



A CIDADE NAS PÁGINAS DO JORNAL: UMA CRONOLOGIA RECENTE DO CENTRO DE ARACAJU A PARTIR DA MÍDIA IMPRESSA

César Henrique Matos e Silva
Professor adjunto Núcleo de Arquitetura e Urbanismo – UFS
cesarmatos.br@gmail.com

RESUMO

Buscando compreender a dinâmica recente do centro da cidade de Aracaju e de seus espaços públicos, as diversas formas de apropriação da área central e suas transformações físicas e simbólicas, este artigo apresenta os resultados de uma metodologia de coleta e análise de registros jornalísticos (artigos, notícias e opiniões) que abordam o centro da cidade e sua vida cotidiana, publicados na imprensa local ao longo de um determinado período recente (1989 a 2004). A leitura de jornais nos permitiu obter um olhar diferenciado a respeito do esvaziamento funcional e simbólico do centro principal, concomitante com a produção de novas centralidades e uma acentuada segmentação social. O artigo aborda as transformações urbanas na área central de Aracaju detectadas nos jornais a partir de tópicos como uso e apropriação cotidiana do espaço público, edificações significativas, atividades terciárias, manifestações políticas e eventos culturais no espaço público, espaços de sociabilidade, assim como projetos e intervenções arquitetônicas e urbanísticas.

Palavras-chave: Centro da cidade. Jornal. Aracaju.

ABSTRACT

This paper presents the results of a methodology of analysis of newspaper articles which talk about the city center of Aracaju and its everyday life, published in the local press over a given period (1989-2004). It allowed us to obtain another point of view about functional and symbolic transformations of downtown in Brazilian cities. The article discusses these urban changes in the central area of Aracaju in topics such as appropriation of public space, significant buildings, tertiary activities, political demonstrations and cultural events in public spaces, spaces of sociability as well as architectural and urbanistic interventions.

Keywords: Downtown. Newspaper. Aracaju.

1 INTRODUÇÃO

A leitura das páginas dos jornais nos oferece ricas possibilidades para compreensão dos modos de pensar urbano. A relação entre cidade e jornalismo é simbiótica: as dinâmicas da urbanidade alimentam, mas também delimitam o fluxo de notícias e a própria ação do jornal,

ao tempo em que a representação noticiosa sustenta uma imagem da cidade enquanto território em constante mutação e enquanto espaço social vinculado a uma coletividade.

A partir desta interdependência, há um diálogo que reforça o jornal como “forma simbólica da atualidade, do tempo presente, da revelação pública dos eventos em edições periódicas e regulares” (Franciscato, 2005¹, *apud* Silva Jr., p. 140). Para o autor, não há como desfazer a costura entre cidade e jornalismo, mesmo com as novas configurações urbanas condicionadas pelo avanço tecnológico: “o jornal é uma mídia das ruas, dos espaços urbanos. (...) Muda a urbanidade, muda a forma como a urbanidade se apresenta no jornal” (*op. cit.*, p. 148).

De maneira mais ampla, este trabalho é fruto de uma tese de doutorado que trata do espaço público urbano enquanto espaço político; mais especificamente, trata das recentes transformações urbanas e sociais do centro da cidade de Aracaju e de seus espaços públicos. O acompanhamento de parte dos acontecimentos e do cotidiano desta parte da cidade, ao longo de um determinado período (1989 a 2004), foi feito através do levantamento de fontes primárias em um periódico diário de Aracaju, o Jornal da Cidade, de cujas edições pesquisadas foram anotadas e registradas todas as referências encontradas sobre o centro da cidade.

Neste artigo apresentamos parte deste processo de leitura e análise de artigos, notícias e opiniões manifestadas na mídia impressa de Aracaju a respeito deste recorte espacial da cidade. Buscamos compreender as formas de representação da centralidade urbana e das suas *diversas* esferas públicas, assim como distinguir os *diversos* sujeitos envolvidos na produção de um ou mais discursos, hegemônicos ou não, sobre o centro da cidade e seus espaços públicos. A leitura de jornais nos forneceu um olhar diferenciado e enriquecedor a respeito das transformações urbanas ocorridas em Aracaju a partir do final da década de 1980: o esvaziamento funcional e simbólico do seu centro principal e a produção de novas centralidades, acompanhadas de uma segmentação social mais acentuada.

2 TRANSFORMAÇÕES NO CENTRO DA CIDADE DE ARACAJU

Em sendo uma cidade de porte médio, com uma população de 552.365 habitantes (Censo IBGE 2010), Aracaju² teve o seu centro principal ainda relativamente forte até a década de 1980, aproximadamente. A partir deste período, a cidade sofre um processo de dispersão espacial e funcional, caracterizado pela descentralização de importantes atividades administrativas, políticas e comerciais, o que resultou em um esvaziamento funcional e

simbólico das áreas centrais. Podemos identificar, ao longo das duas últimas décadas de 1990 e 2000, dois processos concomitantes: por um lado, uma intensa expansão urbana como resultado de um crescimento populacional acelerado e, por outro lado, um afastamento das áreas centrais por parte dos grupos sociais de maior poder aquisitivo. Deste modo, o centro da cidade passa por uma refuncionalização e, especialmente, uma resignificação bastante significativas.

Este processo não é específico de Aracaju. Sabemos que as cidades brasileiras apresentaram neste período um desenho de centralidade que se ancorou em movimentos de saída do centro principal da cidade, decorrentes de reestruturações das atividades terciárias e da migração de diversas funções administrativas para fora das áreas centrais. Embora as cidades contemporâneas brasileiras ainda sejam constituídas, de modo geral, por áreas centrais densamente construídas, elas se tornaram cada vez mais monofuncionais (com foco no comércio varejista), desperdiçando um enorme potencial de diversidade e mistura de usos e atividades.

Todavia, em um contexto cada vez mais forte de concorrência econômica entre cidades, recentemente os centros têm sido objeto de um novo interesse, sendo (re)apropriados fundamentalmente para as atividades ligadas ao turismo, consumo e entretenimento – ou seja, em uma perspectiva funcional. Neste sentido, a complexidade do centro é enfrentada de forma simplificada, sendo reduzida a um problema de patrimônio arquitetônico e cultural, com seus edifícios e espaços públicos históricos e de grande valor simbólico. Mas como espaço do cotidiano, como *espaço social*, ele é colocado em segundo plano.

Fora deste recorte turístico, como resultado das novas demandas do sistema econômico-produtivo e tecnológico, assim como das mudanças culturais e de novos modos de vida, dissemina-se a idéia de “degradação” e ocaso do centro. Na sociedade brasileira contemporânea, o acirramento das diferenças sociais nas últimas décadas é outro componente fundamental deste processo e tem como um dos efeitos mais importantes o surgimento de novos modos de vida urbana como estratégia de proteção contra os “perigos” da cidade, através da disseminação cada vez maior de espaços de vivência e convivência com forte caráter segregador, como condomínios fechados e *shopping centers*. Ao mesmo tempo, formas contemporâneas de comunicação e de circulação urbana (com a opção cada vez maior das classes médias pelo automóvel) concorrem para uma nova estrutura urbana onde a acessibilidade a lugares da cidade tem um novo sentido.

A cidade de Aracaju, que até então havia passado por processos de crescimento de sua malha urbana por movimentos de expansão com *continuidade espacial*, sem muitas lacunas

na ocupação do solo, vai passar a ser, a partir dos anos 80, uma cidade cada vez mais *fragmentada espacialmente*, com um novo tipo de estruturação intra-urbana contendo grandes vazios urbanos. Ou seja, ao invés de um “crescimento urbano por extensão”, observamos aquilo que Fernandes (2007) denomina “crescimento por fragmentação”, ou seja, com saltos espaciais, em decorrência da ação do Estado e do capital privado.

Apesar desta expansão espacial fragmentada, podemos observar que Aracaju, como uma cidade de porte médio, produziu novas centralidades urbanas³, as quais entretanto poderíamos considerar ainda incompletas, parciais, em termos de diversidade e riqueza de espaços públicos e atividades funcionais. No centro principal, há uma “subtração de centralidade por asfixia” (Fernandes, *op. cit.*): apesar de densamente ocupadas, as áreas centrais tornam-se “vazios construídos e vazios políticos” ao se verem desprovidas cada vez mais de habitação, trabalho e lazer.

Neste sentido, é fundamental o entendimento de que há um diálogo entre as noções de centro da cidade e espaços públicos. Neste trabalho, o espaço público é tratado não apenas sob uma perspectiva de morfologia urbana, em sua concretude como espaço físico propriamente dito, mas como parte da esfera pública, em uma dimensão política. Esta associação intrínseca faz com que entendamos o centro da cidade da mesma forma: como espaço político, para além de aspectos funcionais. Discorrer sobre o centro da cidade significa falar de uma vida social que ocorre nos espaços públicos.

3 LEITURA E ANÁLISE DE NOTÍCIAS SOBRE O CENTRO DA CIDADE

3.1 Metodologia

A metodologia adotada consistiu no levantamento de fontes primárias em um periódico diário, o Jornal da Cidade, de cujas edições, em um universo amostral, foram coletadas e classificadas todas as referências sobre o centro da cidade: registros jornalísticos ou opinativos sobre fatos e eventos, publicados por articulistas e jornalistas (neste caso, raramente por cartas de leitores). Foram eleitos quatro períodos anuais, com espaçamento de cinco anos entre eles: 1989, 1994, 1999 e 2004; ao longo de cada um destes espaços cronológicos (janeiro a dezembro) foi feita a leitura apenas das edições de *terça-feira* e *sexta-feira*⁴. A partir disso, foi possível montar um quadro representativo da vida pública no centro da cidade, seu cotidiano, suas imagens e representações.

O registro das notícias foi feito em fichas de pesquisa, como representado na figura 1 abaixo. Além de informações como data da publicação, página, título (e subtítulo, se for o

caso) e conteúdo da notícia, foi assinalado também se se tratava da matéria noticiosa (e se estava em destaque na primeira página ou não) ou opinativa, como as pequenas notas em uma das colunas do jornal (em parte não-assinadas). O conteúdo poderia ser transcrito literalmente ou de forma resumida, eventualmente com algumas citações literais.

2004	JORNAL DA CIDADE		DATA	PG.
Notícia	interna	coluna	TEMA	
	1ª pág.	autor		
TÍTULO				
CONTEÚDO				

Figura 1: Modelo reduzido da ficha de registro das notícias de jornal. Fonte: Elaboração do autor.

O conjunto de notícias coletado e analisado englobou desde eventos políticos e culturais organizados (como greves e manifestações de protesto), apropriação informal do espaço público na vida cotidiana (por camelôs, moradores de rua etc.), passando por referências a edificações significativas centrais, até notícias sobre projetos e intervenções urbanísticas no centro da cidade, dentre diversas outras. Para melhor sistematização e análise, estas notícias foram agrupadas em 12 *eixos temáticos*, como listados na tabela 1.

Foram estes *eixos temáticos de análise* (anotados no campo “tema” da ficha acima) que nortearam a coleta das notícias. Como se pode observar, os eixos de análise foram pensados de tal forma que pudessem abarcar a totalidade das notícias registradas e agrupá-las em um número razoável de grupos temáticos. Buscamos registrar desde notícias sobre eventos políticos e culturais organizados que aconteciam nos espaços públicos, como greves e manifestações públicas, assim como também tudo aquilo que indicasse formas de apropriação informal do espaço na vida cotidiana (camelôs, moradores de rua etc.), passando por notícias sobre edificações significativas para a cidade (mercado central, principal hotel, Palácio de Governo etc.), até o noticiário sobre as atividades econômicas terciárias e sobre projetos e intervenções no centro da cidade.

Complementarmente, buscamos registrar também, separadamente, algumas notícias sobre o que ocorresse *fora* do centro e que tivesse, a nosso ver, reflexos diretos e/ou indiretos para este. No caso, optamos pelo noticiário sobre os *shopping centers*, em função do impacto significativo que este equipamento urbano produziu na cidade de Aracaju.

Tabela 1: Eixos temáticos utilizados para a classificação e análise das notícias coletadas em jornais de Aracaju.

1	Atos e manifestações políticas no espaço público Protestos, comícios, passeatas, greve etc.
2	Eventos culturais no espaço público Música, teatro, Carnaval, São João etc.
3	Cotidiano: organização e regulação do espaço público, formas de uso e apropriação Manutenção do espaço por serviços públicos, como limpeza e varrição; organização do trânsito, estacionamento; comércio informal etc.
4	Calçadão da Rua João Pessoa Sociabilidade na principal rua de pedestres, com troca de idéias e informações de cunho político etc.
5	Edificações do poder Sedes do poder público nos âmbitos municipal e estadual, executivo e legislativo etc.
6	Hotel Palace
7	Mercado Municipal
8	Equipamentos culturais Teatro, cinema, galeria de arte etc.
9	Outras edificações significativas Patrimônio histórico, edificações de acesso público etc.
10	Projetos e intervenções arquitetônicas e urbanísticas Ações e projetos do poder público e da iniciativa privada no centro da cidade
11	Atividades terciárias Comércio varejista e de serviços, atividades econômicas ligadas ao centro da cidade
12	Shopping Center Tratado separadamente, pois fora do centro da cidade

No entanto, alguns cuidados analíticos tiveram que ser tomados. Desde o início da pesquisa esteve claro que as notícias e relatos publicados a respeito do centro vinham de

determinadas vozes da sociedade e refletiam sua época, as quais não podiam ser tomadas como o pensamento do conjunto da população.

Por isso, na análise de notícias procuramos não apenas registrar todas as notícias sobre o centro da cidade, quantificando-as meramente, mas também atentar para o *porquê* (quais as motivações ou qual a causa específica) de um fato ou acontecimento ser publicizado (ou não) pelo jornal e *como* o jornal o faz. Assim, a metodologia adotada consistiu igualmente em registrar a *maneira* como os fatos foram publicados: se em primeira página ou com foto em destaque, se se tratava de um relato sobre algum fato na forma de notícia, se um comentário opinativo, não-assinado, em algumas das colunas do jornal⁵. Este detalhamento mais apurado está contido nas análises de cada eixo temático, as quais não estão apresentadas no âmbito deste artigo⁶.

Entendemos que não existe uma suposta neutralidade jornalística na publicação dos fatos e eventos, pois no processo de produção e circulação de notícias/informações em meios de comunicação que se inserem em uma esfera pública, estão sempre em jogo diversas relações de poder. Chauí (2006, p. 11) chama a atenção para o lugar dos meios de comunicação de massa no mundo contemporâneo, relacionando-o ao totalitarismo descrito por George Orwell em 1984. “Os procedimentos orwellianos são usados cotidianamente”, mesmo nas sociedades democráticas, quando o jornalista no rádio, na televisão e na imprensa escrita, enquanto “formador de opinião”, emite opinião, descreve e narra fatos ou acontecimentos a partir “de um lugar outro, o lugar do saber como lugar do poder”. Na era dos meios de comunicação de massa, as categorias de verdade e falsidade seriam substituídas pelas noções de credibilidade e confiabilidade: “para que algo seja aceito como real, basta que apareça como crível ou plausível, ou como oferecido por alguém confiável” (*op. cit.*, p. 8)⁷.

Chauí (*op. cit.*, p. 72) aborda a questão do exercício do poder pelos meios de comunicação sob dois aspectos principais: o econômico e o ideológico. Mesmo que sejam concessões estatais, os meios de comunicação no Brasil são majoritariamente propriedade privada de indivíduos ou oligopólios, que os utilizam para expressar seus interesses particulares. Estas empresas são parte de uma indústria cultural que são regidas pelos imperativos do capital. Através deste poder econômico *privado*, os meios de comunicação instituem o espaço e tempo *públicos*, mas ele não é exercido pelos seus proprietários. O próprio capital é o sujeito do poder: o poder midiático é um “mecanismo de tomada de decisões que permite ao modo de produção capitalista, transubstanciado em espetáculo, sua reprodução

automática”⁸. Os proprietários dos meios de comunicação seriam apenas suportes do capital.

Este raciocínio perpassa, de alguma forma, a noção foucaultiana de poder difuso que atravessa as relações sociais. Para Foucault (1979), não se detém o poder, pois ele é exercido nas ações e só nelas existe. Dentro de cada sociedade há um combate pelo poder (como um desdobramento das relações de força), ou seja, por aquilo que se entende como verdade, que nada mais é que algo produzido pelos homens, a partir dos enunciados próprios de cada sociedade, em cada momento histórico.

Assim, a relação dos meios de comunicação com o poder vai além dos aspectos econômicos, como frisa Chauí (*op. cit.*, p. 74). Sob o ponto de vista ideológico, a autora recorre a Lefort⁹ e seu conceito de ideologia invisível, segundo o qual “a ideologia contemporânea não parece construída nem proferida por um agente determinado, convertendo-se em um discurso anônimo e impessoal, que parece brotar espontaneamente da sociedade” (*op. cit.*, p. 75). O discurso veiculado pelos meios de comunicação é eficiente se contém uma aura de “generalidade suficiente para homogeneizar a sociedade como um todo”, generalidade esta contida nos relatos da mídia sobre o cotidiano ou assuntos especializados, construindo a “representação imaginária de uma democracia perfeita, na qual a palavra circula sem obstáculos”¹⁰. O exercício do poder ideológico só se torna possível através do que a autora denomina de “ideologia da competência”, sob a forma do discurso do conhecimento, que, por sua vez, é fundamentado na crença da racionalidade técnico-científica. A ideologia da competência pode ser assim resumida: “não é qualquer um que pode em qualquer lugar e em qualquer ocasião dizer qualquer coisa a qualquer outro” (*op. cit.*, p. 76). Apenas os “detentores de um saber” o podem fazer, aqui incluindo o sujeito da comunicação (jornalista, o repórter, o entrevistador etc.).

O panorama da mídia em Sergipe – em particular na capital Aracaju, onde estão sediados a maior parte dos meios de comunicação impressos do estado – reflete a concentração do poder econômico na sociedade local. De modo geral, há uma dependência dos veículos de imprensa sergipanos de famílias economicamente influentes e de grupos políticos. O Jornal da Cidade foi fundado em 1971 e desde 1976 é propriedade de um grupo familiar, os Franco, ligado à política partidária¹¹. Atualmente o Jornal da Cidade tem uma tiragem média de 5.000 exemplares durante a semana e de quase 12.000 na edição de domingo¹².

3.2 O que dizem as notícias sobre o centro da cidade

Nas tabelas 2 e 3, a seguir, estão apresentados os resultados, em números absolutos e percentuais, do levantamento amostral já mencionado (ou seja, edições de terças-feiras e sextas-feiras ao longo dos respectivos anos), resultados estes que se constituem nos cruzamentos dos eixos temáticos de análise (linhas horizontais) com os recortes temporais (linhas verticais) estabelecidos na metodologia.

Tabela 2: Resultados finais do levantamento de notícias sobre o centro da cidade de Aracaju (em números absolutos).

	EIXOS DE ANÁLISE	1989	1994	1999	2004	TOTAL
1	Atos e manifestações políticas no espaço público	18	10	20	5	53
2	Eventos culturais no espaço público	13	15	4	14	46
3	Cotidiano: organização do espaço público, uso e apropriação	11	12	7	12	42
4	Calçadão	18	18	3	0	39
5	Edificações do poder	8	1	1	0	10
6	Hotel Palace	11	6	3	3	23
7	Mercado	4	3	0	28	35
8	Equipamentos culturais	6	5	2	0	13
9	Outras edificações significativas	3	2	2	12	19
10	Projetos e intervenções	2	23	32	21	78
11	Atividades terciárias	2	9	8	24	43
	<i>TOTAL A*</i>	<i>96</i>	<i>104</i>	<i>82</i>	<i>119</i>	<i>401</i>
12	Shopping Center (fora do centro da cidade)	15	3	10	38	56
	<i>TOTAL B*</i>	<i>111</i>	<i>107</i>	<i>92</i>	<i>157</i>	<i>467</i>

Fonte: Levantamento do autor nas edições de terças-feiras e sextas-feiras do Jornal da Cidade (Aracaju) nos respectivos anos.

* O Total A refere-se à contabilização final de todos os eixos de análise sobre o centro da cidade, enquanto o Total B inclui o eixo *shopping center*, que foi tratado separadamente pois não faz

referência direta ao centro (nenhum dos dois *shopping centers* de Aracaju está localizado na área central).

Tabela 3: Resultados finais do levantamento de notícias sobre o centro da cidade de Aracaju (em números percentuais).

	EIXOS DE ANÁLISE	1989	1994	1999	2004
1	Atos e manifestações políticas no espaço público	18,7%	9,6%	24,3%	4,2%
2	Eventos culturais no espaço público	13,5%	14,4%	4,8%	11,7%
3	Cotidiano: organização do espaço público, uso e apropriação	11,4%	11,5%	8,5%	10,0%
4	Calçadão	18,7%	17,3%	3,6%	0,0%
5	Edificações do poder	8,3%	0,9%	1,2%	0,0%
6	Hotel Palace	11,4%	5,7%	3,6%	2,5%
7	Mercado	4,1%	2,8%	0,0%	23,5%
8	Equipamentos culturais	6,2%	4,8%	2,4%	0,0%
9	Outras edificações significativas	3,1%	1,9%	2,4%	10,0%
10	Projetos e intervenções urbanísticas	2,0%	22,1%	39,0%	17,6%
11	Atividades terciárias	2,0%	8,6%	9,7%	20,1%
	<i>TOTAL A*</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>
12	Shopping Center (fora do centro da cidade)	13,5%	2,8%	10,8%	24,2%
	<i>TOTAL B*</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>

Fonte: Levantamento do autor nas edições de terças-feiras e sextas-feiras do Jornal da Cidade (Aracaju) nos respectivos anos.

* Da mesma maneira como feito na tabela anterior, de números absolutos, o Total A refere-se à contabilização final de todos os eixos de análise sobre o centro da cidade, enquanto o total B inclui as notícias do eixo *shopping center*. Desta forma, os percentuais deste último eixo estão relacionados a uma totalização absoluta maior (que perfaz naturalmente 100% também), no caso, o total B.

O ano de **1989** foi escolhido para ser o ponto de partida deste levantamento por dois motivos principais: em maio deste ano aconteceu a inauguração do primeiro *shopping center* de Aracaju, o Riomar, enquanto em outubro/novembro as ruas do centro estiveram em ebulição com as primeiras eleições diretas presidenciais no país, após o regime militar.

A chegada do *Shopping Riomar* vai promover algumas mudanças expressivas e graduais na cidade, não apenas na estrutura e organização do comércio dito tradicional do centro principal, como também no cotidiano de parte da população. Através dos relatos jornalísticos podemos perceber como se instaura na cidade um clima otimista e ufanista com relação à participação da cidade no contexto de modernização da vida urbana, o que pode ser ilustrado por algumas falas publicadas nos jornais. Um anúncio publicitário aponta: “Tudo já está diferente. Com a chegada do Shopping Riomar, a cidade está vivendo um jeito novo de comprar, de ter charme, de andar na moda. O Riomar é um shopping moderno, bem planejado (...)”¹³. Um colunista social escreve: “Como era de se esperar, a moda quentíssima do momento é circular e comprar no Shopping Riomar: um chopp ali, um papo incrementado acolá, reencontro com amigos e a glória de acontecer no requinte do nosso primeiro shopping”¹⁴. Na solenidade de inauguração, o então prefeito, Wellington Paixão, não fica atrás: “O Rio Mar Shopping irá transformar os *vícios* do nosso comércio e amanhã a nossa cidade, como uma menina vaidosa, quando se acordar irá se olhar no espelho e então verá que está com uma *nova maquiagem*, um novo empreendimento”¹⁵ (grifos meus).

Surge, portanto, na paisagem urbana de Aracaju um novo espaço para compras e lazer, mas especialmente surge um espaço conectado com formas do viver urbano pretensamente mais cosmopolitas, onde se assentam novas práticas de sociabilidade do cotidiano, mesmo que segmentada.

O outro fato significativo de 1989 diz respeito aos espaços públicos do centro da cidade. A movimentação de militantes e cidadãos foi muito intensa em torno das eleições diretas, afinal este era um fato novo após quase vinte anos. Muitas notícias registradas se referiam a comícios, passeatas, distribuição de panfletos e estandes de campanha no centro da cidade, principalmente nos calçadões da João Pessoa¹⁶ e Laranjeiras e na Praça Fausto Cardoso. Vejamos como a coluna Periscópio, do Jornal da Cidade, noticia um ato de campanha eleitoral: o senador Albano Franco “fez corpo-a-corpo no calçadão da João Pessoa. O calçadão, considerado o termômetro político da capital, recebeu o candidato ao governo com festa”¹⁷.

Para além das eleições, diversos grupos de trabalhadores e sindicatos tomam partido da localização central dos edifícios de poder para realizarem em suas imediações diversas

manifestações públicas de cunho político. Ao mesmo tempo em que se dirigem aos governantes, estes atos públicos dão visibilidade às suas demandas para os usuários das ruas e praças do centro da cidade.

O calçadão da rua João Pessoa e o Hotel Palace¹⁸ são elementos significativos do centro até o início da década de 90, como vemos na quantidade e no teor das notícias relatadas sobre estes espaços em 1989. Ambos respondem por quase um terço, ou seja, 30,2% do total de 96 notícias levantadas sobre o centro da cidade (18,7% sobre o calçadão e 11,4% sobre o Hotel Palace, respectivamente).

O grupo de eixos de análise que tratam da apropriação dos espaços públicos (eixos 1 a 4) correspondem à maioria absoluta (62,5%) das notícias de 1989, o que demonstra o forte apelo dos espaços públicos centrais na vida da cidade. Dentre as edificações significativas, destaca-se o mencionado Hotel Palace, cuja espacialidade está intimamente relacionada à Rua João Pessoa e, indiretamente, aos edifícios do poder (sede do Governo Estadual, Assembléia Legislativa, sede da Prefeitura Municipal) localizados no outro extremo da rua, no entorno da praça Fausto Cardoso.

Como a metodologia da pesquisa previa apenas a coleta de notícias sobre o centro da cidade, com exceção dos *shopping centers*, não foi possível detectar a emergência de novos espaços fora da área central. Mas, a partir de algumas notícias registradas à parte, pudemos ter uma idéia superficial de que isto já começava a acontecer neste fim da década de 80. Nos primeiros meses de 1989, por exemplo, especulava-se a construção de um novo teatro no bairro da Coroa do Meio e de um Museu da Cidade no Parque da Sementeira, ambos nas proximidades do *shopping* Riomar (projetos que não foram concretizados), e em 1988 havia sido concluída a construção de um calçadão de lazer no bairro 13 de Julho. Além disso, a Praia de Atalaia recebia, nesta década, diversos investimentos públicos e privados para a construção de hotéis e urbanização da orla. Tudo isso nos fornece indícios do surgimento de novas centralidades de lazer e sociabilidade e de um eventual enfraquecimento da área central.

Nas notícias ao longo do ano de **1994**, já podemos perceber indícios de consolidação do *shopping center* Riomar na vida urbana, assim como algumas expressões de declínio do centro da cidade como espaço de consumo e de sociabilidade urbana. Ao mesmo tempo, e como tentativa de resposta a estes indícios de declínio, também se intensifica significativamente o percentual de notícias do eixo temático *projetos e intervenções*. Este eixo absorve 22,1% (23 notícias) do total de 104 em todo o ano de 1994.

Em dezembro deste ano, acontece a inauguração da Rua 24 Horas, projeto inspirado no modelo de Curitiba e capitaneado pelo poder público, através do Governo do Estado, como uma tentativa de dar uma nova dinâmica à área central, já ressentida com a migração de parte das classes de maior poder aquisitivo para o *shopping* Riomar. Das 23 notícias do eixo, 17 referem-se a este projeto. O restante (6 notícias) aborda a polêmica discussão sobre os destinos do degradado mercado municipal central, impasse que seria resolvido nos anos seguintes.

A título de ilustração, vamos observar o que disse o governador João Alves Filho na época, publicada em matéria do Jornal da Cidade:

as vantagens (da Rua 24 Horas) são inúmeras, a começar pela revitalização do centro, que atualmente experimenta o impacto da inauguração do Shopping Riomar, fora da zona central da cidade. (...) Um novo shopping está nascendo em pleno centro da cidade¹⁹.

E o presidente do CDL (Clube de Diretores Logistas), Max Andrade, reforça: “Esse novo empreendimento vem revitalizar o centro comercial de Aracaju, que já carecia de um complexo dessa natureza, (...) trará para o turismo mais uma atração”²⁰.

Outro fato importante neste ano foi o fechamento do Hotel Palace, o mais importante hotel da cidade até então, em função do surgimento de hotéis na orla da Atalaia, resultado de políticas públicas que buscavam consolidar a praia como espaço turístico e de lazer. O encerramento de suas atividades produz um forte impacto para o centro, não apenas sob o ponto de vista econômico, mas especialmente pelo simbolismo que ele representava. Do percentual de 11,4% sobre o total do ano, registrado cinco anos antes, verificamos em 1994 que apenas 5,7% (6 notícias) citam o referido hotel. E todas elas tratam justamente do processo de encerramento das suas atividades, e não mais sobre a intensa vida pública que ali acontecia, como uma extensão do calçadão da João Pessoa.

Sobre este espaço (o calçadão), observamos ainda a manutenção do percentual de notícias (17,3%) em relação a cinco anos antes. De modo geral, o grupo de eixos temáticos sobre apropriação de espaços públicos (eixos 1 a 4) ainda representa mais da metade do total do ano: 52,8% (55 notícias), ainda que apresente uma ligeira queda em relação a 1989. Um indício de declínio do centro está na dinâmica do carnaval de rua, que entra em processo de decadência a partir do surgimento, neste ano, da festa privada Pré-caju, nos moldes de uma micareta pré-carnavalesca. Das 15 notícias do eixo *eventos culturais no espaço público*, apenas 3 delas referem-se ao carnaval no centro.

As pouco numerosas notícias sobre *shopping centers* (apenas 2,8%) podem ser explicadas pela não termos em 1994 um fato de grande repercussão, como havia sido a inauguração do Riomar. Mas uma parte das numerosas notícias sobre a Rua 24 Horas (vinculadas ao eixo *projetos e intervenções*) façam referência ao Riomar como um contraponto fora do centro tradicional, o que demonstra a consolidação do *shopping center* na vida urbana.

O ano de **1999** nos apresenta a consolidação dos *shopping centers* como novas formas (incompletas) de centralidade urbana. Dois anos antes havia sido inaugurado o Shopping Jardins, no bairro do mesmo nome. Também em 1997 um outro fato importante foi a transferência da sede do governo estadual para um edifício administrativo no bairro Grageru, deixando vazio o Palácio do Governo na Praça Fausto Cardoso.

Constatamos que, em 1999, caiu sensivelmente o número de notícias sobre o calçadão da João Pessoa (apenas 3, correspondendo a 3,6% do total do ano), assim como as poucas notícias sobre o antigo Hotel Palace tratam dos problemas estruturais de uma edificação abandonada e sem utilização e do seu futuro incerto. Com apenas 4 registros (4,8%), outra queda considerável é no eixo *eventos culturais no espaço público*, que antes era alimentado principalmente pelo noticiário sobre o carnaval. Em 1999, o Pré-caju (fora do centro da cidade) já está firmado no calendário de festas da cidade, esvaziando completamente o carnaval no centro.

Entretanto, uma exceção é o número de registros sobre *manifestações públicas no espaço público* que não declina, mas até aumenta, apesar da saída do Palácio do Governo do centro. São 20 notícias (24,3% do total de 1999), uma quantidade que pode ser explicada pelo contexto de crise econômica em que vivia o país naquele final da década de 90, demandando diversos protestos em ruas e praças públicas contra a política econômica do governo federal. Mas, em resumo, continua caindo a participação sobre o total dos eixos 1 a 4, os que tratam dos espaços públicos: o percentual caiu de 52,88% (1994) para 41,4% em 1999.

Ao mesmo tempo, porém, dois projetos significativos foram concluídos em 1999, elevando ainda mais a representatividade do eixo 10 (*projetos*). Como já tratado antes, um deles foi o projeto de revitalização dos mercados municipais centrais, que consistiu no restauro dos dois edifícios históricos (mercados Antonio Franco e Thales Ferraz, das décadas de 20 e 40, respectivamente) e na construção do novo Mercado Albano Franco; o outro foi o Projeto de Revitalização do Centro Histórico. Do total de 82 notícias em 1999, quase metade (39%) trata destes dois grandes projetos. Ambos foram muito bem recebidos pela sociedade, pois, naquele momento, parecia claro que o centro da cidade precisava de grandes intervenções

de impacto para reverter o processo de decadência em que ele, supostamente, se encontrava.

Ao mesmo tempo, observamos o surgimento na mídia de diversas falas de políticos e empresários que abordam a questão do turismo e da imagem da cidade, em um contexto de concorrência entre cidades, especialmente do litoral nordestino. Se, de certa forma, estas preocupações já estavam presentes nos anos 80 quando dos enormes investimentos na orla da Atalaia, em uma perspectiva de turismo de praia, agora emergem mais fortemente questões sobre identidade, história e cultura, sobre as quais está associado o conjunto arquitetônico e urbanístico do centro da cidade. Intrínseco a isto, são cada vez mais freqüentes as grandes produções de eventos e festas regionais, como forma de captação de turistas e de “resgate” ou reforço da identidade local. Destacam-se o Pré-caju (fora do centro) e o Forrócaju, no São João. Não é por acaso que o centro da cidade e o mercado passam a ser objetos de requalificação.

A arquiteta Kátia Loureiro, do escritório Trama Urbanismo, autora do Projeto de Revitalização do Centro de Aracaju, afirma que a meta é:

criar um espaço mais atrativo para a população e turistas. A revitalização urbanística terá intervenção sobre o tráfego; a calçada da Av. Ivo do Prado será ampliada com o avanço sobre o rio; as praças Fausto Cardoso e Olimpio Campos serão um pólo de recepção e convivência turística. (...) Vamos homenagear as casas históricas que foram demolidas, resgatando a memória histórica do sergipano e contando a história da cidade ao visitante²¹.

O período abrangido pelo ano de **2004** nos fornece um número bem maior de notícias na soma de todos os eixos de análise: são 119 registros sobre o centro da cidade, acrescidos de mais 38 sobre os *shopping centers* (fora do centro).

As mencionadas grandes intervenções físicas na área recolocaram o foco da opinião pública de volta ao centro da cidade, mas podemos afirmar que, de certa maneira, os espaços públicos centrais deixaram de ser espaços de sociabilidade e de visibilidade de diferenças. Destacam-se notícias sobre grandes eventos e sobre espaços com forte apelo turístico, como o mercado central. As notícias a respeito da vida social e do burburinho no calçadão da João Pessoa, por exemplo, tão freqüentes nas edições de 1989 e ainda em 1994, são inexistentes em 2004, e a apropriação do espaço público para manifestações políticas corresponde a apenas 4,2%.

Como espaços públicos fortes, as praças cívicas e religiosas (Fausto Cardoso e Olimpio Campos) e o calçadão da João Pessoa já estavam enfraquecidos; apenas o último apresentava em 2004 (e ainda apresenta hoje) uma urbanidade mais intensa em função das

funções terciárias que desempenha, mas não mais como espaço de múltiplas sociabilidades. As praças centrais se mantiveram em 2004 ainda como espaços protagonistas para a cidade apenas enquanto remanescentes simbólicos de um passado recente (como parte do reforço da identidade e história da cidade). Como praças arborizadas elas cumprem muito mais as funções de contemplação e promoção de um melhor balanço climático.

A ênfase no turismo de eventos está evidenciada no aumento do número de notícias do eixo *eventos culturais* em 2004. Das 14 notícias neste eixo, 9 delas se referem ao Pré-Caju, que por dois anos (2003 e 2004) aconteceu excepcionalmente no centro da cidade, na região dos mercados, e ao Forrócaju²², que também acontece na Praça de Eventos do mercado.

Mas, por outro lado, paralelamente às festas e eventos, constatamos uma grande quantidade de notícias (28, ou seja, 23,5% do total do ano) sobre o Mercado que tratam, basicamente, do cotidiano naquele espaço requalificado. Evidenciam-se, inclusive, conflitos entre a atividade do turismo e uma realidade urbana marcada por contradições sociais: em uma matéria do Jornal da Cidade, os comerciantes reclamam da existência de “pedintes e adolescentes” dentro dos mercados “que furtam objetos dos clientes” e, segundo uma comerciante, “a situação tem espantado os turistas, que se sentem incomodados”²³. Isto nos aponta para uma exceção dentro do processo de declínio das notícias sobre uso e apropriação dos espaços públicos, como verificado. Ou seja, para além dos grandes eventos e do turismo, o projeto de intervenção conseguiu também promover, de uma forma ou de outra, uma renovação do complexo dos mercados municipais enquanto um espaço público no centro da cidade. É, talvez, o único dos espaços públicos centrais que se revigorou.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na sociedade contemporânea, a mídia impressa é um canal, dentre muitos outros, para expressão de opiniões e interpretações sobre a vida pública, muito embora relativamente restritivo, pois o acesso aos meios de comunicação, tanto para *obtenção* de informação como para *produção* e *disseminação* de informação e opinião, é desigual e seletivo, restringindo-se, normalmente, a uma elite econômica e cultural. Desta maneira, sabemos que o levantamento de notícias publicadas sobre o centro da cidade em um jornal diário nos forneceu um desenho apenas parcial, mas, mesmo assim, bastante rico sobre o cotidiano da cidade, seus conflitos, disputas e supostos consensos, em um momento significativo para a cidade de Aracaju (anos 80 em diante), marcado pela resignificação do centro e de seus

espaços públicos (espacialidades tornadas arcaicas e por isso estigmatizadas por grupos sociais com maior força na produção de informação e opinião na mídia impressa), concomitante com a produção de novas práticas e novos espaços (privados), ditos modernos. Neste sentido, ainda que parcial, foi possível construir um quadro interpretativo de *determinadas* vozes da sociedade e de sua época.

Este viés de investigação – a relação entre jornal e cidade – permite um aprofundamento posterior e diversos outros olhares que não se esgota aqui, no âmbito deste artigo. O que apresentamos foi apenas uma forma de apreensão, dentre muitas outras possíveis, do rico material disponível sobre a cidade e a sua vida social que podem ser obtidas nas páginas de um jornal.

AGRADECIMENTOS

O presente trabalho foi realizado com o apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) do Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT).

REFERÊNCIAS

CHAUÍ, Marilena. **Simulacro e poder**: uma análise da mídia, São Paulo, Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

FERNANDES, Ana. **Centralidade subtraída**, Conferência apresentada no SILACC 2007 (Simpósio Latino-americano sobre Cidade e Cultura), São Carlos, 2007.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979.

FRUGOLI JR., Heitor. São Paulo. **Espaços públicos e interação social**. São Paulo, Marco Zero, 1995.

SILVA, César Henriques Matos e. **Espaço público político e urbanidade: o caso do centro da cidade de Aracaju**. Salvador, 2009 (tese de doutorado – Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo – UFBA).

SILVA JR., J. A. **Fluxos de notícias e cidades**: redes digitais, urbanidade, e o lugar do jornal, *In*: Prysthon, Ângela; Cunha, Paulo (org.). *Ecossistemas Urbanos*: a cidade e suas articulações midiáticas, Porto Alegre, Sulina, 2008

VARGAS, H, e CASTILHO, A. L. H. **Intervenções em Centros Urbanos**, Barueri, Manole, 2006.

1 Franciscato, C. E. A fabricação do presente: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais. Aracaju: Editora da UFS, 2005.

2 Aracaju nasceu sob a égide do “novo” e do progresso. Foi fundada em 1855 para ser a capital da província de Sergipe, opondo-se ao “velho”, representado pela antiga capital, São Cristóvão. À parte o significado simbólico de uma nova cidade, foram fundamentalmente questões político-econômicas (a construção de um porto fluvial com maior capacidade e a proximidade com a produção açucareira do vale do rio Cotinguiba) que legitimaram a decisão do então Presidente da Província Inácio Joaquim Barbosa de transferir a sede político-administrativa para uma nova localização às margens do Rio Sergipe.

3 Podemos identificar a existência de dois importantes sub-centros comerciais e de serviços em Aracaju – um no bairro Siqueira Campos com um comércio mais popular, e outro, mais recente e voltado a uma população de maior poder aquisitivo, na região em torno do bairro 13 de Julho, que inclui ainda os bairros São José, Salgado Filho, Grageru e Jardins (Costa, 2006, p. 150-157). Além destes bairros urbanos, temos obviamente os *shopping centers* Riomar, inaugurado em 1989, e o Jardins, de 1997, como centralidades de novo tipo, em espaços privados, que se tornaram pólos de comércio, lazer e, cada vez mais, sociabilidade urbana (para maiores detalhes sobre a estruturação dos sub-centros em Aracaju, ver Silva, 2009).

4 O levantamento das notícias foi realizado também nas edições de um outro diário local, o Jornal de Sergipe, mas apenas no período de julho a dezembro de 1989. A coleta do material neste jornal ao longo do mesmo período dos demais anos, como inicialmente previsto, não foi possível em virtude do periódico não estar mais em circulação.

5 Algumas das colunas do Jornal da Cidade são de responsabilidade de não-jornalistas, a exemplo das colunas sociais (João de Barros, por exemplo) ou as de política e variedades, como a Notas e Comentários, por Jurandyr Cavalcanti.

6 Para esta análise temática mais acurada, ver Silva (2009).

7 Chauí coloca o apelo à vida privada e à intimidade como base de apoio da credibilidade e da confiabilidade no mundo contemporâneo: “Os códigos da vida pública passam a ser determinados e definidos pelos códigos da vida privada, abolindo-se a diferença entre espaço público e espaço privado” (Chauí, 2006, p. 9).

8 Kehl, Maria Rita e Bucci, Eugenio. Videologia. São Paulo: Boitempo, 2005, *apud* Chauí, 2006, p. 74.

9 Lefort, Claude. Esboço de uma gênese de ideologia nas sociedades modernas. In: As formas da história. São Paulo: Brasiliense, 1982, *apud* Chauí, 2006, p. 74.

10 Lefort (1982), *apud* Chauí, 2006, p. 76.

11 Atualmente pertence a Oswaldo Leite Franco e Marcos Leite Franco Sobrinho (Souza, 2006). Dois dos mais destacados membros da família são Augusto Franco, que já exerceu os cargos de deputado federal (1967-1971), senador (1971-1979) e governador do Estado no período entre 1979 e 1982; e seu filho Albano Franco, que já foi deputado estadual (1967-1971), senador (1983-1994) e governou o Estado por dois mandatos consecutivos: 1995-1999 e 1999-2003.

12 Pacheco, Márcia. JC completa 38 anos de história. 27/02/2009. In: <http://www.jornaldacidade.net/2008/noticia.php?id=27053>. Acesso em 12/12/2009.

13 Anúncio publicitário sobre inauguração do Shopping Riomar. Jornal da Cidade, 08/05/1989.

14 Jornal da Cidade, coluna João de Barros, 09/05/1989, p. 10.

15 "Aracaju inaugura seu primeiro shopping", Jornal da Cidade, 09/05/1989, p. 9.

16 A rua João Pessoa é a principal rua comercial do centro de Aracaju. Em 1978 sofreu intervenção urbanística e foi transformada em rua de pedestres.

17 "Caminhada". Jornal da Cidade, 26/08/1994, coluna Periscópio, p. 4.

18 O Hotel Palace, construído nos anos 60 pelo poder público estadual, foi por muitos anos o principal hotel da cidade, até suas portas se fecharem definitivamente em 1994. Seu restaurante e salões de festas eram alguns dos principais espaços de sociabilidade da elite política e econômica. Até hoje o edifício está abandonado, apenas seu térreo é arrendado para lojas comerciais.

19 "Governador visita obras da Rua 24 Horas". Jornal da Cidade, 08/07/1994, p. 5.

20 "Codise faz seleção para a Rua 24 Horas". Jornal da Cidade, 09/08/1994, p. 5.

21 "Reforma do centro inicia este mês". Jornal da Cidade, 07/04/1999, p. B-9.

22 O Forrócaju é um grande evento junino de caráter cultural e turístico, abrigando diversos shows de música e apresentações de quadrilha. A partir de 2002, a festa passa a ter proporções muito maiores em um contexto cada vez mais explícito de competição com as festas de São João de Caruaru (PE) e Campina Grande (PB).

23 "Comerciantes do mercado se irritam com pedintes". Jornal da Cidade, 01 e 02/02/2004, s/p.