

Apropriação de praças públicas pelo projeto Eco Praça: uma construção do imaginário¹

Kalianny Bezerra de MEDEIROS²

Juliana Sampaio Pedroso de HOLANDA³

Mariana Lemos de Moraes BEZERRA⁴

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

RESUMO

O presente artigo busca refletir sobre a apropriação de praças públicas para a construção e compartilhamento do imaginário, a partir do desenvolvimento do Eco Praça, projeto de ocupação e revitalização das praças da cidade de Natal (RN), que além de contribuir para a mobilização social, promovendo a conscientização e transformação desses espaços, permite a troca e ampliação de conhecimento. Dessa forma, nos pautamos em autores como Canclini (2007; 2008), Barbero (2007; 2014) e Appadurai (1996), a fim de abordar sobre a construção do imaginário e em Silva (2006), entre outros, para discutir as questões do espaço público em meio a globalização. Metodologicamente, este artigo foi construído a partir de um estudo de caso e pesquisa bibliográfica.

PALAVRAS-CHAVE: globalização; imaginário; cidades; eco praça; praças públicas.

INTRODUÇÃO

Em dezembro de 2013, em Natal, capital do Rio Grande do Norte, foi criado o projeto Eco Praça, cujo objetivo é revitalizar as praças públicas da cidade e criar ambientes eficazes de compartilhamento de conhecimento. O evento, hoje consolidado no calendário cultural da capital potiguar, ocorre mensalmente sempre em uma praça diferente com a proposta de discutir temáticas relevantes presentes no dia a dia da sociedade e, também, aproveitar os espaços públicos.

A cidade é constituída a partir das dinâmicas entre os sujeitos e os espaços que ocupam, as informações que circulam nela são constantes e vão desde o som do trânsito até

¹ Trabalho apresentado no DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 07 a 09 de julho de 2016.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPGEM) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Pesquisadora do Grupo de Pesquisa Pragmática da Comunicação e da Mídia. Email: kaliannybezerra@hotmail.com.

³ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPGEM) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Email: julianaholanda@gmail.com.

⁴ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPGEM) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Pesquisadora do Grupo de Pesquisa Pragmática da Comunicação e da Mídia. Email: lmbmariana@gmail.com.

os grafites e *outdoors* encontrados. A partir dela multiplicam-se a produção do sentido que cada indivíduo constrói ao remodelar o convívio nos espaços públicos e ao percebê-los. Desta forma, propõe-se com esta pesquisa entender o papel do Eco Praça e as ações que desenvolve no ambiente urbano, mais especificamente nas praças públicas de Natal (RN), a fim de construir sentidos e apreender esses espaços como locais em que se possam estabelecer diálogos.

Tomaremos como ponto de partida para execução deste trabalho uma discussão sobre os processos globalizantes que permeiam a sociedade, a partir de teóricos como Barbero (2007; 2014), Canclini (2007; 2008) e Appadurai (1996), e como esses processos ajudam a construir novos imaginários nos participantes dos eventos realizados pelo Eco Praça. Importante salientar que o termo “imaginação” nos processos de globalização existentes pode ser aplicado tanto no sentido de alienação, inserido nas discussões apresentadas pela Escola de Frankfurt, como no sentido de prática social e construção do sentido do outro de forma a gerar oportunidades e construir as possibilidades trazidas pela globalização. É a partir desta última noção de imaginário que nos apropriamos do termo e o aplicamos neste trabalho.

Para tanto, ao longo do artigo serão discutidas as possibilidades e perversidades apresentadas pela globalização e como os espaços públicos podem ser vistos como lugar de pertencimento da cultura local, mais especificamente as praças públicas. Essa discussão sobre a importância das praças será guiada por Silva (2006) e Navarrete (2012).

Em seguida, serão abordadas a origem e desenvolvimento das ações do projeto Eco Praça que, como citado anteriormente, busca a troca do conhecimento a partir da prática comunicativa existente ao haver a apropriação desses lugares. Será apontado ainda o termo “mídiatização”, a partir de Hjarvard (2014) para denotar e exemplificar como a mídia contribui para solidificar o evento.

PRAÇAS PÚBLICAS COMO ESPAÇOS DE VINCULAÇÃO SOCIAL

“A que lugar eu pertencço?”. O questionamento feito por García Canclini (2007) ultrapassa a noção de uma resposta pronta. É uma pergunta que gera provocação e reflexão a respeito das mudanças existentes nos espaços que circulamos, ocupamos e conhecemos. Trata-se, também, de uma questão que estimula o pensamento sobre as interações provocadas e construídas ao nos relacionarmos com o outro e com os lugares que

transitamos, do sentido compartilhado e emergente à medida que ocorrem as relações materiais e simbólicas (CANCLINI, 2007).

Quando se fala de mudanças existentes no mundo desembocamos, inevitavelmente, no termo globalização que implica num processo econômico, cultural, social e político na busca pelo crescimento do capitalismo. Tal fenômeno atravessa os modos de se colocar em sociedade, fragmentando o homem, que passa a viver no local e global.

São constituídas, portanto, novas subjetividades a partir dos imaginários que regem a globalização. São, por exemplo, nos espaços urbanos que podemos identificar as diversas transformações decorrentes dos processos globalizantes. Barbero (2007; 2014), apropriando-se dos apontamentos de Milton Santos, fala que em meio a esse cenário é importante saber atuar e se articular a fim de que as perversidades trazidas pela globalização não perdurem sobre as possibilidades.

De acordo com o pesquisador espanhol, “a globalização fabula o processo avassalador do mercado, um processo que uniformiza o planeta e aprofunda as diferenças locais, desunindo-o cada vez mais” (BARBERO, 2014, p.18). Além disso, outro aspecto negativo assinalado pelo autor está na dissociação cada vez maior entre Estado e sociedade, já que aquele, imbricado e dependente do sistema econômico instaurado mundialmente, não consegue atender às demandas apontadas pela sociedade que rege.

As possibilidades apresentadas pela globalização imaginada também podem ser destacadas e consideradas. Faz-se necessário, antes, entender o significado do termo “imaginário”, utilizado por autores como Appadurai (1996) e Canclini (2007) e exemplificado por Laranjeira (2012):

A imaginação é abordada então como uma prática social cotidiana e não mais como o ópio das massas, simples fuga ou passatempo de elite, mas como um campo organizado de práticas sociais e um modo de negociação entre os pontos de agenciamento (os indivíduos) possibilidades que são definidas de maneira global. (LARANJEIRA, 2012, p. 132)

Com a globalização também é possível a apropriação de novas tecnologias por parte de coletivos que não estão inseridos nos setores desenvolvidos, permitindo o empoderamento, criação e compartilhamento de práticas comunicativas e culturais.

Seria o que Barbero (2014, p. 18) denomina de “revanche sociocultural”, em que uma comunidade local deixa de ser apenas receptora e passa a ser agente, produtora, de seus

próprios conteúdos de interesse. Um segundo ponto a ser citado é a mistura de culturas possibilitadas pelo encurtamento do espaço-tempo e que pode pôr “em crise a hegemonia do racionalismo ocidental” (Ibidem). Contribuindo, assim, para a construção de uma imaginação coletiva e plural.

Entendendo as perversidades e possibilidades trazidas pelos imaginários, Appadurai (1999) aponta para um caráter disjuntivo presente no fluxo da cultura global, que se dividem em cinco panoramas, são eles: etnopanoramas, midiapanoramas, tecnopanoramas, finançopanoramas e ideopanoramas.

Os etnopanoramas consistem no fluxo de pessoas que constituem o mundo nômade de hoje, os tecnopanoramas dizem respeito à fluidez das tecnologias direcionadas, especialmente, pelo fluxo do dinheiro. Já finançopanoramas retratam os deslocamentos de capitais tanto em escala global como em tempo real, os midiapanoramas dizem respeito à produção e distribuição de informações, imagens, símbolos, criados pela mídia e possibilitados pelas tecnologias. Ideopanoramas também estão relacionados às imagens construídas e estas associadas às ideologias.

Sobre as relações desses panoramas, o autor diz:

[...] o paradoxo central da política étnica no mundo atual é que os primórdios (seja da linguagem, da cor da pele, da vizinhança ou do parentesco) tornaram-se globalizados. Isto é, os sentimentos cuja maior força é a capacidade de incendiar a intimidade num sentimento político e transformar a localidade num palco pela identidade, se espalham por vastos espaços irregulares, à medida que os grupos se movimentam, e apesar disso permanecem vinculados entre si através de habilidades sofisticadas da mídia. (APPADURAI, 1999, p. 322)

A ideia consiste, portanto, em se aproximar e apropriar dos midiapanoramas e dos ideais contra-hegemônicos apresentados nos ideopanoramas, aliá-los também aos etnopanoramas, para construir e arquitetar novos mundos imaginários, articulados em prol das dinâmicas existentes nas culturas locais.

Empoderar-se, dessa forma, dos espaços públicos pelos quais passamos, mas não visamos, cotidianamente podem ser um aspecto importante para criar vínculos e mais símbolos. Cada cidade tem um estilo próprio, com suas construções, tráfegos, praças, árvores, anúncios e outras tantas características. O espaço físico se relaciona ao simbólico, ao imaginário construído em cada cidadão, e assim produz outros efeitos nas representações

de cada um. O território passa a ser algo muito mais que físico, ele se torna uma extensão mental (SILVA, 2006).

Sobre isso, Canclini (2008) reforça:

As cidades não existem só como ocupação de um território, construção de edifícios e de interações materiais entre seus habitantes. O sentido e o sem sentido do urbano se formam, entretanto, quando o imaginam os livros, as revistas e o cinema; pela informação que dão a cada dia os jornais, o rádio e a televisão sobre o que acontece nas ruas. Não atuamos na cidade só pela orientação que nos dão os mapas ou o GPS, mas também pelas cartografias mentais e emocionais que variam segundo os modos pessoais de experimentar as interações sociais. (CANCLINI, 2008, p. 15)

Entre os territórios das cidades, as praças públicas podem ser destacadas pela importante vinculação social que provoca nos indivíduos que se utilizam desses espaços e, também, entre tais pessoas e a representação criada sobre aquele lugar. “Na praça podemos ver e sermos vistos, conhecer e reconhecer, dividir, aprender, usar coletivamente o tempo livre, ou seja, comunicar, lançar pontes, construir vínculos, afetos que nos permitam apropriar dos espaços e dos tempos de nossas vidas e dos outros” (BAITELLO *apud* NAVARRETE, 2012, p. 7).

PROJETO ECO PRAÇA: ORIGEM, DESENVOLVIMENTO E USO DAS REDES SOCIAIS

Foi justamente com a proposta de promover junto à sociedade a utilização, ocupação e revitalização coletiva de praças da cidade de Natal, além de criar um ambiente de troca e compartilhamento de ideias, que o projeto Eco Praça foi criado no final de 2013 pelo Instituto LEV, uma organização social autônoma e popular, que desenvolve ações afirmativas de caráter cultural, político e eco-pedagógico.

Realizada 25 vezes em diferentes espaços públicos da capital potiguar, a ação conta com uma diversificada programação, que inicia sempre às 8h30 com atividades que envolvem saúde e qualidade de vida, como teste glicêmico, e segue até as primeiras horas do anoitecer. Costumeiramente o evento conta com um café da manhã comunitário e aulas de ioga gratuitas.

Cada edição do Eco Praça é norteada por um tema de interesse público a ser debatido em uma roda de discussão. Entre os assuntos que já estiveram em pauta estão a

cultura, a juventude, a reinvenção dos locais públicos a partir de sua apropriação e, mais recentemente, a sustentabilidade criativa.

Outras atividades também compõem a programação do evento, entre elas apresentações culturais, vivências, oficinas e atividades relacionadas ao meio ambiente. Segundo os organizadores do Eco Praça, cerca de 80 mil pessoas⁵ já participaram do projeto. As ações também já contaram com a participação de mais de 400 artesões e expositores.



Fig 1: Primeira edição do projeto Eco Praça, em dezembro de 2013, na praça dos Eucaliptos. (Foto cedida)



Fig 2: Durante o projeto, são desenvolvidas diversas atividades culturais. (Foto cedida)

⁵ Dado retirado de entrevista realizada com o organizador do evento Geraldo Gondim pelo jornal Novo. Disponível em <http://novojournal.jor.br/cotidiano/eco-praca-completa-dois-anos-de-atividades-com-edicao-na-pinacoteca>

De acordo com os organizadores do evento, a proposta é ampliar cada vez mais as ações e ocupar as praças da cidade a fim de aproximar as pessoas do espaço público. Entre os locais onde foram promovidas as ações estão as praças Capim Macio e Eucaliptos, localizadas na zona Sul da capital potiguar; praças Cívica, Edgar Borges e André Albuquerque, ou praça Vermelha como é popularmente conhecida, na zona Leste da cidade; e praça Garotinho da Copa, zona Norte de Natal⁶.

Para conseguir desenvolver suas ações nas praças públicas da capital potiguar e conquistar tais reconhecimentos, o Eco Praça utiliza as redes sociais para divulgar suas ações. Uma das estratégias dos organizadores do projeto foi a criação de uma *fan page* na rede social *Facebook*.

Nesse espaço virtual, eles compartilham informações sobre novas edições do Eco Praça e publicam notícias não apenas sobre sustentabilidade e meio ambiente, mas também assuntos de relevância social, como posts contra o preconceito racial e de gênero. Assim, a proposta é levar as discussões existentes na rede para os espaços fora dela. É possível citar, então, o conceito de *mediatização* apresentado por Hjarvard (2014) para exemplificar a ideia de interações e representações mentais que a mídia nos ajudar a construir:

A *mediatização* reflete a nova condição da importância intensificada e em transformação da mídia na cultura e na sociedade. Ela denota os processos pelos quais a cultura e a sociedade tornam-se cada vez mais dependentes dos meios de comunicação e sua lógica como mídia integra-se em práticas culturais e sociais em vários níveis. (HJARVARD, 2014, p. 26)

Dessa forma, o autor infere que os meios de comunicação contribuem para a conexão da sociedade, ao constituírem espaços comuns com a finalidade de reflexão de assuntos coletivos. Ainda de acordo com o pesquisador, “as mídias são um recurso para representar informação e construir relacionamentos a partir da ação comunicativa” (HJARVARD, 2014, p. 39). Trata-se, portanto, de mais uma possibilidade trazida pelos processos globalizantes, em que as mídias estendem as práticas sociais por meio do tempo e do espaço. Sobre isso, Barbero (2007) ressalta a possibilidade do uso dos meios técnicos para os indivíduos se organizarem e controlarem, para seus devidos fins, os lugares que se apropriam e no tempo que desejarem de forma articulada.

⁶ Informações retiradas da fan page do evento: <https://www.facebook.com/ecopraca>. Acesso em 20/05/2016

UMA PROPOSTA DE COMPARTILHAMENTO E PRODUÇÃO DO IMAGINÁRIO

A construção do imaginário social se constitui a partir das trocas de conhecimento compartilhadas. As praças públicas são espaços que permitem essa construção de sentido a partir das práticas comunicativas existentes entre seus visitantes. Desse modo, o Eco Praça busca, na cidade de Natal, revitalizar e modificar tanto os espaços como contribuir para o enriquecimento do conhecimento daqueles que participam do evento.

Segundo Silva (2006):

En todas las ciudades sus habitantes tienen maneras de marcar sus territorios. No es posible una ciudad gris o blanca que no anuncie, en alguna forma, que sus espacios son recorridos e nombrados por sus ciudadanos. De este modo tendríamos, al menos, dos grandes tipos de espacios por reconocer en el ambiente urbano: uno oficial, diseñado por las instituciones y hecho antes de que el ciudadano lo conciba a su manera; outro [...] proponho llamar diferencial, que consiste en una marca territorial que se usa y inventa en la medida que el ciudadano lo nombra o incribe. (SILVA, 2006, p.61)⁷.

A proposta apresentada é que ao se apropriar dos espaços públicos o indivíduo o modifica, mas, ao fazer isso, também se transforma, criando novas vivências e interações. Estabelecem-se, nestes termos, diálogos.

É isso que busca apresentar o projeto Eco Praça: transformar as interações dos visitantes das praças públicas em que o projeto é realizado, tanto no que se refere ao conhecimento trazido por cada um, como pela interação dessas pessoas com os lugares em que estão ocupando. Isso se configura na fala do organizador do evento Geraldo Gondim, entrevistado recentemente pelo jornal Novo, ao dizer que a criatividade utilizada pela ação busca ser o “principal elo de aproximação entre pessoas e o espaço público” (NOVO, 2015).

Ao fazer parte desses processos de integração, também estamos produzindo e compartilhando cultura. É o que podemos inferir da assertiva de Arantes (1990):

⁷ Em todas as cidades seus habitantes têm maneiras de marcar seus territórios. Não é possível uma cidade cinza ou branco não anunciada, de alguma forma, que seus espaços são atravessados e nomeados por seus cidadãos. Assim, temos, pelo menos, dois tipos de espaço para reconhecer no ambiente urbano: um oficial, projetado por instituições e feito antes de o cidadão conhecer o caminho; outro [...] proponho chamar de diferencial, que consiste em uma marca territorial usada e inventada à medida que o cidadão o nomeie ou o inscreva.

Em se tratando de vida social, a cultura (significação) está em toda parte. Todas as nossas ações sejam na esfera do trabalho ou das relações sociais, tudo nas sociedades humanas é constituído segundo os códigos e as convenções simbólicas a que denominamos “cultura”. (ARANTES, 1990, p.36)

Desta forma, é imprescindível falar que ao criar um momento de espaço comum, de espaço compartilhado, em um local que outrora estava esquecido pelas autoridades públicas, fazendo-o ganhar “vida”, o Eco Praça contribui na construção paulatina e coletiva dos simbólicos de cada um, ajudando a ordenar as relações existentes naquele espaço comum.

Como declara Canclini (2007), é preciso, pois, delegar às pessoas o papel de protagonista na promoção dos patrimônios contidos em sociedade, “abrindo espaço para as diferenças não reconhecidas, para as inovações imprevisíveis” (CANCLINI, 2007, p. 177). É justamente isso que busca o Eco Praça ao ser mediador de um evento que dá voz à população potiguar para que ela própria consiga desempenhar um papel fundamental na sociedade globalizada existente, a partir das diversas práticas comunicacionais, o de catalizador cultural e construtor de suas próprias subjetividades.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em meio ao mundo globalizado existente um dos principais agentes de articulação de trocas culturais foi levado à escanteio, o Estado. A dependência cada vez maior ao mercado global e suas ações, gerou um esvaziamento da política e a perda da capacidade que essa instituição tinha de mobilizar e gerar um sentimento de pertencimento às comunidades locais (BARBERO, 2007; 2014).

As transformações nas cidades foram e continuam a ser muitas, a cada novo prédio construído nos espaços públicos, a cada novo *outdoor* instalado, uma nova forma de comunicação e de reconstrução do ser que convive nesses espaços urbanos. É por isso que novas ações, advindas de instituições públicas e também privadas se tornam mais que bem-vindas na reconstrução do local e dos imaginários estabelecidos na sociedade.

É esse o papel que busca desempenhar o evento Eco Praça ao promover a ocupação e revitalização de um lugar importante na troca e compartilhamento de conhecimentos, as praças públicas. É na capital potiguar que esse projeto se desenvolve e

são nos mais de 80 mil participantes do evento, desde sua criação em 2013, que é possível perceber a relevância de tal ação.

No momento em que as novas tecnologias são utilizadas para ajudar a consolidar um evento fora dela, dando a oportunidade de gerar interações a serem experimentadas de forma diferente daquelas construídas nos meios digitais, podemos e paramos para perceber e analisar as possibilidades trazidas pela globalização.

É preciso, portanto, continuar com a ocupação desses locais palpáveis, na busca pela troca cultural, pelas práticas sociais fora das redes, mas também com a ajuda delas. As oportunidades imaginadas trazidas pelos processos globalizantes são cada vez maiores, a construção de cada um ocorre no aqui e ali, no local e no global e permitem que todo indivíduo seja um agente produtor. No final das contas, nunca uma pergunta se mostrou tão pertinente e confundiu aqueles que a tentaram responder, afinal de contas a que lugar pertencemos mesmo?

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARANTES, Antônio Augusto. **O que é cultura popular**. 14^a ed. São Paulo: Brasiliense, 1990.

APPADURAI, Arjun. **Disjunção e diferenças na economia cultural global**. In: FEATHERSTONE, Mike (Coord.). *Cultura global: nacionalismo, globalização e modernidade*. Tradução de Attilio Brunetta. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1999, p. 311-327.

CANCLINI, Néstor García. **A globalização imaginada**. São Paulo: Iluminuras, 2007.

_____. **Imagínarios culturais da cidade: conhecimento / espetáculo / desconhecimento**. In: Coelho (Org.). *A Cultura pela Cidade*. São Paulo: Iluminuras, 2008. p. 15-31.

HJARVARD, Stig. **Mediatização: conceituando a mudança social e cultural**. *Revista Matrizes*, São Paulo, v. 8, nº 1, p. 21-44, jan/jun. 2014.

LARANJEIRA, Antonio Eduardo Soares. **Deslizamentos entre imaginário e realidade na literatura pop**. *Revista Fórum Diversidades*, Itabaiana, ano 6, v. 12, p. 129-138, jul/dez. 2012.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Novas visibilidades políticas da cidade e visualidades narrativas da violência**. *Revista Matrizes*, São Paulo, v. 1, nº 1, p. 27-39, out. 2007

_____. **Diversidade em Convergência**. *Revista Matrizes*, São Paulo, v. 8, nº 2, p. 15-33, jul/dez. 2014.

NAVARRETE, Helena Maria Cecília. **Plano CEIBAL: A praça como ambiente comunicacional.** INTERCOM, 2012, Fortaleza. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-1561-1.pdf>>. Acesso em 24.05.2016

NOVO. **Eco Praça completa dois anos de atividades com edição na Pinacoteca.** Disponível em <<http://novojornal.jor.br/cotidiano/eco-praca-completa-dois-anos-de-atividades-com-edicao-na-pinacoteca>>. Acesso em 24.05.2016

SILVA, Armando. **Imaginários urbanos.** Bogotá: Arango, 2006.