

Nome: Thais de Bhanthumchinda Portela, pesquisadora vinculada ao grupo de pesquisa *Cronologia do Pensamento Urbanístico*, PPG-AU/UFBA, Salvador.

Proposta: Comunicação oral.

**Título: Cartografias para estrangeiros na Roma Negra e na Cidade Maravilhosa.**

Resumo: Para refletir sobre a relação de produção de imagens e a construção do espaço/corpo urbano produzimos duas cartografias, em duas cidades, procurando entender a apropriação dos espaços a partir de subjetividades possíveis sendo que as imagens são da Roma Negra em Salvador e da Cidade Maravilhosa no Rio de Janeiro; as cartografias procuram entender do que fala os fluxos agenciados pelo estrangeiro que desenha cartografias distintas, uma turística-por onde circula o corpo infantilizado do turista- a outra, diríamos, é contra-turística, por onde circula o corpo atento do viajante e esse exercício de categorizar a subjetividade dos estrangeiros serve para refletir sobre a produção da vida urbana voltada para o espetáculo, de uma forma geral.

Sessão temática: ST4 Modos de subjetivação na cidade.

## **Cartografias para estrangeiros na Roma Negra e na Cidade Maravilhosa.**

*Existem momentos na vida onde a questão de saber se se pode pensar diferentemente do que se pensa, e perceber diferentemente do que se vê, é indispensável para se continuar a olhar ou a refletir. (...)*

*Michel Foucault*

### **O estrangeiro chega à cidade através da imagem**

Na chegada, o estrangeiro avista duas lindas baías. Uma a Baía de Todos os Santos, outra a Baía da Guanabara. As cidades construídas ao longo dessas entradas de mar, Salvador e Rio de Janeiro, são cidades assemelhadas. Ambas, respectivamente, são a primeira e segunda maior baía do litoral brasileiro e foram “descobertas” pela mesma expedição portuguesa. Ambas receberam nomes católicos. Ambas foram capitais, do império colonizador à República, e ambas perderam esse título. Ambas vivenciaram um cotidiano baseado no sistema escravocrata, ambas tiveram os negros como maioria de sua população, ambas desenvolveram uma negritude própria, ambas vivenciam sua negritude. Ambas são cidades reconhecidamente turísticas.

Em ambas a vida urbana emoldurada pela paisagem exótica e exuberante produziram imagens para as cidades. Mas o que é a imagem de uma cidade? O que é nomear/imaginar um lugar? É fazer linguagem poética, doar sentido, revelador a coisa? É poder influenciar, já que quem nomeia toma para si e para os outros uma “verdade”? Ou é a produção de um signo, nome com poder de criação e coerção, tornado coisa viva, símbolo imantado de significação?

Como coloca Foucault, a produção do discurso é um poder político que nunca é neutro. Deleuze e Guatarri também apontam que a escrita – entende-se aqui a produção de imagens como escrita – dá-se pelos/nos agenciamentos<sup>1</sup>, e nada tem a ver com significar, mas sim com arregimentar para si, medir dentro de cada territorialização, cartografar em regiões havidas ou ainda por existir (DELEUZE; GUATARRI, 1995, p.13). O nomear/imaginar pode ser poético, político e/ou também uma produção de um símbolo para os habitantes, mas qualquer que seja a intenção do nome/imagem, a apropriação é sempre uma construção política e cultural, imanente do coletivo.

Assim não atentamos ao que a imagem quer dizer, significado ou significante, e nem a poética da imagem. Perguntamos, sim, como ela funciona no seu território? Em que conexão ela

---

<sup>1</sup> Um agenciamento não é feito só por uma relação entre sujeito e objeto, mas também de matérias diferentemente formadas, de datas e velocidades distintas. Tudo, qualquer coisa, tem linhas de articulação ou segmentaridade, tem territorialidades ao mesmo tempo que linhas de fuga e movimentos de desterritorialização. O agenciamento são as linhas e as velocidades mensuráveis. (DELEUZE; GUATARRI, 1995, vol.1, p.12)

faz ou não passar intensidades, em quais multiplicidades ela introduz e metamorfoseia subjetividades.

Por isso, tratamos da história da nomeação dessas cidades, da criação de seus epítetos (de um nome/imagem que qualifica, que adjetiva) não para indicar seus significados possíveis, poéticos ou ocultos, e sim para traçar cartografias realizadas com o nome/imagem dessas cidades e que posteriormente são usadas para a espetacularização (DEBORD, 1997) das mesmas.

Da condição de capital do Império à capital da República, o Rio de Janeiro, com as reformas urbanas do prefeito Pereira Passos (1902-1906) era a imagem da modernidade para o país. Acompanhando a modernização diversas posturas contra as atitudes “negativas” e “atrasadas” foram aprovadas: os ambulantes foram regulamentados, os quiosques foram fechados, o cuspe proibido nas ruas e nos veículos públicos, andar descalço não podia mais, urinar fora dos mictórios e vender leite levando a vaca à porta das casas também não, etc. (NEEDELL, 1993).

Passada “a era das demolições” o Rio de Janeiro em sua nova civilidade moderna, toma de empréstimo a idéia dos epítetos das cidades européias como Paris (Cidade Luz) e Roma (Cidade Eterna) e ganha do poeta Coelho Neto o nome/imagem Cidade Maravilhosa na crônica do “A Notícia”, em 1908. Enquanto isso Salvador não entra no projeto da modernização nacional e mantém a divisão de seus dois andares: a Cidade Alta para a elite “branca” e a Cidade Baixa para os populares negros. A cidade permanece a mais negra das cidades do país (BACELAR in MARTINS; LODY(org.), 2000, p.29) e recebe os mais diferentes epítetos: Nova Guiné, Negrolândia (VERGER), Mulata Velha (LANDES) até chegar ao nome/imagem Roma Negra.

Vivaldo da Costa Lima, numa entrevista ao jornal “Correio da Bahia” em 2004, afirma que Mãe Aninha, fundadora do terreiro Ilê Axé Apo Afonjá, criou o nome numa conversa com a antropóloga Ruth Landes que fazia suas pesquisas entre os anos de 1930-1940. Mãe Aninha, inspirada na sua fé católica(esse não é um erro do texto), teria dito que Salvador era a Roma Africana, não pela cor da maioria da população, mas pela quantidade e importância de terreiros de candomblé da cidade. O nome/imagem Roma Negra surge nesse contexto e reflete a importância da autoridade cultural de Salvador para os agenciamentos do candomblé.

Ao serem criadas essas imagens narrativas, cadeias semióticas são conectadas por diferentes modos de codificação; encadeamentos políticos, econômicos, culturais... colocados no jogo de produzir uma imagem a partir de diferentes regimes de signos. Esse jogo, por exemplo, acontece com um sujeito que se relaciona com partes da cidade e que cria memória e afeição por determinados roteiros que são agenciados política ou poeticamente com uma imagem criada por alguém no passado. Roma Negra pode ser nome/imagem das cartografias políticas dos movimentos negros, pode ser capturada para o cartaz publicitário, ou pode ser nome na capa de um disco com músicas sobre o cotidiano da cidade.

A Cidade Maravilhosa e a Roma Negra não são imagens narrativas de um único modo de

codificação. São figuras abstratas de mundos sendo fabricados por e com a imagem, a imagem parte instituidora do mundo e o mundo instituidor da imagem. A imagem sendo tão real quanto a realidade e não uma representação cênica do real. Um e outro se fazendo continuamente, sendo apropriado em multiplicidade, isto é, sem unidade, sem maneira única de fazer, determinar, dimensionar.

Para refletir sobre essa relação de produção de imagens narrativas e a apropriação do espaço urbano; sobre a cidade com suas cartografias assim como suas subjetividades possíveis; a Roma Negra, a Cidade Maravilhosa; traçamos duas cartografias seguindo alguns fluxos agenciados nas cidades de Salvador e do Rio de Janeiro, uma turística e outra, por falta de um nome melhor, contra-turística.

Tomamos de empréstimo o termo da contracultura que caracteriza um modo crítico de se relacionar com a cultura, pela introdução e/ou defesa de temas periféricos e pelo debate acerca do cidadão frente ao *status quo* mantido pelo poder hegemônico estabelecido. Daí que, pensar esse modo crítico de relação para o turismo é procurar uma forma de conhecer e se relacionar com as cidades que não pode ser colocado como o turismo alternativo<sup>2</sup>, como aquele que procura conhecer favelas, candomblés de raiz ou a pobreza do sertão, não é nem mesmo turismo no sentido do termo, a ser visto logo a seguir. É um ir e voltar onde o ser foi desterritorializado pelo outro, e não simplesmente consumido nos fluxos do espetáculo, no sentido debordiano.

## **Os estrangeiros chegam às cidades**

O estrangeiro nesse texto é o sujeito de fora, é o portador de singularidades e diferenças que fazem desterritorializar os sujeitos de dentro- sem que fora e dentro sejam uma questão de fronteiras geo-políticas, identitárias ou territoriais. Estrangeiro é aquele que porta diferenças e por isso desterritorializa o contexto que o envolve. Sua diferença traz fascínio, repulsa, sedução, medo, brincadeiras de bom e mau grado. O estrangeiro mexe, desestabiliza, para o bem ou para o mal. O estrangeiro é uma subjetividade outra: do país, das normas, das leis, do bom senso, etc., mesmo quando essa subjetividade gruda em quem nasce e faz parte da vivência do lugar, do contexto.

O texto joga com a diferença que o estrangeiro demarca nas grafias -corporais, escritas, desenhadas, imagéticas, etc.- inscritas em práticas cotidianas naturalizadas. O estrangeiro chega às cidades carregado do nome/imagem, ele procura a Roma Negra e a Cidade Maravilhosa, mas a maneira pela qual ele vai se conectar às cidades pode ser realizada por cartografias planejadas

---

<sup>2</sup> O turismo alternativo surge de uma proposta da cultura *beat* americana dos anos 60, criada pelo escritor Jack Kerouac. Seu livro “*On the road*” influenciou, no mundo inteiro, as pessoas a literalmente colocarem o pé na estrada. Mas, como grande parte dos movimentos da contracultura, esse modo alternativo de conhecer o mundo também já foi capitalizado e é hoje tornou-se um rentável negócio turístico, já que a “viagem sobre medida” para interesses “diferenciados” é mais rentável que o turismo padronizado.

nos mapas do turismo ou as errâncias do contra-turismo.

## Os turistas

O turista surge no mundo tornado global e envolve bilhões de pessoas que, cada vez mais, podem viajar pelo mundo, de forma previamente planejada. Cada vez mais, em todas as partes do mundo globalizado, existem pontos de contato padrão, com espaços físicos planejados e adaptados ao turismo, com conforto e segurança.

O turismo surgiu na Europa com um missionário inglês, Thomas Cook . Ao organizar uma viagem para 570 pessoas para um congresso antialcoólico em Leicester, Cook percebeu o potencial econômico da atividade e, a partir de 1845, iniciou suas atividades de organizador de excursões e de itinerários descritivos de viagem - sendo o seu *Handbook of the trip* considerado o primeiro guia turístico. Em 1851 a agência de Cook conseguiu transportar e alojar 165.000 pessoas em Londres, para a Primeira Exposição Mundial no Palácio de Cristal e em 1872 ele organizou, pioneiramente, a primeira viagem turística de volta ao mundo(PIRES,1991).

Turistas no Brasil só surgiram após as reformas de Passos aliada à sanitização e a vacinação obrigatória. Retratada por Augusto Malta e Marc Ferrez as imagens divulgadas pelo mundo em cartões-postais da Cidade Maravilhosa despertaram o interesse do estrangeiro. A primeira excursão chegou ao Rio de Janeiro em junho de 1907, a bordo do navio “Byron”, numa viagem organizada pela agência de Cook (PIRES, 1991, p.26-27). Entretanto, excursões de europeus e norte americanos em busca do exotismo dos trópicos só foram possíveis a partir da ampliação da estrutura de atendimento e de oferta de atividades para os viajantes nos anos 1920.

Já Salvador, nos anos 1930, estava isolada do contexto político nacional por falta de afinidade com Getúlio Vargas. A queda das exportações levou à degradação da economia estadual e o turismo surgiu como uma alternativa para o desenvolvimento econômico. Mas a primeira agência de viagem, a Agência Conde de Viagens e Turismo Ltda foi estabelecida apenas em 1965, de um desmembramento da CONDE, empresa tradicional, surgida em 1875, especializada no ramo de transportes de cargas. Seus poucos passageiros eram, em geral, negociantes e membros da elite baiana que tinham alguma fluência em inglês ou francês (QUEIROZ, 2005, p.300-303) mas hoje o turista aflui à cidade.

Nesse processo a imagem Roma Negra desligou-se diretamente com o candomblé, e passou a ser conectada aos fluxos festivos da negritude soteporolitana vendida nos cartões postais e folhetos turísticos: o caminhar pelas ruas do Pelô, as delícias vendidas pelas baianas de acarajé, as festas de largo, as lavagens de escadarias, ao carnaval do Ilê Ayê e dos outros blocos afro... numa apropriação estética dessa imagem própria para o consumo fácil.

As elites baiana, saindo da Cidade Alta, mudaram-se para áreas não coladas à imagem da Roma Negra, mas nelas se concentram os investimentos da infra-estrutura urbana e da indústria

do turismo: a rede hoteleira, as agências de turismo, o comércio e o lazer (QUEIROZ, 2005, p.254). No Rio de Janeiro também a estrutura urbana ligada ao turismo acompanhou o eixo de urbanização centro-zona sul, bairros de elites, tornados mais aptos ao turismo dada a boa dotação de infra-estrutura urbana. As cartografias do turista e das elites, nessas cidades, se confundem no mesmo território.

Por percorrerem os mesmo territórios estruturados, elite e turista se conectam numa produção da Roma Negra e da Cidade Maravilhosa particular. Ambos circulam por espaços planejados, padronizados, ambos se aliviam do caos urbano nos *shoppings centers* ou *Mac Donald's*, ou em qualquer outro lugar padronizado internacionalmente para o consumo. Ambos compartilham a orientação prévia, definida e detalhada de seus percursos, tornando-se inaptos às errâncias pelas cidades. As cartografias dos turistas e das elites nas cidades criam corpos padronizados, que já sabem o que será visto, gasto e experimentado, o território é de antemão revelado e sintetizado. Por todos esses procedimentos as subjetividades que o percorrem se tornam infantilizadas.

## Os viajantes

No contra-turismo o percurso pelas cidades que se dá pelo deciframento, pela investigação e principalmente pelo “perder-se” para encontrar o que não é posto para consumo superficial da imagem, mas que faz parte desta, por isso pode ser achado pelo olhar mais atento e cuidadoso. Esse é um desvelar que nunca se apresenta no mapa do turista ou no cotidiano planejado e ordenado do território das elites – já que ambos dividem o mesmo tempo e espaço dos territórios padronizados pelo consumo e pelo trabalho. Com isso chegamos a idéia: as elites, em sua maioria, subjetiva-se como turistas dentro de sua própria cidade.

O tempo desse contra-turismo é o tempo *kairós* dos antigos gregos: do olhar “participando do tempo”, tempo que não se perde e nem se conta; tempo que é para se deixar ficar, territorializações no território do outro. Sentimento de realização, participação e entrega, isto é, de fruição com um espaço fora do mapa dos roteiros. Estamos saindo da zona de conforto e segurança para realizar uma errância.

O viajante no Rio de Janeiro, ao ver a quantidade de despachos espalhados pela cidade pergunta- o que é isso? Ao procurar a informação nos guias, ele nada encontra. Mas andando ele reconhece os objetos dos despachos nas inúmeras lojas de artigos religiosos, encontradas em muitas ruas de comércio da cidade, e que vendem estátuas de santos, de pretos velhos sentados fumando cachimbo, fios de contas, defumadores, sementes... Ali ele vê as primeiras pistas de toda a sociabilidade do candomblé presente na Cidade Maravilhosa principalmente nos subúrbios e bairros mais populares; aprende a importância do Mercado de Madureira para a manutenção da cultura e da religiosidade; encontra os inúmeros terreiros espalhados pela cidade e por toda a

região metropolitana; vai à festas e rituais e passa a entender do que falam os despachos encontrados no meio das ruas.

O viajante na Roma Negra, descobre a Meca do candomblé. Ao chegar ele vê a propaganda da cidade, mostrando uma baiana no Pelourinho sorrindo e imagina que pessoas do candomblé, paramentadas com suas roupas de santo, podem ser facilmente encontradas nas ruas, mas para sua surpresa isso não acontece. Ao chegar na região mais central, e antiga da cidade, ele procura pelo povo-de-santo e só encontra algumas mulheres vendendo o acarajé, mas justo a que ele pede informações, é evangélica.

Passa então a procurar pelos despachos que encontrava pelas esquinas do Rio de Janeiro, mas nada vê. Ele procura também pelas inúmeras lojinhas de artigos religiosos, busca de informações, e nada encontra. Cansado ele resolve deixar o axé guiar seu rumo e, entrando em um táxi, ele simplesmente diz: candomblé. O taxista o leva à Feira de São Joaquim – pelo guia de turismo ali é lugar de artesanato - e lá, no meio da agitação das centenas de pessoas comprando e vendendo nas barracas de frutas, temperos, carne, panelas, farinha... ele descobre as tais lojinhas de artigos religiosos.

Procura conversa, em uma das lojas e descobre que vai haver uma cerimônia no Parque São Bartolomeu, lugar esse que não se encontra em nenhum de seus mapas. Resolve então comprar outro mapa (não turístico) e lá está ele. Ao chegar ao Parque com muitas recomendações dada a violência do lugar ele descobre uma Salvador, de negros, como nos cartões postais, mas que não sorri convidativa apontando para uma Roma Negra colorida e limpa. O Parque São Bartolomeu é uma área de reserva, criada pela Prefeitura de Salvador em 1978, que faz parte do Parque Metropolitano de Pirajá junto com o Parque Florestal da Represa do Cobre e o Sítio Histórico de Pirajá e tem aproximadamente mil quinhentos e cinquenta (1.550) hectares de área sagrada para o candomblé. É rodeado por terreiros, mas se encontra em avançado estado de degradação.

## **Porque escapar da cena espetacular**

O viajante conectado aos fluxos axé percebe o lugar do preconceito e da injustiça social estabelecido nos mapas do turismo. Na Roma Negra dos turistas e das elites ele vê a captura da força do candomblé para a espetacularização mas as benesses desse desenvolvimento econômico não chega a quem, de direito, pertence a cultura. Ele percebe que o discurso político que eleva as vantagens do turismo para a população da cidade é um engodo.

E vê que a Cidade Maravilhosa, para valer seu epíteto ligado aos modernismos brasileiros nos mapas turísticos, esconde do turista um agenciamento cultural que no cotidiano das esquinas revela sua importância para a cidade.

E aos poucos, o viajante descolado dos fluxos agenciados pelo turista/elite e

reterritorializado no território do outro, isto é, do candomblé, descobriu outras conexões para o nome/imagem da Roma Negra e da Cidade Maravilhosa. E mais que isso, sua errância pôs abaixo todo o discurso da indústria do turismo que diz que as cidades, para atraírem o estrangeiro, só com estrutura adequada para tal. O viajante diz: a própria vida urbana dá conta do recado.

## **Bibliografia**

BACELAR, Jeferson. *A cultura afro-baiana*. Em: MARTINS, Cléo e LODY, Raul. *Faraimará, o caçador traz alegria: Mãe Stella, 60 anos de iniciação*. Rio de Janeiro: Pallas, 2000.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DELEUZE, Gilles e GUATARRI, Félix. *Mil platôs – capitalismo e esquizofrenia, volume 1*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1995.

LANDES, Ruth. *A cidade das mulheres*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2002.

NEEDELL, J.. *Belle Époque Tropical: sociedade e cultura da elite no Rio de Janeiro na virada do século*. São Paulo: Companhia das letras, 1993.

PIRES, Mário J. *Hóspedes, hospedeiros e viajantes no século XIX: Raízes do turismo no Brasil*. São Paulo: ECA-USP, Tese de Doutorado, 1991.

QUEIROZ, Lucia Maria Aquino de. *A gestão pública e a competitividade de cidades turísticas: a experiência da cidade do Salvador*. Barcelona: Universitat de Barcelona. Tese de doutorado, 2005. Em: [www.tdx.cesca.es](http://www.tdx.cesca.es), capturado em 2006.

VERGER, Pierre. *Orixás: deuses iorubás na África e no Novo Mundo*. Salvador: Corrupio, 1997.