⁴. Compreendendo que nos locais sem uma infra-estrutura adequada a “ocupação ocorre de forma mais lenta e gradual”. De acordo com a lógica apresentada pelos técnicos da prefeitura, as diretrizes da política urbana traçadas para o novo Plano Diretor de Fortaleza deveriam ser orientadas tendo em vista as necessidades apontadas pela especulação imobiliária e pelos segmentos sociais economicamente mais significativos da cidade.

O discurso percebido na objetivação das ações de planejamento urbanístico da cidade são característicos de um empresariado brasileiro que, no caso do Ceará, tem origem no Centro Industrial Cearense reativado em 1978 (Silva, 2000: 62). Um discurso que condena as práticas de subordinação ao Governo Federal por parte das forças políticas tradicionais e de crítica à concentração de renda e ao autoritarismo fruto da ação desse governo. A modernização do Estado é compreendida como um rompimento com o conservadorismo praticado

⁹⁴ Francisco das Chagas do Vale, membro da equipe técnica do PDDU-For. In: *Jornal Diário do Nordeste*, 01 de junho de 1990.

pelo antigo coronelato local, cujo Estado protetor e paternalista passara a ser visto como um entrave ao desenvolvimento do Ceará.⁹⁵

De acordo com José da Silva (1992) coube ao governo investir maciçamente em operações infra-estruturais e de serviços no Estado, de forma a criar uma base atrativa aos investimentos estrangeiros canalizados para os setores mais produtivos do mercado. Este tipo de política pública com base na formação infra-estrutural de mecanismos e serviços e o Pacto de Cooperação colocaram o Ceará num novo cenário econômico mundial, determinando os rumos da política urbana tanto para o Estado como, principalmente, para o Município de Fortaleza. O objetivo foi criar, a partir do Estado, uma infra-estrutura eficiente privilegiando determinadas áreas urbanas de forma a que os setores mais produtivos, como o imobiliário, pudessem desenvolver-se ampla e plenamente. Dessa forma o planejamento e o controle do uso do solo urbano foram trabalhados a partir de uma política do turismo voltada menos para necessidades sociais, de saúde, de educação etc, que para conveniências econômicas do mercado globalizado. Nesse sentido, diversas resistências acerca dos debates envolvendo as propostas, metas e diretrizes do PDDU-For colocaram em jogo não só a credibilidade e eficiência da futura Lei, mas também tornaram explícitos interesses conjuntos entre os setores imobiliário e turístico e necessidades políticas contrárias às demandas locais.

⁹⁵ O discurso e as ações políticas empreendidas pela gestão empresarial dos governos Jereissati e Ciro Gomes, no período correspondente entre 1987-1998, são analisadas no capítulo 5. Observáveis a partir do Plano de Desenvolvimento Cultural, o qual resume as ações implementadas no Estado até o ano de 1994 e impõe as diretrizes a serem seguidas nos anos subsequentes.

À recusa do prefeito Juracy Magalhães ao pedido de audiência do IAB-Ce para participação nos grupos de trabalho do PDDU, em 1991, seguem manifestações e debates nas diferentes entidades civis e Câmara de Vereadores. A idéia era forçar uma discussão sobre as diretrizes de planejamento urbanístico, as quais correspondessem às necessidades dos mais variados segmentos da população e não somente às demandas do setor de serviços e afins, interessados na estruturação da zona litorânea como forma de atração de capital estrangeiro e valorização imobiliária dos bairros circunvizinhos para consumo da classe de alto poder aquisitivo, o que gerou uma série de conflitos entre os representantes das instituições, vereadores e prefeitura.

A pressão exercida obrigou a Prefeitura à exposição dos trabalhos já elaborados pelos técnicos, ou seja, a abertura inicialmente promovida resumiu-se à apresentação do Plano sem, no entanto, possibilitar uma intervenção direta nas propostas elaboradas. Posteriormente, as forças de oposição à política implementada na estruturação do Plano Diretor conseguiram no legislativo uma certa abertura na elaboração do projeto, proporcionando discussões em âmbito menos restrito, criando comissões e desenvolvendo seminários para avaliar propostas e apresentar sugestões e encaminhamentos para o novo Plano.

A construção civil mereceu destaque nas apreciações do Plano que, dentre as mais variadas posturas, determinava precedentes para a aplicação da Lei do Solo Criado, compreendido como “toda edificação acima da metragem quadrada do terreno e complementada pelo índice de

aproveitamento igual a 1,0”⁹⁶, pelo qual o proprietário “só poderá construir o equivalente à metragem quadrada do terreno”-⁹⁷. Com a Lei do Solo criado, a Prefeitura vende a utilização urbana, sem ser um tributo, nem imposto, nem taxa, nem muito menos contribuição de melhoria⁹⁸, entretanto, ocorre que o artigo 156 da Constituição Federal não prevê mais esse tributo, tornando a supra citada Lei inconstitucional.

Não obstante os primeiros problemas em relação à utilização do solo, o Plano Diretor inicialmente apresentado não previa nenhuma ação ou projeto no sentido de preservar e/ou promover a cultura local a partir de seu Patrimônio Histórico, Cultural e Paisagístico. Na verdade, como veremos no decorrer desse trabalho, a preservação do Patrimônio histórico-cultural e Arquitetônico será atrelada ao setor turístico, cuja gestão empresarial pelo Estado guiará as ações no sentido de “disponibilizar a produção cultural de maneira que a sua exposição gere não apenas o hábito de consumo dos produtos culturais, mas também uma renovação das propostas estéticas”⁹⁹.

Paralelamente às discussões sobre o PDDU-For, são apresentados diversos projetos de modificação da Lei 5122, que vigorava em relação ao uso e ocupação do solo. Dentre eles um, apresentado pelo então vereador do PRONA, Carlos Rayol, modificava o zoneamento da Praia de Iracema passando de área de proteção urbanística (ZE-2) para

⁹⁶ Jornal Diário do Nordeste, 15 de outubro de 1991, p. 5.

⁹⁷ Ibidem, p. 2.

⁹⁸ Tomando como exemplo uma construção cujo terreno seja de cem metros quadrados que, pelo índice 1,0 seria igualada a verticalização do edifício projetando-se no máximo em outros cem metros quadrados o proprietário, com a Lei do Solo Criado, passa a ter o direito de comprar da Prefeitura a metragem excedente ao limite estabelecido.

⁹⁹ Paulo Linhares, Secretário de Cultura e Desporto do Ceará. Folhetim sem data.

área de grande adensamento (ZE-7)¹⁰⁰, por compreender que “o progresso acabará tornando a cidade toda uma área de grande adensamento, não só a Praia de Iracema”¹⁰¹. Em outras palavras: já que o “progresso” vai avançar por toda a cidade transformando-a numa grande metrópole vertical, por que não normatizar esse avanço anulando todo e qualquer espaço de preservação? No mesmo período é denunciada à Câmara Municipal de Fortaleza, a aprovação, pelo Instituto de Planejamento do Município a pedido da Secretaria de Planejamento – SPLAM -, da construção de mais um edifício na Praia de Iracema, caracterizando outra manobra política em prol da não regulamentação da área como Zona Especial de Proteção Paisagística.

Observa-se, pela assertiva anterior, que o “progresso” está intimamente ligado a uma dinâmica de transformação. Um quadro de grandes mudanças na imagem da cidade de Fortaleza, o qual veio a se consolidar a partir da segunda metade da década de 1980 quando o marketing político iniciado por Tasso Jereissati começa a veicular a imagem de uma cidade voltada para o lazer e o turismo. Uma gestão que foi continuada por Ciro Gomes (1991-1994) e que tem como base uma modernidade infra-estrutural galgada principalmente numa estética universalista, que aproxima Fortaleza a Miami e a tantas outras cidades turísticas mundiais.

¹⁰⁰ Observe-se que o mesmo zoneamento vigorou até o ano de 1984 quando, por pressões populares, a Praia de Iracema fora transformada no mesmo ano em área de proteção ZE-2.

¹⁰¹ Carlos Rayol. In: *Jornal Diário do Nordeste*, 14 de setembro de 1991, p. 4.

A necessidade imperial foi transformar o turismo num dos eixos de propulsão da economia local e, para tanto, o setor de construção civil, sobretudo o imobiliário, viria a ter papel de destaque não somente criando novos espaços e estéticas habitacionais, como também, impulsionando a criação de símbolos capazes de inserir a cidade no circuito nacional e internacional, o que viria a ser a principal arma do jogo político das gestões estadual e municipal em Fortaleza. Uma reformulação urbana capaz de projetar Fortaleza como uma metrópole moderna e dinâmica. Para José da Silva “uma bateria de propostas e idéias projetam uma outra Fortaleza. (...) Cada pedaço de cidade, quando aperfeiçoado, ou melhor, modificado, incorpora mais valor, gera maior procura pelo mercado. A imagem urbana transforma-se em excelente negócio.” (Silva, 2000: 71).

As intervenções urbanísticas, nas áreas de maior investimento voltado ao setor turístico, apresentam o desenvolvimento de um padrão estético universal que possibilitou a venda da imagem de uma urbe “moderna” longe da estética regional, a qual passou a ser associada a uma tradição “arcaica” e “estática”. Politicamente isto significava “um rompimento histórico com as forças do atraso, do conservadorismo” (Silva, 2000:64); economicamente, uma dinâmica de desenvolvimento capaz de inserir o Ceará no mercado globalizado, no qual a estética universalizante é um dos melhores tipos de marketing; cultural e socialmente, o desenvolvimento de uma classe média produtora e consumidora de produtos trabalhados pela indústria cultural.

A urgência em consolidar um plano de desenvolvimento espacial para a cidade era uma demanda que atendia a um projeto muito

mais amplo que, simplesmente, a esfera social e “quando se trata de explicar a construção simbólica da ‘moderna’ Fortaleza, mais importante parecem ser as intervenções urbanísticas executadas ou em execução, a partir dos anos 90, pelas administrações estadual e municipal” (Gondim, 2001: 33). É nesse sentido que a Secretaria da Cultura e Desporto do Estado (SECULT) traça um plano de desenvolvimento cultural nos anos de 1995 e 1996, almejando uma classe média que deve ser “preparada culturalmente”, objetivando “acelerar o deslocamento do trabalho para a indústria cultural, cuja capacidade empregadora é simplesmente inesgotável”¹⁰² e o meio destacado para atingir tal objetivo foi a produção de uma economia “supersimbólica”, ou seja, uma multiplicidade cultural produzida a partir da rápida circulação de informações para um público com acelerado ritmo de mudanças. Criação, produção e consumo de ícones extraterritoriais e transnacionais, onde “o simbólico é um produto cultural que cria tramas fictícias mais duradouras do que as urdidas pela frágil realidade”(Ferrara, 1996: 15).

A informação é compreendida como ponto nevrálgico que beneficia o comércio livre na área de produtos. Esta mesma informação deve servir de vetor na transformação do espaço urbano e as formas arquitetônicas e organizacionais deste, transformadas em inovadoras e arrojadas por meio da modernização tecnológica e gerencial. As mudanças na expressividade cultural devem ser perseguidas a partir do reordenamento urbano, com a criação de uma nova economia, baseada na produção de símbolos voltados para o consumo. Nesse ponto, as mudanças no Plano Diretor são fundamentais no processo de

¹⁰² SECULT. Plano de Desenvolvimento Cultural 1995/1996, p. 12.

modernização da cidade, para sua “completa” inserção no mercado globalizado.

À medida que o Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano de Fortaleza avança, avançam também as obras de reurbanização da Praia de Iracema, que naquele momento tiveram como prioridade a restauração do calçamento de paralelepípedo e, posteriormente, a construção do calçadão ao longo da praia. Este último, interligando o Ideal à Ponte dos Ingleses (Metálica), tornou-se uma das principais vias de acesso da classe média local e turística à diversidade boêmia nos múltiplos pontos de concentração da Praia de Iracema.

Vale lembrar que desde 1984 a Praia de Iracema passou a ser considerada uma Zona de Proteção e Preservação Paisagística, Cultural e Arquitetônica. As obras de reurbanização, que deveriam ser iniciadas em novembro de 1991, eram demandas há muito requeridas pela população, que ansiava por uma melhoria na infra-estrutura local, que permitisse tanto preservar o Patrimônio Histórico, ali presente, quanto proporcionar uma melhor qualidade de vida em termos de saúde, circulação etc. Entretanto, uma outra demanda, visivelmente mais forte, orientou as obras de reurbanização. Dentre elas uma entrara em evidência: a criação de uma “nova tradição”, cujo “vocabulário simbólico é ampliado pelos arcos expectantes do calçadão, que emolduram o mar e compõem uma nova paisagem (...) acessórios criados para marcar a boa nova” (Rocha Jr., 2000: 136). O que veio a abortar por completo a idéia de transformar a Praia de Iracema num Patrimônio Histórico protegido, nos seus aspectos arquitetônicos e culturais, por lei específica.

A criação do novo Plano Diretor de Fortaleza, no entanto, somente fortaleceu o projeto de uma Fortaleza “moderna”, onde o passado, quando muito, serve de *souvenir* às levas de turistas estrangeiros e nacionais. O avanço das especulações comercial e imobiliária e a necessidade de promoção de uma imagem voltada para o “progresso” e a “modernidade” criaram uma “crise dos sentidos”, para a qual a palavra de ordem “mudança” soou carregada de significantes universais distanciados das condições de vida na localidade.

Apesar de pressões externas, o PDDU-For foi aprovado nas duas primeiras votações realizadas pela Câmara, entretanto, após encerrada a segunda votação, no dia 13 de novembro de 1991, foram apresentadas emendas, fora do prazo estabelecido pelo regimento interno da Câmara.

O projeto original encaminhado pelo prefeito Juracy Magalhães foi votado em segunda discussão, na sessão do dia 13 de Novembro e depois dessa data nenhuma emenda a mais poderia ter sido recebida. No entanto quando as emendas foram votadas, nos dias 20 e 21 observou-se que de 72 havia saltado para 98 o número de emendas aprovadas.¹⁰³

A polêmica maior girou em torno da emenda de número 98 que fixava a fração do lote a ser adotada nas áreas especiais definidas pelo PDDU-For.

A emenda acrescenta ao Artigo 119 do Plano Diretor, o parágrafo segundo, que dispõe sobre os fins do disposto sobre a fração do lote a ser adotada nas áreas especiais tem no inciso primeiro a fixação que as áreas de interesse ambiental (dunas) terá a fração de 250 metros quadrados, isto é, só poderá haver uma construção por cada 250 metros quadrados. O inciso segundo fixa que na orla marítima a fração será de 140 metros

¹⁰³ Jornal Diário do Nordeste, 21 de novembro de 1991, p. 3.

*quadrados e o inciso terceiro diz que as áreas de interesse urbanístico terão a fração de 200 metros quadrados.*¹⁰⁴

Com o aumento da fração mínima de lote, o novo texto de Lei¹⁰⁵ fortaleceu e consolidou os anseios de uma Fortaleza “moderna” que se verticalizava à medida de suas articulações com o turismo e o mercado mundial. Se as incursões da especulação imobiliária e comercial sobre os casarios e as pequenas casas de pescadores “do último reduto boêmio e histórico da cidade”, já se dava de fato, agora tornara-se de direito. O Plano Diretor não chegou a regulamentar a área da Praia de Iracema, por sua vez, ampliou consideravelmente a fração do lote operacionalizado na orla marítima, abrindo precedentes jurídicos que vieram a fortalecer a estetização vertical que há décadas se processava.

De acordo com as diretrizes gerais do novo Plano Diretor, a política urbana do município de Fortaleza deveria ser orientada a partir de onze prioridades, dentre elas:

*(...) assegurar o bem estar dos habitantes, objetivando a: utilização racional do solo; preservação do ambiente cultural; identificação de áreas de especial interesse urbanístico, cultural, social, turístico e de utilidade pública; além de promover a melhoria das condições ambientais da orla marítima e o aproveitamento das suas potencialidades*¹⁰⁶. Estabeleceu, para além de suas diretrizes gerais, macrodiretrizes¹⁰⁷, dentre as quais:

¹⁰⁴ Ibidem, p. 3.

¹⁰⁵ A emenda de n.º 98 e outras 17, também apresentadas fora do prazo regulamentado pela Casa, foram aprovadas em redação final, após a desistência da ação impetrada na 3ª Vara da Fazenda Pública pelos vereadores Carlos Rayol, Emanuel Telles e João Pinheiro.

¹⁰⁶ FORTALEZA. Lei n.º 7061/92, de 16 de janeiro de 1992, Art. 2º, I, III, IV, V, IX, X.

¹⁰⁷ “Consideram-se como macrodiretrizes do Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano (PDDU-FOR), os princípios que deverão ser observados quando de sua implementação nos próximos dez anos”. Ibidem, Art. 19º.

Promover a desconcentração e a descentralização da cidade, através da distribuição da população e das atividades sócio-econômicas compatíveis com a infra-estrutura básica e a rede de equipamentos urbanos; estimular o turismo interno e internacional com o estabelecimento de áreas de interesse turístico e de critérios para sua proteção e utilização; assegurar a preservação, a proteção e a recuperação do meio ambiente natural e do patrimônio histórico e cultural; promover a melhoria da qualidade de vida da população nos seus aspectos sociais, econômicos, ambientais, respaldados nos princípios do ecodesenvolvimento; assegurar a participação da população no planejamento e controle da execução das diretrizes do Plano Diretor de Desenvolvimento PDDU-FOR¹⁰⁸.

A estruturação urbana da cidade, apoiada na diretriz geral de desconcentração e descentralização das atividades sócio-econômicas e da população – Plano Diretor -, dividiu a cidade de Fortaleza em Macrozonas¹⁰⁹ e Áreas Especiais ou Zonas Especiais¹¹⁰, as quais somente foram regulamentadas quando da consolidação da nova Lei de Uso e Ocupação do Solo do Município em 1996. A Lei de Uso e Ocupação do Solo veio, mais uma vez, ratificar as políticas urbanísticas favoráveis à caracterização da cidade de Fortaleza nos moldes urbanos dos centros turísticos internacionais, legitimando o artifício urbano em função de megaprojetos infra-estruturais para atração do capital estrangeiro. Não obstante, após todas as incursões promovidas bilateralmente pelo Estado e Prefeitura, a Praia de Iracema foi classificada em duas Zonas Especiais. A primeira como Faixa de Praia:

(...)área coberta e descoberta periodicamente pelas águas marítimas, acrescidas da faixa de material detrítico, tais como areias,

¹⁰⁸ Ibidem, Art. 20º, III, XIII, XVII, XIX.

¹⁰⁹ “porções do território do Município, delimitadas por lei e caracterizadas por ocupação, condições de infra-estrutura, equipamentos e serviços básicos diferenciados, identificadas como áreas de planejamento das ações governamentais”. Ibidem, Art. 21º, I.

¹¹⁰ “aquelas com destinação específica e normas próprias de uso e ocupação do solo”. Ibidem, Art. 57º.

*cascalhos, seixos e pedregulhos, até o limite onde se inicie a vegetação natural ou outro ecossistema ou até o primeiro logradouro público(...).*¹¹¹

As áreas de Faixa de Praia são áreas de proteção destinadas por Lei “ao lazer e à prática de atividades esportivas”¹¹². No entanto, encontram-se previstos no artigo 111 da dita Lei exceções sobre as possíveis ocupações nessas áreas, bem como em seu entorno, para os quais dar-se-ao somente “através de projetos urbanísticos, diferenciados por trechos, em função das suas condições físicas e ambientais e dos interesses do Poder Público e da coletividade”. As exceções que derivam a ocupação nessas faixas de praia são determinadas por iniciativa do Poder Público e somente liberadas com prévia aprovação do município.

Os dispostos nos artigos 112 da Lei de Uso e Ocupação do Solo outorga ao Chefe do Poder Executivo a regulamentação e o estabelecimento dos programas, diretrizes e parâmetros “com base em estudos e projetos urbanísticos realizados pelo Instituto de Planejamento do Município –IPLAM”, de toda e qualquer intervenção em trechos da Área de Faixa de Praia. Essas possibilidades de construção em áreas previamente determinadas como *non aedificandi* permitiram a liberação de alvarás destinados à construção de grandes equipamentos turísticos como o Hotel Marina, regulamentando também empreendimentos do porte do Beach Park, ambos construídos em total desacordo com as características da área e promovendo um desequilíbrio ambiental provocados por sua proximidade com o mar.

¹¹¹ FORTALEZA. Lei n.º 7.987. de 23 de dezembro de 1996. Art. 109º.

¹¹² Ibidem. Art. 109, parágrafo único.

Regulamentados os precedentes da construção em áreas *non aedificandi*, fora posto em prática o aterro de considerável parte marítima da Praia de Iracema, tornando claras as depreciações ambientais as quais fizeram-se sentir mais fortemente no final da década de 1990 e início de 2000, quando grande parte da faixa litorânea da zona oeste do Estado sucumbiu frente ao avanço do mar provocado pelas intervenções na zona central de Fortaleza.

É com base na Lei 7987 e regulamentações posteriores que outros projetos de intervenção urbanística prevêm o acréscimo de mais centenas de hectares ao longo da costa que vai da Praia de Iracema ao Poço da Draga, para a construção do Centro de Eventos. De acordo com um dos arquitetos responsáveis pela obra, o projeto de criação do Centro de Eventos apesar de ser considerado uma obra gigantesca a ser alocada sobre um aterro marítimo não trará prejuízos ambientais à cidade. Nas palavras do próprio arquiteto:

Todo projeto público que eu participei, na medida do possível, eu forcei as autoridades para que houvesse um mínimo de discussão pública e esses e eu conseguimos o que é universal (sic): vinte e uma audiências da última CDL com PLANEFOR. Cacete violentíssimo que hoje se reduz apenas a uma discussão de um pequeno grupo que diz que o aterro que tá sendo feito lá é prejudicial à orla no contexto ambiental, coisa que não é, mas tem que ter paciência pra demonstrar que não é e dar segurança à comunidade que tem todo o direito de ficar segura, informada e desconfiar, que normalmente são feitos de maneira prejudicial. O que eu quero dizer com isso? Todas essas coisas tem uma relação de custo benefício.¹¹³

¹¹³ Fausto Nilo, entrevista citada.

Como parte da Zona Especial, a Praia de Iracema também ficou classificada como Área de Interesse Urbanístico: “Áreas predominantemente edificadas, localizadas em quaisquer das macrozonas, que, em função de sua importância histórica, paisagística e cultural, requerem tratamento específico”¹¹⁴, subdivididas em três setores destinados, respectivamente, à revitalização, à preservação e à renovação urbanas.

O Setor 1 é a área “destinada à revitalização urbana, com incentivo à implantação dos usos Habitacional, Cultural, de Lazer e de Hotelaria”¹¹⁵, subdividida em dois sub-setores. O Setor 2 é uma área “destinada à preservação urbana, envolvendo a manutenção do ambiente, no tocante ao parcelamento do solo, à volumetria e às características das edificações e às relações entre o espaço edificado e o espaço não edificado”¹¹⁶. O Setor 3 engloba uma área “destinada à renovação urbana com incentivo aos usos Habitacional e de Hotelaria. (ver: figuras 7 e 8)

Na área destinada à preservação, identificável como Setor 2, encontram-se as edificações de “maior valor patrimonial”, inclusos nesta: a Ponte Dos Ingleses, o Estoril e a Vila Morena, bem como uma série de construções de estilos variados, as quais formavam o círculo boêmio da Praia de Iracema. Esse setor concentrou até 1998 grande parte dos símbolos da “modernidade” de Fortaleza, produzidos pelos poderes públicos estadual e municipal, no que tange às iconicidades voltadas para a atração turística internacional.

¹¹⁴ FORTALEZA. Lei n.º 7061/92, Art. 57º, VI.

¹¹⁵ FORTALEZA. Lei n.º 7987, op. cit.

¹¹⁶ Ibidem.

Da parte do poder público municipal tem-se a construção do calçadão que, encerradas as obras em 1993, passou a funcionar como uma passarela para a apreciação da “tradição” estereotipada nas fachadas das antigas construções transformadas em cenário para os megaempreendimentos; dos diversos marcos referenciais como o mirante com a escultura de Iracema, a placa em memória a Luís Assunção “poeta da Praia de Iracema”, uma escultura do artista Ascal e de muitos “arcos expectantes” e futuristas.

No espaço já consagrado pela multiplicidade de comércios voltados para o lazer e o turismo vieram, posteriormente, as “reformas” do Estoril e da Ponte Metálica, ambas em 1994, as novas edificações erguidas sobre as antigas casas de pescadores e outras tantas reformulações urbanas de estilos variados, que inseriram o bairro no contexto internacional de turismo.

O PDDU-For e a Lei de Uso e Ocupação do Solo serviram como elemento chave no plano de marketing dos governos estadual e municipal, de tal forma que aos anseios da comunidade somaram-se ações políticas de promoção de uma imagem que alia a “preservação” ao desenvolvimento do capital. Uma “preservação” superficial e, por isso, inexistente e inadequada à continuidade das relações sociais, que até então encontravam-se solidamente estabelecidas no espaço da Praia de Iracema.

O aproveitamento das potencialidades, com a recuperação do meio ambiente natural e Patrimonial e a preservação do ambiente cultural, assinaladas no Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano de Fortaleza, foi desenvolvido no sentido de promover a imagem de uma

Fortaleza moderna. Uma modernidade cujo marketing vinculasse patrimônio, cultura, lazer e meio ambiente a uma estética extraterritorial de consumo. É nesse contexto que todas as reformas urbanísticas implementadas nos “bolsões” turísticos procuraram requalificar simbolicamente esses espaços criando uma “tradição inventada”, na qual os sentidos da história, da cidade e do tempo, emoldurados numa nova simbologia, traduzem a universalidade, a efemeridade e a identidade transnacional e extraterritorial necessárias ao mercado.

FIGURA 1 – Boêmios de Iracema, Banda Violões do Norte. Praia de Iracema 1932.



Em sentido horário a partir do canto superior direito: Vicente Freire, Luís Assumpção, Oscar Cirino, Francisco Napoleão, José Maia, Miranda Golimar, Romeu Meneses.

FIGURA 2- Jangadas Praia de Iracema década de 1930

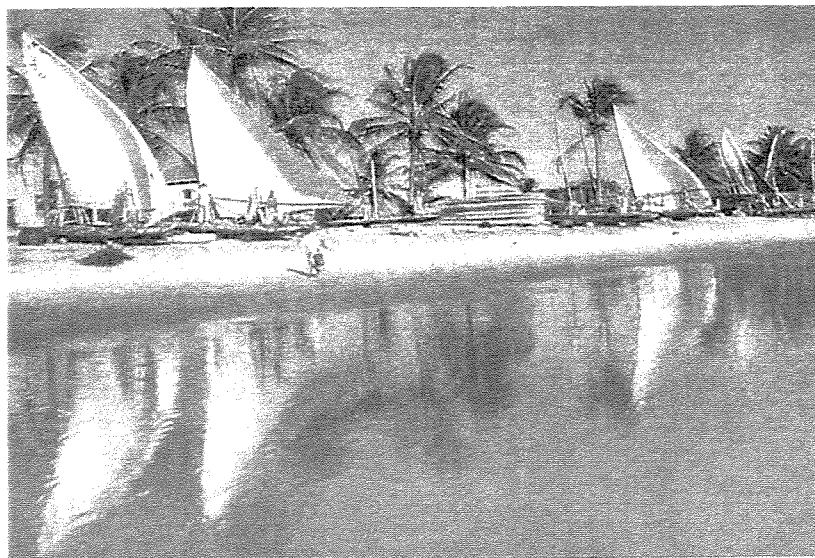


FIGURA 3- Banhistas na Praia de Iracema, década de 1930

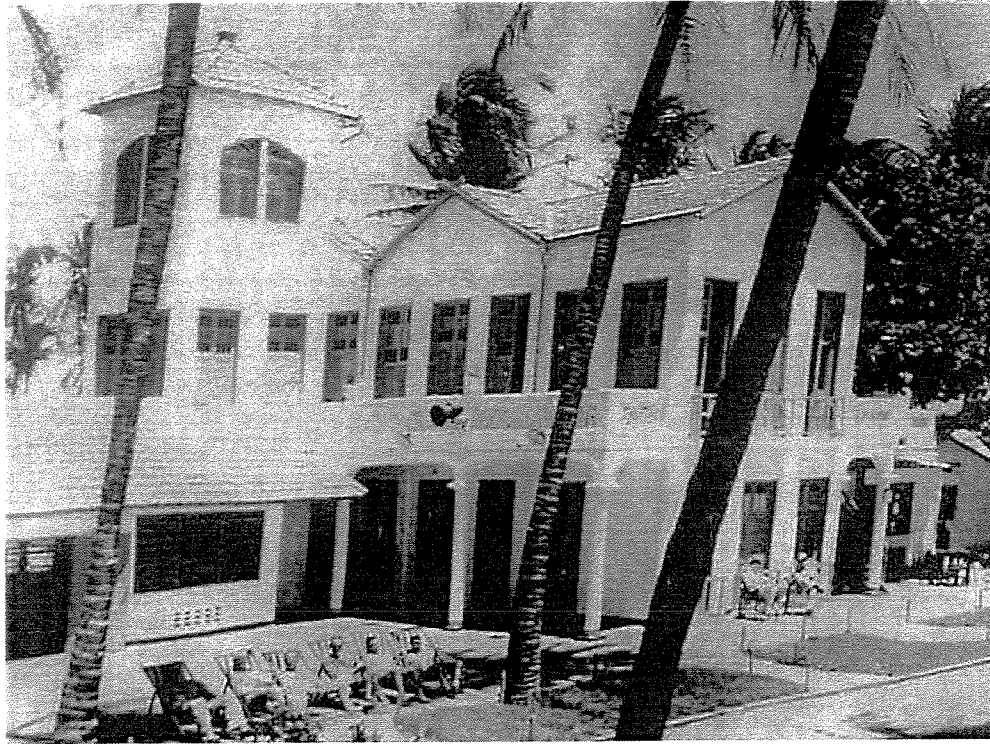


FIGURA 4 –Clube dos Oficiais Americanos, Vila Morena 1942.



Vista frontal do Clube dos Oficiais Americanos

FIGURA 5- Clube dos Oficiais Americanos, Vila Morena 1942.



Oficiais americanos em banho de sol. Vista para o mar (fundos)

FIGURA 6- Conjunto *Os Vocalistas Tropicais*, Clube dos Oficiais Americanos.



Os Vocalistas Tropicais, criado em 1941 e composto por José Eduardo Ribeiro Pamplona, Artur José de Carvalho, Leto Cordeiro, Nilo Mota, Pijuca, Paulo Sucupira, Vicente Ferreira da Silva e Paulo de Tarso. Destacaram-se no cinema, no auge da Atlântica.

Figura 7: Mapa de setores da Praia de Iracema. Fortaleza, 1996

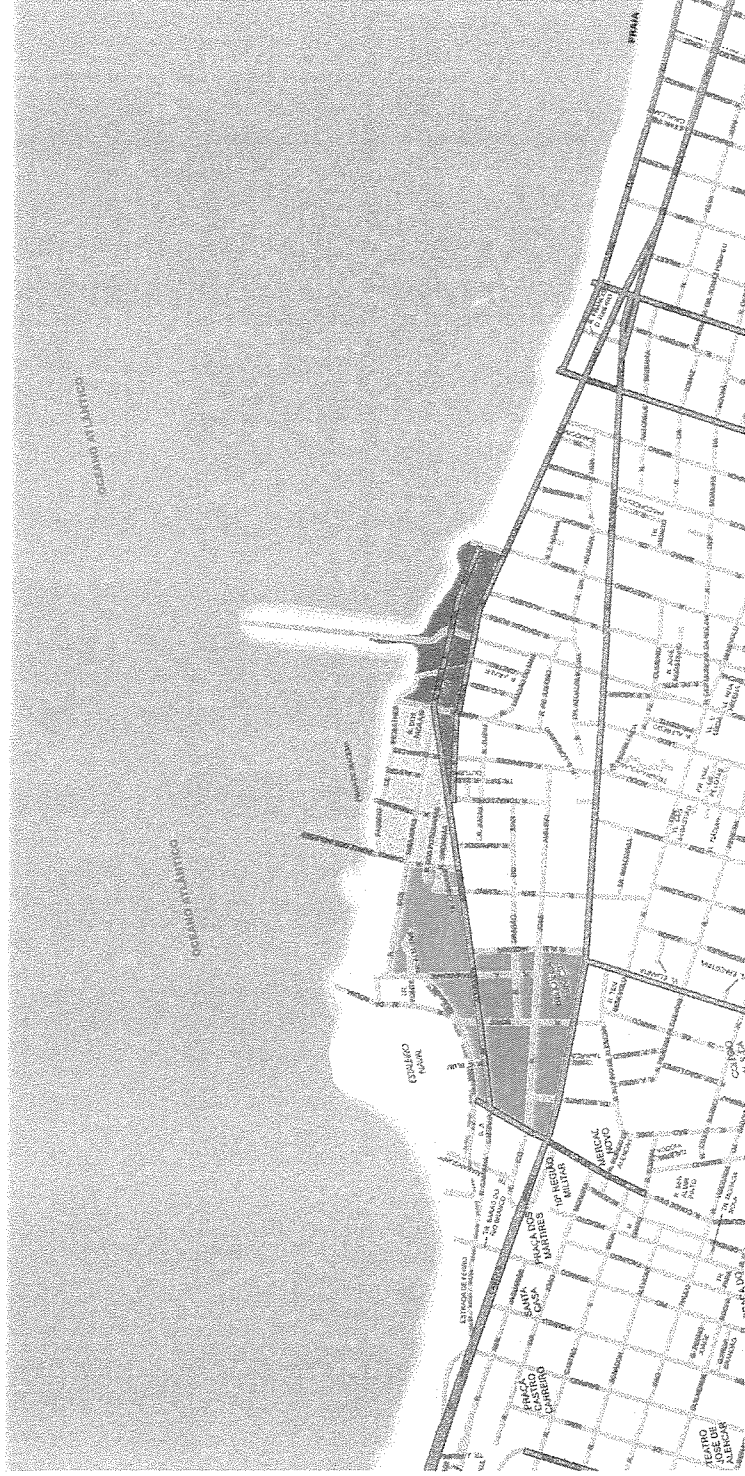


Figura 1: Setores da Praia de Iracema

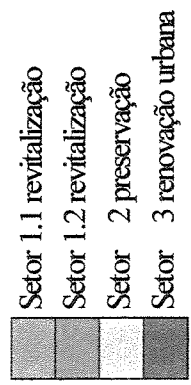


Figura 8: FOTO SATÉLITE, PRAIA DE IRACEMA. FORTALEZA 1996



Capítulo 2: Cenários de turismo

Marco Polo descreve uma ponte, pedra por pedra.

- Mas qual é a pedra que sustenta a ponte? – pergunta Kublai Khan.

- A ponte não é sustentada por esta ou aquela pedra – responde Marco -, mas pela curva do arco que estas formam.

Kublai Khan permanece em silêncio, refletindo. Depois acrescenta:

- Por que falar das pedras? Só o arco me interessa.

- Polo responde:

- Sem pedras o arco não existe.

O objetivo deste capítulo é tecer algumas considerações sobre a virtualização da realidade espaço-temporal e sua conseqüente produção identitária, tendo como objeto situações produzidas no contexto da contemporaneidade e que, independente de sua circunscrição espacial, constituem-se em experiências sensíveis no universo do mercado, da tecnologia e de significantes extraterritoriais e transnacionais de consumo.

A identidade sofreu transformações de ordem de seus referenciais para os quais o pertencimento promovido a partir da territorialidade, etnia, nacionalidade, religiosidade etc, cada vez mais cede espaço para uma rede de significantes mercadológicos veiculados pelas tecnologias comunicacionais, um redirecionamento que tem na funcionalidade do sistema de signos uma potência de análise identitária muito mais significativa que a possibilitada pela análise da co-

dependência entre os sujeitos e as consagradas instituições culturais clássicas.

Partindo destas prévias observações, pretendemos, na abordagem de Não-lugares, Viagem e turismo, Shopping center, Carnaval e Micaretas, iniciar, mesmo que de forma ainda incipiente, uma discussão que interpreta a mediatização dos valores e visões de mundo a partir dos signos que integram a cultura e a subjetividade contemporâneas. A maneira mais sugestiva que compreendemos para este fim foi, na medida do possível, adentrar o universo das *plazas* de celebração da identidade.

Não-lugares

O não-lugar é o “espaço no qual não estão simbolizados nem identidade, nem relação, nem história...” (Benko, 1994: 247), lugares idênticos em todo o mundo, no qual *a priori* não se encontra ninguém a reproduzir relações para além do aqui e agora. Isso salvo algumas parcas e pontuais exceções, e estas mesmas dentro dos códigos reproduzidos na estética universalizante. Por outro lado, o não-lugar é o espaço por excelência do mercado que, atuante na reprodução das relações sociais, reveste cada mercadoria de um significado outorgante de identidade produzida a partir do consumo e da troca. As características que formam o mercado tornam seus não-lugares o fenômeno central para a compreensão da cultura contemporânea, na qual a identidade é forjada a partir da repetição da experiência em vez da autodescoberta no confronto com o outro, o estranho, o exótico.

Como é possível facultar a ausência de símbolos determinando a presença de identidade, de relação e de história se o não-lugar pode ser compreendido como espaço de plena reprodução de relações sociais e de identidades? E, por conseguinte, quais espaços não se encontram inseridos nessa lógica do mercado, se falamos de uma economia globalizada, de uma identidade de referenciais midiáticos, de uma cultura contemporânea, que é esboço da produção de bens de consumo não duráveis? Definir não-lugares como espaço por excelência do mercado responderia a toda complexidade que envolve a produção daquele espaço?

A estética espacial, apesar de possibilitar um contraponto entre lugares e não-lugares, não compete a nós discorrer em profundidade sobre suas minúcias arquitetônicas e seus planos técnicos. Na verdade, o elemento que melhor determina a produção de um não-lugar encontra-se menos em indicadores precisos de recortes estéticos ou mercadológicos que na forma social de apropriação e de trocas entre o sujeito e o objeto e o elemento subjetivo neste identificável.

Não podemos simplesmente determinar não-lugares estabelecendo *a priori* justificativas estéticas. Por outro lado, a estética não pode ser excluída das análises que envolvem a produção de não-lugares. A forma como é concebido determinado projeto arquitetônico promoverá a correspondência entre o edificado e a cidade, a história, o tempo. Assim são os shoppings, as cidades-cenário, os edifícios multifuncionais (bunquers) e tantas outras arquiteturas que nos coloca diante de uma realidade espaço-temporal diferenciada no contexto urbano. Por seu turno, a correspondência entre o não-lugar e o sujeito

predispõe a formação de relações, de identidade e de história numa constituição que difere do lugar, ao se reportar ao mercado, mas que também o coloca como um agente pleno a fornecer elementos para a compreensão das múltiplas e heterodoxas relações que comportam o coetâneo.

Uma das questões estéticas que é preciso considerar na análise dos não-lugares é a circulação entre os espaços físicos, sendo estes são produtos de uma ordenação pensada e projetada para o fluxo entre os significantes que se perfilam no trajeto. Outra consideração é o caráter de container que pode ser pensado conceitualmente como um espaço físico que deve bastar-se a si mesmo, para o qual a combinação de grandes construções de uso interno com atrações que procuram reproduzir o espaço público da cidade *in side*, geram em si a artificialidade necessária, embora parcialmente, que anula os percalços históricos, climatológicos, sociais, existentes na cidade. Mas, até mesmo essas características são passíveis de questionamento, haja vista que o intercâmbio promovido pelo fluxo container versus cidade, renova aquele espaço nos movimentos para os quais o sujeito é agente ativo. Além disso, um fenômeno mais recente para as cidades brasileiras também pode ser considerado um não-lugar, menos por sua estética que por seus significantes e o modo de apropriação deste não-lugar. São exemplo as lojas de conveniência situadas em postos de gasolina, que mantêm uma relação arterial com a cidade, mas promovem uma sociabilidade que tem nos significantes sociais extraterritoriais e transnacionais seu principal referencial.

Para além do elemento físico-territorial, o desenvolvimento de suportes tecnológicos-comunicacionais trouxe novos espaços para o estabelecimento das relações entre os sujeitos. A telefonia móvel e fixa, a tv à cabo e por satélite, a Internet, as redes globais de comunicação, enfim, exercem na atualidade, um papel importantíssimo na reprodução das relações sociais e, mais que isso, impõem uma forma relacional entre o sujeito, o outro e a cidade, intimamente integrados ao mercado, e que se reproduzem em esferas virtuais, que também são não-lugares de consumo, de sociabilidade e de reprodução identitária num cotidiano de trocas. Não-lugares, portanto, observáveis tanto em espaços físico-geográficos quanto em espaços virtuais comunicacionais tecnológicos, atuando, esse conjunto, na reprodução das condições e das relações sociais e de produção.

Os espaços físico-urbano e comunicacional-tecnológico são esferas sociais, portanto, locus de reprodução da identidade social. Uns e outros mantêm uma ordenação espacial que pode se constituir a partir de ações de distanciamento da história, das tradições, da cultura enraizada em temporalidades históricas, nacionais, étnicas ou territoriais, etc., isto é, aproximada da produção de uma cultura extraterritorial. Ou seja, tanto uma esfera como outra e a inter-relação entre ambas, são contextos contemporâneos que atuam como elementos importantes na formação do sujeito, no modo deste perceber a cidade e o outro, e de reconhecer como persona um cidadão na sociedade, com seus grupos contratuais, tribos afetivas, tribos culturais em “domínios culturais, de produção, culturais, sexuais, ideológicos” (Maffesoli, 1998: 9).

A sociabilidade emergente do exercício de apropriação de significantes extraterritoriais e transnacionais concebidos prioritariamente nos não-lugares, reproduz-se também no mercado, na ação de consumo. Esta ação de consumo, quando se torna meio de reprodução social, é compreendida e exercida como uma ação de civismo, uma cidadania que se justifica no mercado, no poder de compra. O que possuo ou o que posso um dia obter tornam-se referenciais de cidadania, cujos direitos recaem mais ainda sobre questões de classe social, mesmo que a ostentação de tais significantes expressem uma condição econômica somente aparente.

Os significantes, assim como todo plano simbólico, formam a base material da cultura, ao passo que também são meio e forma de acesso a esta. Desta forma a cultura gera interpretações espaço-temporais variáveis, a partir das formas de integração entre o homem e a natureza e de participação nesta, seja em agenciamentos biofísicos, econômicos, sociais e tecnológicos (Ferrara, 1996). Portanto, as transformações decorrentes em todo e qualquer plano cultural modificam a percepção, a experiência e o comportamento humano que determinam e descrevem uma dada sociedade espaço-temporal.

O espaço urbano produz, reproduz e veicula signos tornados significantes a partir da atuação do mercado, ao que Bauman determina como a tragédia dos signos, “que vivem da procura de significado e expiram no momento em que o encontram.” (Bauman, 1998: 175). O mercado atua transformando os signos em mercadoria, no que deve ser interpretado menos como um sistema que como um campo de jogos, onde a mercadoria é o interesse do jogo e o processo de

“mercantilização” é também o ato do nascimento do consumidor. As relações sociais, a cultura, tal como o mercado, passam a ser jogos de oferta e de procura, em que a fluidez e efemeridade dos significantes, assim como os jogos de oferta e procura do mercado, reproduzem identidades transitórias, que concorrem junto a todas outras formas de identificação comunitária, na formação da condição de pertencimento entre o sujeito e todos os organizadores sociais que com ele interagem.

No presente, as redes tecnológicas informacionais parecem dar o tom a uma nova sensibilidade. Ao trinômio máquinas, multidões e cidades são acrescentados novos paradigmas como informação, *personas*, espaço virtual ou, simplesmente, não-lugares. É a chamada “era pós-industrial”, na qual perfilam incertezas sobre sua complexa estrutura, bem como sobre as potencialidades das relações sociais mediadas cotidianamente pelas tecnologias comunicacionais. A revolução informacional da qual somos contemporâneos introduz novas mediações entre os sujeitos e a realidade empírica, produzindo subjetividades que assimilam o extraterritorial como algo passivo de apreensão, a partir da experiência sensível e da repetição da experiência, ou seja: a simulação da realidade física e subjetiva, promovida pela imersão parcial ou completa no universo de imagens sensoriais-informacionais e de significantes extraterritoriais e transnacionais, como informação de uma dada realidade sócio-cultural, é absorvida e vivenciada como a coisa em si.

A todo imaginário mecanicista produzido na era industrial, acrescenta-se, nesse momento, a idéia de fluidez ou desmaterialização. Essa, ao que parece, permeia grande parte do imaginário pós-moderno, no

qual a informação torna-se a principal mercadoria, gerando todo um complexo comunicacional, produzindo e reproduzindo a dinâmica política, econômica, cultural e social contemporâneas, em que “a visibilidade e a totalidade anteriores disputam, (sic) com a tecnologia, a sensibilidade e a emoção (...) a realidade de uma tecnologia produtora de virtualidades que abre uma questão cultural concreta” (Ferrara, 1996: 22-23). Os não-lugares entram, dessa forma, como uma categoria que deve ser explorada como espaço de produção de experiências sensíveis possibilitadas pela virtualização da realidade espaço-temporal, mas também de celebração de cidadania e identidades fornecidas a partir do mercado de significantes extraterritoriais e transnacionais, veiculados como informação de amplo referencial social, através das tecnologias comunicacionais.

Alguns aspectos e situações da cultura contemporânea podem explicitar-nos não só os referenciais que permeiam a produção de não-lugares, mas a ambiência que envolve as relações afetivas e contratuais urbanas do presente. E, para compreender o universo contemporâneo, no que diz respeito à formação de identidades e de relações sociais, considerando a instituição do não-lugar, deveremos adicionar dois referenciais que permeiam não somente o espaço físico-urbano, mas também o comunicacional tecnológico: a presença como potência e a história que, apesar de fragmentada, coloca-se como produto de um *continuum*. Onde a materialidade física esvai-se na virtualização do espaço comunicacional e a multiplicidade informacional deste garante um rompimento com a história temporal. A experiência sensível, promovida na interação virtual entre a realidade espaço-temporal e o sujeito,

constitui meio de conhecimento da realidade, na qual este conjunto espaço-temporal é traduzido como informação instantânea, atualizada no presente. A história, com sua temporalidade, torna-se um contínuo de imagens interativas e informacionais, numa ambiência virtual, na qual a imagem ou a idéia simulada da realidade importam mais que a experiência empírica promovida na visibilidade e totalidade do não virtual.

Se o lugar se cristaliza no plano do vivido, a partir de uma rede de significantes e sentidos nos quais o homem se reconhece, constrói sua identidade, o reconhecimento do sensível, como experiência humana, também implicará a construção de identidades, sejam estas transitórias, efêmeras ou circunstanciais

Viagem e turismo

O Turista, na sociedade contemporânea, é um dos elementos chaves da cultura de mercado. Cobiçado, como consumidor que é, enfrenta a visibilidade naquilo que foi programado para agradar aos paladares e olhares de um ser em trânsito constante pelas múltiplas e, por vezes, seculares culturas oferecidas nos pacotes das agências de viagens. Ícone da contemporaneidade, insere-se no contexto da multiplicidade informacional e tecnológica, a partir da qual inicia seu deslocamento, catalogando os espaços de estéticas diferenciadas arquitetonicamente e apreciadas na metonímia de experiências sensíveis. O viajante de antes, a viagem na busca do

conhecimento do outro que, à proporção das experiências, denotam as diferenças de cada lugar, jogos de linguagem, usos e fazeres configurando-se inevitavelmente na metáfora do que fora apreendido, é sujeito *out side* do mercado, um nicho pequeno ao que Bauman determinou de vagabundos, pelo que não se propõe a consumir.

É interessante observar a forma ambígua de se tratar o turista, até porque viagem e turismo, na maioria das vezes, são interpretados como sinônimos de um mesmo fenômeno de deslocamento. Na verdade, a ambigüidade se dilui na distinção existente entre os termos, em que viagem “corresponde aos deslocamentos espaciais que demarcam suas diferenças concretas, a partir das paisagens que revela e, sobretudo, pela visibilidade que, imaginariamente, produz. (...) é uma metáfora das fronteiras entre o subjetivo e o objetivo, entre o imaginário e o concreto, entre a realidade e a ficção” (Ferrara, 1998 : 17-19), proporcionando um acúmulo de experiências que se renovam num *feed back* constante. Por turismo pode-se compreender como “a procura do espaço que se desloca como decorrência da necessidade de aplicação do dinheiro poupado. (...) o deslocamento comercial do espaço, sem necessariamente mudar as suas características. (...) favorece a metonímia, os detalhes espaciais flagrados na pose fotográfica, com sua visibilidade demonstrativa aparentemente autêntica ou nos cartões postais que destacam a referência do detalhe urbano, o monumento, a praça” (Ferrara, 1998: 21), experiências que se repetem, reforçando a sensibilidade de outras *plazas* previamente consumidas.

A viagem denota a existência de um espaço não ordenado pelo mercado, um espaço definido na instabilidade da geografia contingente,

transformada à medida da história, com suas diferenças, seus altos e baixos, claros e escuros marcados por um tempo que se atualiza sem, no entanto, repetir-se. O turismo se insere em espaços cuja ordenação não permite as temporalidades das quais tanto a geografia quanto a história são dependentes. Seu tempo é o tempo da instantaneidade e do consumo de significantes.

Lucrécia Ferrara (1996), na distinção entre viagem e turismo, faz uma comparação e uma distinção entre esse último e a *villeggiatura*, uma prática do século XIX, que pode ser compreendida como o emprego do tempo livre na ociosidade, ou seja, ao tempo livre era dada uma certa organização que pressupunha a fuga do cotidiano, do hábito e da rotina. Uma organização privada e, preferencialmente, anônima. O turismo também pode ser interpretado como o emprego do tempo livre, organizado de forma a privilegiar o lazer. Então, em que a *villeggiatura* se distingue do turismo? O turismo é uma atividade organizada que se estabelece de maneira pública e comercial, cuja principal distinção da *villeggiatura* encontra-se na sua essência comercial, que se caracteriza por fazer do espaço um objeto no qual se emprega o dinheiro poupado dos meses de trabalho. A viagem é uma ação que se pratica na necessidade de acrescentar ao próprio “eu” uma experiência única.

O viajante reconhece a diferença do outro numa autodescoberta que se dá no confronto entre a própria subjetividade e o que considera exótico e estranho, a subjetividade do outro. Para tanto, o espaço precisa se diluir no tempo, provocando no sujeito um espasmo de tempo, uma memória que irrompe e entrava a garganta, fazendo ressurgir um passado muitas vezes inexistente. O turista confirma a diferença do

outro diluindo-a nos referenciais universais que esgotam a relação histórica e geográfica do lugar.

Ítalo Calvino resume o complexo simbólico da ação humana de temporalização através da descrição das aventuras do veneziano Marco Polo, remontando todas as refrações da memória da eterna ambigüidade nelas contida. A atmosfera das cidades por que Marco Polo passou são registradas em sua memória e reconstituídas como cidades-memória, delgadas, desejo, símbolo, contínuas, ocultas. Também pensadas sob o prisma de suas trocas, do céu, dos olhos que a vêem, dos seus mortos, inscritas, todas, sob a licença de um nome. Imaginadas e singularizadas por cada olhar: cidades-nome, cidades-olhar. Kublai Khan - imperador dos tártaros – cristalizava-as à medida que seguia a narrativa de Marco Polo.

Marco Polo imaginava responder (ou Kublai imaginava a sua resposta) que, quanto mais se perdia em bairros desconhecidos de cidades distantes, melhor compreendia as outras cidades que havia atravessado para chegar até lá, e reconstituía as etapas de suas viagens, e aprendia a conhecer o porto de onde havia zarpado, e os lugares familiares de sua juventude, e os arredores de casa, e uma pracinha de Veneza em que corria quando era criança.

(...) Kublai Khan o interrompia ou imaginava interrompê-lo ou Marco Polo imaginava ser interrompido com uma pergunta como:

- Você avança com a cabeça voltada para trás? – ou então: - O que você vê está sempre às suas costas? – ou melhor: - A sua viagem só se dá no passado?

(...) para que Marco Polo pudesse explicar ou imaginar explicar ou ser imaginado explicando ou finalmente conseguir explicar (...) Que o que ele procurava estava diante de si, e, mesmo que se tratasse do passado, era um passado que mudava à medida que ele prosseguia a sua viagem, porque o passado do viajante muda de acordo com o itinerário realizado, não o passado recente ao qual cada dia que passa acrescenta um dia, mas um passado mais remoto. Ao chegar a uma nova cidade, o viajante reencontra um

passado que não lembrava existir: a surpresa daquilo que você deixou de ser ou deixou de possuir revela-se nos lugares estranhos, não nos conhecidos. (...) Os outros lugares são espelhos em negativo. O viajante reconhece o pouco que é seu descobrindo o muito que não teve e o que não terá. (Calvino, 1990: 28)

A viagem é o encontro com o desconhecido. Esse possui suas sutilezas e extravagâncias apontadas, assim, pelo olhar que se desloca do comum, do identificável. A experiência efetivada numa viagem nunca se repete, mesmo quando se retorna a lugares por que passou, mesmo quando se retoma um contato já anteriormente estabelecido, essas experiências sempre serão novas experiências. Entretanto, viagem e turismo não podem ser resumidos a esses dois aspectos. Na verdade o que diferencia uma prática de tantas outras é o perder-se no encontro com o diferente, uma proposta que está para além do mercado, para além do consumo do espaço. O mesmo espaço que serve ao consumo instantaneizado de significantes, que se superficializou ou, como especula Baudrillard, tornou-se desertificado, também é apreendido enquanto espaço, cuja circunscrição depende de uma história produzida num tempo que nunca se atualiza por completo.

Nas muitas viagens que fizemos pelo Ceará e por outras localidades do Brasil, a proposta de emprego do tempo foi sempre de conhecer o novo, mas não o novo de exaustivas ilhas icônicas nas quais a história é um mero acessório factual ou arquitetônico, e sim, o novo que se desdobra em surpresas no contato com a comunidade nativa local, confronto de experiências que se harmonizam, mas que nunca se complementam, formas de ser e viver estranhas para os dois lados.

Numa das viagens pelo litoral oeste do Ceará, seguindo de moto por dunas e rios, estradas de terra e de areia, partimos em direção a Jericoacoara, uma localidade de clima extremamente seco, onde o calor impera por todos os meses do ano, a vegetação é composta por mangues, mata de restinga, coqueirais, serrotes, tudo cercado por imensas extensões de areia que formam dunas móveis e lagoas. No final da década de setenta, a praia foi redescoberta por *hippies* e mochileiros que buscavam aventura e liberdade, longe dos grandes centros urbanos. Até então Jericoacoara era habitada por pescadores e artesãos que extraíam da natureza a própria subsistência. Em menos de vinte anos, após a chegada dos primeiros aventureiros urbanos, a praia tornou-se conhecida internacionalmente, sendo classificada como uma das dez mais bonitas do mundo – de acordo com uma publicação de 1987 do *The Washington Post Magazine* -, desde então é visitada diariamente por centenas de turistas que nos períodos de férias lotam as dezenas de hotéis e pousadas instaladas no lugar.

A maré alta e o desconhecimento da geografia do lugar nos fez pernoitar numa comunidade conhecida como Preá, localizada a 6 km do nosso destino. Acampamos na praia e, ao amanhecer, procuramos e encontramos um lugar em que nos servissem o café da manhã. Foi nesse lugar que encontramos, também tomando seu café da manhã, a figura mais interessante de nossa viagem: Roosevelt, um sobralense, que tinha lá no Preá uma fábrica de gelo e que levava a vida um tanto despreocupadamente. Seu nome bem caracteriza a valorização da cultura americana feita pela comunidade de Sobral, onde ter um nome assim, de

origem inglesa, é sinal de *status*. Não que o fosse para o próprio Roosevelt, mas em Sobral é assim. *Sobral, United States of Sobral*.

Sentados para o café, o corpo ainda muito dolorido da viagem, ouvimos um bom dia atípico em qualquer parte do mundo: *Cara, eu conheci a barbie, cara!* Gritava o nosso amigo, numa tentativa de aproximação. Como não entendemos o que ele queria dizer, pedimos para que repetisse, e ele: *Cara, eu dancei com a barbie, cara!*

O que ocorreu, como bem nos explicou o próprio Roosevelt, é que na noite anterior, numa festa em Jericoacoara, ele conhecera a mulher mais estranha de sua vida, provavelmente alguma atriz americana que passava férias no lugar. Uma mulher de pernas longas e finas, cabelos louros, muito alta e magra e, principalmente, de tez pálida, mas um pálido incomum, um pálido plástico – “a mulher de plástico” -. Roosevelt teve uma idéia para resolver o duplo problema de comunicação: tentando aproximar-se, vai até o bar e, logo em seguida, dirige-se à “mulher de plástico”. Inicialmente fora barrado grosseiramente pelos seguranças que logo lhe fizeram cerco. Embora assustado, estava decidido a transpor as barreiras e conseguir aproximar-se da “beleza mais estranha que Deus fez”. Será que foi Deus? Num sorriso tímido, misto de curiosidade e desejo, eleva à altura do ombro seu cartão de boas-vindas. Gentilmente a “mulher de plástico” afasta os seguranças e aceita o cartão. Para Roosevelt ela podia falar a língua que fosse, ter a raça que tivesse...Podia até não saber dançar forró, mas que coca-cola ela conhecia, ah, isso conhecia!

Do encontro com Roosevelt temos muitos momentos interessantes para contar. Suas idéias, sua postura despreocupada, sua

amabilidade e sua hospitalidade sem limites são assuntos de sobra. Mas de tudo vale contar um episódio em que nosso novo amigo defende o pensamento de que, apesar de ser visto diariamente no Preá, de lá ter sua casa e seu trabalho e vários convivas, nunca morou no Preá. Lógico que essa história ficou mal entendida, mas ele foi categórico: “Eu nunca morei no Preá”. Um seu empregado questionou essa resposta. Perguntou como ele poderia dizer tal coisa se há mais de três anos mora no Preá. A argumentação de Roosevelt: ora, ele fumava uns seis ou oito cigarros de maconha por dia, cada viagem de uma boa *cannabis sativa*, segundo nosso amigo, dura em média quatro horas. Então, ele deu o arremate: “Multiplica aí e vê se algum dia eu morei no Preá!”.

Nas duas formas básicas de turismo “extensivo” e “intensivo”, temos o panorama geral da produção de não-lugares e da ação de consumo de significantes empreendidas sobre o espaço, que passa a se deslocar em função de um tempo totalmente instantaneizado. Uma virtualização do espaço e do deslocamento que aproxima imagem-simulacro e realidade física num mesmo contexto perceptivo. A virtualização do espaço é a criação de não-lugares e todos os agenciamentos dele derivativos, formas de perceber o outro e a si e de promover experiências nas quais o sensível mescla-se à realidade empírica.

O turismo “extensivo” caracteriza-se pela catalogação dos lugares que se visitam. Privilegia-se sobretudo o conforto dos hotéis, a quantidade de cidades ou lugares visitados num curto espaço de tempo, as ilhas icônicas por que passou, devidamente registradas pelas filmadoras e máquinas fotográficas. Nesse tipo de deslocamento “extensivo” o espaço

é trabalhado de forma a dar a sensação de lar, ou seja, os lugares que se visitam são extensões da vida privada, extensões do próprio lar. No segundo, espacial “intensivo”, impera uma economia do deslocamento, que faz reunir em um só espaço arquétipos de vários lugares do mundo.

O turismo “extensivo” privilegia o deslocamento que se justifica na ação de catalogação dos espaços. Nesse ponto as agências de turismo têm uma importante participação na medida em que efetiva o deslocamento do sujeito, numa espécie de maratona, na qual o estranho é desnudado como um banco de dados. A história, a identidade do lugar é apreendida a partir dos textos narrados pelos guias e pelas rápidas incursões aos museus ou das janelas dos ônibus nos *city tour* pelos centros históricos e comerciais. Não há relação de profundidade entre o sujeito e o estranho, porque o estranho deixa de sê-lo no momento da apreensão de sua visibilidade superficial, que responde isoladamente por todo complexo social e cultural do lugar, por isso não-lugares para o desfile de significantes.

A cultura é constituída de valores, de crenças, de hábitos somente apreendidos através dos signos, que lhes emprestam a interpretação necessária para seja possível identificar, compreender e atuar na sociedade, a qual produz e da qual é produzida. É por meio da leitura desses símbolos que se podem apreender os múltiplos aspectos que participam da formação de uma dada cultura e, conseqüentemente, da sociedade que se reproduz em função de uma certa identidade cultural. Mas a cultura é contraditória, ao tempo em que é passageira, também encontramos manifestações que se mantêm estáveis, indiferentes às transformações ocorridas no curso do desenvolvimento da sociedade. De

que forma, então, podemos apreender a cultura, que gera símbolos e que somente é definida se por esses é representada?

Os signos mediatizam os valores e as visões de mundo, ou seja, a cultura e a subjetividade que forma e identifica a sociedade ou fragmentos dessa. E a mediação constitui tanto a base material da cultura quanto a forma de acesso a que os estratos sociais estão submetidos. Apreender a cultura ou operar com esta supõe então “resgatar por meio da leitura como prática semiótica, as representações, os signos que mediatizam valores de mundo e, por meio deles, produzir a compreensão da manifestação cultural” (Ferrara, 1998 : 15). No jogo contemporâneo da globalização, o mercado transforma mercadorias em sinais, assim como a cultura com sua base material, investindo ambas sobre o lugar ou lugares “percorridos por signos em busca de significados e por significados que buscam signos” (Bauman, 1998: 172). Somente na atividade de uso e de consumo dos signos, tanto para a cultura quanto para o mercado, é que esses podem transformar-se em símbolos culturais. É nesse ponto que mercado e cultura confundem-se: quando os sinais determinam o significado cultural, a coisa, agora revestida de significado, passa a outorgar uma identidade renovada pela experiência que se repete a cada ato de compra.

O turismo transforma o espaço num objeto apreendido a partir de atos de consumo que se traduz em numa forma de civismo, colecionando-se ações na produção de uma identidade forjada pelo mercado. O mercado tem como condição *si ne qua non* de sua própria sobrevivência o aniquilamento de referenciais históricos ou culturais locais. Só pode agir e transformar na medida em que a cultura local

míngua em prol de uma cultura mais generalizada que reduz o estranho, o exótico a uma ilustração, uma atração estilizada sobre tempos culturais remotos. Assim, “o turismo é a procura do espaço que se desloca como decorrência da necessidade de aplicação do dinheiro poupado” (Id. Ibid., 21).

“Comece suas férias onde o Brasil começou!”¹¹⁷, diz o panfleto. O roteiro de nove dias, com saída da cidade de Fortaleza com destino às cidades de Porto Seguro, Morro de São Paulo e Salvador incluía no primeiro dia *tour* em Santa Cruz Cabralia (para conhecer o local da primeira missa no Brasil), Centro Comercial, Coroa Vermelha, Marco Posse, Igreja Nossa Senhora da Penha e Biblioteca Pública. Valença, Ilha de Tinharé, “tarde livre para curtir o hotel”, travessia no Rio do Inferno, praias de Tassimirim e Cueira, Ilhota da Saudade (segundo e terceiro dias). Na capital baiana, no quarto e quinto dias: *city-tour* pelo Centro Comercial, Praça Castro Alves, Elevador Lacerda, Terreiro de Jesus, Catedral, Igreja São Francisco, Pelourinho, Farol da Barra, Praias, Mercado Modelo, Cidade do Axé (para assistir à lavagem das escadarias). Os quatro dias restantes são gastos no traslado de ida e volta para a cidade de origem. Num outro pacote de viagem¹¹⁸, a proposta é Paris, Londres, Amsterdam, Munich, Insbruck, Verona, Veneza, Florença, Roma, Barcelona e Madri, além de um cruzeiro pelo Reno, contabilizados 22 dias, incluindo as duas pernoites gastas no traslado de ida e volta entre Brasil e Europa.

¹¹⁷ Roteiro de viagem da agência Eco Turismo, Fortaleza, julho de 2001.

¹¹⁸ Panfleto da agência Be Happy Tour Operator, Fortaleza, julho de 2001.

O turismo “intensivo” produz um deslocamento extremamente minimizado, mas de grande reprodução de espaços virtuais, operacionando o “caráter metonímico da linguagem”, é o caso dos grandes empreendimentos como o Magic Kingdom Park, Disneyworld, Epcot Center, Universal Studios, Downtowm e, no Brasil, Beto Carrero World. Nesses espaços o universo real é integrado ao universo de síntese, tornando-se ideal numa versão totalmente simplificada, ao que Baudrillard denomina como *reality show*, que marca o fim da sociedade do espetáculo, ela própria transformada num conceito espetacular, subproduto do mercado que faz dos espectadores alienados e passivos “figurantes interativos” do universo espectral. Cada um desses empreendimentos trabalha na mesma perspectiva de superação da realidade, apreendendo-a sob a forma de ícones reconhecidos universalmente, justapondo-os num mesmo espaço numa instantaneidade de tempo. Assim, épocas e culturas diferentes disputam um mesmo ambiente, virtualizado num tempo unidimensional, sem presente ou passado e sem futuro, “Lapso ou colapso do tempo: é isso precisamente a quarta dimensão” (Baudrillard, 1999: 125).

Os espaços de convivência, principalmente os urbanos, são modificados muito em função das necessidades desenvolvidas e impostas pelo mercado. Assim, a cultura também se modifica e interfere na forma de reprodução das relações sociais, cujo espaço de sociabilidade é tanto virtual comunicacional quanto físico. Mas a cultura marca um tempo próprio, não instantaneizado, renovando-se lentamente, a partir de sutis modificações atualizadas sob a forma de ritos, que celebram a renovação do tempo vivido ou lembrado de dentro para fora. A cultura

mercadológica que virtualiza a deslocar-se nos não-lugares é apreendida num tempo instantaneizado, em que tudo se torna *spectrum* de uma realidade não mais existente, uma realidade que se atualiza não mais mediante os rituais, e sim, a partir da simulação de um todo real, *reality show*. As identidades que se desenvolvem ante as trocas intercambiadas pela cultura de mercado são forjadas a partir de espaços de sociabilidade e de práticas rituais amplamente simuladoras dessa realidade não mais existente. Não é uma questão de nostalgia pela tradição que se perde nas práticas cotidianas, mas de perceber a dissolução de ritos e identidades, substituídas por ações mecânicas, sem profundidade, que visam à reprodução do mercado, criando identificações efêmeras e superficiais.

A cultura, perdida e comercializada no mercado do lazer, dificulta a apreensão de uma identidade contemporânea. O lazer mediado pela mercadoria faz com que o cidadão, em vez de se apropriar socialmente da cidade, o faça através do consumo de seus produtos, signos, e não mais na temporalidade conflituosa d'além mercado. Nesse sentido, a cultura deixa de servir como paradigma para a produção da identidade. Um novo parâmetro parece responder melhor às necessidades contemporâneas de racionalização sobre a atividade cultural e a produção da sociabilidade no espaço de signos universais. Tomando de assalto o modelo de Zygmunt Bauman, a *cooperativa de consumidores* parece responder melhor à questão. Na perspectiva da *cooperativa de consumidores* a venda da mercadoria é o principal objetivo do jogo. A necessidade de concentração de arquétipos num mesmo espaço favorece a oferta de signos, criando uma atmosfera de consumo.

Shopping Center

Nenhum espaço urbano concentra mais arquétipos da cultura mercadológica que o *shopping center*. Esse se tornou símbolo da pós-modernidade, cartão de visita das cidades na aspiração ao *status* de metrópole. Todo o referencial reproduzido no *shopping center* é uma forma de negação à espacialidade e à temporalidade presentes no espaço urbano da cidade. Este, construído com o passar dos anos e da história, é prenhe de extremos numa profundidade percebida a partir de sua fragmentação e articulação ao mesmo tempo física e subjetiva. Cidades cuja arquitetura foi e é condicionada pela identidade urbana que se forma ao longo dos anos. A expressão “simulacro de cidade”, cunhada por Beatriz Sarlo (1997), resume bem a relação estabelecida entre os não-lugares e a cidade, a história, a tradição e, como espaço de sociabilidade, a cidadania e a identidade nele reproduzidas.

Como “simulacro de cidade” o *shopping* anula os extremos que formam o espaço urbano da cidade. Passado e futuro são abduzidos na virtualidade do *shopping*, o embate que denota a decadência e a prosperidade no jogo de sobrevivência urbano desaparecem frente à cidade ideal. Nela, o ar se renova a partir dos condicionadores e exaustores, o claro e o escuro, que antes se uniam e se alternavam na arquitetura urbana plena de desníveis, são abolidos pelas luzes artificiais estrategicamente instaladas. A chuva e o sol que banham a cidade, outorgando-lhes um cheiro que lhe é peculiar, são subtraídos na arquitetura do *shopping center*. Nesse não há mais espaço para os cheiros

da cidade, os cheiros do tempo, porque não há mais um tempo, só um *continuum* sem dia ou noite, sem hora. Na cidade ideal só há o tempo das compras ou o perder-se nesse *continuum*. O shopping é sempre um espaço *clean*.

O espaço do *continuum* também se manifesta na inexistência de relógios que demandariam um alerta, uma constante observância do tempo ordinário. O que ainda se pode encontrar são relógios ornamentais, como no Iguatemi de São Paulo, o qual funciona a partir de fluxos d'água, cuja funcionalidade inexistente impossibilita a relação entre o externo e o interno, entre o tempo dos compromissos no plano urbano e o paraíso do *continuum*, objetivo oposto à milimetragem reproduzida pelos relógios digitais que também funcionam como um *continuum* de instantaneidade requerida no dia-a-dia da urbanidade. Os relógios ornamentais funcionam como uma trégua, um descanso para mais uma empreitada no jogo do consumo; se o digital atualiza precisamente o tempo na produção, o ornamental renova as energias no consumo.

A leitura do shopping center ajuda-nos a compreender o movimento de apropriação da dimensão sógnica constituída nos centros urbanos a partir da integração e da articulação de suas partes ao mercado, onde a identidade do sujeito é renovada na necessidade empreendida pelos novos referenciais de cidadania do mercado, exportados pelas redes comunicacionais, como informações a determinar o grau de urbanidade e de civilidade do corpo social.

Ao afirmar que sem os *shoppings centers* e os clubes *Mediterranéés* o turismo de massa seria impensável, Beatriz Sarlo está observando a repetição da experiência desencadeada pelo turismo

“intensivo” numa proximidade que anula por vez a troca entre o sujeito e o outro, o exótico, o diferente. Não é à toa que os roteiros turísticos promovidos pelas agências sempre incluem uma visita ao *shopping*, em geral realizada nos últimos dias da viagem, quando o turista não mais encontra nos atrativos locais uma correspondência positiva, ou seja, quando são esgotados os referenciais, renova-os a partir do que a subjetividade reconhece enquanto próprio de sua cultura e, nesse ponto, nada melhor que o *shopping* com suas marcas, seu traçado e seu cheiro universais. Por vezes, os próprios *shoppings* funcionam como monumentos de uma cidade, pólo de atração turística. Como é o caso da cidade de São Paulo, que se vem destacando como uma destinação do turismo de compras e, por isso, o principal atrativo apontado pelos seus visitantes são os *shoppings centers*, funcionando também como atrativo para o “turismo de lazer”, o que faz desse uma parte da infra-estrutura de lazer da cidade.

Nas pesquisas sobre a demanda turística do Estado do Ceará, por exemplo, em “aspectos que mais agradam ao turista as praias são o principal fator citado (Tabela 4), mas um levantamento sobre os aspectos que mais agradam à população local, principalmente nas faixas etárias menores, o *shopping center* é o mais apontado, como denotam os índices de entrada de visitantes no principal *shopping* da cidade de Fortaleza, no qual a demanda sobe de 26.000/mês para 29.000/mês nos períodos de

férias. Um aumento de cerca de 10% aproximadamente¹¹⁹. Tal fato deve-se principalmente a dois principais fatores citados pelos visitantes: primeiro, porque é no *shopping* que se concentram as principais tribos urbanas, fazendo desse espaço o local privilegiado para os encontros entre os grupos; segundo, por ser um espaço - apontado pelos pais -, que proporciona uma maior segurança para os filhos, longe da balbúrdia do Centro e do movimento nas praias.

O *shopping* é uma das mais completas *plazas* de celebração da cidadania que se exerce no referencial do mercado. Um espaço de extrema sociabilização que substitui a praça, identificada na cidade através de seu tempo e de sua tradição, por simulações da cidade real. Como um não-lugar, promove em seus espaços a dimensão sígnica da cultura que se expande a partir e pelo mercado de referenciais que não mais podem ser determinados *in loco*. Uma sociabilização que Baudrillard chama de desencarnação de sujeitos como figurantes de seu próprio mundo, sendo este um local no qual imaginário e realidade não mais possuem distinção, “Inaugura assim o tempo real, pontual, unidimensional, ele próprio sem profundidade: nem presente, nem passado, nem futuro, mas sincronia imediata de todos os lugares, de todos os tempos, na mesma virtualidade intemporal” (Baudrillard, 1999: 125). Um movimento também cultural cujas características de ordenação, de anulação da geografia, de autonomia frente à história e às tradições promovem sempre um tipo de civismo e de identidade virtuais que

¹¹⁹ Contagem de entrada de visitantes no ano de 2001, departamento de marketing, Shopping Iguatemi. Fortaleza, julho de 2001.

decorrem, por sua vez, do movimento de globalização, de instantaneidade e de efemeridade.

A ordenação total do espaço é trabalhada no sentido de transpassar a idéia de um percurso totalmente livre, mas que, na verdade, é extremamente direcionado para o consumo da mercadoria, decorrendo desse aspecto a cidadania que é produzida no e pelo consumo, ou seja, a identidade que decorre do exercício da liberdade de escolha no espaço ordenado é o consumo: identidade e consumo tornam-se sinônimos. Como não-lugares são indiferentes à geografia contingente porque se constituem enquanto simulações do espaço real, recriando toda a atmosfera temporalmente dependente de um antes e um depois. Tudo se torna perfeito, pois se anula a geografia contingente, ordenando o espaço de maneira a tornar desnecessária a temporalidade presente na história humana: uma identidade instantânea e efêmera. A ausência de história é a ausência de tradição, pois essa não comporta as necessidades do mercado; quando muito, a história ou a tradição são simuladas ou simplesmente ordenadas enquanto esferas ilustrativas de um passado que não mais retorna, que não mais é produzido em função de uma cultura local, e sim, extraterritorial ou transnacional, cujos pontos de referência são tanto universais como indistintos da cultura de mercado: identidade globalizada de produção de modelos éticos e estéticos a partir da iconização da mercadoria como produto detentor de um significante para além de sua forma de uso, ou seja, a mercadoria como reprodutora de identidade. Assim temos que o urbano designa a sociedade reproduzida a partir de uma realidade não mais local, mas uma realidade que

transcende a cidade e suas relações institucionais de bairro, de família, de religião, de cultura local, etc.

A profundidade das relações sociais desenvolvidas no espaço de convivência comunitária carregado de significados é compartilhada por um tipo de sociabilidade mediada pelo mercado e sediada na artificialidade de cada estrutura arquitetônica ou em cada cartão postal de menção a uma suposta aura perdida num tempo que não volta mais.

O rompimento com os paradigmas da modernidade histórica dificulta o reconhecimento da estrutura contemporânea, porque essa não pode ser apreendida a partir da ação dos sujeitos, como na modernidade. As ações que comportam a contemporaneidade são mediadas pela cultura comunicacional tecnológica e pelo mercado, sendo um condicionante do outro, cuja experiência resultante é a valorização do instante como forma de viver e sentir. As regras e os valores que decorrem da cultura de mercado são desenvolvidos em conformidade com o processo de mercantilização que se delineia a partir de dois pontos básicos: primeiro, na dinâmica especialização da produção tornando ociosas habilidades há pouco necessárias; segundo, reavaliação ou supressão de direitos conquistados decorrendo numa instabilidade *versus* mutabilidade dos valores sociais.

A valorização do instante para Bauman, ou presenteísmo para Maffesoli, é identificável na ação humana cotidiana e revela-se, sobretudo, na formação de uma identidade que se refere tanto a pessoas como a coisas. São identidades que, desenvolvidas no processo de mercantilização, apresentam-se frágeis e facilmente descartadas, como

um colecionador que coleciona atos de compra numa busca desesperada de reconhecimento e afirmação de si.

Carnaval de Rua

Fortaleza Terra do Sol e da gente simples que transforma a pobreza e a desgraça, cultivados quase como um patrimônio nacional, no horário das oito, em humor debochado e irônico, monumento do turismo local. A bem da verdade, o humor cearense é agressivo aos olhos e, que dirá, aos ouvidos dos que não estão acostumados aos gritos rasgados das ovações e vaias, cujas sutis diferenças já foram motivo de muita discussão e briga. Uma “molecagem cearense” que tem história e que é conferida no dia-a-dia comum das praças, largos e calçadas, parada e trânsito dos filhos da terra, auto-cunhados de “minhoca”. Já o humor domesticado preenche a programação dos teatros, bares, shows e tvs que alegram um público diferente, maior e menos afeito às tiradas de um “cearês rebuscado” extraído dos puteiros, das conversas de meninos, “menina-réias”¹²⁰, “macho-réis”¹²¹ e “mundiças”¹²² do Ceará.

¹²⁰ Menina-réia. s. f. (Brasileiríssimo, Ceará) (popular). Indivíduo do sexo feminino ainda no início da puberdade; menina-moça. (variação de ‘menina-velha’ > ‘menina-véia’).

¹²¹ Macho-réi. s. f. (Brasileiríssimo, Ceará) (popular). Indivíduo do sexo feminino que se porta mal; homem ordinário. Cumprimento popular indicando certo grau de intimidade masculina. (variação de ‘macho-velho’ > ‘macho-véi’)

¹²² Mundiça. s. f. (Brasileiríssimo, Ceará) (popular). Pessoa que, independente de seu poder aquisitivo, apresenta comportamento grosseiro, de educação não-refinada. Muitíssimo aplicável aos que impõem seus gostos musicais a apreciação involuntária de terceiros. (variação de ‘imundícia’)

Conta-nos a história que a teima da “molecagem cearense” já vem de longe, uma espécie de carma que confere aos nativos um certo charme, infantilidade ou idiotice mesmo a depender de quem e como se olha. Uma irreverência da Terra da Luz que nem ao Sol permite escusar:

... Há alguns anos, quando, depois de uma semana de aguaceiros excepcionais, em que o sol não dera uma só vez o ar de sua graça, reuniu-se o povo no meio da praça, para apupá-lo, na hora em que se dissipou afinal a densidão das nuvens carregadas de água. Era o sol a brilhar dentre as falripas dos cirros, e de toda a larga extensão do logradouro estrugir uma vasta assuada homérica, vaiando decerto pela primeira vez na história zodiacal, a majestade do astro injustiçado. (Lima apud Pontes, 1992: 245)

Nem sempre bem compreendida, pois somente há pouco tornara-se mídia, a “molecagem cearense” já foi alvo de críticas mordazes, deferidas pelos próprios conterrâneos:

O espírito moleque que nos domina, acha-se traumatizando todo o Brasil e, quem sabe? Por outras paragens longínquas, como uma característica cearense (...). Nos bondes, nas festas, em tudo por fim notamos o grande defeito que nos pesa, maltratando os nossos foros de gente culta (Jandaia apud Ponte, 1992: 243)

É dentro do espírito de molecagem que uma das maiores manifestações populares brasileiras pode sobreviver a décadas de descaso em Fortaleza. O carnaval de rua, hoje conhecido quase que estritamente em sua versão fora de época, teve seus tempos de glória quando a elite era a atração principal e a economia mundial ainda não cartelizava a cultura regional. Os anos de 1984 e 1985 marcaram um tímido retorno dessa festa popular brasileira na cidade que, devido às poucas e esparsas verbas do Estado e da Prefeitura e o pouco incentivo do comércio local,

teve seus trombones, clarins, sax e outros metais emudecidos de vez no ano de 1983.

A maioria dos grupos carnavalescos da cidade foi e é formada por “blocos de embalo”, ou seja, não utilizam enredo nem carretas alegóricas ou grandes adereços manuais, como as expressas pelas grandes agremiações do Rio de Janeiro ou São Paulo. O principal do curso são as fantasias, o vigor e entusiasmo dos componentes que, sem alas estritamente definidas, circulam a passos ligeiros ao som do “breque” que cede à famosa “paradinha” – passo característico do samba cearense -.

O carnaval de Fortaleza, durante a década de 1980, não pode ser considerado como de grande expressividade popular, sequer um resgate ou a valorização de um traço cultural debilitado ou esquecido na urbanidade citadina. Apresenta-se mais como um adeus cadente, ano a ano manifestado nos jornais e folhetins de uma cidade que caminha em direção a um novo tipo de desenvolvimento econômico voltado para o turismo internacional.

O entrudo que dera início ao carnaval em Fortaleza não a fez divergir de outras tantas cidades brasileiras. Entretanto, se esta festa anárquica e popular proveniente de Portugal “era a sublevação, a licença na sua mais alta expressão, o desaforo e a porcária triunfal”¹²³, e fora adotada com tanta facilidade no Brasil, no Ceará ela veio juntar-se à molecagem das brincadeiras de rua e a “licença na sua mais alta

¹²³ BRÍGIDO, João *apud* ALENCAR, Edgar. “O carnaval Cearense”. In: ALENCAR, Calé (Org.) História do Carnaval de Rua de Fortaleza. Coletânea não publicada, sem paginação.

expressão” traduziu-se na mais alta baixaria – como bem salienta Edgar Alencar.

Não tardou que aderissem à anarquia da festa os grupos abastados, ávidos por novos prazeres urbanos e o que antes era uma festividade predominantemente popular e anárquica, acabou por se transformar em lazer comedido e em acontecimento de extravagante luxo. Ano a ano, a partir da década de 1890, aguçado pela competição entre os clubes Cearense e Iracema, para saber qual promovia festa momina mais brilhante em seus salões e nas ruas, os carnavais em Fortaleza foram ficando deslumbrantes, com fantasias e ornamentações tão requintadas que faziam delirar o interior dos clubes e embasbacar a população que acorria às ruas.

Inicialmente apresentado nos salões da alta sociedade local, logo migrou para os bem alinhados paralelepípedos da cidade e, já no ano de 1894 era festa esperada em Fortaleza. Por esse tempo, o carnaval como ainda hoje é reconhecido em algumas cidades brasileiras, distanciou-se das brincadeiras de rua, numa época em que “a sublevação e a licenciosidade reputadas ao entrudo, configuram, para além do aburguesamento do carnaval, a intensiva preocupação em remodelar e disciplinar a paisagem e a sociedade fortalezenses”¹²⁴, mas uma e outra picuinha ainda lembrava a “molecagem” das ruas, fazendo recordar tempos passados, tempos de uma memória que se remete ao Boticário Ferreira que:

Por ser doido pelo entrudo, mandava colocar uma grande tina d'água à sua porta e molhava a quem passasse. Com isto ria a bom rir. Se

¹²⁴ Girão, Raimundo. “A princesa vestida de baile”. In: Alencar, Calé (Org.). *Ibidem*.

*algun dos agredidos se revoltava contra isto, era agarrado e trazido para junto da tina, a fim de receber o batismo. Ai, depois de inteiramente ensopado, o infeliz recebia três pancadinhas, que um dos vadios, com a mão, lhe dava na cabeça, dizendo – Está batizado.*¹²⁵

A prática do carnaval do entrudo fora declinando após 1850 e o exercício mundano “obrigatoriamente nutrido ao uso de disfarces e máscaras”¹²⁶ tornara-se apreciado objeto da polícia municipal que procurava garantir uma apresentação mais disciplinada dos brincantes. A ordem era por fim às “baixarias” que pela Quaresma já deixava a todos em alerta quando, por esse período já...

*Apareciam as molhadelas parciais à laranjinha de cera branca, ou à seringa com água de cheiro. Os ricos arranjavam para os seringatórios, aparelhos de flande, e os pobres, de taboca; havia também o polvilho para mascarar. Recrudescia a folia, com cuias d'água à traição, e as tinas às portas dos foliões, para batizamentos e mesmo imersão total dos transeuntes; e disparava o folgado numa orgia formal.*¹²⁷

Uma ordem disciplinar que parte da própria Secretaria de Justiça que, na pessoa do Sr. Secretário dos Negócios, fez publicar a 10 de fevereiro de 1893, edital com “recomendações” e proibições à prática carnavalesca do entrudo:

O Ilmo. Sr. Secretário dos Negócios da Justiça manda fazer público o seguinte: 1º Que é proibido por meio de máscaras. Ou qualquer disfarce, fazer-se alusão a qualquer corporação civil ou religiosa, ou autoridade legalmente constituída. 2º Que é proibido às pessoas mascaradas

¹²⁵ Nogueira, João. Carnaval. In: Alencar, Calé (Org.). Ibidem.

¹²⁶ CAMPOS, Eduardo. “O carnaval: do entrudo à folia mascarada. As passeatas. A disputa das agremiações carnavalescas. Os Dragões do Averno e os Conspiradores Infernais. Quem liderava a pândega desses dias”. In: Capítulos de História da Fortaleza do Século XIX. Fortaleza, 1985. In: Alencar, Calé (Org.). Ibidem.

¹²⁷ BRÍGIDO, João *apud* CAMPOS, Eduardo. “O carnaval: do entrudo à folia mascarada. As passeatas. A disputa das agremiações carnavalescas. Os Dragões do Averno e os Conspiradores Infernais. Quem liderava a pândega desses dias”. In: Capítulos de História da Fortaleza do Século XIX. Fortaleza, 1985. In: Alencar, Calé (Org.). Ibidem.

se apresentarem em público, de forma indecente, ofendendo à moral e bons costumes. 3º Que é proibido o entrudo nas ruas e praças desta cidade. 4º Que nenhum bando carnavalesco pode exhibir-se em público, sem aprovação prévia do seu programa de licença do dito Secretário, sob penas do art. 135 do Código Criminal. Secretaria de Justiça do Ceará, em 10 de fevereiro de 1893. O Diretor Geral João Batista perdigão de Oliveira.¹²⁸

Ante toda problemática das cidades, irromperam formas de controle, tendo como objeto o corpo social e orgânico, numa tentativa de disciplinar e organizar a vida urbana. Como estratégia: novos saberes, aplicados à política, à saúde e às formas de convívio social; como pensamento: a transformação da natureza pelo homem. As estratégias de controle procuraram esquadriñar toda a sociedade e, a cidade torna-se o objeto principal de exploração para instauração e manutenção de uma nova ordem social, resguardada na cientificidade dos saberes médicos disciplinares e, à multidão são dirigidas estratégias de controle nas quais estão contidos os anseios para a modernização da sociedade, tendo em vista um padrão civilizatório que comporte a nova ordem econômica de vida e trabalho urbano.

Influenciados pelo darwinismo social e pelo positivismo, os saberes médico e político elegem o corpo como principal objeto de controle moral e físico, estabelecendo um regime de intimização que torna aquele indiciário de uma personalidade cada vez mais requerida como um domínio público.

Diversas foram as ações no sentido de disciplinar a sociedade ou de domar a natureza em função de novas regras sociais, que explodiam

¹²⁸ Edital da Secretaria de Justiça *apud* CAMPOS, Eduardo. “O carnaval: do entrudo à folia mascarada. As passeatas. A disputa das agremiações carnavalescas. Os Dragões do Averno e os Conspiradores Infernais. Quem liderava a pândega desses dias”. In: Capítulos de História da Fortaleza do Século XIX. Fortaleza, 1985. In: Alencar, Calé (Org.). *Ibidem*.

diante da necessidade imperiosa empreendida pela amplificação das relações de mercado, de produção e de concentração urbanas. Uma das principais conseqüências das necessidades imbricadas aos novos códigos sociais, econômicos e culturais foi a relativa transformação das condições do estar em público e do espaço privado e íntimo do sujeito, transformações que implicaram novos referenciais acerca do corpo, do comportamento e da forma de apreensão do outro.

Até inícios do século XIX, principalmente na França, o corpo ostentava a condição de objeto. Um manequim a ser trabalhado e enfeitado para o fluxo entre a condição privada e pública “Antes do século XIX, o domínio próximo ao eu não era considerado como o reino da expressão da personalidade única ou distintiva; (...). As particularidades do sentimento individual não tinham, como ainda não têm, uma forma social definida, porque, ao contrário, o domínio próximo ao eu estava organizado por meio de ‘afinidades’ naturais, universais e humanas” (Sennett, 1988: 117), ou seja, o privado e o individual, como condição social, ainda não haviam se fundido.

A intimidade como recurso natural dava margem a um distanciamento entre o ser privado “como condição humana” e o ser público como “criação humana”, observando que a forma de estar em público era um significante direto de sua condição social e não íntima, “há dois séculos, sair às ruas de Londres ou de Paris era algo manipulado a fim de conter os mais preciosos indicadores do estado social” (Sennett, 1988: 89) e afora os livros de regulamentos e as leis suntuárias atribuírem e determinarem os trajes a cada estrato da hierarquia social, a exemplo das mulheres “cujos maridos fossem trabalhadores manuais não tinham

permissão de se trajar como as esposas dos mestres de ofício, e às esposas de ‘comerciantes’ era proibido o uso de certos adornos permitidos a mulheres de nobres” (Sennett, 1988: 90), a expressividade pública esbarrava nos limites da própria subjetividade construída à época.

Nas grandes metrópoles, dada a grande quantidade de habitantes, de novos ofícios e de migrantes que adotavam, ao chegar, novas ocupações, tornavam a verificação da exata correlação entre a posição social e o traje que ostentavam um exercício quase impossível. Portanto, “de acordo com a lógica de uma sociedade de mentalidade igualitária, quando as pessoas não têm de exibir as suas diferenças sociais, elas não o fazem. Se a lei e o fato de ser estranho permitem que se escape impune de ser a pessoa que se escolheu ser a pessoa tentará não definir quem é” (Sennett, 1988: 90). As pintas cuidadosamente colocadas no lado esquerdo ou direito do rosto, as perucas classificadas tal como cada estrato hierárquico, faixas, fitas e chapéus, assim como os detalhes das pinturas dando às faces tons rosados, pálidos, alegres ou tristes, sedutores ou pudicos eram acessórios para o estar em público, um ser-ator ou sujeito-social cuja “identidade se baseia em fazer expressão como um trabalho de apresentação” (Sennett, 1988: 139). Uma identidade distante do ser íntimo, privado, resguardada na personagem, nos limites do espaço público, estruturas sociais de impessoalidade. Seguindo a análise de Sennett e adentrando no século XIX, juntamente às forças puritanas inglesas, à medida em que a personalidade individual foi ascendendo como princípio social, observou-se um processo de declínio da expressividade pública. É o que se compreende como a intimização do eu, no qual toda e qualquer expressão do corpo ou do discurso são

referenciais que expressam a condição humana e social do indivíduo ou tribo afetiva.¹²⁹

Com a intimização do eu o corpo deixara de ser tratado como um manequim, pois toda e qualquer expressão ou traço natural, social ou cultural passara a ser compreendido como um indício da personalidade individual. Assim, um gesto, uma marca do corpo, a fala, tudo poderia fornecer elementos para se identificar o que até então permanecera na esfera íntima. Ostentar acessórios era criar indícios para a especulação sobre a personalidade individual; esconder o corpo dos olhares alheios, o meio de guardar a privacidade das especulações da vida pública. O conjunto das ações tendo como sentimento “o temor da demonstração involuntária dos próprios sentimentos, a superposição de um imaginário privado inadequado sobre as situações públicas; o desejo de reprimir os próprios sentimentos para se proteger em público; a tentativa de usar a passividade inerente ao silêncio como um princípio de ordem pública” (Sennett, 1988: 163). Para a sociedade já não estavam tão claros os limites do público e do privado, as personagens de antes minimizaram-se, reclusas aos palcos dos teatros, um declínio do sujeito-social e do ser ator.¹³⁰ O vestuário é uma forma de expressividade pública, portanto, um

¹²⁹ No Brasil, esses saberes públicos foram explicitados, mais nitidamente, a partir da segunda metade do século XIX com a Medicina Social e as teorias criminalísticas das faculdades de direito, ambas provenientes da Europa. A necessidade de controlar o espaço urbano e, com ele, a população, fez efetivar-se uma série de ações no sentido de esquadrihar todo e qualquer domínio natural ou social. Juntem-se a isso as diversas situações políticas de governos não democráticos como o de Vargas, bem como, os anos de ditadura militar, as instâncias e disparidades econômicas no Brasil e poderemos imaginar a teia de relações que ajudaram a formar a condição social contemporânea brasileira.

¹³⁰ Reservamo-nos o direito de lançar mão de uma comparativa abstrata, talvez absurda, sobre o papel das Drag Queens que perfilam, encantam e espantam na onda urbana dos grandes centros. Estas Rainhas-Dragão não seriam um “resgate”, nas condições modernas do estar em público, da teatralidade das ruas pré-vitorianas? Àquelas a quem o direito reservamos de expressar uma personalidade pública circunscrita a esta esfera e na autonomia individual?

referencial social que estabelece relações de identidade entre os sujeitos, o que o torna um indiciário dos fenômenos comprometidos com a contemporaneidade de relações sociais, econômicas e culturais.

É nesse sentido que a fantasia reporta-nos a um momento de clara distinção entre o ser público e o ser privado, porque possibilita mascarar o corpo, utilizá-lo como um manequim despido de personalidade íntima, destoando da realidade estética e sistematizada do cotidiano. Na Fortaleza do século XIX, ainda nos clubes, mas já com conferido caráter disciplinado, antes mesmo das “recomendações” que a Justiça fez publicar, os bailes de máscaras encarnaram um mundanismo chique, a fazer delirar as mentes mais afeitas à nobreza européia que pode, enfim, encarnar-se e deixar-se crer nas personagens cultuadas com zelo e bom teatro pelas famílias da sociedade. As notas dedicadas em 1896 ao baile de máscaras promovido pelo Clube Iracema fornece-nos a teatralidade aprimorada nas fantasias que circulavam em meio ao salão decorado com o mais chique e espirituoso “prólogo digno do carnaval que projecta e na altura das tradições dessa distinta sociedade”¹³¹.

Divorçom: magestosa toilette.

Mephisto: tout a fait chik.

Bailarina de Megara: fazia honra à beleza grega.

Servente: em tamanha simplicidade mal se compreende tanto gosto e espírito.

Noite de neve: deslumbrante; mais do que a neve de arminho e a noite de seda, era alvo o collo cysneo e negros os olhos suaves.

Noite escura: phantástico; quanta imaginação não ardeu com a idéia de ser pyrilampo!

¹³¹ CAMPOS, Eduardo. “O carnaval: do entrudo à folia mascarada. As passeatas. A disputa das agremiações carnavalescas. Os Dragões do Averno e os Conspiradores Infernais. Quem liderava a pândega desses dias”. In: Capítulos de História da Fortaleza do Século XIX. Fortaleza, 1985. In: Alencar, Calé (Org.), Ibidem.

*Camponesa austríaca: magnífico toalette-alegria, a que deu
grande relevo à graça natural da bella senhora que a trajava.
Bohemia: carnavalescamente vistosa.*¹³²

Poucos anos antes do grande baile de máscaras do Clube Iracema, em 1893, o carnaval deixa os salões e vai às ruas atrair os curiosos olhares da Fortaleza da gente comum, levando o brilho, a galhofa, a irreverência e a pompa à mostras do povo. Este, boquiaberto ante tamanha suntuosidade e luxo das fantasias. Uma demonstração de riqueza e misto de filantropia que dá ao pobre um gosto por vezes amargo de um paraíso distante, Iracema, com os Conspiradores Infernais e o Cearense com Dragões de Averno, agremiações animadas e diversionais que fizeram do carnaval de 1893 a mais bela festa das ruas de Fortaleza, soltam a imaginação nas ruas. Máscaras e trajes fantasiosos, com uma preferência pelos Dominós “só deixando à vista os pés e um pouco dos olhos através da máscara, e podendo ser vestido por homem ou mulher”¹³³, são um culto ao mistério, à identidade pessoal mascarada na personagem que possibilitava um ser outro qualquer, divertindo a si e àqueles para quem “o mistério que encerrava aumentava de muito o seu fascínio, embora o clima do Brasil e Ceará particularmente o repudiasse”¹³⁴

Marcando a tradição da fantasia e das máscaras que encerram no cortejo o teatro aleatório, oposto à cotidianidade, as divertidas e

¹³² *apud* CAMPOS, Eduardo. “O carnaval: do entrudo à folia mascarada. As passeatas. A disputa das agremiações carnavalescas. Os Dragões do Averno e os Conspiradores Infernais. Quem liderava a pândega desses dias”. In: Capítulos de História da Fortaleza do Século XIX. Fortaleza, 1985. In: Alencar, Calé (Org.), *op. cit.*

¹³³ ALENCAR, Edgar. “O carnaval cearense”. In: Fortaleza de Ontem e Anteontem. Fortaleza: Edições UFC, 1980. In: ALENCAR, Calé (Org.). *Ibidem.*

¹³⁴ ALENCAR, Edgar. “O carnaval cearense”. In: Fortaleza de Ontem e Anteontem. Fortaleza: Edições UFC, 1980. In: ALENCAR, Calé (Org.). *Ibidem.* referindo-se a João Brígido.

diversionais agremiações levavam às ruas toda a suntuosidade dos salões. Apesar dos convivas conseguirem burlar a falsa identidade que promove as vistas das cartolas, sabres, plumas e pinturas, por vezes à revelia do seu mentor mas sempre no contexto de seus desejos extra-ordinais e mundanos, a idéia era parecer-se incógnito, desfrutar dessa licença orgástica que é o carnaval. A vida provinciana e mundana é estampada nos jornais da época como a fina flor de uma forma de vida que permite transfigurar-se nos desejos incabíveis do dia-a-dia.

Com bandas de clarins, trompetes e trombones devidamente uniformizadas ao que reserva seu papel de abertura – barrete e blusas vermelhos e polainas brancas – os Dragões de Averno propõem o tom da festa:

Seguiu-se o rico estandarte da sociedade galhardamente conduzido por um elegante cavalheiro de casaca e guardada por quatro Dragões. Vinha depois um magnífico carro allegorico em forma de um elevado throno, no alto do qual se via uma interessante creança representando a Rainha dos Dragões, e empunhando lanças.

A estes seguiam-se diversos carros conduzindo senhoras de nossa melhor sociedade, ricamente fantasiadas.

Num carro enfeitado com gosto e denominado 'Celebriedades Musicais', alguns distintos amadores de música, vestidos de casaca e caracterizados (sic), compunham deliciosa orchestra que executou durante o trajecto algumas excelentes peças...

Entremeavam o préstito alguns carros de crítica, alusivos ao 'Cambio' (sic), à 'Padaria Espiritual', à 'Exposição de Chicago', à 'Loteria Cearense', à secção 'Bons, Burros e Bravos', e aos 'Conspiradores Infernais'.¹³⁵

¹³⁵ Jornal A República de 16 de fevereiro de 1893 *apud* CAMPOS, Eduardo. "O carnaval: do entrudo à folia mascarada. As passeatas. A disputa das agremiações carnavalescas. Os Dragões do Averno e os Conspiradores Infernais. Quem liderava a pândega desses dias". In: Capítulos de História da Fortaleza do Século XIX. Fortaleza, 1985. In: Alencar, Calé (Org.). *Ibidem*.

A República também anota os detalhes das fantasias que desfilaram nas ruas da província, exaltando as personagens, as quais se dedicaram a encenar os brincantes da folia, descrições de um preparatório minucioso, como assim ainda deve sê-lo hoje, em algumas paragens, na forma de espetáculo ou nas regras abstratas da licenciosidade pura e simples, aos que se reservam, por assim dizer, aos dias de folia do nosso carnaval.

O Fogo', 'eclattante toilette', fulva, listrada de labaredas; 'Vivandeira', toilette simples mas 'ressaltada pelas graças naturais de quem a vestia'; 'Chrysanthemo', esplendida, cortada em 'faia azul salpicada de chrysanthemos amarelos, lindissima'; 'Pescadora de Camarões', mimosa, com sua saia vermelha e seu 'landuá' de malhas de seda; 'Rainha de Sabá', imponente fantasia de seda branca sobre a qual cahia um complemento de púrpura escarlata!(...) 'Camponesa', com o detalhe: 'saiote róseo, corpete negro e touca, formando um conjunto chic e modesto'; 'Pérola', representava a foliã uma 'grande concha bivalva entreaberta, deixando uma pérola humana envolta em verde fugitivo, recamado de pérolas', etc.¹³⁶

A suntuosidade e mordacidade dos Conspiradores infernais, levadas às vias de fato nas ruas da província, tiveram uma prévia nos jornais da época, fazendo deste um veículo publicitário aos moldes da “molecagem cearense”, despertando furores e dividindo a preferência do público. Guerras com dia e hora marcados ao sabor do préstito.

*Sábado, 1º de abril de 1893:
Ruidoso sucesso de Momo. Radiante e Infernal.
BAILE À PHANTASIA para comemorar o grande dia da
Alleluia.(...)
Os Dragões farão guarda de honra... na porta da rua.¹³⁷*

¹³⁶ Jornal A República de 16 de fevereiro de 1893 *apud* CAMPOS, Eduardo. “O carnaval: do entrudo à folia mascarada. As passeatas. A disputa das agremiações carnavalescas. Os Dragões do Averno e os Conspiradores Infernais. Quem liderava a pândega desses dias”. In: Capítulos de História da Fortaleza do Século XIX. Fortaleza, 1985. In: Alencar, Calé (Org.). Ibidem.

¹³⁷ Jornal A República de 22 de março de 1893 *apud* CAMPOS, Eduardo. “O carnaval: do entrudo à folia mascarada. As passeatas. A disputa das agremiações carnavalescas. Os Dragões

A fantasia é um dos símbolos que determinam a suspensão da identidade cotidiana, numa clara distinção entre os papéis público e privado. Poderíamos arriscar uma relação de continuidade entre a expressão pública anterior ao século XIX, no qual “o domínio próximo ao eu não era considerado como o reino da expressão da personalidade única ou distintiva;” (Sennett, 1988: 117) e sua reminiscência monumentalizada pelos festejos mominos. Para Sennett o vestuário de cada época denota as transformações pelas quais passam as expressões públicas e privadas. Para nós o corpo e a expressividade em público a denotar os referenciais temporais de identidade.

A credibilidade na rua estava diretamente ligada à credibilidade no teatro, a mesma sendo formada por dois princípios: o corpo e a voz. O primeiro, tratado como um manequim, não denotava uma figura viva e expressiva; o segundo, antes um signo que um símbolo, não possuía referenciais que o interligassem a situações exteriores ao momento e, tampouco, à pessoa da retórica. “Por meio desses dois princípios, eram capazes de separar o comportamento para com outros de atributos pessoais de condição física ou social e, assim, haviam dado o segundo passo na direção de uma geografia do ‘estar em público’” (Sennett, 1988: 89). O corpo como manequim e a fala como um signo colocam-se como elementos importantes na formação de um espaço público pleno de trocas pessoais, possibilitando formas diferenciadas de atuação, dois elementos artificiosos no jogo cotidiano de trocas, somente

do Averno e os Conspiradores Infernais. Quem liderava a pândega desses dias”. In: Capítulos de História da Fortaleza do Século XIX. Fortaleza, 1985. In: Alencar, Calé (Org.). Ibidem.

inibido quando da transposição da personalidade individual para a vida pública. Tal determinante impessoal seria um dos princípios que possibilitam o estabelecimento de relações mais intensas e comuns no espaço público. Assim, deixar-se à imaginação nos períodos de ausência fantasiosa da fome e miséria para uns, dos títulos de nobreza e filhos da realeza para outros, é permitir a máscara ao indivíduo. Um código que burla o íntimo com toda sua carga subjetiva a fazer viver, mesmo que por instantes, uma outra matéria, ser, ente qualquer. E o que deixara de ser uma expressividade pública e cotidiana, reencontra no carnaval de rua, senão seu pleno estabelecimento, ao menos sentidos próximos que abusam dos signos para demarcar esferas de sociabilidade impessoal.

Mas o carnaval de rua, mesmo em tempos outros, não era uma festa de todos, pelo menos não de todos em um mesmo espaço. Produzia-se mais como espetáculo que convinha aos prazeres da elite local que a uma ausência completa de hierarquia conquistada por ânimos mais atrevidos protegidos por máscaras de bom e fino luxo. O carnaval de rua, em suas primeiras décadas, em Fortaleza, se por um lado promoveu ascensão da criatividade manifesta na teatralidade das personagens, por outro não minimizou o exclusivismo elitista que separava ricos de pobres em territórios de limites geográficos imaginários, mas não menos intransponíveis. Uma linha invisível mas de núcleos herméticos, erguidos no abismo intelectual e econômico que gera em ambos ciclos um desconforto irrepreensível na proximidade do “outro”.

Nota de grande animação davam (sic) ao carnaval externo de Fortaleza as batalhas de confetes e lança-perfumes realizadas na Praça do Ferreira, na estreitíssima faixa central do Jardim 7 de Setembro. Enquanto a arraia-miúda, o 'canelau' daqueles tempos brincava mais folgadoamente nas

*alas externas, principalmente na da rua Major Facundo, a grã-finagem se comprimia no aperto do jardim central.*¹³⁸

E já por volta das décadas de 1930 e 1940, a suntuosidade dos desfiles do carnaval de rua começa a recolher-se novamente aos grandes e luxuosos salões dos clubes privês de convívio da alta sociedade cearense. Perduram os blocos populares, amargando ao dissabor de políticas públicas locais que, sob pretexto da “ordem pública”, esparçam os incentivos financeiros, enxotando aos guetos e ao esquecimento os dias de folia popular. Dos paralelepípedos provincianos às avenidas da declamada “urbe” cearense, o carnaval de rua persiste e, se os Garotos do Frevo, a Escola de Samba Lauro Maia e o Cordão das Coca-Colas não conseguiram sobreviver ao tempo da turistificação de Fortaleza e vivenciar o cenário hollywoodiano da Terra da Luz, o Prova de Fogo¹³⁹, ainda em 1989, conseguia marcar presença “com suas fantasias de cetim barato, salpicadas de lantejoulas e os chapéus que parecem penicos de alumínio Ironte. E a marcação mais cafuçu¹⁴⁰ do mundo”¹⁴¹.

¹³⁸ *apud* PONTE, Sebastião Rogério da. “Prazeres feéricos: clubes e carnavais”. In: Fortaleza Belle Époque. Fortaleza: Fundação Demócrito Rocha, 1993. In: ALENCAR, Calé (Org.), op. cit.

¹³⁹ “Agremiação fundada em 1935 por integrantes do Corpo de Bombeiros e do 23º Batalhão de Caçadores, o Bloco Prova de Fogo é o mais antigo grupo carnavalesco em atuação no carnaval de rua em Fortaleza. Tendo iniciado suas atividades como Escola de Samba, o Bloco Prova de Fogo mostra um desfile caracterizado pela forma tradicional de evoluir ao ritmo de um samba cadenciado e permeado por influências de compositores cearenses como Luiz Assunção e Lauro Maia, que participaram como brincantes da então Escola de Samba Prova de Fogo. O Bloco Prova de Fogo preserva o mesmo modelo de fantasia que tem caracterizado seu desfile ao longo de 65 anos de existência, apresentando uma sonoridade peculiar, através de instrumentos de sopro e percussão. Agremiação que tem se dedicado a enriquecer o carnaval de rua em Fortaleza com sua trajetória, o Bloco Prova de Fogo tornou-se um verdadeiro patrimônio do carnaval cearense”. ALENCAR, Calé. “Histórico das Agremiações: Bloco Prova de Fogo”. In: (Org.). Ibidem.

¹⁴⁰ Cafuçu, s. m. (Brasileiríssimo) (popular) (V. *Diabo*) – Nordeste; homem inábil, grosseirão; roceiro asselvajado – Goiás. Holanda, Aurélio Buarque de. Pequeno Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1964.

E se as ruas de 1930, 1940 e 1950 perderam no brilho das fantasias de luxo, ganharam na produção musical com marchinhas e sambas criados exclusivamente para as Associações Carnavalescas, mantendo não só viva a tradição do carnaval cearense de rua como também contribuindo para o não esquecimento e pasteurização completa da cultura regional. " 'Tabajara', marcha (Silva Novo – Caetano Acioly) 1930; 'Adeus, Praia de Iracema', samba (Luiz Assunção) 1954; 'Falta de luz', marcha (Irapuan Lima – Mário Filho) 1955; 'Dona Fredegunda', marcha (Mário Filho – Milton Santos) 1958; 'Meu bem', samba (J. Guimarães – Milton Santos) 1958"¹⁴² foram alguns dos mais importantes sambas e marchinhas que figuraram como sucesso no Ceará e que chegaram a romper os limites regionais, influenciando cantores e compositores como Orlando Silva, Sílvio Monteiro e Luiz Gonzaga. Entretanto, os novos signos de prestígio, de mãos dadas com a política econômica interna, aos poucos calaram os clarins, trompetes e trombones, se não de tudo, pelo menos nas tiradas criativas das composições carnavalescas.

*A partir da cartelização da economia mundial e a conseqüente dolarização econômica dos países dependentes da América do Norte, como o próprio México (seu vizinho), o Brasil, Argentina, França, Itália, Portugal e os demais que compõem o Terceiro Mundo, o regionalismo foi para o "beleléu". Entregar-se de corpo e alma às coisas e costumes da América do Norte passou a ser sinônimo de progresso. O nacionalismo passou a ser pichado como retrógrado, coisa do passado, etc...*¹⁴³

¹⁴¹ LOPES, Marciano. "Passou o carnaval que passou". In: Royal Briar – A Fortaleza dos anos 40. Fortaleza: Ed. Do autor, 1989. In: ALENCAR, Calé (Org.), op. cit.

¹⁴² AZEVEDO, Miguel Ângelo de (NIREZ), entrevista. In: ____ (Org.). Ibidem.

¹⁴³ Cristiano Câmara, entrevista. In: ALENCAR, Calé (Org.). Ibidem.

Desde a criação dos primeiros blocos carnavalescos os Conspiradores Infernais (clube Iracema) e os Dragões do Averno (clube Cearense), com grandes e luxuosos desfiles, e os blocos populares com o entusiasmo e criatividade esboçados no passo, na música e no vestuário de quengas de côco, chita e papelão, até os dias atuais, o carnaval de rua de Fortaleza, com suas ausências em filetes de permanência, sofreu transformações nada sutis. O pouco incentivo dos poderes públicos, sobretudo da Prefeitura de Fortaleza, manteve a festa mais popular brasileira à margem de suas prioridades. O resultado desse descaso foi a guetificação desta festa de rua, que passou a sobreviver opacamente nas garagens e galpões suburbanos, explodindo em cores nos pobres cortejos mominos dispostos pelas avenidas Duque de Caxias e Dom Manuel, no Centro da cidade.

Com as políticas econômicas implantadas a partir do Plano de Mudanças do Governo Tasso Jereissati (1987-1990) e o Plano Plurianual de Ciro Ferreira Gomes (1991-1994), que colocaram o turismo como eixo de propulsão da economia cearense, três foram os meios objetivos das políticas econômicas do Estado: produção de uma economia supersimbólica, priorização do potencial turístico litorâneo, produção cultural atrelada a bens de consumo da indústria com base na dinâmica informacional dos meios de comunicação. Estes três modelos de política pública modificaram consideravelmente toda uma estética urbana local e impulsionaram, como era o principal objetivo, um mercado cultural integrado à produção de bens de consumo não duráveis. Uma das consequências, em termos da própria cultura, é que as manifestações populares, com características de grande impulsividade regional, foram,

cada vez mais, perdendo espaço e público na cidade. Dentre as manifestações populares, que confirmaram, à medida do tempo, uma derrocada pelos parcos investimentos em suas produções, encontra-se o carnaval de rua, apesar de ser uma festa de parcial responsabilidade da Prefeitura. Esta seguiu e segue modelos de gestão similares ao Estado, no que diz respeito especialmente a investimentos de atração do capital estrangeiro em áreas de rápido retorno financeiro.

A economia supersimbólica atua na produção de referenciais universais que, como vimos, possibilita que seus intérpretes não estejam necessariamente enraizados em nenhuma cultura distinta do mercado. O requisito básico é que este intérprete, na condição de turista ou não, seja um consumidor de informação produzida pelas redes comunicacionais que veiculam significantes do mercado, rompendo as fronteiras locais, transformando-os em símbolos extraterritoriais ou transnacionais de consumo. Por esta análise temos imbricadas uma economia de produção supersimbólica e uma cultura extraterritorial ou transnacional de consumo, veiculadas pela mídia, que confere ao sujeito a repetição de experiências em quaisquer *plazas* de celebração universais. Assim, o carnaval de rua com suas técnicas artesanais e propostas regionais, como o Ceará que tem uma forte influência do maracatu, não comporta os pré-requisitos necessários a instigar investimentos dos setores da economia local.

Como será analisado no terceiro capítulo, que se refere ao Plano de Desenvolvimento Cultural, o “não ter tanta tradição”, como se afirma para o Ceará, é visto como vantagem no processo de propulsão da economia local. Diante disso, investir numa cultura ou manifestações

desta, que possuem um apelo regional escrachado, significa inviabilizar os projetos de pretensão retorno financeiro a curto prazo. É nesse sentido que a idéia proposta pela Direção da Federação das Agremiações Carnavalescas do Ceará é indicativa da contramão em que se encontram a cultura regional ante os projetos de desenvolvimento econômico locais. Se para a Federação o carnaval deve reencontrar seu eixo na nacionalização e internacionalização de Fortaleza “apresentando projetos para conseguir recursos oriundos das leis de incentivo à cultura, procurando imprimir um diferencial verdadeiramente qualitativo no tratamento do evento Carnaval, seja promovendo debates com representantes de instituições públicas e privadas, seja na conscientização das agremiações da necessidade de profissionalizar a festa”¹⁴⁴, para o Estado “a idéia básica é que um jovem do interior possa construir na própria terra as bases de sua cultura universal”¹⁴⁵, em perspectiva similar encontramos a Prefeitura.

O carnaval de rua, como exemplo, tem sentidos não comportáveis pelo mercado, dada sua regionalidade que inspira experiências, por vezes e em muito, distanciadas da plasticidade da cultura universal cuja forma de apropriação dá-se mais pelo reconhecimento que pelo conhecimento. Assim, desloca-se o carnaval de rua, com suas máscaras e seus sentidos únicos, para longe da circulação dos meios informacionais e dos investimentos que poderiam torná-lo uma forma eficaz de produção cultural e, em seu lugar, publiciza-se com altos investimentos, experiências já consagradas aos desfiles de significantes

¹⁴⁴ ALENCAR, Calé. Minha ligação com o carnaval de rua. In: _____. (Org.). *Ibidem*.

¹⁴⁵ Secretaria da Cultura e Desporto do Estado do Ceará (SECULT). Plano de Desenvolvimento Cultural 1995/1996, p. 28.

extraterritoriais e transnacionais do mercado. Num culto à repetição da experiência, a singularidade da festa cede lugar à produção em série de eventos com mesmo denominador comum, para o qual a música, dança, vestuário e gestos são exaustivamente veiculados na mídia e repetidos como uma fórmula de sucesso para quem vende e para quem consome, estes, *in sides* da cultura de mercado pondo à mostra todo repertório apreendido e compreendido como *status*, numa identificação que os coloca entre os pares da sociedade contemporânea de consumo. Se socialmente somos aquilo que exibimos como consumidor, nada mais lógico que compreender os não-lugares e todo arsenal de significantes neles perfilados como *plazas* de celebração de nossa cidadania e identidade.

O carnaval de rua de Fortaleza, até o final da década de 1980, não esteve nas prioridades do Estado ou da Prefeitura, fosse como atração turística ou como incentivo à promoção da cultura local. As parcas verbas destinadas a essa tradição, só ocorriam, no Ceará, quando ocorriam, no período imediato à realização do evento, ou seja, toda a criação, confecção de material, espaço para reunião, promoção etc., ficavam a cargo das próprias agremiações que, no geral, sobreviviam de doações e da venda de fantasias para o cortejo momino. É o que nos torna aparente a mesmice dos fatos, que entedia pela previsibilidade dos eventos:

*Há necessidade de salvar o carnaval de rua de Fortaleza;*¹⁴⁶

¹⁴⁶ Milton Façanha, diretor do Departamento de Turismo em 1984. In: Jornal Diário do Nordeste, 24 de janeiro de 1984, p. 6.

*Enquanto em todas as capitais brasileiras estão fazendo o carnaval da democracia, nós aqui estamos enterrando o carnaval;*¹⁴⁷

*O carnaval de Fortaleza vem a cada ano em declínio acentuado, com nenhuma beleza e pouca participação popular;*¹⁴⁸

*Não vai haver carnaval de rua em Fortaleza.*¹⁴⁹

E na luta pela continuidade da tradição popular, os rituais seguem trôpegos nos subúrbios da cidade, longe dos circuitos e das grandes promoções turísticas. Mas o carnaval é a “possibilidade de viver uma ausência fantasiosa e utópica de miséria, trabalho, obrigações, pecado e deveres” (Damatta, 2000: 73)e, para tanto, como uma festa pública e ritualizada, seus deslocamentos trazem “uma aguda consciência na natureza do objeto, das propriedades do seu domínio de origem e da adequação ou não do seu novo local. Por isso, os deslocamentos conduzem a uma conscientização de todas as reificações do mundo social, seja no que elas têm de arbitrário, seja no que têm de necessário” (Damatta, 1997: 99). Uma consciência explicitada nos detalhes produzidos em cada cortejo, na identificação entre o sujeito, a comunidade e o tema que se leva à avenida.

A ausência de incentivos à cultura local é somente uma das conseqüências dos planos de desenvolvimento econômico e

¹⁴⁷ Flávio Peixoto, presidente da Federação dos Blocos e Agremiações Carnavalescas do Ceará em 1985. In: Jornal Diário do Nordeste, 13 de fevereiro de 1985, p. 8.

¹⁴⁸ Artur Silva Filho, presidente da EMCETUR em 1989. In: Jornal Diário do Nordeste, 03 de fevereiro de 1989, p. 3.

¹⁴⁹ Flávio Peixoto, presidente da Federação dos Blocos e Agremiações Carnavalescas do Ceará em 1989. In: Jornal Diário do Nordeste, 26 de janeiro de 1989, p. 14.

cultural propostos para o Ceará. Na verdade, esta assertiva pode ser contestada pelo próprio Plano de Desenvolvimento Cultural do Estado que coloca a cultura objetivamente como fator de desenvolvimento econômico e social. Mas esta mesma cultura não pode ser encarada na singularidade que emerge como representação de uma coletividade cuja experiência e identidade encontra-se enraizada em relações étnicas, territoriais, sociais. A cultura como fator de desenvolvimento localiza-se na tríade informação em rede, economia globalizada e cultura extraterritorial e transnacional, para o que os excessos de sentidos promovem um não reconhecimento do sujeito consumidor. Ou seja, a produção cultural local somente poderá integrar os projetos de incentivo econômico-cultural locais quando a produção daquela enquadrar-se aos referenciais extraterritoriais, os quais são imediatamente reconhecidos pelo consumidor, numa repetição de experiências que permite o seu deslocamento e identificação entre os significantes que nele exercem uma função social.

A Fortaleza de hoje, assim como Recife, Salvador e, ainda de maneira incipiente, a capital São Luís testemunham uma progressiva guetificação da expressividade regional - de explosão semiótica para além de seu objeto e que não esgotam em si os referenciais -. É o que se observa nos reclames exaltados sobre o carnaval de rua que, em apelos que confirmam o abandono não só pelos poderes públicos mas, e principalmente, do brincante, sobretudo pelos mais novos cuja formação pessoal aproxima-se muito mais dos símbolos mediados pelos meios de comunicação propostos por Hollywood que de referenciais históricos locais.

Pois não é que mesmo sem uma iluminação que lhes possibilitasse enxergar direito a arte das costureiras e dos artesãos, mostrando toda a riqueza, beleza e detalhamento das fantasias; obrigado a consumir um só tipo de cerveja ou refrigerante nos pontos de venda espalhados ao longo da avenida, sem que as agremiações tivessem a menor participação nesse "negócio"; a despeito da falta de uma arquibancada com um mínimo de conforto que fosse e dotada de condições para amenizar o cansaço de quatro horas de desfile; sem dar a mínima para compromissos de palanque, em sua maioria falaciosos; sem sentir o peso das crianças em seus ombros; desprezando até a falta de banheiros químicos e de uma banda que lhes animasse a festa noite adentro, com música de carnaval, fosse marcha, samba, maracatu, frevo, marcha-rancho, axé, forró, pagode, samba-reggae ou qualquer coisa pra animar o corpo e o "espírito"; e acreditando única e exclusivamente na sua força mágica e indomável; um público estimado em 100.000 pessoas, durante três noites, devolveu à nossa cidade a festa carnavalesca onde todos brincam com seu jeito de papangus, reis e rainhas, moleques cearenses, chapolins tabajaras, foliões criativos, artistas de todas as terras, porta-estandartes e carregadoras de calungas, todos exercitando sobretudo a espontaneidade que é a marca mais definida da nossa alegria de rua e mostrando com graça e garra que nosso carnaval tem tudo para deslancar como evento profissional e organizado (carnaval de rua de Fortaleza de 2001).¹⁵⁰

“De uma banda que lhes animasse a festa noite adentro com música de carnaval, fosse marcha, samba, maracatu, frevo, marcha-rancho, axé, forró, pagode, samba-reggae...”, contanto que a expressividade não tenha que necessariamente estar atrelada a mesmice que caracteriza os eventos voltados para o turismo de massa privilegiado pelas políticas públicas locais, como uma das formas de atrair investimentos do capital estrangeiro.

Micaretas

¹⁵⁰ ALENCAR, Calé. Sobre o carnaval que virá. In: _____. (Org.), op. cit. (grifo nosso)

A nova fase de desenvolvimento local, a partir de 1987, teve como ponto forte uma máquina promocional mantida entre o Estado e grandes grupos econômicos (Silva, 1992) que mais incisivamente põem no mercado produtos locais, como estímulo à promoção turística voltada para a massa. Promovido por agências cuja seleção prioriza referenciais de consumo extraterritoriais que não causem “desgaste”¹⁵¹ ao turista, que investiu seus dólares no reconhecimento dos espaços previamente passados pelo crivo midiático. O turismo de massa é um investimento que faz com que o tempo e os lugares sejam consumidos como um produto previamente pago, privilegiando “a quantidade, não dando lugar à qualidade, leva os turistas a se comportar como massa manipulada pelo consumo, pelos signos” (Coriolano, 1998: 85), e um dos pontos que mantém o turismo de massa é a diversificação e superficialização da cultura local, de forma a “agradar” - pela identificação direta com o produto globalizado - ao turista estrangeiro ou nacional. É nesse sentido que a “renovação das sensibilidades comuns”, proposta pelo governo do Estado do Ceará começa, a partir de 1992, a “exportar” seu carnaval, um mega evento turístico que não deixa nada a dever a Salvador, Recife, Natal, Brasília, Belém ... cada uma com sua fatia no calendário de onze meses. É a primeira micareta ou carnaval fora de época de Fortaleza lançada ainda no ano de 1991. O termo deriva-se do francês “micarême” – sábado de aleluia ou a quinta-feira santa. Entretanto, micareta, como designativo de carnaval fora de época, começou a ser empregada primeiramente em Feira de Santana, interior da

¹⁵¹ Poderíamos resumir como um esforço extraordinário de conhecimento do outro, que se dá a partir da não repetição de experiências. O contato com o estranho, o exótico implicando um

Bahia, após uma grande cheia que deixou muita destruição. A população, de grande tradição religiosa e carnavalesca, antecipou a festa momina homenageando os mortos deixados pela grande enchente de uma maneira bem diferente e alegre: coloriram as mortalhas e cobriram os rostos com máscaras, criando o primeiro carnaval fora de época do Brasil. Micareta, portanto, deriva-se da palavra *mica* que significa festa e, *reta*, final da palavra *careta*, que são as máscaras utilizadas no período momino.

Designada de Fortal, a festa, logo em sua terceira edição, já mobilizava um público de 1 milhão e 500 mil pessoas, consumindo, somente na sua organização, cerca de US\$ 1,5 milhão em verbas providas de grandes empresas privadas e do Governo do Estado¹⁵², contrastando com os US\$ 25 mil destinados, no mesmo ano, ao carnaval de rua de Fortaleza. E, mais uma vez, assim como se discorreu sobre a Praia de Iracema, a despeito de toda a concentração de equipamentos e significantes do mercado, o Fortal se “naturaliza” como uma “brincadeira que deu certo”, algo sem pretensão e que se cristaliza como a expressão de uma cultura em bases poéticas e históricas, que traz o novo e o velho imbricados, formando uma terceira unidade indissolúvel, a estética universal.

Fortaleza, uma das mais belas capitais do País, é pura poesia. Inspira boêmios em sua Praia de Iracema, e abraça os poetas, em suas praças e ruas. É essa bela Fortaleza que também inspirou a maior micareta do Planeta: o FORTAL. Aliás, inspiração que veio a partir do próprio nome, uma abreviatura que homenageia a cidade e abriga o significado de folia e muita alegria. (...)

exercício de conhecimento de referenciais alheios aos já determinados e reconhecidos no dia-a-dia, seja a partir do trato comum ou como informação veiculada pelos meios de comunicação.

¹⁵² Jornal Diário do Nordeste, 28 de julho de 1994, p. 1.

De um lado Ailton Júnior, junto com um grupo de amigos, trazia para Fortaleza o bloco Araboneco, com a Banda Cheiro de Amor. À época existia apenas um bloco e um trio elétrico independente para puxar o povão. A magia do evento, no entanto, transcendeu as expectativas. Uma brincadeira que acabou plantando raízes sólidas. Do outro lado, Célio Guimarães, acostumado ao mundo do show business foi o primeiro no Ceará a acreditar no potencial da música da Bahia. Nascia aí o Fortal.

O ano era 1992. A democracia no Brasil passava por duras provas e o mundo se rendia à globalização quando, em Fortaleza, pessoas que também conheciam o evento se reuniram para discutir a criação de uma versão cearense da festa.¹⁵³

Em 2001, ano de comemoração de seu décimo aniversário, o evento, devidamente adequado às propostas de atração de capital estrangeiro e de fomentação de uma cultura de mercado, apresenta uma estrutura que mobiliza setores da economia, inclusive com apoio governamental, que garante toda a infra-estrutura necessária ao patrocínio de grandes empresas nacionais e estrangeiras a fazer a mídia de seus produtos.

A Click é a responsável pelo evento, mas para que ele seja possível um total de 34 órgãos, em níveis estadual e municipal, apoiam a estruturação do evento. Entre os principais figuram a Companhia de Energia do Ceará (Coelce), Telemar (ex-Teleceará), Empresa Técnica de Transportes Urbanos S/A (Ettusa), Empresa Municipal de Limpeza Urbana (Emlurb), Vigilância Sanitária, S.O.S. Fortaleza, Polícia Militar (PM), Polícia Civil e Federal, Corpo de Bombeiros, Secretarias de Estado, entre outros.¹⁵⁴

Com uma hiper estrutura capaz de acolher mais de dois milhões de pessoas nos quatro dias em que ocorrem a festa, o Fortal se coloca como uma das maiores atrações turísticas de Fortaleza.

¹⁵³ CLICK PROMOÇÕES. Fortal 2001 – DEZ ANOS DE ALEGRIA!!!. Release, p. 3.

O espaço mais bonito da orla marítima de Fortaleza será palco do maior FORTAL de todos os tempos. Para comemorar 10 anos de puro sucesso, uma superestrutura está sendo planejada no sentido de colocar na Avenida Beira Mar uma festa sem precedentes na história da Capital cearense. As melhores bandas e os melhores profissionais do ramo já foram destacados e confirmam presença no Fortal 2001. (...)

Este ano o evento vem poderoso de atrações. Uma marca superior a 2 milhões de pessoas está sendo estimada para a décima edição da festa. O carnaval fora de época cearense promete mostrar ao Brasil porque conquistou o título de “A maior micareta do planeta”.(...)

Em 2001, o FORTAL será composto por pelo menos nove blocos, cada um com cerca de 2.500 associados. Além do trio elétrico, cada bloco coloca na avenida outros dois carros de apoio – com sanitário e bar – e uma ambulância móvel. Em cada um deles, cerca de mil homens são contratados para trabalhar no cordão de isolamento.

Os mais potentes equipamentos são trazidos à (sic) Fortaleza para o FORTAL. Alguns deles, como os que são usados pelas bandas Chiclete com Banana (o T-Rex) e de Ivete Sangalo (Maderada) têm gerador com potência suficiente para iluminar uma cidade de 20 mil habitantes.

Uma mega-estrutura é montada para oferecer amplo conforto a quem for assistir à passagem dos trios dos camarotes. No corredor oficial da folia, parada obrigatória dos trios, existem 200 camarotes com capacidade para 20 lugares cada.

*Um total de 30 mesas, cada uma com quatro lugares, serão dispostas no corredor da folia, em frente ao Clube Náutico Atlético Cearense, num tablado especialmente projetado para dar visão privilegiada da Avenida e da festa.*¹⁵⁵

A micareta é uma versão de carnaval de rua que atende a determinadas ordenações objetivadas pelo mercado, o que a torna um produto de grande valor para o turismo de massa, que encontra nesse evento os mesmos referenciais veiculados pela mídia, transformando o espaço a ela destinado numa grande *plaza* de celebração de cidadania e de identidade sociais. Longe de desenvolver o intercâmbio entre os segmentos locais, valoriza uma estética facilmente reconhecida pelo consumidor que, como massa, “idolatra(m) o jogo de signos e de estereótipos, idolatra(m) todos os conteúdos desde que eles se

¹⁵⁴ Ibidem, p.10.

transformem numa seqüência espetacular” (Baudrillard *apud* Coriolano, 1998: 85). Os mesmos componentes do Fortal no Ceará são encontrados no Carnatal no Rio Grande do Norte, Recifolia em Pernambuco, Micarecandango no Distrito Federal, Carnabelém no Pará e em todas as micaretas brasileiras. O objetivo é sempre atrair um público na base do reconhecimento dos signos de prestígio, reforçados pela veiculação de significantes nas mídias, uma estratégia de marketing que reintera o turismo de massa.¹⁵⁶

A estrutura e ordenação espacial das micaretas revelam as nuances em que operam relações de mercado já amplamente incorporadas ao social. A privatização do espaço público da rua é uma das primeiras ordenações observáveis na reprodução das relações sociais promovidas pelo evento. Diferentemente do carnaval de rua “aberto”, a micareta, como espaço promocional e de consumo, tem de ser operacionalizada dentro da racionalidade do mercado. Privatiza-se o espaço público dando-lhe contornos móveis que elastecem e se reconfiguram pelas linhas não mais imaginárias dos cordões de isolamento, nos enfrentamentos da zona limite entre a “pipoca”, os novos “canelaus”, e a segurança encarregada de salvaguardar a alegria e a liberdade do consumidor identificado pelos

¹⁵⁵ Ibidem, p. 10.

¹⁵⁶ “90% vem sendo a taxa média de ocupação dos equipamentos hoteleiros de Fortaleza durante o período em que se realiza o FORTAL. Segundo a Associação Brasileira da Indústria Hoteleira (ABIH-Ce) e a Secretaria de Turismo, graças ao Fortal a temporada de julho em 2000 teve sua margem de ocupação batendo a casa dos 95%.

Em 2000, a demanda no período do Fortal foi estimada em 30 mil turistas, dividida entre estrangeiros e turistas nacionais. Destes, pelo menos 25% participaram diretamente do evento, dentro dos blocos. Outros milhares assistiram à festa de fora, consumindo e se hospedando em hotéis e pousadas locais, deixando na nossa cidade em média (per capita) R\$ 305,50 por cada dia de hospedagem. Vãos e hotéis lotados serviram como termômetro para medir a contribuição do evento ao turismo cearense. Segundo pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Bacharéis em Turismo (Seção Ceará), a taxa de atratividade do Fortal é estimada em 48% em relação ao fluxo turístico do período”. Ibidem, p. 9.

signos que carrega estampados em seus abadás. À polícia do Estado cabe resguardar a ordem externa, espaço que permanece público e ausente de ordenação.

*Em média, mil homens da Polícia Militar trabalham para garantir a total segurança de quem comparece ao FORTAL. Policiais e delegados da Polícia Civil também são destacados para o local nos dias do evento. Cabines fixas da PM e Polícia Federal são colocadas nas proximidades dos camarotes oficiais prontas para prestarem atendimento. Este ano está prevista também a colocação de cabines (com praticáveis) extras ao longo do percurso, as quais cumprirão o papel de informar e agilizar o atendimento ao público em diversas áreas como saúde, segurança e turismo.*¹⁵⁷

O exercício do controle estatal observado na evolução do evento, na maioria das vezes, resume-se à ação de evitar que a zona privatizada da avenida seja transgredida por aqueles que não estão credenciados a participar da festa. Se antes era o “não-dito” que delimitava os espaços da festa a distinguir a elite do canelau no carnaval de rua ao tempo dos grandes cortejos mominos, no mercado, a privatização do espaço público é um imperativo reforçado pelo Estado para garantir a privacidade de consumidores a celebrar sua cidadania e identidades na *plaza* de significantes extraterritoriais e transnacionais. Mas o que vem a ser o exercício desta cidadania e quais referenciais identitários entram no contexto da *plaza* de celebração?

Ao afirmarmos que as identidades sofreram transformações de ordem cultural e que o mercado tem um papel importantíssimo na reprodução das mesmas, estamos também afirmando que os significantes imperam seus valores para além dos sentidos que a história e ou as

¹⁵⁷ Ibidem, p. 11.

tradições possam esbanjar no cotidiano das relações sociais. “A natureza social da identidade, do sentimento de pertencer ou de formas de apropriação do espaço que ela suscita, liga-se aos lugares habitados, marcados pela presença, criados pela história fragmentária feita de resíduos e detritos, pela acumulação dos tempos” (Carlos, 1996: 29). A assertiva de Ana Fani é bastante esclarecedora do universo de referenciais que comportam a formação das identidades contemporâneas. Mas a ela devem ser acrescentados outros referenciais presentes na contemporaneidade, que entram no jogo da percepção do outro e de si mesmo, e que têm como uma de suas principais marcas a presença, como uma potência e a história, que apesar de fragmentária é produto de um *continuum*. No que devemos discordar que o produto derivado de “não-lugares” seja também uma “não-identidade”. Se para a autora o não-lugar “não é a simples negação do lugar, mas uma outra coisa, produto de relações outras; diferencia-se do lugar pelo seu processo de constituição. É nesse caso, produto da indústria turística que com sua atividade produz simulacros ou constróem (sic) simulacros de lugares (... e que nele) se produzem comportamentos e modos de apropriação” (1996: 29) e, compreendendo, nós, aqueles como espaços de exercício de cidadania, entendemos que os comportamentos e modos de apropriação de não-lugares sejam também formas contemporâneas de produção de identidades, mesmo que determinadas pelo mercado.

A identidade, no contexto apresentado, é menos produto de temporalidades históricas que de informações veiculadas nas redes comunicacionais. Assim, os significantes tornam-se signos de estratificação social e determinam uma certa hierarquia promovida a

partir do consumo. Ostentar os significantes é o meio de se enquadrar a determinado “estrato social”, ou seja, nada de novo no reino do mercado, a não ser a quase superação dos referenciais institucionais clássicos. Como estas identidades perpassam pelo consumo de significantes extraterritoriais e transnacionais, o direito ao exercício da cidadania deixa a esfera abstrata da democracia, fixando-se no poder de consumo, reconhecido na ostentação daqueles significantes. Logo, se estou devidamente identificado com os signos de prestígio nas *plazas* de celebração do mercado, exerço meu direito de cidadão, como cidadão-consumidor que sou.

Nesse sentido é ilustrativa a mudança valorativa pertinente ao traje carnavalesco, que a cada momento distancia-se da fantasia, credenciando a aparição pública para além da identidade cotidiana impregnada de significantes sociais. A fantasia, como vimos, já fora “objeto-ponte” entre a aparição pública e a permanência privada. A ritualização do carnaval perpassa pela produção da fantasia que, como objeto ritualístico, concentra os sentidos presentes do imaginário social. É como se cada fantasia possuísse o poder de outorgar uma nova identidade. Um referencial social distingue do cotidiano, podendo, a partir da magia transgressora da identidade imaginária, romper com os significantes sociais impregnados de ícones do mercado contemporâneo.

No lugar da fantasia, um painel de significantes ostentados com orgulho desfila pela passarela do carnaval. São os abadás que, fiéis à universalidade do mercado, não só identificam o consumidor autorizado a participar da festa como legitimam a posição deste no seio da sociedade. Sua posição social, sua tribo seu espaço na cidade. Distantes anos luz das

fantasias de grupo ou individual, os abadá's carregam consigo uma carga de significantes identificados pelos ícones dos patrocinadores do evento. Usar o abadá mais caro ou o que apresenta os logotipos das marcas da moda é uma forma de diferenciação social transcrita do espaço e do tempo cotidianos para a avenida, não cabendo mais a individualização promovida pela fantasia – a irreverência - ou pelos pequenos grupos que se uniformizam para diferenciar-se. A ordem é a identificação com os pares e esses encontram-se no mercado, no poder de compra e no gosto que, com a ostentação de suas marcas, delimita cada grande tribo.

As comunidades formadas dos significantes extraterritoriais e transnacionais de consumo, a partir do evento não somente da micareta mas de todo e qualquer evento que tem no mercado sua principal essência, são pensadas por Maffesoli como uma comunidade efêmera, formada a partir de um “ ‘paradigma estético’ no sentido de vivenciar ou de sentir em comum (...) Não se trata mais da história que construo, contratualmente associado a outros indivíduos racionais, mas de um mito do qual participo (...) É neste quadro que se exprime a paixão, que as crenças comuns são elaboradas, que se procura a companhia ‘daqueles que pensam e *que sentem como nós*’ ” (1998: 15). A associação que cada marca produz inconscientemente em cada indivíduo reproduz uma identidade social que é transitória, assim como o próprio mercado. Este indivíduo, no afã de obter a identificação social necessária à vida em coletividade, encontra-a nos objetos e signos da moda. Uma vez que “nem a religião, nem as ideologias, nem a política, nem os velhos laços

comunitários, nem as relações modernas de sociedade¹⁵⁸ podem oferecer uma base de identificação ou um fundamento suficiente para os valores, ali está o mercado, um espaço universal e livre, que nos dá algo para substituir os deuses desaparecidos” (Sarlo, 1997: 28).

As fantasias, no caso do carnaval, que por vezes poderiam representar valores ritualísticos e temporais, a exemplo dos maracatus que fazem parte dos cortejos mominos em Fortaleza, ou apresentar personagens sem nenhuma relação direta com a condição social ou privativa do indivíduo, projetados para além do mercado de significantes extraterritoriais e transnacionais de consumo, perdem significativamente a sua potência simbólica e com esta o poder de formar comunidades duradouras, baseadas em valores diversificados do mercado. Em seu lugar fincam-se objetos que “são os nossos ícones porque podem criar uma comunidade imaginária...” (Sarlo, 1997: 29), uma comunidade formada por consumidores cuja identidade é tão transitória como o são os símbolos e valores do mercado. A própria confecção das fantasias cria um sentimento de pertencimento a um determinado grupo que se configura a partir de uma situação temporal para além do instante. A fantasia como representação ou apresentação corresponde ao imaginário formado dentro da comunidade de origem, sendo, sua expressividade,

¹⁵⁸ Por “relações modernas de sociedade” a autora compreende as relações com uma forte “afinidade” natural, universal e humana, a qual caracterizaria as sociedades modernas em contraposição às relações sociais pós-modernas mediadas pelo mercado globalizado. Para Bauman numa mentalidade moderna, observa-se a projeção do espacial sobre o tempo, o tempo com seus estágios de “frente” e “atrás”, ou seja, “os homens e as mulheres modernos viveram num tempo-espaco com *estrutura*, um tempo-espaco rijo, sólido, durável” (1998:110). Para Maffesoli (1998:22) a subjetividade do homem moderno foi trabalhada a partir de uma determinação espaco-temporal que reforçava a idéia de um propósito, um fim a ser realizado, denotando uma estrutura mecânica na qual se baseia toda a organização econômica e política operada a partir de grupos contratuais apoiados numa lógica identitária temporal que dignifica uma moral, uma política.

contraditória em relação às leis que regem o mercado e a formação social deste decorrente. Por princípio, o mercado requer e impõe uma nova e constante demanda de signos que ao atrelar valores sociais aos seus ícones criam comunidades múltiplas e efêmeras, nas quais os pares são formados pelo identificação referenciada no consumo de objetos e marcas outorgantes de condição social, que não têm base fora do mercado.

Nada menos do que 40 mil empregos (diretos e indiretos) são criados a partir do FORTAL.

Antes da festa começar, todos os detalhes de avenida são acertados por profissionais de produção artística, apoio e engenharia de montagem de camarotes e arquibancadas. Centenas de pessoas trabalham nas fábricas especializadas em confeccionar as fantasias (chamadas abadás) que alegam a avenida, além dos adereços e brindes relacionados aos blocos que desfilam no final de julho. Pequenas fábricas independentes também produzem toda sorte de souvenirs com a imagem de cantores e a marca do evento.¹⁵⁹

Os tipos de sociabilidade que podemos perceber numa referência entre mercado e tradição são distintas por Maffesoli como comunidades formadas e prosperadas a partir da idéia de sociabilidade e de socialidade. A primeira, produto de ações e do convívio grupal, caracterizados por uma formação baseada nas relações mundanas ou intelectuais, ou seja, grupos contratuais cuja função na sociedade é determinada dentro e a partir de uma racionalidade estrutural e mecânica. Esta caracterizou e ainda caracteriza domínios culturais tradicionais, cujas leis encontram-se fundamentadas em princípios organizadores distanciados e/ou diferenciados do mercado. À socialidade, a caracterização das sociedades ou grupos sociais, determinada por regras inconstantes e variáveis, promovidas pela informação rápida em rede e

¹⁵⁹ Click Promoções, op. cit., p. 9.

que se firma sobre uma fragmentação histórica em que passado e futuro são experimentados no presente como um experimento a promover experiências sensíveis. O produto de ambas as relações abrange grupos afetivos e contratuais múltiplos constituídos a partir de duas ordens: uma velha ordem baseada em princípios tradicionais cujos sentidos a história, os rituais e as tradições carregam consigo e, uma nova ordem regida pelo mercado, determinada por uma estrutura complexa e orgânica, na qual as relações sociais se dão a partir de significantes atemporais.

Da mesma forma que o regionalismo passou a ser visto e popularizado como um retrocesso, “uma decadência de mentes retrógradas” a atrasar o desenvolvimento econômico e social, toda uma simbologia atrelada a formas culturais regionalizadas também passou a ser objeto de recusa por parte das comunidades concentradas em torno de eventos das grande mídias. É significativo o declínio do traje, no caso a fantasia da festa carnavalesca, como forma de apresentação e representação sociais. A ausência de significantes extraterritoriais e transnacionais que poderiam determinar uma condição social pública é objeto de recusa à incorporação de sentidos ao seio das múltiplas comunidades formadas e identificadas a partir do mercado de bens de consumo da indústria cultural, sobretudo nas *plazas* de celebração do próprio mercado.

O evento da micareta exige uma uniformização que identifica cada tribo nos diversos blocos que deverão passar cronometricamente na avenida. É o espaço de realização plena de uma dada “condição social” possibilitada e reconhecida através dos ícones que são ostentados durante todo o percurso do desfile, seja nas arquibancadas, nos “brindes” para a

festa, no carro de som – trios elétricos que trazem “aquele” cantor famoso da Bahia e que vive a preencher as tardes de domingo da rede globo ou as capas das revistas semanais de curiosidades das estrelas midiáticas – e, principalmente, no corpo do brincante, que se transforma num *outdoor*, versão moderna de manequim a sustentar marcas e logotipos. O manequim em que novamente se transforma o corpo, assim como o descrito por Sennett ao abordar as sociedades londrina e parisiense dos séculos XVII e XVIII, também é um recurso utilizado na atualidade para “deixar claro” no espaço público uma condição e identidade sociais reforçadas numa estratificação hierarquizada no poder de consumo dos grandes significantes do mercado.

Grandes marcas multinacionais e nacionais investem no evento desde sua segunda edição. A parceria com a iniciativa privada tem sido duradoura em virtude do retorno líquido e certo que os produtos e serviços obtêm ao associar sua imagem de sucesso ao FORTAL. (...)

Cerca de trinta mil acessos à home-page da Click (FORTAL), na Internet, foram anotados em 2000. Este ano, a Click reformulou sua home-page para os “festanautas” que querem saber tudo sobre o Fortal e sobre as festas que são realizadas pela Click.¹⁶⁰

A repetição exaustiva das músicas acompanhadas de passos cronometrados por uma verdadeira aeróbica de movimentos são todos elementos que atendem a uma uniformização de gestos. Os blocos disputam entre si a estrela maior da preferência do público que poderá colocar na prática e aos olhos de seus “pares”, todos os pormenores religiosamente ensaiados no decurso do ano, em eventos de natureza similar ou através dos meios de comunicação. Um conjunto a determinar

¹⁶⁰ Ibidem, p. 10.

aqueles que estão “por dentro” do mercado e seus signos de prestígio e os *out sides* da grande cultura mercadológica.

A BARCA – animado pelas Bandas Pimenta N’Ativa e Harmonia do Samba, comemora seu quinto ano de existência. É considerado um dos blocos preferidos dos jovens que fazem a geração Fortal. KANGURU – Sai com Ricardo Chaves. O bloco é um dos mais atuantes dentro e fora do Fortal. Seu grande trunfo é desfilar ao som do melhor cantor de micaretas. Foi eleito, por diversas vezes, o bloco mais animado e que possui o abadá mais bonito. QUEROMAI – Um dos blocos preferidos do Fortal, é conhecido pela desconcentração e irreverência. Reformulado, sai este ano de quinta a domingo, com a banda Cheiro de Amor e os batuques da Timbalada, do mestre Carlinhos Brown. SIRIGÜELA – Veterano no Fortal, é o bloco que acumula mais prêmios. Sai com a banda Chiclete com Banana e tem um dos mais potentes trios elétricos do País, além de uma super-estrutura de avenida. CERVEJA E CIA. – De alternativo a oficial, o bloco chega esse ano com promessa de ser uma grata revelação. É animado pela musa da Bahia, Ivete Sangalo e seu trio elétrico Maderada. NANA-BANANA – A parceria continua firme com a Banda Chiclete com Banana. Montado pelos diretores do Siriguela, o bloco já tem escrita uma estória de cumplicidade com o público de Fortaleza. KANGURU KIDS – A meninada vai poder curtir o Fortal mais uma vez com Eliana. O bloco infantil sai pelo terceiro ano consecutivo e promete muita animação para crianças de todas as idades.¹⁶¹

O carnaval de rua no geral, salvo alguns tipos de desfiles, tem seu percurso livre com trajetórias e tempos imprecisos submetidos ao “Deus dará” da vontade do brincante. E, por mais que se observe a constância de significantes esses perdem-se em meio à multiplicidade de formas e cores contidas na heterogeneidade de seus elementos formadores e na liberdade que prevalece ao caminhar, pois, “não se importa muito aonde se quer chegar e o modo como se chega, mas simplesmente caminhar sem rumo e sem direção, gozando intensamente o ato de andar...” (Damatta, 1997 :114). Uma liberdade de ir e vir dentro da festa que contradiz a ordenação perfeita e calculada exercida no trajeto

¹⁶¹ Ibidem, p. 6.

da micareta com suas milhares de informações dispostas estrategicamente ao longo do percurso e que a todo instante alertam para a condição de se estar ali.

A cada ano mais e mais detalhes são ajustados para que a festa cearense supere todas as similares que acontecem pelo Brasil afora. Foi por respeito ao público, dentro e fora dos blocos, que a promotora do evento instituiu – com a anuência dos diretores de blocos – a aplicação de multas para bandas e blocos que atrasassem o andamento do desfile.

Somado a isso, a cada ano o FORTAL começa e termina nos horários determinados. Tal providência vem atender às necessidades dos moradores da região onde o evento acontece. A maioria, inclusive, reconhece que os transtornos causados com a organização da festa vêm diminuindo ano a ano. O mesmo acontece com as ocorrências policiais. O aparato de segurança é tão eficaz que nenhum incidente grave foi registrado na festa do ano passado, muito embora a concentração popular superasse a casa dos 400 mil foliões por dia.¹⁶²

Na micareta importa mais a saída – concentração- e a chegada – dispersão- que o trajeto em si, pois o mesmo não pode ser modificado. Com um tempo determinado para cada bloco o evento segue rigorosamente todo o percurso em linha reta. Disposta ao longo da avenida a publicidade alerta para os objetivos do estar ali e o papel conquistado na sociedade como consumidor de determinados objetos cujos significantes são a ponte entre o cotidiano e a avenida. No Fortal, “um total de 4,2 quilômetros são percorridos pelos blocos durante o desfile que terá início nas imediações da enseada do Mucuripe e terminará no início da boêmia e histórica Praia de Iracema, à altura do Hotel Esplanada”¹⁶³, um corredor de significantes que faz desembocar na grande *plaza* de celebração de consumo construída numa “terceira

¹⁶² Ibidem, p. 8.

¹⁶³ Ibidem, p. 10.

unidade indissolúvel”, fechando o circuito turístico e encerrando nele seus sujeitos-cidadãos consumidores.

Ao carnaval de rua das fantasias e das máscaras, que individualizam uma condição de estar em público e em fazer com que se percam os referenciais cotidianos de estratificação social e de inserção cultural mercadológicas, resta uma doce mas pobre sobrevivência que ainda não comporta a terceira unidade indissolúvel. Uma utopia, talvez, desacreditada pelos mesmos “quixotes de cabeça chata em luta contra os moinhos do descaso” para quem urgencia antes de mais nada “estarmos atentos para reerguer o carnaval, sob pena de vê-lo transformado em teses universitárias e objeto de interesse ocasional de estudantes secundaristas ou turistas acidentais”¹⁶⁴.

Mas a condição pública, sem as amarras da intimidade, não esteve unicamente ao sabor das sociedades pré-vitorianas e, se apreendemos o vestuário de uma época como um indiciário das transformações do espaço público e privado, deveremos também acompanhar as nuances que imperam nas condições do estar em público proporcionado pelas novas tecnologias comunicacionais.

Como já salientamos, o espaço comunicacional, sobretudo o da Internet, encontra-se também na esfera condicionante das relações sociais contemporâneas, funcionando como um *locus* de trocas estabelecidas entre sujeitos, no qual a presença como potência é uma de suas principais características. Reproduzindo uma esfera pública compatível com o exercício de trocas estabelecido entre sujeitos

¹⁶⁴ ALENCAR, Calé. Minha ligação com o carnaval de rua. In: _____. (Org.), op. cit.

compreendidos a partir de uma multiplicidade informacional que garante a heterogeneidade social assim como o espaço físico urbano.

Capítulo 3: O Ceará dos arquétipos mercadológicos

Não há nada no mundo tão invisível
como os monumentos.

Eles sem dúvida são erguidos para
serem vistos, na verdade para chamarem a
atenção, no entanto, estão impregnados de
invisibilidade.

(Robert Musil)

Procuramos, no capítulo anterior, colocar em pauta diferentes percepções espaciais envolvendo a produção de não-lugares, sob o ponto de vista do shopping center e da micareta, ambos promovidos pela dinamização do turismo. Ambientamos o debate que confere aos significantes mercadológicos em um referencial identitário comum aos grupos afetivos urbanos. É partindo da ambientação proporcionada anteriormente, esta exposição prévia sem um *locus* específico, que iremos analisar as propostas do Plano de Desenvolvimento Cultural do Estado, implantadas pelo Governo do Ceará a partir de 1995, com o objetivo de elaborar uma estetização urbana capaz de recriar a ambiente necessário para a plena efetivação do turismo como principal setor econômico a ser dinamizado pelo Estado e iniciativa privada no Ceará.

Durante o período de 1984 a 1996 a requalificação urbana de Fortaleza e, mais precisamente da Praia de Iracema, é formado por um todo antagônico em que são apreciados movimentos sociais que procuraram impor uma visão de cidadania e de responsabilidade civil que entraram em choque com interesses específicos de grupos ligados ao

setor comercial e de prestação de serviços em Fortaleza. O período denota um processo de transição implementado por uma nova visão empresarial de gestão pública, no qual as relações com o poder central são revisadas em função de parcerias com o mercado estrangeiro, galgadas em propostas de inovação da produção cultural, tendo como princípio “material” a informação mediada pelas tecnologias comunicacionais. Neste sentido são desenvolvidos diferentes meios de remanejamento humano e técnico objetivando a renovação de sensibilidades, as quais possam ser percebidas como comuns a um dado universo cultural urbano.

O desenvolvimento do terceiro setor no Estado irá acompanhar a produção de duas prioridades no universo sensível das comunidades locais: a renovação de sensibilidades comuns e a elaboração de uma estética universalizante, para as quais a produção de significantes extraterritoriais e transnacionais de consumo serão a base abstrata, ou ideológica, que permeará cada movimento na busca de uma requalificação sócio-cultural que possa fornecer os elementos básicos para a integração do Estado no campo da economia mundial.

Plano de Desenvolvimento Cultural do Estado

O governo do Estado do Ceará em trabalho da Secretaria da Cultura e Desporto elaborou um projeto de ação cultural nos anos de 1995/1996, com objetivo de definir um conjunto de idéias e ações do Estado, voltadas para a dinamização da

cultura como “transformador social” e “ponto de mutação” da economia cearense.

A base de interpretação do Estado, que coloca a cultura como principal agente de transformação econômica na contemporaneidade, sustenta-se sobre a idéia de que as transformações decorridas em função dos avanços tecnológicos modificaram a condição para o desenvolvimento dos países integrados às relações do mercado globalizado.

*O fundamental: novas tecnologias reduziram a importância dos recursos naturais no desenvolvimento econômico. Possuir recursos naturais não faz mais ninguém rico; não possuir recursos naturais não impede ninguém de se tornar rico. Uma revolução de telecomunicações-computação-transportes-logística facultou o abastecimento global e o desenvolvimento de um mercado mundial de capitais. Ambos tornaram mais fácil aos países pobres exportar para países ricos e vice-versa. Este acesso mais eqüitativo ao capital reduziu a vantagem decorrente de nascer num país rico.*¹⁶⁵

A incidência da revolução tecnológica sobre a economia mundial, obrigando a produção industrial a uma completa reformulação, transformou a cultura num novo produto para o mercado de capitais cujo valor hoje seria a condição para o desenvolvimento da economia de toda e qualquer atividade contemporânea. O elemento chave de transformação de qualquer economia contemporânea integrada ao mercado mundial desatrela-se, portanto, da dotação de recursos naturais ou de capital para incidir sobre a cultura. Uma cultura a ser trabalhada em função das demandas do mercado globalizado e veiculada e processada como informação rápida e múltipla nas redes informacionais de comunicação.

¹⁶⁵ Secretaria de Cultura e Desporto do Estado. Plano de Desenvolvimento Cultural, op. cit., p. 10.

Dentro desta visão, cultura passa a ser compreendida e associada a produção de informação em larga escala.

*Vantagens competitivas sustentáveis dependerão mais de inovações tecnológicas nos processos de produção que de novos produtos. Novas indústrias, do futuro, dependerão mais da capacidade mental. A vantagem comparativa criada pela natureza (dotação de recursos naturais) ou pela história (dotações de capital) foi substituída definitivamente. (...) Isto significa que, nos novos tempos, a força da cultura incide decisivamente sobre os fundamentos da organização econômica.*¹⁶⁶

Diante da perspectiva avaliada, caberia ao Brasil inserir-se no jogo de sobrevivência apresentado numa bilateralidade que tem de um lado um capitalismo “individualista e anglo-saxão”, representado pelos Estados Unidos e, de outro, um capitalismo “comunitário alemão e japonês”.

*Acostumados a um sistema coletivista, nós, brasileiros, não temos a menor idéia do que seja viver individualistamente, morando longe da família, não pedindo nada a ninguém e obedecendo a normas que valem para todos. Há muito que mudar no novo projeto nacional. Mas, como nossa organização existencial é muito mais rica e generosa, posto que inteiramente batizada por pessoas reais e não por instituições e agências impessoais, podemos, como no caso do Japão, encontrar o caminho num projeto mais coletivo onde o Estado arbitra mais que nas sociedades anglo-saxônicas, e a cultura define as rotas de navegação mais que as instituições clássicas.*¹⁶⁷

O objetivo é diminuir a força dos determinantes institucionais que governam a sociedade e que regulam a economia, fazendo com que a cultura, organizada e direcionada pelo Estado, transforme-se no único e incontestável vetor a determinar os valores, as regras e os rumos da sociedade. Mas quais instituições clássicas ainda arbitram os rumos da

¹⁶⁶ Ibidem. Análise das teorias de Lester Thurow, p. 10.

¹⁶⁷ Ibidem, p. 11.

sociedade? E onde se insere a necessidade de substituí-las por outro determinante, como a cultura, cujo peso deveria ser perceptível em todos e quaisquer determinantes sociais? Desse modo, qual compreensão de cultura perpassa as diretrizes do Estado como reformuladora e decisiva às regulamentações econômicas? O Estado Nacional, como Instituição Mor, é ressaltado como um entrave para as políticas estaduais, as quais têm que exercer papel vanguardista e encontrar, no meio termo entre um capitalismo “individualista” e outro “coletivista”, os caminhos para o desenvolvimento de suas economias.

Os governos estaduais, responsáveis por políticas regionais, têm que preparar seus exércitos de mão-de-obra para estas novas realidades. Deixar que as políticas nacionais nos levem a qualquer lugar é deixar nossas populações a reboque dos centros de maior capacidade de organização social e investimentos.¹⁶⁸

Compreender as ações do Estado em relação à dinamização da cultura é apreender o conceito com o qual o Estado e Secretaria da Cultura e Desporto identificam o objeto ou a idéia a ela atrelada. Valendo-se do conceito de cultura das Ciências Sociais, para as quais se define como modo de vida e de expressão das coletividades humanas, aqueles interpretam a cultura como humanizadora do trabalho e de bens simbólicos, integrada pelos:

Criadores das obras simbólicas pelas quais se expressam representações do mundo; a relação das obras e dos autores com a sociedade na qual eles operam; o sistema de produção das obras do espírito, e o campo ideológico onde se situam os emissores e receptores das obras. A partir dessa ótica, os objetivos aqui propostos se situam numa perspectiva de desenvolvimento do sistema cultural (...) entendido como o conjunto por meio

¹⁶⁸ Ibidem, p. 11.

*do qual se exprime, de modo mais ou menos coerente, a interdependência entre as diferentes partes que compõem a cultura, isto é, as instituições e os criadores, integrando pautas e valores.*¹⁶⁹

Então a cultura coincide com a produção de conhecimento difundida por um sistema de informação, que a canalizará para os segmentos sociais aptos a consumir a produção de bens culturais a partir da dinâmica requerida pelo mercado. Sob esse ponto de vista cabe ao Estado, desenvolver como estratégia política e econômica, um sistema cultural, de forma a preparar um exército de mão-de-obra qualificada para o setor de prestação de serviços ligados à indústria cultural e turística. Partindo desses princípios, o objetivo apresentado pelo Plano de Desenvolvimento Cultural é o de “dar prioridade ao qualitativo sobre o quantitativo, reconciliar-se com os gestos criativos, reconhecer o valor tanto dos saberes manuais quanto dos saberes técnicos, reintroduzir o natural e o imaginário”¹⁷⁰. Metas que guiarão todas as estratégias do Governo das Mudanças e que foram idealizadas a partir de uma gestão voltada para a modernização do Estado, numa perspectiva de “superação das políticas públicas paternalistas” que, de acordo com a gestão empresarial firmada desde 1987 - primeiro governo de Tasso Jereissati -, caracterizaram os governos militares anteriores.

Mas a cultura qualitativa encontra-se intimamente atrelada a uma produção minimizada de bens reforçada na tradição e compartilhada, em geral, por comunidades pouco ou nada integradas às tecnologias de rede, tão importantes para a economia globalizada. E é nesse sentido, e com base num rompimento com as políticas anteriores ao regime

¹⁶⁹ Ibidem, p. 8.

¹⁷⁰ Ibidem, p. 8.

empresarial de governo, que o projeto de desenvolvimento cultural para o Estado irá propor as ações culturais em regime de superprodução industrial. E, mais que isso, compreendendo a cultura ou o sistema cultural como um produto gerado da relação “instituições e os criadores, integrando pautas e valores”, percebemos uma nova perspectiva de Instituição, distanciada das clássicas, mas significativa para a plena constituição da cultura como determinante das diretrizes econômicas e sociais. Em outras palavras, há uma necessidade de reformular as Instituições, diminuindo a incidência ou a força reguladora das Instituições clássicas ou tradicionais (sendo o Estado Nacional a Instituição Mor), valorizando novos instrumentos (Instituições) mais integrados às forças do progresso e das organizações econômicas mundiais.

*Naturalmente houve a transformação tecnológica da indústria cultural. No entanto, nas artes, a introdução de meios de reprodução não implicou o fim do objeto original. Apesar de a arte moderna revelar uma capacidade inesperada de renovação, o artista continua a manter o caráter único de sua obra e de sua performance. Por isso a indústria cultural se apresenta como grande produtora de emprego, tanto por seus valores de performance e de expressão, quanto por sua capacidade de absorção de novas tecnologias.*¹⁷¹

O rompimento com o passado, na visão da gestão empresarial, requer, além de estratégias administrativas voltadas para o incremento do setor de serviços, um ajuste fiscal do Estado cuja influência positiva na economia seja observada no equilíbrio e sustentação dos próprios gastos de consumo e de investimento, capacidade de atração de investimentos externos e investimentos privados dos demais Estados brasileiros e do

¹⁷¹ Ibidem, p. 12.

exterior, modernização tecnológica e gerencial e, sobretudo, a reinvenção de uma sensibilidade comum a partir da “elaboração estética da cultura” local. Romper com o passado, nesse caso, não é somente introduzir uma nova forma de gestão pública, e sim, criar uma nova tradição (cultura) a qual possa expressar uma sensibilidade e criatividade integradas à indústria cultural do consumo.

O que propomos neste sentido é que, em vez da negação da ordem atual se dar no sentido de recuperação de uma velha ordem (paternalista e agrária), a rejeição da atual ordem se faça pelo cancelamento de valores arcaicos do passado na perspectiva de uma nova ordem, dizendo, claramente, vamos deixar de lado um certo esquematismo que considera tudo que está na sociedade industrial como produto maquievélico da burguesia. Sem perder contato com tudo que a cultura popular tem de singelo, o que desejamos é, ao invés de simplificá-la e empobrecê-la, mostrar a riqueza e a variabilidade de seus aspectos e interpretações para o maior número de pessoas possível. (...) Em síntese: em lugar de políticas setoriais redutoras em si mesmas, apresentamos políticas culturais que tratam de reinventar as sensibilidades comuns de todas as formas de expressão artística.¹⁷²

As Instituições clássicas ou tradicionais que se propõem substituir, em nome do desenvolvimento econômico, dizem respeito a toda forma de pensamento, de vida e de relações pertencentes e perceptíveis nas esferas individual e coletiva, pública e privada não organizada em torno da economia de mercado. Reformular os símbolos, as tradições, os valores, as Leis Consuetudinárias, enfim, toda a cultura presente no cotidiano de relações mercadológicas e que, em si, regulamenta a identidade que se faz reconhecer na diferença territorializada, objetiva e subjetiva do outro. A própria arte, produzida em escala não industrial e sem o aparato tecnológico que envolve a dinâmica das comunicações contemporâneas, passa a ser compreendida

¹⁷² Ibidem, p. 34.

como uma forma retrógrada e ligada a um passado cuja tradicionalidade é vista como empecilho para o desenvolvimento de forças produtivas e de economias de ponta, integradas ao mercado globalizado e de rápida transformação.

A proposta de política cultural apresentada para o Ceará reforça um programa de incentivo à produção de cultura em larga escala, com pouco ou nenhum apelo à regionalidade, exceto no que tange a uma estética universalizada, a qual pode ser facilmente identificada pelo consumidor externo. Uma produção que terá como base as demandas promovidas pela dinamização da informação veiculada pelo sistema de comunicação em redes apropriável pela classe média.

*Uma política cultural (na verdade, as políticas da cultura) deve constituir-se claramente numa política de incentivo à demanda e à oferta de serviços culturais (leia-se bens culturais de qualidade). (...) O futuro está em educação, pesquisa, cultura e meio ambiente. Para fazer isso, precisamos de uma classe média preparada culturalmente.*¹⁷³

O rompimento com o passado procura acompanhar as novas diretrizes impetradas pela política econômica internacional. O romper com o anterior é investir sobre uma nova composição de elementos presentes no cotidiano contemporâneo, os quais deverão substituir as regras que determinam o sistema de produção integrado ao período de mecanização da indústria. É o que nos apontam Zygmunt Bauman (1998) e Michel Maffesoli (1998) sobre a idéia de uma contemporaneidade, compreendida como pós-moderna, onde os elementos que antes estruturavam a modernidade: organização econômica e política rígidas,

¹⁷³ Ibidem, p. 12.

classes sociais definidas a partir de grupos contratuais como burguesia e proletariado, valores sociais determinados pelo território, etnia, religião, etc., não mais encontram estruturação no jogo econômico e político contemporâneo. Para ambos os autores a contemporaneidade possui uma estrutura complexa e orgânica que incide e organiza instavelmente a massa social, não mais associada como grupos contratuais e sim como tribos ou grupos afetivos, para os quais a história e as instituições, que formavam as rígidas estruturas de valores da modernidade, não mais se colocam como sustentáculo de uma identidade.

Nessa nova realidade a estrutura observável na modernidade temporal com regras e valores rígidos é substituída por uma contemporaneidade identificada como um jogo, no qual as regras não param de mudar no curso da disputa e que “para participar do jogo, qualquer jogador precisa de grande capacidade competitiva em pesquisa, de infra-estrutura pública e, principalmente, de capacitação de recursos humanos”¹⁷⁴. Como as estruturas do passado não mais são reconhecidas como valorativas para o desenvolvimento do capital ligado à informação e à economia globalizadas, a lógica contemporânea se reveste numa mutabilidade, na medida da rapidez com que são processadas informação e comunicação. Ou seja, quanto menos se prender a temporalidades e regras rígidas observáveis em sociedades mais tradicionais, para as quais a introdução de novos valores é demasiado lenta e a relação com o passado ritualizado e monumentalizado no cotidiano social impede a absorção imediata de novos valores integrados ao mercado, tanto melhor

¹⁷⁴ Ibidem, p. 10.

para o emprego de uma economia baseada no consumo de bens não duráveis.

A compreensão da contemporaneidade como uma estrutura complexa regida a partir de regras mutáveis e efêmeras é uma unanimidade entre Maffesoli e Bauman, entretanto, a apreensão do elemento comum à contemporaneidade, como forma de compreensão da complexidade social por ele determinada lhes é divergente. Para Maffesoli a idéia de *persona* daria o tom às formações sociais contemporâneas. Uma análise que privilegia as relações sociais emergidas dos grupos contratuais como elemento chave para a compreensão da sociedade hoje.

Maffesoli observa que o elemento *persona* reveste-se de máscaras cujos papéis são efêmeros, correspondentes às necessidades encontradas à medida que se processa o jogo da economia, da multiplicidade de tribos com características particulares e transitórias, da rapidez da informação que reforça a dinâmica de especialidades ligadas ao trabalho. Por isso, possui a capacidade de responder às indagações emergidas a partir do rompimento com as estruturas modernas fixadas sobre bases mais rígidas e identificáveis. Enquanto isso a cultura, por ser compreendida pelo autor como uma instituição sólida, temporal e de difícil mutabilidade, responderia limitadamente à complexidade contemporânea.

A *persona* enfatiza a “tragédia do presente” em oposição à cultura, baseada na “sociabilidade”, a qual se caracteriza por relações institucionalizadas e formais - espaço-temporais -, produto de mediações sociais familiares, religiosas, de nacionalidade ou etnia etc., rigidamente

enraizadas. A *persona* seria o elemento constituído subjetivamente pela mediação das tecnologias informacionais, dos meios midiáticos e do mercado globalizado, os quais compõem e formam o espaço das relações sociais contemporâneas. Estas, menos que relações de sociabilidade, são confrontadas e, em muito, substituídas por relações de socialidade cujo papel está “para quem e para além das formas instituídas, que sempre existem e que, às vezes, são dominantes, existe uma ‘centralidade subterrânea’ informal, que assegura a perdurância da vida em sociedade” (Maffesoli, 1998: 5).

Se na contemporaneidade é o não institucional e o tribal que se sobressaem, sua análise deve recair sobre o “desempenho de papéis, produzindo máscaras de nós mesmos, agindo numa verdadeira ‘teatralidade cotidiana’. É no cotidiano, *locus* da prática dessa ‘teatralidade’ através dos diversos papéis que encarnamos nas situações plurais do dia-a-dia, que nós podemos ‘ex – ister’ (ser, no sentido de ‘sair de si’), sem sucumbir aos imperativos de uma moral ou de uma racionalidade implacável”¹⁷⁵. Nesse sentido, a tecnologia, a urbanidade e a informação rápida e sem fronteiras propiciam a ambiência necessária para a proliferação de práticas sociais, cuja socialidade é a principal característica que se pode apreender no cotidiano, e, principalmente, quando essa socialidade é resguardada pelo próprio *mercado*, encontramos então um ambiente propício para a investigação das subjetividades contemporâneas.

¹⁷⁵ LEMOS, A. As estruturas Antropológicas do Cyberespaço.
“<http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/lemos/estrcyl.html>”.

Na interpretação de Bauman o objeto referencial para a compreensão da complexidade contemporânea se desloca do social, com suas relações afetivas e efêmeras, para incidir sobre a multiplicidade cultural, um produto da escolha arbitrária promovida a partir dos signos que emprestam valores não normatizantes, porém, identitários para os grupos afetivos. Expressões culturais que apesar de não possuírem um elemento homogêneo e simplificado, encontram-se intimamente ligadas ao mercado de bens, ou seja, a formação cultural, base para a formação da identidade coetânea, não encontra-se atrelada à idéia uniforme e estruturada presente na modernidade histórica. A cultura que melhor responde às demandas do presente ocidental é produto do mercado e, como tal, é uma mercadoria de troca. Portanto, para compreender as relações sociais contemporâneas decorrentes da formação econômica, política e cultural, de acordo com Bauman, é preciso interligar essa tríade ao mercado de produção de bens culturais em escala global, longe das amarras valorativas institucionais e históricas que respondem pelas identidades temporais ainda presentes no cotidiano.

Cultura, como mercadoria produzida pela indústria e veiculada por um sistema de informação rápido, dinâmico e que se pretende universal. Social, como um urbano de relações múltiplas mediadas por uma tecnologia que veicula a cultura e que tem como base de transformação a informação rápida e dinâmica integrada à universalidade do mercado. Instituição, como valores sociais efêmeros e de grande mutabilidade, produto da cultura de mercado.

*O melhor processo de desconcentração de renda possível no Estado é de fato o único conhecido no mundo todo: uma agressiva política educacional, associada a políticas de saúde e transporte de massa. Evidente que tudo isto deve ser associado a taxas regulares de crescimento econômico. No entanto, a esta receita clássica deve ser acrescida, neste momento, uma política de democratização dos bens simbólicos (cultura), já que o chamado capital simbólico vem, a cada dia, separando ricos de pobres. (...) o desafio da preparação da nossa mão-de-obra passa, então, por duas formações de ativos intangíveis. Todos devem compreender que uma nova economia inteligente requer não apenas um Estado inteligente, mas também trabalhadores inteligentes.*¹⁷⁶

Cultura passa a simbolizar o meio pelo qual as sociedades terceiro-mundistas conseguirão criar mecanismos para entrar no jogo da economia mundial. A cultura que possui as qualidades mutacionais não pode e não deve ser regional, muito pelo contrário, os investimentos culturais devem priorizar os quadros da tendência mundial. Somente a partir do desenvolvimento de um produto cultural nos moldes da indústria da produção de bens de consumo global é que a economia local poderá integrar-se às economias mundiais. A implementação de uma cultura universal torna-se o objetivo primordial das políticas públicas cearenses, “a idéia básica é que um jovem do interior possa construir na própria terra as bases de sua cultura universal”¹⁷⁷.

É neste sentido que as políticas públicas da Prefeitura e, mais explicitamente, do Estado irão implementar uma série de intervenções urbanísticas e desenvolver uma gama de programas de desenvolvimento cultural na cidade de Fortaleza e em localidades estratégicas do Estado do

¹⁷⁶ Secretaria de Cultura e Desporto do Estado. op. cit., p. 14.

¹⁷⁷ Ibidem, p. 28.

Ceará, objetivando modificar o espaço público e, conseqüentemente, o imaginário social proveniente da inter-relação entre comunidade e bens culturais.

A matriz teórica que embasa todo o projeto cultural do Estado apoia-se na necessidade de captação de mão-de-obra para o setor de prestação de serviços, compreendido a partir da lógica do desenvolvimento de um mercado mundial de capitais proporcionado pela revolução informacional. As análises do Estado apontam o setor de prestação de serviços como sendo um setor de grande absorção de mão-de-obra liberada pela informatização da indústria e da agricultura. Um setor que tem como condição para o desenvolvimento de um mercado forte a qualificação, através da informação rápida, intimamente ligada às telecomunicações, computação e transporte. Como ponto principal de mutação de uma economia baseada na agricultura e indústria manufatureira para uma economia com base na informação tem-se, então, a necessidade de investimentos que unam uma infra-estrutura urbana capaz de cooptar investimentos externos a uma sociedade em condições de lidar com as novas realidades comunicacionais, base da economia mundial.

A fórmula para promover as mudanças na economia do Estado integrando-o ao mercado mundial é o investimento na cultura atrelada à indústria da produção de bens de consumo, criando condições para o desenvolvimento do setor de prestação de serviços de bens culturais e de lazer. O Plano de Desenvolvimento Cultural do Estado vai agir em duas frentes política e economicamente distintas. Para a infra-estrutura: reformulação das políticas sociais com investimentos públicos em

transporte, comunicação e trabalhadores, enfatizando esquemas de renda mínima e readaptação de mão-de-obra para as populações de baixo poder aquisitivo e nível educacional. Para a superestrutura: investimentos em programas de grande abrangência, voltados para a educação, pesquisa, cultura e meio ambiente, objetivando a “reeducação do consumo para aproveitamento do lazer e provimento dos serviços culturais”¹⁷⁸. A idéia é que investindo maciçamente no setor de serviços, gerando para estes uma infra-estrutura e criando incentivos antes canalizados para a indústria e a agricultura, o capital automaticamente cruzaria as fronteiras certo de rentáveis investimentos numa economia que desperta para o fluxo dinâmico do mercado globalizado.

*O ponto central é que nosso Estado tem hoje de fortalecer seus investimentos públicos em duas direções: seus trabalhadores e seu sistema de transportes e de comunicação. As outras necessidades, como capital e indústria, estão cruzando as fronteiras e virão instantaneamente para quem tiver os recursos prioritários. Nos anos 80, o Ceará gastou muito dinheiro no passado e no presente. Chegou a hora de pensar no futuro.*¹⁷⁹

O programa do governo do Estado, explicitamente, distingue e privilegia a classe média local, instituindo-a como a classe que possui em germe a capacidade de transformação da realidade cearense. Elastecer a classe média local e qualificá-la a partir das artes da indústria cultural é a fórmula encontrada para “resolver” os problemas de distribuição de renda do Estado e a conseqüente pobreza crônica sobrevivente dos governos centralizadores (militares) e de políticas de investimento público em

¹⁷⁸ Ibidem, p. 12.

¹⁷⁹ Ibidem, p. 12.

setores “pouco ou nada rentáveis” a economia globalizada de tempos presentes.

O Ceará é visto como um Estado que leva vantagem sobre os demais estados nordestinos. A “ausência de uma tradição forte” ligada a raízes culturais temporais responde integralmente às novas demandas econômicas. O ritmo rápido das mudanças impostas pela informatização da economia requer uma sociedade com uma produção cultural local minimizada. O que significa dizer que a experiência social obtida no decurso da história cearense e exercida sobre a constante desconstrução da memória é um trunfo que coloca o Ceará em melhores condições de recriar, no menor tempo possível, uma tradição adequada à velocidade das transformações contemporâneas.

As forças poderosas do conhecimento novo são profundamente antiburocráticas. A derrubada dos rígidos e pequenos esquemas aristocráticos de informações culturais cria um salto para frente. Por que Pernambuco, um Estado historicamente mais organizado culturalmente, mais aristocrático na acumulação do saber, de maior tradição na informação, está perdendo a corrida para o Ceará? Porque as novas formas de processamento de informação apontam na direção da derrubada de rígidos e pequenos monopólios de informação. Não ter tanta tradição nos deixou livres para tentarmos o novo. É por isso que podemos estar à beira do maior deslocamento de poder na história econômica e política do Nordeste. Os Estados coloniais (Pernambuco e Bahia) perdem terreno para quem for capaz de realizar mudanças em alta velocidade (Ceará, Maranhão e Sergipe)¹⁸⁰

Nitidamente observa-se a necessidade de implantação de uma nova economia, longe da tradição e da cultura, produtos das Instituições clássicas, sempre respaldada no novo. Um corte, um rompimento com a história produzida pelos moldes de uma sociedade à margem do capitalismo globalizado, vista como um entrave às forças do progresso e

¹⁸⁰ Ibidem, p. 13.

de incursão social na modernidade. O passado somente poderá ser contemporaneizado na medida das demandas promovidas pelo mercado de bens de consumo, numa apropriação de elementos formais da identidade local, ainda clássicas, mas progressivamente estetizadas em função do comércio.

Pernambuco é compreendido e salientado como um Estado que, devido à sua tradição mais arraigada, ligada a formas produtivas distanciadas do sistema informacional, encontra dificuldades sócio-culturais de integração ao mercado globalizado. Pelo tipo de produção cultural minimamente regional, pelas lentas mudanças observáveis nos rituais da tradição, a formação identitária do povo pernambucano dificilmente conseguirá associar de maneira rápida, de acordo com a análise promovida a partir da organização econômica mundial, as novas demandas do mercado.

*Não se trata portanto de um mero acaso o fato de que estamos saindo de um longo período obscuro de vinte anos, durante o qual as políticas públicas de cultura foram simplesmente jogadas na lata de lixo. Começamos um período novo, ainda em gestação, no qual, após conhecer a força da indústria cultural (lembramos a mudança demográfica como reflexo desta força), devemos considerar ainda a necessidade de a cultura ser encarada objetivamente como fator de desenvolvimento econômico e social.*¹⁸¹

Uma vez que a produção cultural é vista como a única maneira pela qual as sociedades terceiro-mundistas podem vir a integrar a economia mundial, esta deve ser desvinculada de toda regionalidade e historicidade, as quais possam dificultar uma assimilação da modística do mercado.

¹⁸¹ Ibidem, p. 27.

Respondendo às questões inicialmente apresentadas, podemos concluir que as Instituições clássicas, mesmo que subsistam nas relações contemporâneas, devem ter seus limites de arbítrio na sociedade determinados pelas reais necessidades do mercado. Este, ascende à categoria Institucional Mor que determinará os valores condicionantes das diversas esferas que compõem a sociedade. E a cultura integrada à produção de bens de consumo não duráveis, a Instituição que forma e identifica as *personas* na cotidianidade social.

Até que ponto a assertiva do governo do Estado reproduz a realidade presente nas sociedades contemporâneas? Quais são as ditas sociedades integradas ao sistema de produção de bens culturais de consumo? Quais as implicações sociais contidas num redirecionamento cultural imposto pelo mercado? Para quem são produzidas as políticas públicas metodologicamente trabalhadas no sentido de construir uma nova identidade e economia de valor de mercado?

As identidades são construídas à medida da experiência, como produto e produtor de uma cultura, sendo esta reconhecida espaço-temporal pelo conjunto que comporta a estrutura social, a organização política e econômica, o papel e/ou função do indivíduo naquela sociedade e seus grupos. Numa sociedade cuja experiência individual ou grupal imbrica-se com formas culturais produtivas voltadas menos para a reprodução da força de trabalho e do mercado e mais para a reprodução do costume como instrumento de formação e perpetuação de identidades, tal sociedade concentrará uma prática social cuja função simbólica e ritual será um entrave à aceleração do mercado. É nesse sentido que a idéia de formação de uma sociedade globalizada, cuja classe média seja

responsável por uma produção cultural universal e em larga escala, encontra respaldo.

Socialmente a cultura deveria ser dinamizada para todos os segmentos populacionais que compõem a sociedade. No caso do Ceará, como todas as ações do Estado visam à inserção deste na economia mundial, os investimentos na educação, cultura e infra-estrutura urbana passam a ser trabalhados em acordo com as diretrizes de ordenamento e constituição de um saber integrados à economia da indústria do consumo. “Ação cultural: transformação social através de expressões inovadoras”¹⁸².

Nesse sentido são criados dois tipos de programa de ação cultural, que se harmonizam com as ordenações urbanísticas empreendidas a partir da normatização do Plano Diretor de Fortaleza em 1992: “ação cultural de universalização” com financiamento misto do poder público e da economia privada, voltada para a implementação da superestrutura da indústria de bens culturais as quais “devem ter um padrão mais amplo possível de clientela, pois devem universalizar suas ambições”¹⁸³; “ação cultural compensatória” ou “sócio-cultural” com modelos de solidariedade “que ensinam à sociedade formas de participar das decisões sobre definição e gestão de suas políticas públicas”¹⁸⁴, mas também e, principalmente, programas de capacitação para fornecer a mão-de-obra necessária à formação da infra-estrutura local, com financiamento restrito ao Estado e a alguns organismos internacionais.

¹⁸² Ibidem, p. 20.

¹⁸³ Ibidem, p. 20.

¹⁸⁴ Ibidem, p. 20.

Cada programa possui público, tempo e objetivo diferenciado. O “programa de universalização” integrará medidas políticas e econômicas, em escala ampla e universal, visando a formação profissional e intelectual mais aprofundada e de qualidade. Tais medidas integram uma política de educação, confecção e consumo de bens da indústria cultural e são direcionadas única e exclusivamente para a classe média local, enfatizando a reeducação do consumo para aproveitamento do lazer e provimento dos serviços culturais.

*Os programas de universalização do conhecimento pretendem um alcance amplo de público, dado que seu financiamento é dividido com a clientela e, conseqüentemente, se faz necessário universalizar esse retorno. Trata-se muito mais de uma busca da criação que se realiza não no fetiche da tecnologia destinada à ampla massa, mas na incorporação desta tecnologia no processo de criação, tendo o público (classe média econômica e intelectual) como receptor ativo deste processo e emissor de respostas que podem servir de referencial.*¹⁸⁵

A “ação de universalização” apresenta-se como um projeto muito mais complexo e permanente, objetivado em seis vetores centrais: Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura; Preservação do Patrimônio Histórico, Artístico e Arqueológico; Desenvolvimento de Ações Culturais; Promoção e Difusão das Ações Culturais, Modernização Administrativa. Nestes seis vetores concorrem uma ampla série de subprogramas de desenvolvimento permanente, tanto de público quanto de profissionais, nas áreas de artes plásticas e cênicas, audiovisual e editoria. Com os mesmos objetivos de propiciar o desenvolvimento de informação e pesquisa, as bibliotecas, arquivos e museus entram como

¹⁸⁵ Ibidem, p. 40. Grifo nosso.

prioridade para o segmento social intelectual que será trabalhado para compor a política de modernização administrativa que se requer para o Estado.

Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura composto de:

*Equipamento piloto – Ponte Metálica ou Ponte dos Ingleses, composta de um restaurante, quatro quiosques para atividades diversas de animação, uma torre de observação e monitorização de pesquisas marinhas e um espaço aberto para shows de pequeno porte. Bloco 1 – Edificação para abrigar um museu antropológico constante de exposições permanentes, que documentarão 'Quadros' da vida e da cultura do povo do Ceará. Bloco 2 – Edificação para abrigar a Galeria de Arte Raimundo Cela e o Museu da Imagem e do Som. Bloco 3 - Edificação elevada, tipo mirante, para abrigar um café-terraço, equipamento de apoio à animação do espaço do Centro de Cultura. Bloco 4 – Conjunto de edificações, constante de: 1 cine-teatro composto com 240 lugares; 1 cinema com 120 lugares; 1 cinema com 90 lugares; 1 planetário; 1 anfiteatro para shows ao ar livre.*¹⁸⁶

Programa de Preservação do Patrimônio Histórico, Artístico e Arqueológico.

*O Departamento de Patrimônio desenvolve levantamento dos bens imóveis e móveis do Estado do Ceará, com objetivo de fornecer subsídios para a constante atualização da política de preservação dos bens patrimoniais, assim como a sua conservação e preservação.*¹⁸⁷

Desenvolvimento de Ações Culturais.

*Canal de desenvolvimento das artes visuais no Ceará, o Centro de Artes Visuais Raimundo Cela – CAVRC pontualiza na produção contemporânea o seu raio de ação. Ancorado em três eixos: fomentar, preservar e prospectar, o programa privilegia a informação, a formação de novos artistas, o intercâmbio regional e nacional, a consolidação dos profissionais emergentes, a preservação da memória visual cearense e a ampliação do acervo.*¹⁸⁸

¹⁸⁶ Ibidem, p. 40-41.

¹⁸⁷ Ibidem, p. 42.

¹⁸⁸ Ibidem, p. 43.

Promoção e Difusão de Ações Culturais.

*Formação de artistas e difusão da música cearense por todo o Estado, levando também esta arte para o circuito de maior peso da indústria fonográfica (São Paulo, Rio de Janeiro); apoio à gravação de discos de artistas cearenses e lançamento em circuito nacional, apoio a grupos que desenvolvem trabalhos com a população carente do Estado.*¹⁸⁹

Modernização Administrativa.

*Supervisionar e controlar as atividades administrativas e financeiras da SECULT, necessárias à plena operacionalidade de suas unidades. Habilitar o setor administrativo financeiro para a administração geral da SECULT tem sido constantemente meta desta Secretaria, que vem investindo na modernização, informatizando seus setores, capacitando pessoal, adequando e adaptando seus espaços. Este plano dá continuidade ao programa até então desenvolvido, expandindo suas ações para viabilizar a melhoria dos serviços oferecidos ao público usuário deste Órgão.*¹⁹⁰

A “ação cultural compensatória” ou “sócio-cultural” possui um caráter assistencial e destina-se a populações carentes. A escala de ampliação dos produtos provenientes desse tipo de programa é reduzida à localidade, com recursos limitados e objetivos circunscritos à requalificação da mão-de-obra, enfatizado pelo esquema de renda mínima do Estado.

Os programas de Ação sócio-cultural, destinados a uma ação compensatória assistencial, são direcionados às populações carentes, e geralmente custeados, a fundo perdido, por organismos internacionais ou receitas tributárias do Estado. Estes programas objetivam promover o desenvolvimento da produção de bens e serviços culturais junto aos segmentos sociais de baixa renda. A intenção é priorizar aqueles que resgatam a

¹⁸⁹ Ibidem, p. 56.

¹⁹⁰ Ibidem, p. 64.

*autenticidade das manifestações artístico-culturais, gerando emprego e renda.*¹⁹¹

Os Programas de Ação sócio-cultural estabelecem parcerias com as diversas Secretarias Estaduais, promovendo atividades destinadas à capacitação de mão-de-obra para os trabalhadores ligados às indústrias têxtil e agrária, além de criação e capacitação de grupo especializado da Polícia Militar “com o objetivo de guardar o patrimônio edificado do Estado e dar melhor tratamento à clientela da indústria do turismo”¹⁹²; ampliação de projetos de corais, oficinas de artes plásticas, dança, vídeo com palestras, seminários e visitas a equipamentos culturais.

O Projeto deixa claro a linha de ação governamental de privilégio à classe com maior poder econômico. Uma política cultural que divide a sociedade entre os que estão destinados ao gerenciamento da economia dos produtos e bens da indústria cultural e, os trabalhadores de renda mínima, organizados e qualificados para sustentar a base do projeto de modernização do Estado.

Com o objetivo de acelerar o deslocamento do trabalho para a indústria cultural e de constituir uma classe média consumidora de bens culturais, o desafio da gestão empresarial se concentra na qualificação da mão-de-obra, sendo que os programas de ação sócio-culturais destinados às populações de baixa-renda, mantêm o trabalhador nos limites do salário mínimo e com programas educacionais sem a profundidade necessária para um desenvolvimento profissional que extrapole as bases braçais canalizadas para o setor de prestação de serviços.

¹⁹¹ Ibidem, p. 40; 66.

¹⁹² Ibidem, p. 68.

Ao incentivarmos para além dos seus próprios limites, mesmo que bem intencionados, estamos sugerindo que políticas públicas compensatórias devem ser universalizadas. Isso que provoca erros graves de impossibilidade de financiamento, sem falar que, na maior parte dos casos, amplia a escala e estoura o próprio modelo de gestão que é responsável pelo seu sucesso.¹⁹³

A estratégia é desenvolver linhas de ações que favoreçam a criação dos elementos básicos à formação de uma classe consumidora de bens culturais - desenvolvimento de um público intelectual adequado às demandas do setor de serviços, podendo este incrementar a política cultural do Estado com produções, integrando informação, comunicação e consumo -; segmentos sociais com capacitação de mão-de-obra devidamente qualificada para servir às bases do setor de serviços e; uma terceira, via uma educação rudimentar e lúdica através da arte.

As distorções mais acentuadas, vistas sob a perspectiva de quem financia e de quem se beneficia, ensinam que, para evitar equívocos, é preciso caracterizar claramente os limites de escala de cada um dos modelos, e combinar políticas universalizantes de acesso à cultura com políticas sociais de caráter assistencial.

Em relação às ações sócio-culturais dirigidas às populações carentes, é necessário evitar a superposição de programas e os baixos níveis de eficácia.¹⁹⁴

A própria educação encontra-se atrelada à idéia do consumo como suporte para a promoção de uma economia mundial. Assim como a cultura, aquela não pode ser trabalhada nos moldes de uma temporalidade que não seja da informação instantânea e superficial, dada a necessidade de extrema rapidez requerida pelo mercado globalizado. Conhecimento

¹⁹³ Ibidem, p. 20.

¹⁹⁴ Ibidem, p. 20-21.

funcional e saber científico¹⁹⁵ são distintos privilegiando-se o primeiro, pela velocidade e pouca verticalização de seu produto, e subjugando o segundo às necessidades do mercado.

À medida em que muda a economia baseada nos braços para a economia baseada no cérebro, surge a necessidade de que este setor de alta qualificação se prepare através de processos em que o conhecimento se torna o recurso essencial.

O conhecimento hoje se processa muito velozmente, portanto as redes eletrônicas e os meios de comunicação são agentes de educação mais fortes e rápidos. A educação não é mais tão formal e rotineira. A indústria cultural emite informação básica. Não será, portanto, pela simples educação formal, que se encontrará o ponto de mutação da nossa economia. Ela precisa caminhar ao lado dos processos de comunicação da nossa indústria cultural.¹⁹⁶

No discurso contemporâneo há uma incredulidade ante as pretensões atemporais e universalizantes do saber caracterizados pelo metadiscurso filosófico-metafísico. A ciência do filósofo moderno, vista como um referente que existe e se reproduz renovando-se incessantemente sobre seus próprios eixos, perde sentidos na contemporaneidade do saber informacional. Não é a profundidade do conhecimento que se requer para o desenvolvimento seja econômico ou do espírito. Este encontra-se vinculado aos prazeres proporcionados pela capacidade de consumo, o qual determina o grau de satisfação de que o indivíduo pode usufruir nos confortos proporcionados pelo desenvolvimento das ciências tecnológicas. “Descobriu-se que a fonte de todas as fontes chama-se informação e que a ciência – assim como

¹⁹⁵ O saber científico, de acordo com Lyotard (1998), exige não só o isolamento de um jogo de linguagem como também implica uma temporalidade diacrônica, ou seja, uma memória e um projeto.

¹⁹⁶ Secretaria de Cultura e Desporto do Estado. op. cit., p. 17.

qualquer modalidade de conhecimento – nada mais é do que um certo modo de organizar, estocar e distribuir informações” (Barbosa *in* Lyotard, 1998: ix).

A ciência que se busca na legitimação do saber é a ciência da tecnologia trabalhada a partir de um valor de troca, submetida às demandas do capital com o qual o Estado mantém uma relação de dependência menos local que global. O conhecimento múltiplo, rápido e informacional substitui a educação formal desde suas bases até o terceiro nível, presente nas universidades. A informação múltipla e operacional para o saber científico de desenvolvimento e produção econômicos e a Instituição que deverá arbitrar a formação do sujeito, em substituição à educação formal que, de alguma maneira ainda é estabelecida em esferas da ciência (e da universidade) como uma forma de desenvolvimento moral e espiritual que retorna do sujeito à nação.

Como legitimação, o critério do desempenho impõe o abandono do discurso humanista-liberal por parte do Estado, do capital ou mesmo da universidade. O objetivo é aumentar a eficácia e, neste sentido, dar primazia à questão do erro, localizando-o para aumentar a eficácia do produto como mercadoria.

A cultura atual, nas sociedades integradas à produção de bens culturais de consumo voltados para o mercado globalizado, é vista, para autores como Sarlo, Bauman e Canclini como um processo de montagem multinacional, fragmentos temporais que atualizam passado e futuro, para os quais o elemento nacional ou emblemático territorializado deixam de ser uma finalidade. Cultura vista como “uma articulação flexível de partes, uma colagem de traços que qualquer cidadão de qualquer país,

religião e ideologia pode ler e utilizar”(Canclini, 1999: 41). O objetivo é, então, produzir uma cultura e consumidores globais que possam falar e articular-se sobre um mesmo eixo de imagens, informações e sensações renováveis incessantemente pela mídia, com seus signos de prestígio que determinam a identidade mutante de cada ser social e cidadão consumidor.

É no sentido de promover um conhecimento aplicado ao desenvolvimento econômico do Estado que é planejada a criação da Escola de Comunicação e Artes no Ceará, com a proposta de formação de quadros culturais qualificados no sentido de fornecer o apoio necessário ao setor de prestação de serviços turísticos e comunicacionais. Todo trabalho produzido por esta Escola de Artes deverá conferir ao produto certo valor universal de consumo, como uma forma de integrar os quadros sociais e econômicos locais às vanguardas tecnológicas da dinâmica economia do mercado global.

*A formação vai permitir a preparação de profissionais e de artistas. Teremos pessoas aptas a, como artistas, enfrentar melhor os desafios da invenção, sem perder de vista os novos paradigmas do mundo hoje. E teremos diretores de galerias de arte, pesquisadores, críticos, gestores de equipamentos culturais mais aptos a compreender as atividades artísticas.*¹⁹⁷

Como parte do projeto de políticas públicas universalizantes, a criação da ECOA prevê a formação de profissionais e de artistas integrados às artes plásticas, cênicas, cinema e vídeo, música e literatura, os quais possam atender às demandas do mercado de bens e de serviços culturais, exigidos pelo mercado de cultura e pelo paradigma de

¹⁹⁷ Ibidem, p. 76.

economia do Estado. Em linguagem estatal: “O ensaio (repassa das considerações constantes nas aulas) deve ser concebido como processo de informação onde o professor passa a ser um programador, e os alunos, integrantes do núcleo de programação”¹⁹⁸.

A ECOA é uma escola de comunicação que “se destina a estudantes já na universidade, ou a profissionais que por ela passaram”¹⁹⁹, é uma das ações do projeto de elastecimento da classe média que deve ser qualificada para gerenciar a nova ordem política e econômica definida pelo governo. As necessidades que imperam na formação dos quadros cultural e administrativo são traduzidas pelo Plano de Desenvolvimento Cultural do Estado a partir de três razões: administrativa, cultural e econômica imbricadas entre si.

Administrativa, “para administrar as instituições cada dia mais complexas – O Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura é um exemplo desta complexidade”²⁰⁰, atuando no sentido de desenvolver uma classe intelectual e economicamente articulada com os processos de produção pós-industriais, para dar continuidade ao projeto de atração de capital estrangeiro e de fomento ao setor de prestação de serviços sem, no entanto, “comprometer” o mesmo com investimentos em políticas de expansão de projetos pensados, ao tempo da criação da infra-estrutura de apoio, como compensatórios.

Cultural no sentido de promover a especialização de profissionais dinamizadores do mercado de modas, de marketing turístico

¹⁹⁸ Ibidem, p. 78.

¹⁹⁹ Ibidem, p. 76.

²⁰⁰ Ibidem, p. 75.

e de diversão, incessantemente renovado e igualmente percebido como identidade transnacional de significantes.

*Para atender a (sic) demanda profissional e artística de um mercado de arte e cultura que se desenvolve ainda de forma precária, devido, em grande parte, às nossas deficiências na área cultural. Não podemos continuar a ser um Estado cuja economia tem quase 60% de suas atividades no setor de serviços sem uma escola de formação de quadros culturais. Temos, hoje, deficiências culturais gritantes quanto a profissionais de artes que apoiem (sic) os setores da moda, turismo.*²⁰¹

Econômica, “ para que a cultura anime o processo de transformação do perfil de renda do Ceará, precisamos desconcentrar a renda, desenvolvendo atividades que incorporem cada vez mais a população à margem no mercado de bens culturais”²⁰². Salientando que a proposta de atuação da ECOA não abrange a população de baixa-renda. Esses investimentos objetivam qualificar um segmento social que, mesmo não estando em patamares economicamente superiores, não chegam a integrar a população economicamente mais marginal. O público objetivado pela ECOA encontra-se entre os estudantes e profissionais de nível superior e que estes, ampliados pelas autorizações de funcionamento das escolas de nível superior fornecidas pelo MEC e incentivadas fiscalmente pelo Estado, saem do circuito universitário Estadual e Federal para preencher os quadros dos cursos seqüenciais de administração, economia, turismo, moda e comunicação, “é um aprofundamento do ponto de vista cultural para aqueles que já fizeram

²⁰¹ Ibidem, p.75.

²⁰² Ibidem, p. 75.

estudos econômicos e de gestão e para aqueles que já tem (sic) uma formação cultural”²⁰³.

Decifrar as linguagens do mercado de bens culturais é a proposta da criação da ECOA. Formar especialistas “promover a integração das diversas linguagens e códigos, visando à formação de um novo profissional de cultura: o especialista geral das linguagens e dos códigos”²⁰⁴, para um mercado de cultura “sofisticado” e de grande aparato tecnológico, distanciado do regionalismo da cultura tradicional que, remetida a guetos, somente sairá à luz nos espaços públicos supersimbólicos quando reivindicadas suas performances comerciais.

O Plano de Desenvolvimento Cultural do Estado do Ceará aponta para uma superação das políticas desenvolvimentistas que marcaram os programas de governo entre as décadas de 1970 e 1980, compreendidas, aquelas, como políticas paternalistas, cujos investimentos acompanhavam o ritmo imposto pelo governo federal, priorizando a agricultura e, quando muito, para a indústria têxtil no Ceará. A bem da verdade, investimentos infrutíferos com base em projetos mascarados de desvio de verbas e de valorização infra-estrutural de grandes e concentrados latifúndios.

Para Becker o investimento priorizando o setor de serviços, sobretudo o turístico, “só vai ocorrer no Governo Collor de Mello, no contexto do esgotamento do nacional-desenvolvimento envolvendo a crise do Estado, bem como das pressões ambientalistas e de preparação da Eco-92” (Becker *apud* Coriolano, 1998: 84). É a partir dessa nova

²⁰³ Idem, p. 76.

²⁰⁴ Ibidem, p. 77.

diretriz federal que os Planos de Desenvolvimento Urbanísticos, de Desenvolvimento Turístico e Cultural e outros tantos irão priorizar o setor de serviços e desenvolver projetos programados pelas políticas públicas de desenvolvimento dos estados, inclusive o Ceará.

*No Ceará, depois de um desempenho ruim no ano de 1992, revertermos o desempenho em 1993 com taxa de 6,62%. Relatório do IPLANCE mostra para os resultados de 1994 uma previsão de 5,58%. O mesmo relatório ressalta 'que é neste setor (serviços) onde se acham os principais segmentos responsáveis pelo crescimento endógeno que se observa no Estado nos últimos anos, os quais, (sic) apoiados em dinâmica própria, logram superar os condicionantes da conjuntura nacional (e até climáticos) e assumem uma posição decisiva no processo de acumulação e de modernização, antecipando mudanças que só depois atingem a indústria e a agropecuária.'*²⁰⁵

A ação do Estado passa a ser pensada a partir da necessidade de transformação da própria mentalidade de gestão pública, que se redefine a partir da visão empresarial de “transformação societária dos estilos de vida (a forte urbanização), os novos modos de trabalho, o consumo de comunicação e lazer”²⁰⁶. A cultura passando a ser considerada objetivamente como principal fator de desenvolvimento econômico, para os centros sem grande capital ou dotação de recursos naturais, implica na reinvenção das políticas públicas e, nesse sentido, os fatores básicos que irão sustentar tais políticas, no Ceará, fixam-se na “elaboração estética da cultura” e na “reinvenção das sensibilidades comuns”. Cultura, tradição, espaço físico urbano, trabalho, serviços e educação passam a ser pensados em função da economia da indústria de

²⁰⁵ Ibidem, p. 22.

²⁰⁶ Ibidem, p. 27.

bens culturais, preparando novas gerações para atuar no setor de prestação de serviços.

A ação cultural não é nem um modo massivo de difusão da cultura, nem antídoto para a cultura de massa. Ela é o intermediário entre o objeto cultural reificado e a circulação dele como mercadoria. Sem pretender aqui definir o que será esta ação cultural, podemos pensar que o Centro Cultural permitirá que cada indivíduo instaure um presente que contribuirá para definir, graças ao Centro, relações no espaço e no tempo.²⁰⁷

Em outras palavras, trata-se de reinventar uma cultura dotando-a de significantes integrados ao mercado, de forma que novas sensibilidades, emergidas a partir da interação entre sociedade e bens culturais, possam fixar-se criando a ambiência necessária para a circulação de um todo como mercadoria.

A cultura reflete diretamente na construção da identidade de um povo. A ausência de uma tradição cultural incide sobre a desconstrução da memória e, conseqüentemente, sobre a formação da identidade social a qual deveria funcionar como suporte. Ao substituir, ou melhor, ao revestir a cultura espontânea e temporal com uma cultura artificial, produto das necessidades do mercado, o Estado não só contribui, mas objetiva a transformação da identidade social em função dos signos do mercado. Aquele, “a custos altíssimos, promove a expansão capitalista, acentuando o consumo a partir da lógica de inserir cada vez mais a população, em geral, numa estrutura calcada no consumo de produtos industrializados, (...)” (Silva, 1992: 78).

²⁰⁷ Ibidem, p. 72.

As políticas públicas para o Ceará, desde 1987, orientaram-se para a implementação de uma infra-estrutura física do espaço urbano, através de empreendimentos ligados ao setor privado, sobretudo ao imobiliário, normatizando o uso do solo urbano (prefeitura), beneficiando um segmento populacional econômico e intelectualmente mais privilegiado. Cada novo projeto urbanístico atualiza Fortaleza numa nova estética universal, que recria uma historicidade nos moldes da indústria cultural (estetização urbanística, superficialização e invenção de uma história local), fomentando uma nova sensibilidade decorrente da integração entre o social e o cultural, com elaboração estética da cultura, desritualização das tradições temporais e inserção das manifestações populares no mercado de bens culturais.

Normatizadas as intervenções urbanísticas, com o Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano de Fortaleza e a Lei de Uso e Ocupação do Solo, a corrida para a hegemonia política e econômica do Ceará percorre insistentemente a monumentalização de uma nova forma de pensamento e de ação. Aos sentidos fixados na arquitetura temporal urbana, nas tradições dos rituais, na cultura popular, novos e universais ícones comercializáveis pelo setor de serviços da indústria cultural.

As intervenções urbanísticas em Fortaleza concentrar-se-ão prioritariamente na Praia de Iracema e demais áreas de concentração de alto poder aquisitivo. A maioria dos programas de “ação de universalização” são pensados no projeto, de forma a serem alocados nos espaços do Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura (inaugurado em 1998), Biblioteca Pública Menezes Pimentel e faixa litorânea para a concentração de shows, principalmente em períodos de alta estação

turística. Investimentos no setor de cultura, esporte e lazer terão prioridade ao atendimento e fomento de uma classe média que se requer detentora dos meios pelos quais o Estado pode desenvolver a máquina supersimbólica e integrar a economia local ao mercado mundial de bens de consumo.

No jogo estabelecido entre o Estado e as classes dominantes a máquina promocional é mantida pelos grandes grupos econômicos através da mídia, que encontra no Estado um de seus clientes mais importantes, visto que ele tem de legitimar sempre sua ação junto a (sic) opinião pública. Essa máquina, utilizando os veículos de comunicação de massa, cria estímulos ao consumo, o que provoca uma procura desenfreada por parte dos vários segmentos da sociedade de uma variedade de produtos. (Silva, 1992: 86)

Objetivamente, a criação de uma estética e de uma sensibilidade comuns como condições para o desenvolvimento de uma cultura e de uma economia nos moldes do mercado mundial, bem como a hegemonia política e social que se pretende perpetuar, parte do seguinte princípio:

identificar sempre a clientela e medir periodicamente a eficácia dos resultados, reduzindo ao máximo os gastos em atividades meio (programas de ação compensatória). Devemos ter sempre em mente que a chave do sucesso eleitoral deste projeto é que convencemos (sic) os eleitores que usaremos o dinheiro de seus impostos com mais eficiência e mais resultados²⁰⁸

²⁰⁸ Idem, p. 21. Grifo nosso.

Uma nova diversidade, que tem na economia supersimbólica uma sociedade heterogênea e desmassificada, “assim abolimos as divisões de leite e povo”²⁰⁹. O que podemos concluir é que as políticas culturais implementadas pelo Governo do Estado continuam a exercer um domínio paternalista e de exclusão social em relação às classes sócio-econômicas menos favorecidas, atuando com políticas compensatórias de pouco retorno sócio-intelectual, assim como tantos projetos assistencialistas desenvolvidos pelos governos anteriores às gestões empresariais. O público alvo que promove o domínio das rédeas da economia, da política e da cultura, com certeza deixou de ser prioritariamente aquele dos velhos laços agrários, para personificar-se num empresariado “vanguardista” e “detentor dos novos saberes”.

A custos altíssimos procura-se inserir o Ceará no circuito econômico mundial. Apesar de produzimos em nosso Estado modernas vias de transporte, grandes praças comerciais, mega espetáculos midiáticos e embora tenhamos à mão sistemas informacionais de ponta, múltiplas Escolas Superiores e centros de desenvolvimento de cultura e lazer, continuamos a amargar a imagem da Fortaleza miserável e de gente analfabeta, simples espectadores das vitrines culturais pós-modernas.

A estetização da Tradição

O Plano de Desenvolvimento Cultural do Estado, posto em prática nos anos de 1995/1996, foi pensado como um

²⁰⁹ Idem, p. 73.

recurso para a formação da infra-estrutura urbana de Fortaleza, sob seus aspectos social e cultural mais especificamente. À idéia do desenvolvimento de uma classe média consumidora de bens culturais seguiu-se a necessidade de fomentar uma tradição disposta sobre novos alicerces, os quais viessem a glorificar uma Fortaleza “moderna” diferente da Fortaleza pobre, que de tempos em tempos é assolada pela miséria prescrita pelas secas no interior do Estado, levando para a capital levadas de miseráveis flagelados que desnudam a cidade no que há de mais feio, a sua péssima distribuição de renda e de saber.

O rompimento com os parâmetros políticos, sociais e econômicos vigentes à época anterior às gestões empresariais, fora enfatizado em discursos de homogeneidade econômica e cultural. Entretanto, era necessário unir às propostas de racionalidade cultural, instaurada sobre a estética de consumo de bens abstratos, uma renovação da estética arquitetônica cuja *mnemesis* fosse perpetuada a cada olhar. Um novo parâmetro de cultura e história a fornecer os sentidos necessários para a formação de uma identidade baseada nos valores de consumo, para uma economia que se requer globalizada.

É no sentido expresso anteriormente que as transformações impetradas na Praia de Iracema, até 1992 de forma desregulamentada e levada a cabo unicamente pela iniciativa privada, tomam corpo sob as rédeas da Prefeitura e, mais precisamente, do Estado, como forma de dar uma continuidade visível a todos da cidade, das transformações pelas quais Fortaleza estava passando. Todas as incursões no espaço urbano da capital, espaços já consolidados para o lazer e o turismo, serão mostras de um novo tempo a erguer-se sobre os alicerces da cultura e de uma estética

universais, “modernas”. É posto que o PDDU-For veio normatizar o processo de requalificação da Praia de Iracema, que já se processava desde 1984, com a construção do edifício Lido no lugar onde funcionara durante anos o restaurante homônimo.

Mas o histórico litorâneo de Fortaleza não data da década de 1960, como argumentam alguns historiadores e arquitetos, nem tampouco de 1980 como nos pretendem fazer crer os políticos da atualidade. Fortaleza, bem como tantas cidades litorâneas, sempre teve buliçosos e constantes fluxos em suas praias. Como espaço de moradia serviu aos olhos de pescadores, comerciantes e gentes plurais que do mar, areia ou simplesmente do lugar tiraram sustento, fizeram a vida construindo uma história, ponte entre os vilarejos das crendices infantis e a eterna modernidade citadina.

Num testemunho contraditório em essência, Fausto Nilo (principal arquiteto urbanístico do Estado) visualiza-nos uma Fortaleza provinciana e simplória que predominava nos espaços onde a elite não gostava de morar, a praia. Esta, com sua maresia e sua gente “sem estilo”, rude, das tarefas braçais, estava condenada à “ociosidade” daqueles que não compartilham as modernidades européias na intelectualidade dos cafés e no bom gosto da última moda francesa.

A zona da praia, em toda cidade do mundo até o final do século passado, era uma zona de pouca atratividade no sentido das atividades urbanas. Eram zonas de pescadores ou de hospitais ou de tratamento fisioterápico, até a passagem do século, na própria Europa, não se usava a praia como se usa hoje, residencialmente, etc ... No Ceará isso começa a acontecer a partir dos anos 60 com a construção, pelo prefeito Cordeiro Neto, da Avenida Beira-Mar. Foi o primeiro impacto na zona chamada Da Orla, que era uma zona usada por moradias de pescadores, né? Havia um intenso

uso da praia como lugar das jangadas, da pesca, etc., e isso desapareceu, reduziu-se violentamente.²¹⁰

A urbanidade esconde-se no porvir da moda européia, na classe dirigente e economicamente abastada do lugar. Quais são as atividades urbanas que Fausto Nilo inscreve como de atratividade e, para quem elas representam um uso urbano?

“Havia um intenso uso da praia como lugar das jangadas, da pesca, etc.” Se havia um intenso uso da orla até então não urbanizada, não significa dizer que a cidade dava as costas ao mar, e sim, que a elite e a alta especulação imobiliária ainda não haviam tomado pra si os gostos daqueles ares tão “tupiniquins”, a moda ainda não gritara alto o suficiente para as demandas daqueles espaços carregados de natividade. Ou seja, a predominância de habitações da orla não compactuava com o *mise-en-scène* da modernidade urbana.

Somente a partir de 1960 é que a orla marítima começou a ser reivindicada pela elite econômica e detentora do poder político local. Para lá migraram as famílias mais tradicionais da cidade, que iriam transformar violenta e significativamente o plano urbano de Fortaleza. Onde até então predominavam sobrados e casarões de estilo variado erguem-se grandes e verticais edificações, acompanhando os progressos arquitetônicos da nova escola de estilos, a americana.

Eu cheguei aqui em 1955. Pra você ter uma idéia do impacto visual que eu tenho da chamada Beira Mar, que não existia, era uma zona de beira da praia, ali que onde hoje é o Esplanada até a Volta da Jurema, até o Mucuripe, era um contínuo de jangadas estacionadas e muitas no mar. Esse impacto é muito violento se você comparar com hoje. Então, essa era a predominância de uso, as pessoas não moravam na praia, a elite não gostava

²¹⁰ Fausto Nilo. Entrevista citada. (Grifo nosso)

*de morar na praia, a maresia era uma coisa incômoda e algumas tentativas de urbanização da zona da orla, ocupações populares foram feitas a partir dos anos, final dos anos 40 início dos 50 com o Pirambú, né? Ocupações tradicionais existiam na zona de pescadores que é o Mucuripe e esse trecho do Meireles.*²¹¹

“A elite não gostava de morar na praia”, eis que habitação e atividade urbana deixam a temporalidade conceitual para formular-se ante a uma única perspectiva econômica esboçada nos gostos da elite local. Habitações e atividades urbanas, como tal, somente reconhecidas e conceitualmente aceitáveis à medida que passam a ser consumidas e executadas pela classe referencial de cidadania, aquela cuja produção e consumo despontam como parâmetros a serem seguidos pelos demais segmentos da sociedade.

Em pouco tempo intensificaram-se as edificações de alto valor imobiliário, gerando uma grande demanda de recursos e serviços, o que tornou a Beira Mar e Aldeota o *locus* mais privilegiado de Fortaleza. Após a década de 1970 mais intervenções urbanísticas se fizeram sentir, no que tange ao lazer e qualificação de serviços, com a padronização dos espaços comerciais instalados na faixa de areia da praia (primeira versão de padronização dos quiosques à beira-mar) e ampliação das redes de saneamento, água, esgoto, etc.

Como observado anteriormente, houve, a partir de 1980, uma necessidade de transformação dos parâmetros urbanísticos e culturais para que os projetos políticos fizessem valer uma reordenação das diretrizes públicas no Ceará. Segundo Linda Gondim (1998) e José Borzacchiello da Silva (2000), as intervenções urbanísticas impetradas pelo Governo do Estado e Prefeitura de Fortaleza, principalmente na

²¹¹ Idem.

década de 1990, foram estratégias de legitimação política voltadas para a construção e perpetuação da imagem de uma Fortaleza “moderna” que atrai turistas, em substituição à “imagem de cidade pobre e ‘atrasada’ que recebe os flagelados da seca”(Gondim, 1998: 35).

O cenário político da capital é dominado pelo PMDB, na liderança de Juracy Magalhães, que assume a prefeitura em 1990, quando Ciro Gomes deixa o cargo para candidatar-se a governador do Estado. Desde então, nas eleições subseqüentes, o PSDB de Tasso Jereissati e Ciro Gomes não conseguiu eleger nenhum partidário para a prefeitura local mantendo, entretanto, um revezamento no governo do Estado, o que veio a gerar um forte e antagônico bipartidarismo local. Na tentativa de reconquistar e fortalecer a hegemonia política na capital, o Governo Estadual inicia uma série de intervenções urbanísticas, após 1992, demarcando pontos estratégicos de memória urbana identificando-os a partir de uma estética universalizante. Por seu turno, a prefeitura do PMDB local também procurou demarcar territórios na cidade por meio de obras de impacto, as quais pudessem perpetuar politicamente seu ideário de “modernidade”.

As intervenções urbanísticas e a urgência na concessão de alvarás para construção de grandes edificações na Praia de Iracema, observadas desde 1984, indicam ações objetivadas na recriação de uma nova ambiência voltada para o mercado mundial. Ao contrário do que afirma Fausto Nilo, a recriação da Praia de Iracema como espaço de lazer e turismo não se deu de forma “natural”. A expulsão de alguns moradores e a saída de outros, proporcionadas pela nova ambiência de bares e a especulação imobiliária no início da década de 1980, foram processos

artificiais de requalificação urbana, inicialmente conduzidos de maneira informal e desregulamentada, mas com a conivência das Secretarias Municipais e, posteriormente, sob a intervenção direta e planejada dos poderes públicos.²¹²

De acordo com Fausto Nilo, a convergência de investimentos voltados para o lazer na Praia de Iracema deveu-se à sua “atratividade de escala, que o viajante externo assimila melhor que o morador local”²¹³, em contrapartida aos demais espaços urbanizados da orla marítima. Para o arquiteto, foram dois os motivos principais para a reapropriação “natural” da Praia de Iracema como espaço de lazer turístico. Um deles partiu da tentativa, fracassada na década de 1940, de estabelecer no local uma vila para usufruto de uma elite econômica, com essas moradias sendo, posteriormente, reutilizadas por pessoas mais “simples” que passaram a desenvolver no local alguns serviços como pequenos restaurantes, barezinhos ou botecos, de maneira quase marginalizada em relação à cidade. A partir da reocupação foi-se criando uma ambiência comunitária que caracterizou a Praia de Iracema de forma diferenciada em relação à urbanização que se processava na Beira Mar.

E então passa... uma primeira tentativa foi a Praia de Iracema, chamada Praia do Peixe. Nos anos 40 houve uma tentativa de desenvolvimento de uma espécie de village pra moradia, a elite experimentou um pouco isso mas não permaneceu lá.(...)

Esse tipo de village é muito atraente pra aquele tipo de acontecimento. Então foi se estabelecendo de maneira gradativa um conjunto de atividades noturnas de entretenimento, esse processo não foi controlado

²¹² Como pode ser observado, a partir do PDDU-For e da Lei de Uso e Ocupação do Solo que não só restringiu o espaço de “preservação” histórico-cultural, como também e, principalmente, acelerou o processo de estetização das construções históricas.

²¹³ Fausto Nilo. Entrevista citada.

*pela cidade, de maneira tal que os moradores foram praticamente..., grande parte foi expulsa, outros se adaptaram e criaram rendas alternativas com isso. E muitos que queriam morar e continuar morar na tranqüilidade da Praia de Iracema tiveram que sair por conta da produção de ruídos, né? Intolerável. Do tráfego violento que se gerou ali, etc, etc, etc...*²¹⁴

A bucolidade do lugar, na forma expressa pelo arquiteto, funcionou como um “atrativo natural aos olhos mais sagazes do viajante”, que percebe no “exótico” a possibilidade de “criar” um *locus* diferenciado da mesmice reproduzida nos demais espaços de lazer da cidade. A idéia foi transformar o pitoresco em algo lucrativo. Por pitoresco, leia-se: “natureza e pessoas vivendo há anos em harmonia, produzindo no dia-a-dia uma vida rica em manifestações culturais e em convívio afetivo”²¹⁵

Um outro motivo seria os limites impostos pelo tipo de arquitetura que se seguiu na Beira Mar, após a urbanização da orla, onde predominam as torres com alto valor imobiliário para o uso de uma elite local. A base desse tipo de imóvel, sem a possibilidade de uso comercial, impossibilitaria a expansão de atividades comerciais, saturando a área circunscrita ao calçadão e à faixa de areia.

E a Praia de Iracema ficou muito tempo tranqüilamente dessa maneira. Com a demanda por lugares de entretenimento, a Beira Mar sendo reocupada por torres, uso de elite com alto valor de apartamento, etc. Como esse tipo de ocupação predomina a torre sem uso comercial do térreo, quer dizer...o térreo é apenas um portão e um vigia.

A Beira Mar começou a perder sua função como entretenimento porque os donos de apartamento fecharam as faces para a praia, então, a calçada que dá para a praia deixou de ter, o que seria natural, uma seqüência de equipamentos que tivessem diálogo com o espaço público, pelo contrário,

²¹⁴ Idem.

²¹⁵ Efímia Rola, manifesto “Saúde, ‘cultura’ e turismo: como e para quem”. Fortaleza, 14 de dezembro de 1992. Arquivo pessoal Hélio e Efímia Rola.

*são zonas de muros. Então, restou apenas o lado da orla que tem limitações para sua urbanização enquanto (sic) serviços.*²¹⁶

Com a saturação do espaço de lazer, a tendência, devido à expansão da atividade turística objetivada pelos poderes públicos a partir da segunda metade da década de 1980, seria a produção de novos lugares de entretenimento turístico, justificando a “naturalidade” da expansão e mudança de zoneamento na Praia de Iracema. Essa é uma área que na época, além de se projetar como pitoresca em relação à cidade, possuía uma infra-estrutura que facilitava a especulação imobiliária, diferente da zona litorânea leste, Praia do Futuro, com suas vastas áreas de dunas, alto índice de maresia e ausência de infra-estrutura, o que demandaria um investimento com custos muito mais elevados.

A priori, tem-se um quadro que seria formado pela bucolidade e pelo exotismo de um lugar e a necessidade da expansão turística. *A posteriori*, uma reocupação gradativa e a necessidade de regulamentação do que já se processava “naturalmente”. Uma expansão “natural” que se processara pela necessidade do “progresso” para o incremento de novas áreas de lazer e de promoção turística. Algo “inevitável” frente à força do desenvolvimento urbano e que deve ser regulamentado pelos poderes públicos em nome da “modernização” da cidade.

Um tipo de interpretação que “naturaliza” e justifica a ação do poder público sobre o cotidiano da comunidade local, como bem assinala um dos técnicos da Prefeitura: “Que tipo de lazer cabia na Praia de Iracema? Bar, lazer noturno mesmo. Então, isso aí foi previsto. Quando a gente fizer esse projeto [calçadão], o que vai acontecer é que vai sair todo

²¹⁶ Fausto Nilo. Entrevista citada.

mundo de lá, vão deixar de morar lá e vai virar bar, vai virar boate” (*apud* Schramm, 2001: 105).

É difícil apreender uma lógica de reocupação e reurbanização de um espaço a partir do aspecto de “naturalidade” apresentada nos depoimentos anteriormente descritos. Os limites à construção dos espigões na Praia de Iracema e o movimento popular iniciado na tentativa de conter a proliferação de bares e casas noturnas, desde 1984, denotam um processo conflituoso no qual em nada se observa a “naturalidade” com a qual o poder público e a intelectualidade ligada ao movimento de “modernização urbana” apresentam.

As tentativas de preservação dos patrimônios históricos de Fortaleza sempre terminaram em obstáculos da chamada “modernidade urbana”. Uma cidade que teve seu crescimento à margem de qualquer plano de urbanização trabalhado pelos segmentos que formam sua sociedade. A decadência do centro é uma referência para o estudo dos movimentos urbanísticos de Fortaleza. A partir deles é possível apreender diversos e contraditórios momentos que fizeram e fazem parte do jogo de interesses políticos e econômicos locais, destruição de patrimônios históricos e arquitetônicos, mudanças de zoneamento sem quaisquer estudos de impacto social, cultural e ambiental.

Um dos elementos de maior desgaste ao patrimônio cultural e social de Fortaleza, para o Estado “a maior virtude e vantagem do Ceará em relação a outras regiões como Pernambuco e Bahia”, é a derrocada de suas *plazas* de celebração, os referenciais constituídos historicamente e que outorgavam, mesmo que de forma diferente e por vezes nula para

muitos segmentos da sociedade, uma identidade que garantia algum tipo de ideário para além do mercado de bens de consumo.

Os governos tiraram a representação simbólica da sociedade cearense, eles tiraram o Palácio do Governo, foi pro Abolição, depois foi pro Cambeba – esse versailles brega-tuiniquim. Do poder ir pra longe com medo de manifestações, etc., isso é uma coisa vergonhosa! Então, com isso....se o governo sai das zonas centrais quem ficará ali se o próprio governo já foi embora? Tiraram a Assembléia, tiraram agora o Fórum, então é preciso compreender que estas atividades, em toda cidade, elas são âncoras econômicas e simbólicas. A Prefeitura já foi, já voltou, doida pra ir...quer ir pra longe, vai pra uma granja. É uma coisa incrível instalar a Prefeitura numa granja, agora tá ali na Luciano Carneiro, uma rua inexpressiva da cidade, não tem nenhum sentido assim...convergência.²¹⁷

A decadência dos espaços públicos em diversas cidades é fato passível de interpretações múltiplas, seja como produto de novas necessidades engendradas pela fraca participação do poder público no que concerne à reprodução das condições para o desenvolvimento social; as tendências midiáticas que regulam muito dos significantes contemporâneos; o mercado de bens e seus signos de prestígio universais; o avanço das tecnologias da informação e os novos capitais delas decorrentes. Quaisquer destes aspectos levam a constatações similares, mesmo que ainda pouco compreendidas: a dissolução ou reordenação dos laços de identidade que fixavam as normas de vivência anteriores.

Uma cidade hoje com crescimento absurdamente grande e nesse processo de adaptação de uma pequena cidade à cultura do automóvel, você teve um chamado: processo de dispersão territorial, violentíssimo. Decadência da zona central, fuga de atividades da zona central que destruíram o caráter, digamos, de ordem simbólica, parte do patrimônio, o caráter....lugar de celebração de festas, o caráter de convergência da zona central, o caráter administrativo, tudo isso que é saudável do ponto de vista

²¹⁷ Idem.

*cívico, pra uma cidade ter, foi destruído na cidade de Fortaleza em pouco tempo.*²¹⁸

A percepção da perda do caráter simbólico do lugar e sua conseqüente decadência são considerados por Fausto Nilo também em seu caráter econômico, uma combinação entre símbolos e poder, que gera transformações de todas as ordens no espaço público. É nesse sentido - comungado por um arquiteto que teve, por diversas vezes, a responsabilidade de outorgar à cidade uma nova significância, novos valores a partir das remodelações na estética arquitetônica e cultural da cidade -, que percebemos o declínio da esfera pública. Nenhum aspecto social, econômico ou cultural tem sobrevida para além das oscilações do mercado, quando as instituições ausentam-se do espaço público. A identidade fixada em repertórios não exclusivamente mercadológicos é o alicerce para uma certa continuidade não só de valores sociais mas também culturais, que podem fornecer elementos funcionais para o desenvolvimento de uma economia, mesmo que esta seja pretensamente universal.

O caso de Fortaleza é uma repetição do que ocorre em outras tantas cidades terceiro-mundistas e que têm como parâmetro “as grandes cidades do continente, que os governos e os migrantes camponeses imaginavam até há poucos anos como avanços de nossa modernização, são hoje os cenários caóticos de mercados informais nos quais multidões procuram sobreviver sob formas arcaicas de exploração, ou nas redes da solidariedade ou da violência” (Canclini, 1999: 18). Os signos de pertencimento foram subjugados e destruídos em nome de uma

²¹⁸ Idem.

dinamização política e econômica que trabalha na perspectiva de um eterno rompimento com o passado e na base da ausência completa de planejamento para além das necessidades urgentes de determinados e específicos segmentos sociais de alto poder econômico e político.

*A conveniência de morar perto produzia a habitação do centro, essa conveniência deixou de existir. A conveniência dos advogados morarem perto da justiça alugava e ocupava prédios da zona central, hoje estão lá entregues às baratas, ninguém consegue alugar, os hotéis para fazer negócios de finanças e tal, existiam na cidade por essa razão, deixaram de vir, estão vazios, então, quem sofre com isso? O espaço público, porque um espaço público só tem uso durante o dia, um camelô em circulação para trocar de ônibus, isso não é urbanismo de verdade, é urbanismo provisório. As praças foram transformadas em rodoviárias, as praças públicas que deveriam ser espaços para as pessoas, para velhinho, para as crianças, pra vizinho, etc., os vizinhos foram expulsos, as âncoras econômicas saíram. O espaço público é ocupado com camelô e à noite é um deserto, porque não tem vida comunitária, não tem pertensa, a pertensa que existe ali é do dono do seu armazém ou da sua loja que tem os vigias à noite e vai pra casa dele na Aldeota e não tem nada a ver com o que vem a acontecer no espaço público.*²¹⁹

A decadência dos símbolos leva consigo a significação, a cultura, a celebração e, com isso, toda a identidade referenciada na historicidade consumida cotidianamente pelos diversos atores sociais. Longe de ser uma nostalgia, uma idéia decrépita de continuidade evasiva e arcaica, a permanência dos significantes sociais são a âncora maior da continuidade cultural, econômica e social. Sem os significantes não há continuidade em nenhum dos aspectos que compõem o cotidiano social, posto que estes são referenciais de identidade.

A perda dos referenciais simbólicos contribui para a decadência do espaço público. A cidadania exercida pelos atores sociais que consumiam esses referenciais numa contínua formação de sua

²¹⁹ Idem.

identidade deixam de fazê-lo e, dessa forma, abandonam o exercício de trocas estabelecido entre o ser/cidadão comprometido com as contínuas mudanças neste espaço. O mercado, com seus significantes de prestígio, passa exercer a função maior de referencial simbólico com as logomarcas, siglas, design, outorgando sentidos que a história não pode mais exercer (Sarlo, 1997).

Para Canclini (1999) as identidades contemporâneas- que o autor define como pós-modernas- são transterritoriais e multilingüísticas. Estas identidades configuram-se numa constante redefinição proporcionada pelo mercado de bens de consumo veiculados pela comunicação/informação dinâmica, operando mediante a produção industrial de cultura. Segundo o autor

a clássica definição socioespacial de identidade, referida a um território particular, precisa ser complementada com uma definição sociocomunicacional. Tal reformulação teórica deveria significar, no nível das políticas "identitárias" (ou culturais), que estas, além de se ocuparem do patrimônio histórico, desenvolvam estratégias a respeito dos cenários informacionais e comunicacionais onde também se configuram e renovam as identidades.(1999: 60)

Não se pode deixar de observar certa consonância entre as análises de Canclini e as políticas públicas desenvolvidas no Ceará nas duas últimas décadas. O projeto de Desenvolvimento Cultural proposto para o Estado expõe, de forma bastante clara e objetiva, as bases de uma política que, ao passo que se pretende universalizante, atua no sentido de criar novos símbolos a partir da informação-comunicação em torno do mercado de bens de consumo da indústria cultural, combinando essas políticas com uma renovação dos referenciais da cidade. Em outras

palavras, outorga novos sentidos aos antigos referenciais urbanos, já glorificados pelos atores sociais apropriando-se, por vezes, daquilo que deveria ser patrimônio histórico, revestindo-os e remetendo-os aos significantes do mercado de bens de consumo culturais. Portanto, inserir o Estado num economia globalizante não significa somente criar e desenvolver uma classe média produtora e consumidora de bens de consumo da indústria cultural, nem tampouco desenvolver uma infraestrutura urbana materializada em grandes e modernas vias de transporte, tecnologia informacional ou múltiplas edificações funcionais. Mais que isso, significa refazer a história, dando novos sentidos às velhas formas simbólicas, estetizando-as e estilizando-as como pontos de referência universais – como as logomarcas, siglas,...- que “não requerem que seus intérpretes estejam enraizados em nenhuma cultura anterior, ou distinta da cultura de mercado” (Sarlo, 1998: 20).

Os problemas em Fortaleza, decorrentes da reformulação urbana operacionalizada mais precisamente no final da década de 1980 e início da década de 1990, são continuamente observados a partir do trinômio cultural-social-econômico. As perdas recaídas sobre o espaço público, ao tempo em que são consideradas irreparáveis, tornam-se objeto-justificativa para novas intervenções dentro do projeto de requalificação urbana.

O declínio, a expressão do declínio da zona urbana. O que acontece? Os aluguéis ficam parados porque ninguém quer alugar, os prédios históricos são demolidos pra transformar (sic) em estacionamentos, nem isso não faz mais porque não precisa mais de estacionamento, porque a atividade é menor e foi invadido por um comércio popular. Nada contra o comércio popular mas é bom é misturá-lo com outras coisas, é bom pra quem é popular e é bom pra quem é de outra classe, é sempre bom porque você tem uma

*circulação, distribuição de economias, além de ter a cidade de todos e não só de alguns. Então, a realidade do centro hoje é um centro em que as praças viraram rodoviárias com toda a sua cultura explodida, a cultura de rodoviárias, um espaço público decadente, destruído, invadido e privatizado e somente à noite usado ou à noite um deserto, ao contrário da Praia de Iracema que só tem uso à noite e durante o dia é um deserto.*²²⁰

A regulamentação por Lei do tipo de construção que seria adequada ao espaço da Praia de Iracema e a liberação de alvarás em prazo recorde, seguida da construção de três espigões no lugar, menos que “naturalidade”, sugerem uma forma de gestão municipal que prioriza determinados atores, principalmente imobiliários e comerciais, em detrimento da comunidade local, menos favorecida economicamente. É nesse sentido que o processo de rezoneamento da praia passa de “natural” a “autêntico”, uma autenticidade inscrita na demanda de novos espaços para entretenimento.

*O processo não foi artificial, como urbanista eu acho que não foi, foi um processo digamos assim autêntico, né? Começou a haver uma demanda daquele espaço e eles começaram a ter êxito e as pessoas começaram a convergir. As cidades têm disso, quando isso acontece, quando a vocação se expressa o que se faz? Você procura corrigir o caminho para que não caia em distorções e destruições. Isso é que não foi feito com o Centro e a Praia de Iracema por exemplo. Com o Centro, o que produziu a decadência do Centro? Igualmente à Fortaleza, todas as cidades do mundo foram vitimadas por um equipamento, nós chamamos no urbanismo de grandes containers. Uma prisão é um grande container, um estádio de futebol é um grande container, um colégio pra cinco mil alunos é um grande container.*²²¹

E torna a se naturalizar na espontaneidade do movimento do mercado.

²²⁰ Idem.

²²¹ Idem.

Uma vez que o caráter da zona mudou o que é que se faz em qualquer cidade civilizada no mundo? Não é mal vindo para a cidade você ter um centro, uma zona urbana atrativa para entretenimento que leva as pessoas viajantes e locais para se encontrarem, pelo contrário, uma cidade que pretende ter sensibilidade para a recepção turística ela precisa destes lugares. E um lugar desse tipo para ter êxito, num país rico se gasta muito dólar com projeto para criar artificialmente e nós tivemos isso aqui praticamente de graça e espontaneamente e não soubemos proteger e isso é que é a grande realidade da Praia de Iracema.²²²

Se antes a comunidade declarava a necessidade de preservar o patrimônio local como uma extensão viva da cultura fortalezense, um referencial de identidade, a partir de 1990 é o poder público que passa a reivindicar esse mesmo patrimônio em prol de uma memória, de uma cultura e de uma identidade que deve ser a “referência histórica de uma cidade”. Uma nova história, uma nova estética, uma nova cultura e, conseqüentemente, uma nova identidade compatíveis com o mercado de bens da indústria cultural. Trabalhar a cultura a partir das novas tecnologias comunicacionais; formar mão-de-obra qualificada no capital da informação; constituir uma classe gestora, produtora, consumidora e marketeira dos novos produtos culturais; envolver subjetiva e objetivamente os significantes sociais nos sentidos da cultura universal, requalificando os símbolos referenciais de identidade.

As obras de requalificação mais simbólicas na Praia de Iracema contam a partir da criação, pela Prefeitura de Fortaleza, do calçadão interligando a orla entre a Ponte dos Ingleses (Metálica) e edifício Lido. Inaugurado em 1994, o calçadão veio potencializar o uso da praia como espaço de lazer e de turismo e, mais que isso, marcar uma estética universalizante de símbolos criados pelo poder público para

²²² Idem.

legitimar e identificar um novo contexto político e econômico que se fazia sentir em Fortaleza e em outros locais turísticos no Estado do Ceará.

O calçadão impulsionou o fluxo de pedestres aos mais de 40 bares já instalados no local, modificando vertiginosamente o cotidiano dos moradores, os quais passaram a conviver com uma realidade boêmia e noturna totalmente distanciada da tradicional boemia do violão. As luzes ao longo de seu percurso também trouxeram a novidade da “modernidade” para a qual o dia e a noite não se distinguem, como em tantos outros espaços da modernidade urbana: os cassinos de Las Vegas, os shopping centers ou as galerias 24 horas, onde o tempo não passa: “Quando inaugurarem as luzes, não vai haver mais noite aqui, essas luzes parecem sóis”²²³.

As luzes dão o toque final ao cenário pós-moderno dos painéis na Praia de Iracema. Toda a obra é uma grande composição de pedaços da história expostos como em uma galeria, para apreciação externa dos passantes. Não à profundidade histórica; sim à homogeneização e plastificação dos espaços que mistura cultura, cotidiano e vida num grande palco teatral, para o desfile de espectros de uma realidade material.

Transformar a cidade em um verdadeiro “cenário do encontro”. Isto só seria possível se a grande preocupação fosse no sentido não só de resgatar a história da cidade, mas também de cultivar a poesia de sua cultura e revitalizar a antropologia da saudade (...) Não foi por acaso que sobretudo na reforma da Praça do Ferreira e na reurbanização da Praia de Iracema houve uma nítida associação da saudade com os projetos arquitetônicos (...) O importante é que a Praia de Iracema está aí como um cartão postal, como uma recordação viva, um pedaço da história, como um poeta de amor, para felicidade dos seus moradores e admiração dos olhos de todas as cores que a

²²³ Helena Freire, moradora da Praia de Iracema. In: SAUDADE, Marcos. Jornal Diário do Nordeste, 27 de março de 1992, p. 4.

olham como um recanto mágico de beleza e como a concretização de uma decisão política fundamentada na humanização e na cidadania. O retorno da "praia dos amores que o mar carregou" no fundo do meu coração me envaidece e me desperta profundamente a saudade que no dizer do poeta Manuel Bandeira : " é um bem maior que a felicidade porque é a felicidade que ficou". (Juracy Magalhães apud Schramm, 2001: 106)

O passado é atualizado sob a forma de monumentos estilizados e trabalhados no sentido de perpetuar uma memória política que se coloca como vanguardista para o cenário sócio-econômico local. Não há uma tentativa de resgate histórico, mas sim a imposição de uma nova ordem política, econômica e cultural, que encontra na memória e distingue nos diversos símbolos culturais o aval necessário para sua implantação e perpetuação.

Após a construção do calçadão inicia-se a reconstrução do Estoril que, por falta de manutenção, a 1h 30 min da madrugada do dia 12 de abril de 1994, devido aos fortes ventos litorâneos, perdeu parte da torre original desabando e levando consigo parte da história da Praia de Iracema em seus escombros de taipa. O projeto inicial era fazer uma reforma mantendo "o padrão arquitetônico típico dos anos 20", entretanto, com o início das obras de recuperação, as demais partes comprometidas pelo descaso na manutenção vieram a ruir definitivamente. De reforma o projeto passa a ser de reconstrução, uma reconstrução que "representa o resgate da cultura de uma população. Fortaleza terá de volta o seu espaço cultural, com a administração da Fundação Cultural de Fortaleza, que oferecerá atividades na área de música, artes plásticas, oficinas e cursos profissionalizantes"²²⁴.

²²⁴ Jornal Diário do Nordeste, 31 de maio de 1995, p. 11.

Seguindo os passos da Prefeitura, no mesmo ano que se iniciam as obras no casarão do Estoril (1994), são realizadas obras de recuperação na Ponte dos Ingleses. A idéia de garantir a preservação do píer, “com uma condição paisagística espetacular”, remonta à necessidade de continuidade de uma identidade local que deve ser resguardada a partir da ação do Governo do Estado em respeito às demandas da população, pois, “a população tem demonstrado a identidade que tem o lugar e a recuperação é, na verdade, uma resposta aos desejos da comunidade”²²⁵, resgatando “uma área de valor afetivo para a cidade que sofre de um processo de degradação”²²⁶.

Ao se apropriar do trinômio patrimônio histórico, cultura e memória, Estado e Prefeitura dão início ao projeto de marketing turístico que irá prevalecer durante todo o decurso da década de 1990: a transformação de símbolos históricos em ícones da “modernidade” fortalezense, uma forma de produção de marcos espaciais para a construção de uma identidade urbana, “elemento fundamental para se obter o apoio político dos cidadãos” (Gondim, 1998: 35). Uma identidade reformulada sobre ícones de uma modernidade personificada nos espectros da aura que se quer reconhecida à maneira cinematográfica de cada detalhe arquitetônico. Uma reprodução supersimbólica amparada nas demandas do mercado, a conduzir a sociedade a um novo tempo, um tempo ágil, *continuum*, de referenciais mutantes e universais.

*A economia supersimbólica serve a uma sociedade desmassificada.
De estilo de vida e produtos a tecnologias e meios de comunicação, tudo está*

²²⁵ Fausto Nilo, arquiteto responsável pelas obras de recuperação da Ponte dos Ingleses. In: Jornal Diário do Nordeste, 04 de outubro de 1994, p. 10

²²⁶ Paulo Linhares, Secretário de Cultura em 1994. In: Jornal Diário do Nordeste, op. cit., p. 10.

*ficando heterogêneo. Esta nova diversidade necessita (para fazer a máquina supersimbólica) de gente que tenha um ritmo mais rápido de mudanças.*²²⁷

Dois verbos tornaram-se freqüentes no vocabulário do Governo: preservar e lucrar, mas até que ponto e em que medida esse “casamento” é possível? A resposta, no que diz respeito à Praia de Iracema, tende a ser um emaranhado de idéias difusas e volúveis sobre como, por que e para que preservar?

A construção do calçadão e as reconstruções do Estoril e da Ponte dos Ingleses foram permeadas de conflitos entre diversos segmentos da população sobretudo os mais integrados à Praia de Iracema e setores do poder público, agentes imobiliários e comerciais. O medo dos que buscaram a preservação da Praia de Iracema como espaço de proliferação de uma cultura sem as amarras da indústria do lazer foi de que as obras viessem a destruir o que ainda restara da história ali inscrita; de que a bucolidade daquele espaço histórico viesse a se esvanecer pelas deturpações e imposições arquitetônicas presentes e não explicitadas dos projetos de reforma. Por seu turno, o poder público e setores da economia privada defendiam a “modernização” e “valorização” de um espaço que pudesse ser inserido numa nova ordem econômica no contexto da “turistificação” da Praia de Iracema.

O projeto de reconstrução dos dois principais monumentos da Praia de Iracema, Estoril e Ponte dos Ingleses, contemplou a exploração de uma estética que faz lembrar um passado que se “atualizou” em detalhes que vão desde um simples ornamento, acrescido ao plano original, até a construção de espaços de extrema modernidade

²²⁷ Secretaria de Cultura e Desporto do Estado, op. cit., p. 13.

arquitetônica. É o que se observou na antiga Vila Morena, que integrava as construções do Estoril, estas tiveram parte das faixas preservadas, com os interiores das edificações alterados e adaptados às demandas comerciais de suas galerias de arte, bar e restaurante. Entre a criação pura e simples de ícones e a reapropriação de símbolos históricos já reconhecidos pela população, que com estes interage cotidianamente, num fluxo permanente de construção identitária, a segunda idéia parece ser, além de mais simples, uma tendência mercadológica contemporânea.

Com o avanço da especulação imobiliária, o preço dos aluguéis chegou a patamares impraticáveis aos antigos inquilinos que durante décadas ocuparam as casas da Vila. Assim como eles, outros tantos proprietários tiveram que sair, muitos devido aos problemas de poluição sonora, outros porque viram, no lucro proporcionado pela valorização instantânea de seus imóveis, a possibilidade de melhorar de vida. Todas as casas da Vila Morena, bem como a maioria das construções situadas no Setor 2 (ver: figuras 7 e 8), passaram à mão de novos proprietários, em sua maioria estrangeiros ou paulistas que, com o apoio do governo e a mão-de-obra farta e barata, vislumbraram a possibilidade de estender seus negócios.

A reforma de todos os casarões e casas do Setor 2 da Praia de Iracema ficou sob a responsabilidade destes particulares, que passaram a explorar comercialmente o lugar. A “restauração” seguiu os mesmos parâmetros observados nos referenciais adotados pelo poder público: as faixadas das construções mantiveram algumas linhas arquitetônicas do passado, mas cada interior pode ser modificado à medida da criatividade e do propósito de cada investidor.

A restauração lembra que, guardadas as proporções, na parte externa houve a mesma linha de respeito ao passado, a exemplo do que aconteceu na recuperação do Pelourinho, em Salvador. (...) a magia, a tradição e a beleza poética da Praia de Iracema exigem essa atenção, quer seja uma iniciativa do poder público, quer seja de particulares²²⁸.

A pitoresca Praia de Iracema, que encantou e atraiu os primeiros visitantes, agora é lembrada e revivida como num álbum de imagens desconexas. A própria bucolidade e beleza do lugar são congelados no tempo, como algo que precisa ser lembrado como passado. O confronto estético e histórico entre passado e presente dilui-se no jogo de luzes e cores fortes que irão dar vida a uma nova sociabilidade marcada pelo presente que se torna contínuo. Nessa nova estratégia de vida relacional há uma necessidade de “proibir o passado de se relacionar com o presente. Em suma, cortar o presente nas duas extremidades, separar o presente da história. Abolir o tempo em qualquer outra forma que não a de um ajuntamento solto, ou uma seqüência arbitrária, de momentos presentes” (Bauman, 1998:113). O passado é estilizado para tornar-se funcional ao mercado. Sua estilização evita o choque entre temporalidades e os elementos subjetivos que desta derivam e que a ela retornam sob a forma de identidades enraizadas e pertencimento comunitário.

²²⁸ Ignês Fiúza, marchand e proprietária de estabelecimentos comerciais na Vila Morena. In: *Jornal Diário do Nordeste*, 24 de maio de 1993, p. 12.

À arquitetura já modificada do novo Estoril, somou-se a construção de um anexo “de aparência totalmente diferente e moderna (...) para não se confundir com a antiga”²²⁹, com a fachada e uma praça frontal recebendo iluminação em vários tons, refletores e lâmpadas de vapor de mercúrio. À restauração da Ponte dos Ingleses – recuperação das vigas Lages – seguiu-se à instalação de um *deck* de madeira sobre o assoalho da ponte, muretas de proteção, piso de madeira, três quiosques: um para venda de artesanato, outro como bar, o terceiro, um restaurante torre para o monitoramento de golfinhos. A iluminação, “que produzirá três ambientes distintos” será: aberta no início -“para garantir a segurança”-; intermediária na zona central e no final “vai assegurar um clima de penumbra, que seduz os freqüentadores do lugar”²³⁰. No projeto inicial fora cogitada uma abertura no guarda corpo “para os pescadores e surfistas antigos freqüentadores do local”²³¹, o que não veio a se concretizar.

As intervenções promovidas pelo Estado e Prefeitura na Praia de Iracema aceleraram o processo de especulação imobiliária que há uma década fora iniciado com a construção dos primeiros espigões no local. Dos três setores definidos pelo PDDU-For, o setor 2, que mais nos interessa no presente trabalho, é a área destinada à “preservação urbana”.

²²⁹ Antônio Augusto Teixeira Lima, arquiteto responsável pela obra. In: Jornal Diário do Nordeste, 4 de agosto de 1994, p. 12.

²³⁰ Jornal Diário do Nordeste, 04 de outubro de 1994, p. 10.

²³¹ Jornal Diário do Nordeste. 18 de setembro de 1994, p. 22.

Entretanto, se formos discutir os demais setores a partir do tipo de edificação que lhes são peculiares, veremos que diversas construções de caráter histórico como a Casa Boris e o edifício onde funcionara a Alfândega, ambos no setor 1, não foram anexadas nem tampouco pensadas no sentido de preservação patrimonial. A questão, então, é apreender e compreender quais critérios foram utilizados na definição de bens de valor cultural e histórico e do que? Como? por que? Para quem preservar?

O produto histórico e cultural que se procurou preservar, como bem assinala Solange Schramm, “não se reporta a aspectos da ocupação do território ou sua inserção sócio-cultural ou econômica na vida da cidade de Fortaleza” (2001:98), e sim, a uma tradicionalidade edilícia, etílica e boêmia que sempre atraiu pessoas “oriundas de estratos médios e/ou ligados ao universo artístico ou intelectual, com refinamento suficiente para partilhar de sua ‘aura romântica’”(Ibidem: 98). Lugares carregados de referência simbólica funcionando não só como palco, mas também como mediador de uma sociabilidade trabalhada no cotidiano da comunidade, extrapolando os limites da curiosidade factual ou do simples referencial histórico. A apropriação de um espaço carregado de referencial histórico-simbólico trabalhado não só por um segmento econômico, mas por um corpo social identificado na territorialidade daquele espaço-tempo representado para além de sua materialidade.

Na verdade, não houve uma preocupação real no sentido de preservação patrimonial, seja sob o parâmetro de uma memória urbana, seja numa perspectiva cultural ou arquitetônica. O que se observa é que

todas as intervenções que se fizeram sentir naquele espaço histórico foram voltadas para o desenvolvimento puro e simples do comércio turístico e imobiliário. Não houve uma preocupação com o tombamento da Praia de Iracema, e sim, uma preocupação em transformar determinados e pontuais espaços locais em referencial simbólico de uma Fortaleza “moderna”, de forma que a memória da cidade despontasse como um passado-presente vivenciado como um instante e comercializado como um *souvenir* nos quiosques da Ponte dos Ingleses, no cardápio do restaurante Estoril e nos múltiplos bares e boates que hoje compõem o cenário da Praia de Iracema.

Antes mesmo das primeiras intervenções urbanísticas na Praia, há constantes menções sobre uma nova identidade produzida naquele espaço. Essa identidade extrapolaria os limites locais estando em sintonia com o novo tempo do mercado globalizado, para o qual a regionalidade tem que ser reestruturada diminuindo ou anulando a distância cultural que é fruto da experiência cotidiana de cada comunidade.

A identidade mais atraente, ou pelo menos a mais citada, aproxima o espaço e o cotidiano da Praia a Hollywood, uma cidade cenográfica para a qual as temporalidades de vida e de história encerram-se na luminosidade e nos efeitos especiais. Uma cidade cenário, ou praia cenário como bem explicita a matéria jornalística, reafirmada por Júlio Trindade:

Um dos pontos do projeto é transformar e dar mais vida ao casario da Praia de Iracema, multicolorindo suas fachadas, num trabalho que seria entregue a artistas plásticos locais, com apoio de empresários do comércio de tintas. Iracema teria assim uma visão

cinematográfica, num complemento plástico de grande efeito à força de seu mito.²³²

Contemporaneidades que se chocam em duas formas de identidade distintas e reconhecidas: uma regional, baseada num cotidiano temporal, e outra global, ligada ao mercado, atemporal. Portanto, tudo que for histórico, temporal e ligado à memória se resume ao nada. O patrimônio cultural é pasteurizado, o passado morto comercializado como *souvenir*, a identidade universalizada. Para os segmentos interessados na potencialização do espaço para o turismo: “Falsas polêmicas, como as que tentam incentivar contra o funcionamento de casas noturnas no bairro, são retrocessos anacrônicos que criam obstáculos à afirmação de uma identidade precisa e já conhecida, a nível nacional e internacional, como é a Praia de Iracema”²³³.

A identidade precisa a que se refere Júlio Trindade é o pensamento mercadológico que a tudo plastifica, homogeneiza, superficializando a história e a cultura e que pode ser identificado em outras *plazas*, como é o caso do Recife Antigo, com suas fachadas coloridas e vida noturna agitada; o Pelourinho (Salvador); ou mesmo o Reviver, em São Luís. Em todos os casos, “identidades precisas” para o mercado.

A intervenção espacial na cidade é uma intervenção nas suas formas de representação, de sociabilidade e de produção da identidade. A cidade como pensamento e forma de sentir tem, como modo de vida urbano, a produção e reprodução de comportamentos, valores, idéias e

²³² Jornal Diário do Nordeste, 07 de setembro de 1990, p. 3.

²³³ Júlio Trindade, comerciante. In: Jornal Diário do Nordeste, op., cit., p. 3.

cultura (Carlos, 2001) que são produtos de sua temporalidade. Cada canto e recanto da cidade é uma produção temporal que deixa marcas maturadas por um tempo que não se reproduz idêntico, mas que permite a interligação com um passado, com uma história que são elementos produtores de identidade. Nunca somente o presente, mas uma identidade que se forma a partir de valores múltiplos e contraditórios, de referenciais ligados ao social e ao cultural.

O espaço se define como um conjunto de formas representativas de relações sociais do passado e do presente, e por uma estrutura representada por relações sociais que estão acontecendo diante dos nossos olhos e que se manifesta através de processos e funções. Seguindo o raciocínio de Milton Santos, se o espaço é formado por relações sociais do passado e do presente, temos então um passado “atualizado no espaço sob as formas-objeto geográficas existentes na contemporaneidade; por isso o passado está morto como ‘tempo’, não porém como ‘espaço’; o momento passado já não é, nem voltará a ser, mas sua objetivação não equivale totalmente ao passado, uma vez que está sempre aqui e participa da vida atual como forma indispensável à realização social” (Santos, 1982: 10).

A relação com as formas-objeto na Praia de Iracema teve um acelerado processo de transformação à medida que o tipo de comunidade e de relações sociais nela estabelecidas foram substituídas, em função das novas demandas territoriais e de mercado. A criação de símbolos representativos de uma nova ordem econômica e política e a busca de uma estética cada vez mais identificável com padrões internacionais de desenvolvimento fez modificar completamente a relação de sentimento e

de pertencimento ao local. De lugar produzido a partir de uma identidade comunal e simbólica que se realiza no plano do vivido com uma rede de significados e sentidos onde o homem se reconhece, a Praia de Iracema transformou-se em um grande cenário para a produção de relações sociais e de identidade inteiramente destinados ao mercado.

Da inserção direta e quase brutal de um espaço no circuito turístico internacional, vê-se a transformação do lugar em objeto de consumo trabalhado para atração turística. É nesse sentido que toda estética da Praia de Iracema foi minuciosamente trabalhada, atualizando história e tempo em função do mercado. Um espaço produzido para a indústria do turismo e que se afirma a partir de um recorte temporal em relação à história e todos os seus referenciais de sentimento, de identidade e de relações sociais. A história deixa de ser um suporte material de identidade e temporalidade, sendo apresentada de maneira homogênea e linear, uma curiosidade a ser contemplada pelo olho das câmeras de filmar e de fotografar ou estampada nos cartões postais espalhados pelo universo midiático.

A tradição inerente a toda e qualquer relação social temporal não pode ser efetivada, nem requerida nas premissas da economia globalizada, em função de sua incompatibilidade com o mercado de bens de consumo não duráveis. Ela não pode superar uma função decorativa sob o risco de emperrar a máquina semiótica da produção de signos descartáveis, que mediam as relações sociais atemporais. Cria-se, então, uma tradição que só superficialmente estabelece continuidade com um passado histórico de símbolos e de relações sociais.

No caso da Praia de Iracema, procurou-se aliar “um conjunto de práticas, normalmente reguladas por regras tácita ou abertamente aceitas (...) de natureza ritual ou simbólica” (Hobsbawm e Ranger. 1977: 9), a uma estética preservacionista que simula a história, elegendo determinados aspectos que se pretende monumentalizar. É o que se pode observar nas estéticas já descritas do calçadão, do Estoril e da Ponte dos Ingleses, onde o passado é atualizado sob a forma de um cenário que mais nada possui a não ser a fachada de sua superfície externa.

No espaço de preservação (Setor 2) da Praia de Iracema, a estilização do passado histórico e apreciável da história pode ser observada não só nos ícones demarcados pela Prefeitura e pelo Estado. A maioria das casas comerciais, em consonância com o que já estava sendo produzido, estilizou suas fachadas, promovendo uma babel de temporalidades circunscritas em um mesmo espaço-tempo presente. Dentre elas podemos salientar: os escritórios de arquitetura situados na rua Alegre (fig.), o Pirata Bar (fig.), a Vila Morena (fig.). Anos depois, com a construção do Centro Cultural Dragão do Mar em 1998, o Setor 1 - que no final do século XIX e primeiras décadas do século XX era composto de grandes armazéns para escoamento dos produtos provenientes do porto, abrigando também o prédio da Alfândega e a Casa Boris Frères & Cia “a mais poderosa das firmas estrangeiras no Ceará” (Ponte, 1992: 178) -, também foi incorporado ao cenário da Praia de Iracema, constituindo um grande complexo de lazer voltado para o turismo.

Como cenário de uma tradição inventada e estilizada também no Setor 1, temos a boate Alfândega (fig.) que traz na fachada a inscrição

1893 “que é aparentemente a recuperação de um edifício do século passado (...) Na verdade, a fachada do edifício é um simulacro, um cenário construído no final de 1998” (Rocha Jr., 2000: 139) e uma série de edificações transpassando o Centro Cultural Dragão do Mar, fortalecendo o cenário de significantes voltados para o mercado.

Cada comércio traz em si a marca da universalidade fornecida por seus *menus* de comida estrangeira, suas decorações a transportar-nos aos mais diferentes ambientes, os múltiplos ritmos musicais (entoados ao mesmo tempo) e a iluminação intensificada de refletores, que extingue o contraste do claro-escuro na perfeita simulação da cidade ideal. Uma concentração de significantes que atrai o turista e evoca “uma economia do deslocamento que faz reunir em um só lugar arquétipos de vários lugares do mundo, um não-lugar porque destituído de qualquer identidade histórica, identidade que se recicla efetivada pela experiência repetitiva de atos de consumo” (Ferrara, 1998:17-19).

Assim como todos os ícones já descritos, o Centro Cultural Dragão do Mar, inaugurado em 1998, foi um mega projeto instalado no setor 1.2 de revitalização da Praia de Iracema (ver: figuras 7 e 8). Um setor com predominância de uso, até os primeiros anos de 1990, de armazenagem provisória de produtos a serem transportados para o centro da cidade e interior do Estado. Uma atividade sobrevivente da época em que o desembarque de produtos, proveniente de outros Estados do País e da Europa, ainda se dava pela Ponte dos Ingleses, no que foi transferida na década de 1940 para o recém inaugurado Porto do Mucuripe.

A descrição arquitetônica das construções expõe-nos um panorama de decadência na qual encontravam-se imersas as atividades

mantidas até o início das intervenções no setor. Entretanto, as mesmas funcionavam como âncora à população do Poço da Draga que tirava seu sustento numa economia paralela, a qual alicerçava o conjunto de atividades lá desenvolvidas. A esta cabia alguns serviços braçais, parte do fornecimento alimentar, bar, hospedaria, etc., além da prostituição atendida nos quartos, vagas e motéis localizados nas imediações.

Com a decadência dessa exportação, desse negócio, aquilo passou a ser ocupado pelo centro da cidade e seu comércio já bastante dilatado com uso de armazéns (...) tinha uma conveniência de proximidade com a zona central e aluguéis baixos, já que a antiga atividade morreu. Depois esse uso ficou mesclado também com usos improvisados de cabeças-de-porco, moradia subdividida, de vaga e também lugares que às vezes uma prostitutazinha barata trazia uma pessoa ali para exercer sua profissão numa vaga, num apart, num quatinho, etc. (...) Mais recentemente, a situação ali era de sub, sub, sub, sub uso porque já não era mais nada disso, ali era usado predominantemente por empresas de transporte e armazéns do tipo mais barato de armazenamento, armazém de sacarias.²³⁴

Muitas edificações foram destruídas para gerar o espaço e a estética necessárias à implantação do Centro, dentre estas, tem-se aqui algumas inventariadas informalmente pelo arquiteto:

Tinha um uso ali de um prédio, cuja arquitetura desfigurada e também uma arquitetura sem nenhuma importância do ponto de vista histórico, que era um prédio usado por uma repartição. (...) tinha um contencioso que é um bloco que tá mantido, que dá de costas pro Dragão do Mar e dá de frente pra aquele prédio de pedra da antiga Alfândega, (...) os escombros de uma casa de frente pra praça do Cristo Redentor. Quando eu digo escombros é assim, um metro e meio de altura, o subsolo enterrado e todo destruído. E tinha na esquina, de frente à igreja da Prainha uma revenda de automóvel com um prédio horrível feito de amianto com as coluninhas de madeira que vendia motos usadas e automóveis na esquina, uma coisa precaríssima, sem nenhuma importância. Descendo aquela ladeira do lado esquerdo, antes de chegar na avenida tinha um galpão com teto de metal, também uma construção contemporânea de nenhum atrativo

²³⁴ Fausto Nilo, entrevista citada.

arquitetônico e tinha, naquele quarteirãozinho, três prédios combinados: dois de frente pra Dragão do Mar (rua) e um de fundo para a José Avelino, fundo correspondente, um deles, e outro somente de frente pra Dragão do Mar que eram dois prédios de concreto armado, esquadrias de seis metros de viga de vidro, teto de laje, um outro com teto de amianto, ou seja, não eram edifícios históricos de nenhuma importância. Se esses edifícios fossem retirados, esses todos que eu enumerei, você teria condição de fazer um projeto surpreendente em que o velho e o novo formariam uma nova unidade que é a melhor maneira de você realçar edifícios velhos é lhes dar sentidos e fazer com que seus proprietários possam obter bons resultados disso e manter e não destruir esses prédios, é tão bom quanto tombamento, aliás, é mais eficaz porque, além do tombamento você tem usufruto do mercado que justifica que o sujeito mantenha aquele prédio e não destrua²³⁵.

Formar uma nova unidade que seja a conjunção entre o velho e o novo e que esta possa atender às demandas do mercado e tornar a Praia de Iracema um novo espaço revitalizado. Uma intervenção do poder público, gerando as condições necessárias para o fomento de uma economia de exercício administrativo privado.

O complexo Dragão do Mar, apresentado inicialmente no Plano de Desenvolvimento Cultural, é o objeto personificado de toda a teoria econômica que perpassa a gestão empresarial do Estado. Projetado para dar suporte às reformulações desenvolvidas na Praia de Iracema, o Centro Cultural Dragão do Mar contempla em si toda uma estética arquitetônica planejada e desenvolvida para atender a uma demanda de lazer cada vez mais internacional, funcionando também como um centro de produção de arte e cultura, unindo tecnologia, produção artística e consumo num só equipamento.

Este projeto foi desenhado para criar um espaço público de contato, privilegiando o uso de pedestres de variadas faixas etárias e sociais, através da interação urbana do "Centro Cultural do Estado do Ceará" na

²³⁵ Idem.

*zona histórica em questão como catalisador do desenvolvimento e renovação da área, e amparado por dois níveis simbólicos: no nível universal, assumindo o caráter mítico de “ágora” ou “fórum”, e no nível local, redesenhando as tradições da vida e encontro ao ar livre, através da sequência de praças, terraços, pátios, oitões com sombra, etc. Ao mesmo tempo, o projeto metaforiza a história da antiga zona do porto com a “ponte metálica nova”, aproveitando a diferença de nível entre a praça do Cristo Redentor e a praça do Cineteatro, museu da cultura cearense, ECOA, e galeria que interliga as várias estações do Centro Cultural.*²³⁶

O caráter de universalidade encontra-se presente nos chamados “dois níveis simbólicos”, como ágora ou fórum funcionando como um centro de concentração e fomentação pública, trabalhando as atribuições da cidade num contexto espacial elaborado e projetado para ser uma *plaza* de celebração e de vida social. Um espaço que deve proporcionar o pleno exercício da cidadania, uma vez que o seu “nível local” concorre para a produção cultural apoiada na metaforização da história que se fez presente durante décadas e que, agora, é redesenhada para acolher a nova tradição que, aos poucos, vai se instaurando à medida das novas técnicas de produção cultural e da nova subjetividade decorrente das relações de troca por estas estabelecidas.

*A idéia é essa: de um grande shopping de cultura, sem o lado depreciativo do que é o shopping center hoje. É você transformar essas atrações, uma coisa linear, interligada, que recomponha um pouco (...) das condições do espaço urbano, onde você tem ruas de pedestre, bar, estacionamento em áreas chave, tem várias entradas...*²³⁷

²³⁶ Fausto Nilo e Delberg Ponce de Leon. In: Secretaria de Cultura e Desporto do Estado, op. cit. p. 79.

²³⁷ Arquiteto que acompanhou a execução da obra do Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura. Entrevista concedida a Linda Gondim em 6 de junho de 1996, *apud* Gondim, 2001, p. 41.

Ao “redesenhar as tradições”, “realçar edifícios velhos e lhes dar sentidos”, “fazer a máquina supersimbólica”, “mostrar a riqueza e a variabilidade de seus aspectos e interpretações para o maior número de pessoas possível”, dilui-se o passado cultural e histórico, e a subjetividade deles proveniente, num presente caleidoscópico de referenciais universais e apontados para o mercado da indústria da produção cultural. A inserção dessa nova pragmática deverá ser apropriada pelos sujeitos, os quais agenciarão outras formas relacionais econômicas, sociais, cívicas e de pertencimento, que retornarão aos significantes, movimentando a máquina semiótica e interiorizada do mercado. Não que estes sujeitos contextualizem-se pacífica e ingenuamente no processo de reapropriação, reinvenção das sensibilidades, muito pelo contrário. Como dito antes, as políticas econômico-culturais do Estado só obtiveram o grau de incursão social objetivado porque determinados segmentos da sociedade, por diversas maneiras e razões, contemplavam a mesma subjetividade e proposição cultural espaço-temporal de relações múltiplas, comunicacionais e universais.

O que aparentemente é visto como a encarnação da “democratização da cultura”, objetivo exaustivamente midiaticizado nos diferentes veículos dispostos no Estado e pelas Secretarias que congregam as ações culturais governamentais, complementa outra demanda do poder público local: a qualificação intelectual da classe média.

Em lugar de uma obra no contexto urbano, o Centro foi concebido como renovação do contexto urbano da obra.

A partir de uma compreensão do espaço urbano da obra como “área de renovação”, os arquitetos que venceram a licitação contemplam a possibilidade da dinamização cultural como início de um processo de revitalização do velho centro de Fortaleza.

O Centro Cultural se insere, assim, como parte de um programa de processos abertos a novos “inputs” que, somados a outros, implementarão a revitalização do centro de Fortaleza.

Considere-se, desta forma, mais que um edifício de centro cultural; é um esforço de atrair novos moradores, principalmente de classe média e jovens profissionais de serviços com seus ateliers.²³⁸

Esta proposição remete-nos às observações feitas por Fausto Nilo no que tange às transformações operacionalizadas no centro da cidade de Fortaleza. Mais uma vez a idéia de “naturalidade” e “autenticidade” são incorporadas ao discurso de “modernização” urbana, ou seja, assim como a Praia de Iracema perdeu “naturalmente” seus referenciais simbólicos e o centro da cidade está inscrito no mesmo dilema, cabe ao poder público apropriar-se da história-memória urbana controlando e definindo seus novos marcos referenciais. Portanto, o Centro Dragão do Mar e, posteriormente, o Centro de Eventos são interpretados e canonizados como a salvação e o instrumento a realizar a síntese entre identidade, contextualidade histórica e potencialização econômica. O que antes serviu para o Dragão do Mar ratifica-se no projeto do Centro de Eventos:

O que ele vai possibilitar? Estabilizar a Prainha, a Praia de Iracema, viabilizar os estacionamentos agora, retirar o tráfego de passagem e a face norte da zona central (Pirambú), o corredor cultural, o Mercado Central, a Catedral, REFFESA, etc., tudo que a cidade está precisando através de um projeto de um edifício. Por quê? Porque hoje o urbanismo trabalha com contextualidade.²³⁹

²³⁸ Secretaria de Cultura e Desporto do Estado, op. cit. p. 74.

²³⁹ Fausto Nilo, entrevista citada. (Grifo nosso)

Concentrar o máximo de referenciais e produtos num único espaço urbano (*container?*), fazer convergir toda a população para a *plaza* de celebração contextualizada no mercado de bens de consumo culturais. À cidade com a sua história contraditória e cheia de percalços indesejáveis, sobrepõe-se a arquitetura urbana planejada sob alicerces únicos, voltados para o consumo, proporcionando uma forma mais contemporaneizada de civismo que se constitui única e exclusivamente no mercado.

O Centro de Eventos é a nova “menina dos olhos” do Governo do Estado na criação/promoção da infra-estrutura urbana e comercial de Fortaleza que, ainda em fase de projeto, segue os mesmos procedimentos e tem os mesmos objetivos já postos em prática pelo Centro Dragão do Mar.

O Dragão do Mar se colocou numa posição que é uma estratégia do ponto de vista moderníssima, e eu sou favorável. Ele fez com que todo cearense visse que aqueles sobrados são preciosos e que não podem mais ser destruídos. E ele está clamando pra que sua vizinhança melhore de qualidade da mesma maneira que a Praia de Iracema, esse assunto antes não tinha discussão, ninguém tava nem aí e hoje é ele um assunto palpitante, e aí eu vou justificar porque o Centro de Eventos tende a ser colocado ali, porque ele resume todas essas necessidades da cidade de uma vez só. Ele resolve o problema do centro, da zona central é a âncora que pode salvar a zona central; ele resolve o problema da Praia de Iracema, não deixa que ela se destrua; ele resolve o problema da Prainha e ele resolve a face norte da cidade de maneira demonstrada e clara.²⁴⁰

²⁴⁰ Idem.

Mas a contextualidade do urbanismo contemporâneo parece não levar às últimas consequências o que considera como forma de revitalização urbana, pois, enquanto o Centro de Eventos é vislumbrado como mola propulsora da economia e do desenvolvimento urbano para a cidade, contraditoriamente, exerce um poder destruidor nas áreas circunvizinhas à sua locação. Quando interpelado sobre os possíveis impactos ambientais causados pela inserção desse mega projeto em área, primeiro, *non aedificandi*²⁴¹ e, segundo, de grande volume de avanço da costa sobre o mar, o Projeto se apresenta de forma a mais parecer-se a uma birra sobre a necessidade de consolidar, a qualquer custo, uma esdrúxula “modernidade”.

Você acredita que uma equipe trabalhando há dois anos com 105 pessoas de bons profissionais não tá fazendo os impactos ambientais? Ou não? Não é só isso, fazer de fato. Não interessa a nem um membro dessa equipe, não foi pedido a nós também pra destruir a cidade, nem foi pedido pra pôr no mar, nenhuma autoridade pediu isso. É o resultado do trabalho técnico de análises de alternativas, por que? Porque a projeção desse equipamento é tão grande que ele produz uma periferia de dois quilômetros de espaço desértico. Em qualquer lugar da cidade que você ponha, ele vai produzir uma zona de explosão periférica de espaço deprimido, igual à prisão, igual a uma indústria, já viu um espaço em torno de uma indústria com aqueles homens armados? ninguém anda ali. Você acha justo fazer isso com a cidade de Fortaleza no centro dela ou em qualquer zona da Aldeota, fazer uma loucura dessas? Não. Aí uma outra hipótese: faz lá no Eusébio na estrada. Se fizer na estrada vai enterrar duzentos milhões do cearense pobre, porque não vai dar resultado. Não se faz centro de convenções longe de hotéis, de teatro, de restaurante, de cultura, de entretenimento, de vida noturna, porque aí em vez de ganhar trezentos dólares por pessoa por dia, vai ganhar só vinte e cinco.²⁴²

²⁴¹ O projeto do Centro de Eventos prevê sua localização à esquerda da ponte Dos Ingleses, num aterro de centenas de hectares (não especificado) sobre o mar, na continuidade norte do que, ainda hoje, é a comunidade do Poço da Draga.

²⁴² Entrevista Fausto Nilo, entrevista citada.

Se retomarmos a análise sobre as diretrizes gerais especificadas no Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano de Fortaleza, encontramos na política de infra-estrutura promovida pelo Estado uma completa dissonância entre o que determina a Lei e os projetos para o desenvolvimento urbano impetrados pelo Estado. De acordo com a Lei, a política urbana do Município de Fortaleza deverá ser orientado por onze diretrizes, a saber:

I - a ordenação e a expansão dos núcleos urbanos e a adequada distribuição espacial da população e das atividades econômicas, de modo a evitar e corrigir as distorções do crescimento urbano;

II - a oferta de equipamentos urbanos e comunitários adequados às características sócio-econômicas locais e aos interesses e às necessidades da população, inclusive dos deficientes físicos;

III - o incentivo à economia do Município com estímulo às aptidões locais, observados os interesses gerais da população e as condições do meio;

IV - o tratamento integral por bairros, no que diz respeito ao atendimento das carências dos equipamentos de consumo coletivo, tais como: educação, saúde, assistência social, lazer, esporte, cultura e abastecimento;

V - a adequação dos gastos públicos aos objetivos do desenvolvimento urbano, notadamente quanto ao sistema viário, transportes, habitação e saneamento, de modo a privilegiar os investimentos geradores de bem-estar social e a fruição dos bens pelos diferentes segmentos sociais;

VI - a recuperação dos investimentos do poder público de que venha a resultar a valorização dos imóveis urbanos;

VII - a adequação dos instrumentos de política fiscal e financeira aos objetivos do desenvolvimento urbano;

VIII - o cumprimento da função social da propriedade imobiliária prevalecente sobre o exercício do direito do proprietário de construir;

IX - o planejamento, com os Municípios limítrofes, da ordenação e expansão dos núcleos urbanos, no que diz respeito a infra-estrutura, equipamentos comunitários e recursos naturais;

X - a participação ativa das entidades comunitárias no estudo, encaminhamento e solução dos problemas, planos, programas e projetos que lhes sejam concernentes;

XI - o incentivo à remoção de barreiras arquitetônicas e de desenho urbano, com gradual ação de soluções de acesso ao transporte coletivo aos espaços de uso público, as edificações gerais e a implantação de

*sinalização apropriada, visando promover a inserção social das pessoas portadoras de deficiência física.*²⁴³

Conceber a conciliação de um mega projeto de infra-estrutura econômica urbana com as diretrizes gerais do Plano Diretor de Fortaleza, mesmo a par de tamanha subjetividade conferida ao texto de Lei é, no mínimo, interpretar tais projetos conferindo-lhes a idéia de *containers* tão cara ao urbanismo contemporâneo. Se o exemplo do melhor urbanismo vem de Paris “a cidade que mistura todas as atividades humanas, se possível, ao alcance do pedestre sob a forma de comunidades urbanas, onde tem um limite e começa outra comunidade identificável”²⁴⁴, podemos crer que assim como o Dragão do Mar, projetado para atender às demandas do setor de serviços e da classe média, o Centro de Eventos encarnará a mais pura concentração de atividades, bem como produzirá uma oferta de equipamentos voltados para pouquíssimos segmentos econômico-sociais. Ou seja, o projeto fere os artigos I ao VI, ao centralizar os equipamentos de infra-estrutura urbana num só espaço, fazendo com que toda a cidade volte seus interesses para a sua face norte, desnudando os demais bairros em toda a extensão de Fortaleza, deixando-os à margem do desenvolvimento econômico da capital

Projetada ou não, normatizada, disciplinada ou, simplesmente, reordenada sobre conflituosos interesses, a Praia de Iracema sucumbiu e, com ela, mais um espaço referencial de Fortaleza.

²⁴³ FORTALEZA, Lei n.º 7983 de 23 de dezembro de 1996.

²⁴⁴ Fausto Nilo. Entrevista citada.

Os primeiros grandes empreendimentos comerciais tiveram não só a concordância dos poderes públicos como, informalmente, foram auxiliados por estes, à medida que as normas presentes até o ano de 1992 foram descartadas e emperradas pela burocracia ou interesses maiores ligados a grandes investimentos privados.

As tantas emendas e projetos aprovados, que se tornaram normas a serem seguidas, nunca chegaram de fato a garantir os direitos defendidos pela sociedade, que participou da luta em prol da patrimonialização da Praia de Iracema. Diante do quadro conflituoso que se apresentou desde o início da década de 1980, só podemos concluir que o Estado e a Prefeitura, cada poder com suas políticas definidas, preferiram ausentar-se do espaço público a ter de agir em defesa de uma sistemática institucional inconveniente aos projetos de modernização da cidade. Isto perceptível não somente nos Planos Diretor, de Cultura e de Desenvolvimento editados posteriormente, mas nos pequenos discursos que emergiram dos veículos de comunicação, do descaso com a manutenção dos patrimônios públicos e dos diversos processos jurídicos que em nada serviram na garantia dos direitos do cidadão.

Após tantas ausências do poder, após a completa descaracterização da antiga e efervescente *plaza* de celebração, após a retirada dos moradores - último e maior empecilho para a “autêntica” conquista do lugar -, aquele tornara-se objeto de intervenções normatizadas. Realmente um espaço conseguido “praticamente de graça” ao poder público, mas que custou muito caro, não só aos moradores da Praia de Iracema, que mais que quaisquer outros, perderam seu cotidiano ligado às moradias, mas todos que, de certa forma, ainda possuíam crença

numa cidadania baseada em valores que não se encontram presentes numa Forum, Guess, em arcos plásticos e expectantes ou em mega templos etílicos.

Devemos concordar com a observação feita pela SECULT sobre a perda dos referenciais simbólicos no Ceará ser um fato que se processa há muito. Mais que isso, devemos acrescentar que, na contemporaneidade, a ausência destes atingiu um êxtase nunca antes verificado. Mas também é interessante perguntar-lhes o porquê das nossas *plazas* de celebração serem tão efêmeras, dos investimentos comerciais durarem o tempo da nova moda, da sociedade cearense encontrar-se a cada dia mais miserável, menos amistosa e ética, de seus símbolos não durarem o tempo do próximo Fortal.

Uma cidade simulada e, como tal, prevista aos interesses da economia globalizada. Assim como os diversos ícones criados para perpetuar a imagem de uma gestão moderna e empresarial, toda a infraestrutura de lazer é concebida para um dado segmento social, que compreende a cidade a partir da simulação em seus espaços de compra e de cidadania. Como é o caso dos *shopping centers*, que durante a semana recebe o público de classe média e alta e, nos finais de semana, abre suas portas para a periferia, a desfilarem com suas sacolas de grife desgastadas pelo valor de uso, mas que mesmo assim ainda outorgam certo prestígio social.

Com os mega projetos para intensificação do turismo e do lazer, o papel de final de semana, antes conferido limitadamente aos shoppings, fica resumido aos guardadores de carro, aos grupos suburbanos e às levadas de pedintes que, convergindo para a “verdadeira

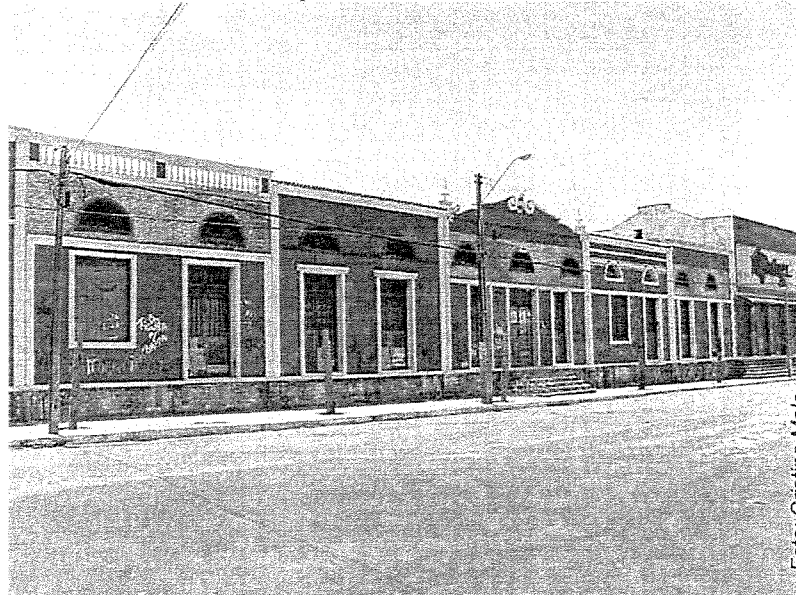
cidade”, posto que somente lá a cidadania pode ser exercida, tentam sobreviver na economia e no lazer.

FIGURA 9- Fachada da extinta *boite* Alfândega, 2002.



Inscrição indicando a construção de 1893, procurando conferir à reprodução arquitetônica um caráter histórico em correspondência com a época de inauguração da Alfândega portuária. Construção do ano de 1998.

FIGURA 10- Vista frontal panorâmica da extinta *boite* Alfândega, 2002.



*Caracterização histórica da fachada da *boite* Alfândega. A parte externa denota 5 divisões em alas conjugadas em contraposição à parte interna, um galpão totalmente aberto com portas e janelas não funcionais.*

FIGURA 11- Vista frontal do Restaurante Estoril em 2002.



Vista frontal com a inscrição Vila Morena em referência à época de sua inauguração na década de 1930. Espaço totalmente reconstruído em 1991.

FIGURA 12- Vista da entrada da casa de show Pirata, 2002.



Fachada do Pirata reproduzindo a arquitetura eclética das décadas de 1920 e 1930.

FIGURA 13- Piscininha e vista frontal do Estoril, 2002.

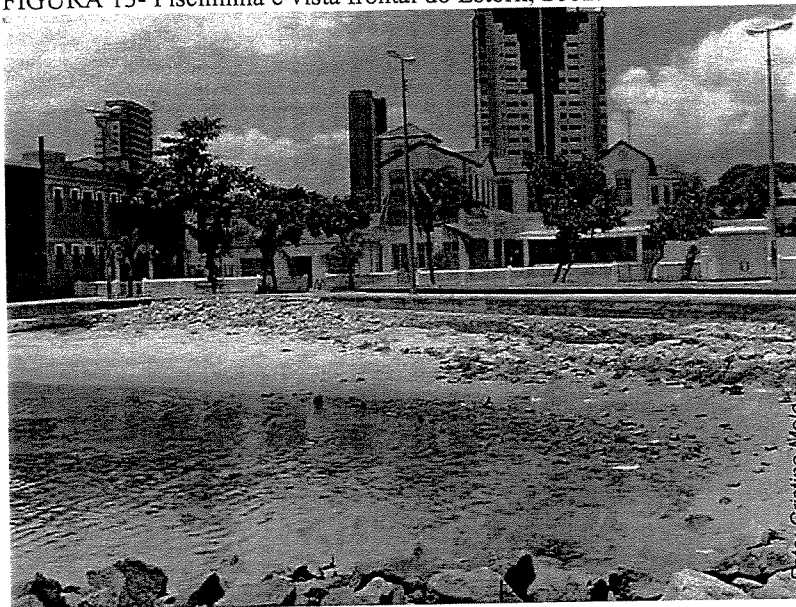


Foto: Cristina Melo

FIGURA 14- Vista lateral da Ponte dos Ingleses (Metálica) 2002.



Foto: Aletusya Benevides

Reprodução dos quiosques das décadas de 1920 e 1930.

FIGURA 15 –Vila Morena, 2002.



Fachada dos restaurantes e galerias na antiga Vila Morena.

FIGURA 16- Vista panorâmica da Rua Alegre



Reprodução da arquitetura eclética de 1920 e 1930. Construção de 1998.

Conclusão

A Praia de Iracema, como principal núcleo do turismo em Fortaleza, sobreviveu até 1998 à base de grande rotatividade de empreendimentos comerciais, dispondo à classe média jovem da cidade, maior segmento de consumo local, sucessivas chamadas visuais programadas na base de constantes transformações na eclética e já desfigurada arquitetura das primeiras décadas do século XX. Entretanto, esta rotatividade de empreendimentos e/ou a constante remodelação destes como meio de garantir a atração de consumidores, não é um fenômeno localizado na Praia de Iracema. Fortaleza, com raríssimas exceções, mantém há décadas um estatuto de pouca longevidade aos estabelecimentos voltados para o lazer na cidade. A cada nova temporada o abre-e-fecha de casas de shows, bares e restaurantes deixa um sentimento de vazio aos que não conseguem acompanhar o nomadismo urbano e a efemeridade da moda constantes na desvalorização da cultura desprendida de clichês e na turistificação da cidade.

Tão rápido quanto a requalificação sócio-cultural na Praia de Iracema, proporcionada pela multiplicação de estabelecimentos comerciais, incentivos financeiros e pela estetização do bairro foi o processo de “desertificação” e guetificação nele observado. Ao inaugurar o Centro Cultural Dragão do Mar, como novo *point* da moda na cidade, coincidindo também com a inauguração da sede do principal bloco do Fortal, o “Sirigüela” – que na visão de alguns moradores, a exemplo da senhora Luíza Teodoro Soares “acabou de vez com a Praia de Iracema”, fez migrar o público e os investimentos de maior representatividade. Este

público foi progressiva e rapidamente substituído por um novo segmento social e econômico também proveniente do turismo de massa. Ao conferir ao público do Sirigüela o papel de algoz da Praia de Iracema os atuais moradores retomam o bordão ecoado dos primeiros movimentos em defesa da Praia, o “não à boemia high tec” e à completa ausência de comprometimento com o desenvolvimento econômico, social e cultural locais.

Inaugurando uma nova fase do mercado de turismo na Praia de Iracema, o Sirigüela personificou não a última mas a mais nítida, posto que mais radical e rápida, substituição de freqüentadores locais. Os fortalezenses, jovens boêmios da badalada e estridente Iracema, que garantiam o noite-a-noite efervescente do lugar, dividindo espaço com turistas atraídos pela mídia da “modernização” da cidade, passaram, ao toque de segundos de comercial, a freqüentar a mais proeminente demanda do mercado localizado a poucas quadras do que já fora top de linha na moda de lazer da cidade. Desse momento em diante e na efemeridade de tempo, somente nos períodos próximos e durante o Fortal aglomeravam-se na sede do bloco uns tantos nativos atraídos circunstancialmente à Praia de Iracema pela chamada anual da micareta. Do “não à boemia high tec” de tempos passados percebe-se uma ojeriza a um novo público mais descompromissado que o reconhecido anteriormente, evasivo e menos afeito à vivência com o lugar. Um novo “não”, agora direcionado à boemia eventual.

Se a análise, também indispensável, de um dos pioneiros da grande “virada” sócio-cultural da Praia de Iracema, prognostica que:

...o fortalezense quando sente que o espaço dele ou talvez mesmo todo e qualquer habitante de qualquer capital, quando o espaço dele foi

“invadido” ou foi tomado por outras tribos que não a dele, sobretudo pelo turista, acha que – ah, isso aqui virou uma história pra turista!. Ai, vai, vai procurar outro espaço...²⁴⁵

Temos que atender ao pesar de sua crítica que retoma o início da chamada “requalificação urbana” em Fortaleza:

O Hélio Rola tem uma visão da Praia de Iracema e nós poderíamos ter unido essa visão, o que eu acho trágico, não é? É que essa visão que o Hélio Rola tem da Praia de Iracema, que os artistas têm da Praia de Iracema nós também temos e os moradores também têm. Se nós tivéssemos partido como um tripé para essa história: comerciantes, moradores e artistas, se tivéssemos partido juntos, a Praia de Iracema tinha ganho. Isso é a maior tristeza, é a maior tristeza que eu tenho. É porque no comércio todos têm que ganhar, todos têm que fazer alguma coisa também. E a minha proposta do início era que houvesse essa interatividade. Nós poderíamos ter ganho.²⁴⁶

A Praia de Iracema continua como um forte centro de atração turística que, longe do *glamour* que se pretende o Vida e Arte e o Caderno 3²⁴⁷, é manchete semanal das páginas policiais dos jornais e dos conteúdos idênticos televisivos locais. Da boemia do violão, high tec, eventual desfilam hoje pelas antes bucólicas ruas do lugar o turista sazonal, a prostituta, o “avião”, taxistas, menores e maiores boêmios do novo mercado. Ao “requalificar”, ou seja, ao substituir inicialmente as antigas relações identitárias e de responsabilidade social presentes na comunidade por relações unicamente de mercado, o bairro perdurou como centro dinâmico da economia ao tempo da efemeridade imposta pelas próprias regras do mercado. A antiga comunidade que lutou para

²⁴⁵ Júlio Trindade, entrevista citada.

²⁴⁶ Idem. Ibidem.

²⁴⁷ Cadernos sobre os eventos de laser da cidade respectivamente dos jornais O Povo e Diário do Nordeste.

garantir a qualidade de vida na Praia de Iracema, cobrando do poder público a efetiva consolidação de seu papel junto à sociedade; que percebia a história presente em cada monumento visível ou não; que mantinha uma identificação enraizada em elementos temporais de pertencimento local, ao ser substituída pelos grupos afetivos de consumo de significantes da moda, levou consigo a responsabilidade pela continuidade das relações ali presentes.

Sem a identidade formada a partir das instituições clássicas, presentes ao tempo dos movimentos em defesa da praia, Iracema rendeu-se ao fenômeno Fortaleza da efemeridade do comércio que pouco beneficia a cidade, no modismo que concentra grandes divisas em curto espaço de tempo, como ponto da moda para onde convergem consumidores afoitos e afeitos ao *status* circunstancial, porém, indispensável à boa imagem do *in side*.

Referência Documental

BANCO DO NORDESTE. Superintendência do Processo Operacional, Ambiente de Implementação de Programas, Ambiente de Monitoração e Controle. **Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste do Brasil (PRODETUR-NE)**. Fortaleza: BNB, novembro de 1999.

CLICK PROMOÇÕES. **Fortal 2001 – DEZ ANOS DE ALEGRIA!!!**
Não publicado.

FIBGE. **Censo de 1996**. São Paulo: IBGE/SP, 1997.

FORTALEZA. Lei n.º 7987, consolidada em 23 de dezembro de 1996. Dispõe sobre a Lei de Uso e Ocupação do Solo. Prefeitura Municipal de Fortaleza, Instituto de Planejamento do Município, Suplemento do DOM n.º 11466 de 30 de outubro de 1998.

____. Lei n.º 5530, de 1981. Dispõe sobre o Código de Obras e Postura do Município de Fortaleza. Legislação Complementar. Fortaleza, 2000.

IBGE. **Censo de 1996**. Fortaleza: IBGE/Ce, 1997.

INSTITUTO DE OPINIÃO PÚBLICA E ESTATÍSTICA – IBOPE. **7ª Pesquisa Internet POP**. São Paulo: IBOPE/SP, maio de 2000.

____. **9ª Pesquisa Internet POP**. São Paulo: IBOPE/SP, janeiro de 2001.

Ministério do Esporte e Turismo. **Anuário estatístico 2000**. Brasília: EMBRATUR, 1999.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Código mundial de ética do turismo**. Sem referência de publicação.

PLANEFOR. **Plano Estratégico da Região Metropolitana de Fortaleza**. Fortaleza: CDL, agosto de 1999.

Secretaria da Cultura e Desporto do Estado do Ceará (SECULT). **Plano de Desenvolvimento Cultural 1995/1996**. Sem referência de Publicação.

Secretaria de Esportes e Turismo do Estado de São Paulo. **Pesquisa sobre a Demanda Turística Doméstica, 1998.** São Paulo: Coordenadoria de Turismo, 1999.

Secretaria de Planejamento e Coordenação do Estado do Ceará (SEPLAN). **Consolidando o Novo Ceará:** Plano de Desenvolvimento Sustentável, 1999/2002. Fortaleza, 2000.

Secretaria de Transportes do Município de Fortaleza. Portaria nº 051/90.

Secretaria do Turismo do Estado do Ceará (SETUR). **O turismo:** uma política estratégica para o desenvolvimento sustentável do Ceará 1995-2020. Fortaleza, 1998.

_____. **Pesquisa da Demanda Turística, via Fortaleza.** Fortaleza: SETUR, 2001.

SEBRAE. **Pesquisa da Demanda Turística, via Fortaleza:** turismo receptivo. Fortaleza, SEBRAE/Ce, junho de 2000.

Serviço Especial de Defesa Comunitária (DECOM). Ofício nº 232/89 e 288/89.

_____. Reclamação nº 259/89 e 4217/93.

Entrevistas

Hélio Rola

Médico e artista plástico, ex-morador da Praia de Iracema e organizador do movimento S.O.S. Iracema.

Entrevista realizada em 27 de fevereiro de 2002.

Efímia Marindou Rola

Socióloga, ex-moradora da Praia de Iracema e organizadora do movimento S.O.S. Iracema.

Entrevista realizada em 27 de fevereiro de 2002.

Fausto Nilo

Arquiteto e compositor, responsável pelos projetos de reforma da Ponte dos Ingleses e de criação do Centro Cultural Dragão do Mar.

Entrevista realizada em 01 de março de 2002.

Júlio Trindade

Proprietário do Pirata Bar na Praia de Iracema
Entrevista realizada em 08 de agosto de 2002.

Tereza de Castro

Presidente da AMPI no período de 1994 a 2000.
Entrevista realizada em 08 de agosto de 2002.

Luzia de Teodoro Soares

Moradora da Praia de Iracema, responsável pela organização e manutenção da Casa do Mincharia.
Entrevista realizada em 14 de agosto de 2002.

Cristiano Câmara

Historiador e musicólogo.
Entrevista realizada em 18 de outubro de 2002.

Cauby (filho de “seu Catolé”)

Morador da Praia de Iracema.
Entrevista realizada em 25 de outubro de 2002.

Senhor Vicente

Boêmio e morador da Praia de Iracema.
Entrevista realizada em 25 de outubro de 2002

Jornais citados

O Povo

“Praia de Iracema, resistir é preciso”. 24 de maio de 1984, p. 17.

“Paisagem e memória na Praia de Iracema”. 03 de junho de 1984, p. 21.

“Manifesto em defesa da Praia de Iracema”. 05 de junho de 1984, p. 13.

“Artistas protestam na Praia de Iracema”. 22 de janeiro de 1989, p. 5.

“Praia de Iracema pede ajuda ao morador Paes”. 26 de fevereiro de 1989, p. N/E.

“Moradores propõem contra barulho reação estridente”. 02 de março de 1989, p. N/E.

“Pirata não admite que incomoda”. 06 de abril de 1989, p. 5.

Diário do Nordeste

“Projeto de Lei quer preservar uma praia de nossa Fortaleza”. Caderno *Política*, 30 de abril de 1984, p. 3.

“Preservação da Praia de Iracema em votação na Câmara Municipal”. Caderno *Política*, 12 de maio de 1984, p. 3.

“Vereadores querem a sanção da Lei de preservação da praia”. Caderno *Política*, 22 de maio de 1984, p. 3.

“Moradores defendem a Praia de Iracema através de Associação”. Caderno *Bairros*, 16 de junho de 1984, p. 9.

“Problemas da Praia de Iracema em discussão na Câmara Municipal”. Caderno *Política*, 17 de agosto de 1984, p. 3.

“Era uma vez, no Iracema Plaza: boas histórias que Fortaleza não esquece”. Caderno *Reportagem*, 02 de março de 1985, p. 15.

“Praia de Iracema pede preservação em encontro”. Caderno *Bairros*, 30 de junho de 1985, p. 8.

ARAÚJO, José Ari de. “Abandono”. Editoria *Cartas*, 18 de fevereiro de 1989, p.2.

“Praia de Iracema discute mais uma vez poluição sonora no bairro”. Caderno *Grande Fortaleza*, 11 de março de 1989, p. 14.

“Praia de Iracema: os embalos de segunda à noite”. Caderno 3, 15 de janeiro de 1990, p. 1.

“Novo Plano Diretor de Fortaleza – 2: visão da política urbana divide técnicos”. Caderno *Política*, 01 de junho de 1990, p. 5.

“Praia de Iracema: projeto propõe um melhor aproveitamento turístico”. Caderno *Turismo*, 07 de setembro de 1990, p. 3.

CARVALHO, Anya Ribeiro. “Os Planos Diretores: Fortaleza, uma metrópole criada desordenadamente”. Caderno *Cidade*, 06 de janeiro de 1991, p. 14.

“Praia de Iracema: um filão comercial junto à ecologia”. Caderno *Grande Fortaleza*, 25 de agosto de 1991, p. 21.

“Câmara define programa de discussão do Plano Diretor”. Caderno *Política*, 14 de setembro de 1991, p. 4.

“Comissão abre debates sobre Plano Diretor”. Caderno *Política*, 15 de outubro de 1991, p. 5.

“Câmara aprova emenda ao Plano Diretor de Fortaleza”. Caderno *Política*, 21 de novembro de 1991, p. 3.

SAUDADE, Marcos. “Praia de Iracema: o ponto de encontro da noite fortalezense”. Caderno *Turismo*, 27 de março de 1992, p. 4.

“Passado resgatado na Praia de Iracema: Vila Morena recuperada vira um Centro Cultural”. Caderno *Bairros*, 1 de abril de 1993, p. 11.

“Bar Estoril vai assumindo rapidamente belo aspecto”. Caderno *Cidade*, 4 de agosto de 1994, p. 12.

“Ponte Metálica pronta no dia 30”. Caderno *Cidade*, 18 de setembro de 1994, p. 22.

“O resgate de um marco histórico: Ponte Metálica é reinaugurada hoje com show da Orquestra Tabajaras”. Caderno 3, 04 de outubro de 1994, p. 7.

“Novo Estoril será entregue à cidade a partir das 19h”. Caderno *Cidade*, 31 de maio de 1995, p 11.

Bibliografia

BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 1998.

BENEVIDES, Ireleno Porto. **Turismo e PRODETUR**: dimensões e olhares em parceria. Fortaleza: EUFC, 1998.

BENJAMIN, W. “A Obra de Arte na Época de sua Reprodutibilidade Técnica”. In: **Textos escolhidos**. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

BENKO, G. “Geografia de lugar nenhum ou hiperglobalização: breve exame do mundo pós-moderno”. In: SANTOS, M., SOUZA, M. A. A., SILVEIRA, M. L. (Orgs.), **Território**: globalização e fragmentação. São Paulo: Hucitec, 1994.

BERMAN, M. **Tudo que é sólido desmancha no ar**: a aventura da modernidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1986.

BRESCIANI, M. S. M. **Imagens de São Paulo**: ensaios sobre a relação do corpo com o espírito. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

CALVINO, Ítalo. **As cidades invisíveis**. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

CANCLINI, Nestor García. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. O turismo e a produção do não-lugar. In: YÁZIGI, Eduardo, CARLOS, Ana Fani Alessandri e CRUZ, Rita de Cássia (Org.). **Turismo**: paisagem, espaço e cultura. São Paulo: Hucitec, 1996.

_____. **Espaço-tempo na metrópole**. São Paulo: Contexto, 2001.

____. **A cidade:** o homem e a cidade, a cidade e o cidadão, de quem é o solo urbano? São Paulo: Contexto, 2001.

____. **Espaço-tempo na metrópole.** São Paulo: Contexto, 2001.

CORIOLOANO, Luzia Neide M. T. **Do local ao global:** o turismo litorâneo cearense. Campinas, SP: Papirus, 1998.

CORRÊA, Roberto Lobato. **O espaço urbano.** São Paulo: Ática, 1989.

DAMATTA, R. **Carnavais, malandros e heróis:** para uma sociologia do dilema brasileiro. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

____. **O Que faz o Brasil, brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

DA SILVA, José Borzacchiello. Fortaleza, laboratório de imagens da cidade e do urbano. In: **Sociedade Cearense de Geografia e História.** Fortaleza

____. **Quando os incomodados não se retiram:** uma análise dos movimentos sociais em Fortaleza. Fortaleza: Multigraf Editora, 1992.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. O turismo dos deslocamentos virtuais. In: YÁZIGI, Eduardo, CARLOS, Ana Fani Alessandri e CRUZ, Rita de Cássia (Org.). **Turismo:** paisagem, espaço e cultura. São Paulo: Hucitec, 1996.

GONDIM, Linda Maria de Pontes. Imagem da cidade ou imaginário sócio-espacial? Reflexões sobre as relações entre espaço, política e cultura, a propósito da Praia de Iracema. In: GICO, Vânia; LINDOSO, José Antônio; SOBRINHO, Pedro. **As Ciências Sociais:** desafios do milênio. Natal, RN: EDUFRN, 2001, p. 32-48.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna.** São Paulo: Loyola, 1992.

HOBSBAWM, Eric. RANGER, Terence. **A invenção das tradições.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

LYOTARD, Jean-François. **A condição pós-moderna.** Rio de Janeiro: José Olympio, 1998.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos:** o declínio do individualismo nas sociedades de massa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

ROCHA Jr, Antônio Martins. **O turismo globalizado e as transformações urbanas do litoral de Fortaleza:** arquitetura e estetização na Praia de Iracema. 2000. 172f.. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente) – Programa Regional de Pós-Graduação, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza.

SANT'ANNA, D. **O Prazer justificado:** história e lazer (São Paulo, 1969/1979). São Paulo: Marco Zero, 1994.

_____. Corpo e História. In: **Cadernos de subjetividade.** São Paulo: PUC, 1996.

SANTOS, M. **Pensando o espaço do homem.** São Paulo: Hucitec, 1982.

SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna:** intelectuais, arte e vídeo-cultura na Argentina. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

SCHRAMM, Solange Maria de Oliveira. **Território Livre de Iracema:** só o nome ficou? Memórias coletivas e a produção do espaço. 2001. 176f.. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Departamento de Sociologia, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza.

SENNETT, Richard. **O declínio do homem público:** as tiranias da intimidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

VATTIMO, Gianni. **O fim da modernidade:** niilismo e hermenêutica na cultura pós-moderna. São Paulo: Martins Fontes, 1966.