

## **“Ocupa Rua”: um projeto de reuso das ruas do Centro de São Paulo, a partir da pandemia da Covid-19.**

## **“Ocupa Rua”: a project for reusing the streets of downtown São Paulo starting with the Covid-19 pandemic.**

### ***Claudia Erthal***

Pesquisadora de pós-doutorado e Doutora em Meios e Processos Audiovisuais da Universidade Federal de São Carlos.

E-mail:

[claudiaerthal2@gmail.com](mailto:claudiaerthal2@gmail.com)

### **Resumo**

Este texto propõe uma reflexão a partir do conceito das cinco peles, criado pelo arquiteto e artista austríaco Friedensreich Hundertwasser, tendo como objeto o projeto-piloto “Ocupa Rua”, realizado em São Paulo, sobre novos usos de um centro urbano e das camadas de percepção e vivência que este projeto pode proporcionar. Parte de caminhadas, leituras e o uso de dispositivos móveis pelos usuários/caminhantes locais como forma de comunicação e pertencimento social, geram uma dinâmica comunicacional viva. A presença do usuário, que parece colaborar com a criação de novas camadas de leitura da cidade perpassa este texto. Acredita-se que ele ultrapasse o propósito comercial e, ao conter conceitos de revitalização como uma fonte de possibilidades de reuso das ruas, seja também uma forma de reuso e da cidade como um todo.

**Palavras-chaves:** “Ocupa Rua”; Cinco Peles; Espaço Urbano; Dispositivos móveis; Pandemia.

### **Abstract**

This article proposes a reflection based on the concept of the five skins created by the Austrian architect and artist Friedensreich Hundertwasser, having as its object the pilot project “Ocupa Rua”, carried out in São Paulo, on new uses of an urban center and the layers of perception and experience that this project can provide. It includes walks, readings and the use of mobile devices by users/walkers as a form of communication and social belonging, generating a lively communicational dynamic. The presence of the user who seems to collaborate with the creation of new reading layers for the city permeates this text. It is believed that it

goes beyond the commercial purpose and, by containing concepts of revitalization as a source of possibilities for reusing the streets; it becomes also a form of reuse and of the city as a whole from this starting point.

**Keywords:** “*Ocupa Rua*”; Five Skins; Urban Space; Mobile devices; Pandemic.

## Introdução

A cidade de São Paulo se orgulha do título de capital da gastronomia no Brasil por oferecer uma diversificada culinária mundial e fazer dela um grande mercado de consumo. Mas entre março de 2020 e maio de 2021, cerca de 12 mil bares e restaurantes fecharam as portas definitivamente na cidade, como efeito da crise econômica provocada pela pandemia mundial da Covid-19, que fez com que a população fosse obrigada a ficar em casa aguardando as medidas sanitárias<sup>1</sup>. Com o objetivo de combater o encerramento das atividades comerciais de estabelecimentos da área gastronômica nesta região, o projeto “Ocupa Rua” foi criado em maio de 2020, em cinco ruas do Centro, uma área afetada pela falta de público, principalmente o público flutuante do horário comercial. Desenvolvido de maneira colaborativa com a participação de *chefs* de cozinha<sup>2</sup>, arquitetos, empresários, jornalistas e o poder público, o projeto surgiu de uma questão comum a todos: como atrair o público de volta para os bares e restaurantes daquele bairro com segurança sanitária? A solução encontrada foi importada de projetos criados em New York e Paris meses antes: terraços ocupando vagas de carros como extensões da calçada dos bares e restaurantes. Estes espaços receberam mobiliário, pintura, plantas e lixeiras, e

---

<sup>1</sup>Ver em:<https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2021/04/25/12-mil-bares-e-restaurantes-fecham-na-capital-paulista-durante-pandemia-diz-associacao-delivery-se-consolida.ghtml>

<sup>2</sup>Reconhecidos nacional e internacionalmente, Janaína Rueda e o marido Jefferson Rueda, são *chefs* e sócios no Bar da Dona Onça, no A Casa do Porco e no Hot Pork Not Pork, localizados na área do *Ocupa Rua*. Em 2021, A Casa do Porco foi escolhido como o 17º melhor restaurante do mundo pela revista britânica *Restaurant*. Janaína Rueda foi eleita Ícone da América Latina/2020 pelo 50 Best, prêmio anual com os 100 melhores restaurantes do mundo. Em 2019, Jefferson Rueda ficou em 39º lugar nesta mesma lista e tem uma estrela Michelin por seu trabalho. Mais informações em: [https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2021/10/05/a-casa-do-porco-no-centro-de-sp-e-eleito-o-17o-melhor-restaurante-do-mundo-segundo-a-lista-worlds-50-best.ghtml?utm\\_source=push&utm\\_medium=app&utm\\_campaign=pushg1](https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2021/10/05/a-casa-do-porco-no-centro-de-sp-e-eleito-o-17o-melhor-restaurante-do-mundo-segundo-a-lista-worlds-50-best.ghtml?utm_source=push&utm_medium=app&utm_campaign=pushg1)

transformaram as cinco ruas do projeto em ponto de visibilidade e pertencimento social.

Ao dar destaque ao antigo comércio do bairro, o projeto trouxe uma outra circulação de pessoas para o lugar, guiadas por dispositivos móveis e redes sociais (ERTHAL, 2018). Um novo público chega ali em busca de novidades, refeições, bebidas, lazer, beleza, segurança e ar livre. Graças à geolocalização dos dispositivos e a postagem de informação on-line por parte dos usuários, as práticas do “Ocupa Rua” revestem o corpo urbano com uma nova pele tecnológica, criando camadas adicionais de significado e circulação simbólica, tanto para o local quanto para si próprios. Mesmo sem aplicativos específicos, ou indicações em um mapa público como o Google Maps, o “Ocupa Rua” virou tendência. O usuário se posta nas redes sociais, produzindo informação e criando um acontecimento comunicacional ao vivo (MARCONDES FILHO, 2013) no tecido permeável da metrópole. Uma espécie de “boca a boca” virtual, que faz a cidade se movimentar e estabelecer novos significados socioculturais.

Através da observação empírica, de artigos publicados na imprensa e disponíveis na internet, de uma leitura de teóricos e ensaístas, e de uma leitura da teoria das cinco peles de Hundertwasser (RESTANY, 1987), este artigo reflete e explora as conexões socioeconômicas deste novo espaço urbano reinventado para atrair o usuário das redes sociais e as questões socioculturais imbricadas no remapeamento de um espaço público, que agora integra uma nova maneira de viver e conviver.

O usuário de dispositivos móveis, como celulares e *tablets* se move pela cidade ao mesmo tempo como cidadão, como observador e também como sujeito comunicacional de uma realidade na qual o ato da comunicação se estabelece ao vivo e em um lugar/tempo em que se mesclam como atores e produtores de informação. A produção de informação se dá no ato do seu acontecimento e no momento em que postam, curtem, repostam e comentam a própria realidade em si na plasticidade do tecido permeável da metrópole contemporânea, trazendo para perto desta realidade uma leitura possível do *Flanêur*, de Benjamin.

O que se pretende no artigo é mostrar, através da leitura de reportagens e publicações sobre o assunto, além das próprias percepções empíricas a partir da

vivência da autora no local, como pode acontecer o redesenho de um espaço urbano traçando novas rotas de uso público. Com árvores, plantas, lixeiras, menos carros e ruas mais limpas e seguras, o “Ocupa Rua” é um projeto-piloto e trouxe para a cidade uma nova roupagem, uma nova pele (RESTANY, 1987), alterando o significado sociocultural (EICHER, 1987), no sentido de uma nova forma de habitá-la e tornando-a um meio social e identitário de gerações mais preocupadas com o que as mudanças podem oferecer de humano, com novas materialidades e significados e com uma nova circulação da economia simbólica do que a cidade pode representar para cada um.

## 1. O Centro de São Paulo

A área do Centro de São Paulo<sup>3</sup> na qual este trabalho dedica atenção, só foi incluída como expansão do antigo Centro a partir do século XIX, um movimento impulsionado pelo Ciclo do Café, que teve como consequência o crescimento econômico, bem como a importância política local. Imigração, ferrovias e capital permitiram que São Paulo começasse a se industrializar. Com esse momento aconteceram também as mudanças na paisagem da cidade, que atraiu a construção de novos edifícios, a partir do Vale do Anhangabaú, a construção do Viaduto do Chá (1892) e do Viaduto Santa Efigênia (1913), permitindo a transposição de barreiras naturais para permitir a expansão e a verticalização da cidade.

Do outro lado do Vale do Anhangabaú nasceu, então, uma nova região, denominada Centro Novo, que hoje se estende até a avenida Paulista. Esta última se tornou o centro financeiro da cidade nas décadas a partir de 1970. O distrito da República é parte do Centro Novo e se formou ao redor da antiga Praça das Milícias – ainda do século XVIII – rebatizada de Praça da República, a partir da proclamação em 1889.

Durante a primeira metade do século XX, formou-se então, essa nova centralidade, um novo eixo cultural e comercial com intervenções que instituem à cidade, uma série de camadas, estabelecendo mudanças que passam pela construção

---

<sup>3</sup>Conforme: <http://www.acervosdacidade.prefeitura.sp.gov.br/PORTALACERVOS/>



de lojas, empresas, restaurantes, cafés e edificações de finalidade cultural, como o Theatro Municipal em 1911, que atrai hotéis e outros serviços para a nova área.

A região da República é uma das que mais contribui para o desenvolvimento da cidade, atraindo edifícios de moradia, como o Copan, inaugurado em 1965, onde moram cerca de 5 mil pessoas; além de universidades, empresas, hotéis, comércio, bares e restaurantes, vida noturna e serviços, e tornando-se uma influência importante até hoje para a construção da ideia do que se chama atualmente de Centro de São Paulo, uma referência para habitantes e turistas, como sendo o local a partir de onde a cidade cresce e se desenvolve no século XX.

Atualmente, com 12,39 milhões de habitantes<sup>4</sup>, São Paulo é uma das cidades mais populosas do mundo e passa constantemente por transformações. Suas regiões atravessam igualmente momentos de ascensão e decadência, que dependem de políticas públicas sujeitas à sazonalidade do poder e que podem, como consequência, atrair investimentos. Um local também de contrastes sociais, que abriga populações em situação de rua e em grave situação socioeconômica.

No entanto, mesmo ao redor de sérios problemas e que parecem ser evitados pelas administrações públicas, surgem projetos de renovação do Centro e de parte do Centro Novo<sup>5</sup> e a região deve receber requalificação de praças, parques e calçadas, ciclovias e caminhos verdes, que contemplam intervenções paisagísticas. Renovações como esta têm impacto no cotidiano da cidade e iniciativas relacionadas à economia criativa, melhoria nos serviços de limpeza dos bairros, iluminação, eventos, segurança e aumento do orçamento para obras de zeladoria urbana, que fazem parte do Plano de Metas da Prefeitura de São Paulo para essa área da cidade.

Popularmente, Centro Novo e Centro Velho são tratados de Centro, sempre com a especificação de alguma referência da região. Para fins desta reflexão, usaremos apenas Centro para a região fixada por este trabalho.

O Centro das cidades sempre foi um local de grande circulação de pessoas que, de modo geral, concentra as atividades comerciais e de serviços das cidades. São Paulo

---

<sup>4</sup>Conforme: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/sao-paulo/panorama>

<sup>5</sup>Em conformidade com: 1) <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2021/07/gestao-nunes-lanca-pacote-de-isencoes-para-revitalizar-centro-de-sp.shtml> ; 2) <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2021/07/falta-participacao-popular-em-projeto-de-nunes-para-revitalizar-centro-de-sp-dizem-especialistas.shtml>

não é diferente, embora com as inúmeras expansões, como a de bairros que viraram distritos que concentram hoje também uma certa autonomia, tirando do Centro esta função imediata. Mesmo assim, pode-se afirmar que o Centro é ainda um local que estimula o andar a pé e proporciona um vislumbre da região do ponto de vista de quem se desloca caminhando. Carros, motocicletas, bicicletas, ônibus e metrô circulam no Centro de São Paulo de maneira intensa. Com as mudanças e estruturas criadas por diversos governos, passou a ter ciclovias, ruas fechadas para pedestres que, sazonalmente, trouxeram para esta região o estímulo de frequentar o local, devido a sua vida comercial, cultural, bem como a sua diversidade gastronômica. Hoje, o Centro de São Paulo concentra uma oferta de centros culturais, museus e pontos de cultura, em uma cidade que abriga também uma variedade de bares, restaurantes e possibilidades de desfrute da gastronomia nacional e internacional. A ida a locais de cultura e de gastronomia também estimula por si só a caminhada por ruas, às vezes, mais estreitas, em contraste com as largas avenidas que traçam um mapa da evolução e das transformações da cidade.

## **2. Pandemia**

O cenário da pandemia mundial do Novo Coronavírus projetou uma crise econômica global, que atingiu ainda mais duramente países em desenvolvimento, como o Brasil, projetando números vultosos e estabelecendo cenários econômicos agravados pelo encerramento de atividades empresariais e o crescente desemprego. A título de ilustração e segundo a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes, apenas na capital, São Paulo, doze mil bares, restaurantes e lanchonetes fecharam suas portas de vez entre março de 2020 e abril de 2021. As restrições de funcionamento impostas pela pandemia do Coronavírus, a consequente ausência do público presencial e a queda nas vendas são apontadas como as principais causas. Segundo a mesma fonte, em números estaduais “das 250 mil empresas do setor, 50 mil deixaram de existir durante a pandemia. Do 1,8 milhão de empregados do ramo no estado, 400 mil perderam seus postos de trabalho no mesmo período.”<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup>Os dados são da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel-SP), publicados na grande imprensa em maio de 2021. Conforme: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2021/04/25/12-mil-bares-e-restaurantes-fecham-na-capital-paulista-durante-pandemia-diz-associao-delivery-se-consolida.ghtml> .

Com o objetivo de superar as perdas econômicas, muitos destes estabelecimentos migraram para o serviço de entregas por aplicativo ou telefone. Apenas em uma das maiores plataformas em atividade no país, a iFood, o número de cadastrados cresceu 78% no estado entre março e dezembro de 2020<sup>7</sup>. São informações como esta que levam à percepção de que comerciantes de todas as áreas sofreram e ainda sofrem os impactos da pandemia no país<sup>8</sup>.

Para superar uma situação de ameaça de encerramento das atividades, alguns proprietários de bares e restaurantes do Centro de São Paulo buscaram, primeiramente, soluções individuais para seus estabelecimentos. E, reunidos, outros profissionais desenvolveram uma ideia que viria a ter uma repercussão mais ampla do que apenas o seu objetivo inicial de não fechar as portas em definitivo.

Em uma das etapas de abertura do comércio durante a pandemia, quando bares e restaurantes começaram a receber clientes de maneira restrita, sem atender no salão, um projeto-piloto de ocupação das ruas do Centro Novo transformou a maneira de trabalhar durante este período, atraindo novamente o cliente para o estabelecimento. Dessa vez, nas calçadas, como já se costuma fazer em tempos não pandêmicos nos bares e cafés brasileiros, e nos terraços de cidades da Europa e dos Estados Unidos. Agora, com foco nas áreas externas, este projeto instituiu uma nova forma de relacionamento do cliente com o estabelecimento e, por consequência, com a cidade. E mesmo sendo um projeto-piloto, lançou um novo olhar sobre a relação com a rua e com a cidade. Esta região, tradicionalmente frequentada com fins comerciais e para a resolução dos assuntos do dia a dia, voltou a atrair clientes e trouxe um fôlego novo para bares e restaurantes que não precisaram encerrar as atividades.

### 3. “Ocupa Rua”

Calçadas ampliadas até os locais onde antes se estacionavam os carros, mesas na rua, árvores e plantas em vasos, lixeiras e iluminação. Cinco ruas do Centro de São Paulo foram revitalizadas, oferecendo à população uma opção de convívio,

---

<sup>7</sup>Idem.

<sup>8</sup>Até o momento da entrega deste artigo, o Brasil ultrapassa a marca de 600 mil mortos por Covid-19. Os números são do Conass (Conselho Nacional de Secretários de Saúde). Conforme em: <https://www.conass.org.br/painelconasscovid19/>

refeições, passeios e contato com um patrimônio arquitetônico, histórico e cultural. A princípio, as ruas de intervenção são General Jardim, Major Sertório, José Paulo Mantovan Freire e Bento Freitas, beneficiando trinta e um estabelecimentos no total. O projeto “Ocupa Rua” foi idealizado por profissionais de arquitetura e comunicação, juntamente com donos de bares e restaurantes, que passaram quase seis meses de portas fechadas.

Um projeto relevante pela sua finalidade comercial, mas também pelo caráter de revitalização urbana, curiosamente recebeu uma cobertura de mídia bastante tímida, ficando restrita às reportagens factuais diárias ou semanais, sem maior aprofundamento sobre as repercussões na vida urbana da cidade. Foi através de uma delas que esta autora conheceu o “Ocupa Rua” e é a partir de algumas destas reportagens que extraímos referências imediatas e factuais sobre o assunto. A atuação do projeto em redes sociais se restringe a um perfil no Instagram (@ocuparua).

A jornalista e crítica gastronômica Alexandra Forbes teve a iniciativa do projeto e se uniu à *chef* e empresária Janaína Rueda, do Bar da Dona Onça e ao parceiro de negócios e marido dela Jefferson Rueda, do A Casa do Porco; ao arquiteto Gustavo Cedroni e ao paisagista Marcelo Faisal. Enquanto outras grandes metrópoles do mundo, como Paris e New York<sup>9</sup> encontraram o mesmo tipo de solução e a realizaram em maio de 2020, antes de São Paulo, pois na cidade houve um misto de entraves e apoio junto ao poder público, que atrasaram a realização e fizeram com que o “Ocupa Rua” acontecesse somente cerca de quatro meses depois, a partir de 1º de setembro de 2020. O projeto foi executado na sua totalidade sem custo aos cofres públicos<sup>10</sup>, em uma ação colaborativa entre escritórios de arquitetura, comunicação visual, além de indústrias e empresas, que confeccionaram o mobiliário urbano para o local. Os empresários do setor gastronômico diretamente interessados já atraíam uma população para o Centro e passaram a atrair um público ainda mais diversificado a partir do projeto.

---

<sup>9</sup>Mais informações em: <https://vejasp.abril.com.br/blog/sao-paulo-nas-alturas/ocupacao-calcadas-ruas-restaurantes/>

E também disponível em: <https://valor.globo.com/mundo/noticia/2021/05/19/cidades-simbolo-do-ocidente-paris-e-nova-york-reabrem-nesta-quarta-feira.ghtml>

<sup>10</sup>Conforme: <https://vejasp.abril.com.br/blog/arnaldo-lorencato/projeto-vai-ocupar-calcadas-e-ruas-mais-largas-do-centro-com-parklets/>

O projeto trazia a visão inicial de uma solução para a crise econômica, mas que demonstra de maneira mais ampla, a chance de expandir a qualidade de vida da sociedade: seguindo medidas sanitárias impostas diante da pandemia, o projeto se incorpora à paisagem da cidade, criando uma atribuição e um sentido social, para além do objetivo econômico desejado inicialmente, faz dos locais e da região um local de convivência e sociabilização. O “Ocupa Rua” oferece mudanças no cenário da metrópole, introduzindo uma nova forma de uso das ruas e locais.

O resgate da caminhada, do andar na rua, do olhar que vislumbra o local com outros olhos diferentes daqueles de um cotidiano instituído pela rotina do trabalho, acaba por sugerir e proporcionar novas percepções e uma relação revisitada com os locais percorridos. O projeto não ocupa o lugar da calçada, no entanto se apropria de espaços antes reservados para estacionamento dos carros. Percebe-se que, de certa forma, essa ação parece retirar o protagonismo dos veículos e trazer o centro das atenções para as caminhadas. Em alguma medida restabelece uma relação com aquela cidade que se desenvolveu no final do século XIX e no início do século XX, com mesas nas calçadas, seguindo a tendência dos cafés europeus, que traziam consigo uma modernidade na maneira de olhar o novo, e que pode ser associada com a caminhada e com a atração pela novidade. Ironicamente, em uma cidade favorável à continuidade desta configuração, no século XXI, de uso dos espaços públicos, São Paulo perdeu suas calçadas para ruas mais largas que, a partir da segunda metade do século XX, cederam espaço aos automóveis. E, agora, retorna em parte, a uma ocupação semelhante àquela anterior.

No “Ocupa Rua” foram colocados vasos com plantas que isolam, em certa medida, os clientes dos carros, além de um segundo sistema de vasos menores para separar as mesas e manter o distanciamento obrigatório. Ainda não há sugestões de modificação para um período pós-pandemia.

**Imagem 1** – Foto das calçadas que receberam o projeto “Ocupa Rua”. Nela é possível ver do lado esquerdo as mesas e cadeiras entre os vasos com plantas e as árvores, na extensão feita sobre as antigas vagas de estacionamento público. No lado direito da imagem, as mesas e cadeiras estão junto da parede do restaurante, o que é uma prática comum na cidade. A extensão da ocupação corresponde à extensão do restaurante naquela calçada.



**Fonte:** Claudia Erthal e Janice Barcellos (setembro – 2021).

**Imagem 2** – Diferente da foto da imagem 1, esta é uma parte do “Ocupa Rua” que atende a um restaurante de pequeno porte e, por isso, tem uma extensão menor do que na primeira foto.



**Fonte:** Claudia Erthal e Janice Barcellos (setembro – 2021).



**Imagem 3** – Nesta foto é possível ver bancos de praça intercalados por vasos de plantas, colocados em uma extensão da esquina, em uma zona demarcada com a identidade visual do projeto “Ocupa Rua”. Os bancos são de uso público.



**Fonte:** Claudia Erthal e Janice Barcellos (setembro – 2021).

Nas três fotos anteriores, exemplos do projeto “Ocupa Rua”, com mobiliário urbano para a frente de restaurantes, bares e lanchonetes (Imagens 1 e 3). Nas esquinas destas mesmas ruas. Há bancos (Imagem 3) nos espaços alongados das calçadas para a convivência ao ar livre. Neste caso, o usuário do local não precisa estar necessariamente consumindo em nenhum dos estabelecimentos e este detalhe do “Ocupa Rua” é que ele se coloca como um espaço de uso público. Não há nas publicações pesquisadas nenhuma referência neste detalhe e o objetivo que possa estar contido nele, portanto entende-se até o momento de que trata-se de uma oferta do projeto para a cidade, com a ideia de um uso social que possa atender ao distanciamento social e no uso do espaço público.

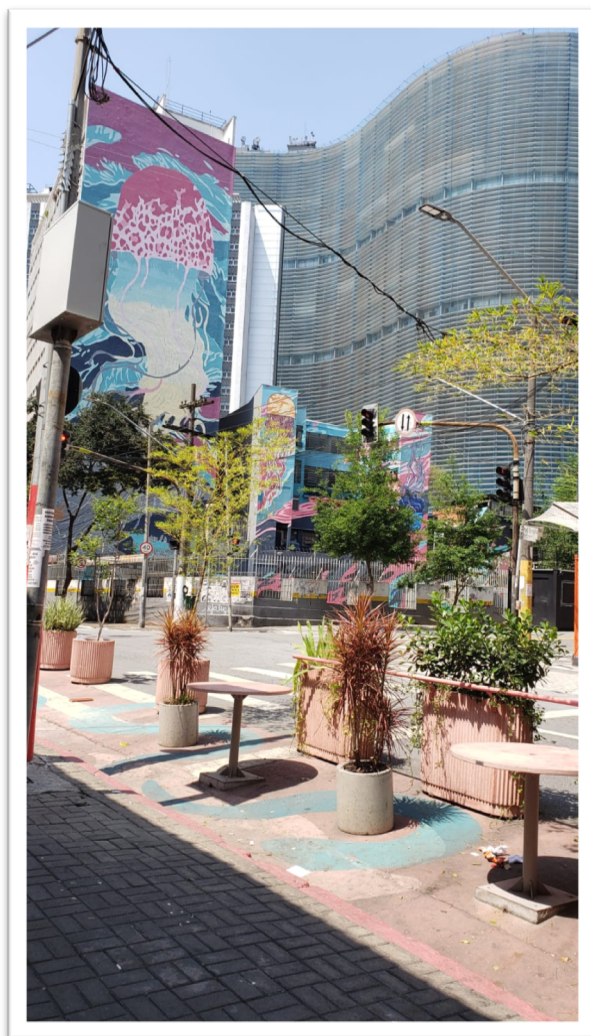
**Imagens 4 e 5** – Mobiliário, postes e calçadas pintadas nas cores estabelecidas pelo projeto “Ocupa Rua”, e instalação de lixeiras verdes penduradas no poste.



**Fonte:** Claudia Erthal e Janice Barcellos (setembro – 2021).



**Imagens 6 e 7** – Sinalização com as medidas sanitárias adesivadas nos vidros dos restaurantes, indicando o uso de máscaras; lavar as mãos; manter distância e ainda o “falar baixo” (foto 6), que se aplica aos horários de silêncio no bairro. Na foto representada pela imagem 7, o “Ocupa Rua” está em diálogo com a arte de rua e a arquitetura modernista de alguns edifícios da região. O prédio ao fundo da foto é o Edifício Copan, um dos ícones da arquitetura brasileira do século XX, projetado por Oscar Niemeyer.



**Fonte:** Claudia Erthal e Janice Barcellos (setembro – 2021).

O escritório de arquitetura Nitsche, responsável pela identidade visual do projeto, desenvolveu um pacote de ações visuais e gráficas, que inclui as cores definidas para a pintura das extensões das calçadas, sinalização, conscientização de circulação urbana e de procedimentos sanitários da pandemia, pintura de postes, guias, faixas de pedestres, além da definição e do desenho de mobiliário do projeto. A foto 6 mostra algumas dessas ações postas em prática no “Ocupa Rua”. No caso da foto 7 há uma possibilidade de leitura estética da interação com a arte de rua e com

o importante patrimônio arquitetônico da região, como no caso do Edifício Copan ao fundo, à direita.

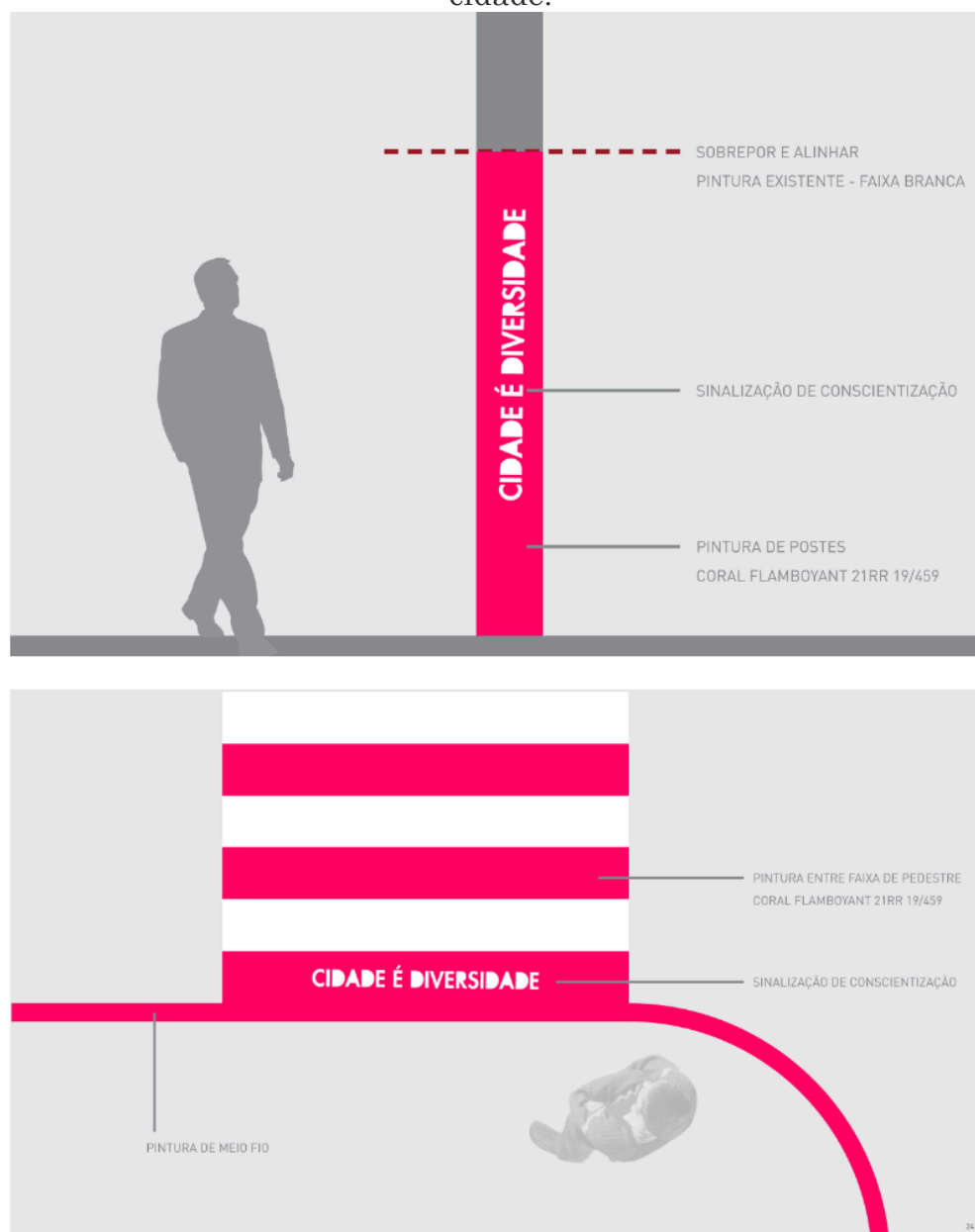
As frases que aparecem no *site* do escritório de arquitetura dentro da página do “Ocupa Rua” apontam para uma forma de manifesto do projeto.<sup>11</sup> Textos como “A rua é de todos”; “Cidade é diversidade”; “Ocupar é resistir” e “Liberdade é respeito”, foram inicialmente criadas para aparecer em postes e faixas de pedestres, por exemplo. Na pesquisa realizada para este artigo, nenhuma delas foi encontrada nos locais percorridos, e não há no *site* do escritório de arquitetura, nas redes sociais do “Ocupa Rua” ou em nenhuma publicação pesquisada, qualquer justificativa para não ter sido usada no espaço público. Entende-se que a cidade de São Paulo tem a legislação da Cidade Limpa<sup>12</sup>, que proíbe uma série de usos do espaço público para publicidade, *outdoors*, placas e todo tipo de material que a legislação considera “poluição visual”. Portanto, é possível e provável que estas ideias tenham ido de encontro à legislação vigente e, por isso, permanecido na esfera do projeto.

---

<sup>11</sup>Conforme: [www.nitsche.com.br/ocupa-rua](http://www.nitsche.com.br/ocupa-rua)

<sup>12</sup>Conforme: <http://www.mpsp.mp.br/portal/page/portal/Cartilhas/Lei%20Cidade%20Limpa.pdf>

**Imagem 8** – A imagem mostra algumas das ideias visuais definidas no projeto “Ocupa Rua”, como a pintura de meio fio e a mudança da cor das faixas de pedestres. Na cidade de São Paulo, as faixas de pedestres são de cor branca sobre o asfalto preto. Neste caso, a previsão era pintar as faixas de *Flamboyant* e branco. Havia também a ideia de pinturas de postes e frases que tratam da diversidade na cidade.



**Fonte:** Disponível em: <http://www.nitsche.com.br/ocupa-rua> >. Acesso em: 22 set. 2021.

O “Ocupa Rua” se divulga e se promove, de maneira geral, com reportagens em meios de comunicação de massa, como revistas e jornais e o perfil no Instagram. Não possui nenhuma outra conta nas redes sociais. A própria conta no Instagram tem 8 mil, 851 seguidores e 91 publicações (até o momento da confecção deste texto). A *hashtag* #ocuparua no Instagram tem 1.719 publicações (até o momento da confecção

deste texto), embora nem todas estejam relacionadas ao projeto, porque as *hashtags* tendem a cruzar informações de outras produções de conteúdo. Para padrões de internet, convenhamos que não se trata de um número expressivo de seguidores ou tampouco de publicações. No entanto, a visibilidade do projeto parece vir através da divulgação formal ou informal dos bares e restaurantes que integram o projeto. Estes locais atraem público, seja pela visibilidade que adquiriram com o trabalho que realizam e, também, pelo fato de que atraem público interessado em frequentar o local. O que acaba por constituir uma rede de informação a respeito do assunto, mesmo que de maneira informal.

Além do objetivo comercial já mencionado, o que o “Ocupa Rua” fez foi mudar a “cara” de uma determinada área da cidade com uma forma de receber o público naquela região e mostrar que a frequência não precisa ser rápida ou apenas de passagem, mas que pode estimular uma convivência. A convivência que passa a existir motivada pelo projeto tende a gerar uma divulgação em que o próprio público divulga o local nas suas próprias redes de contatos, seja pela internet ou no nível pessoal, para o qual não existe forma de mensurar na dimensão deste artigo.

Acredita-se que essa forma de conviver no Centro de São Paulo provocada pelo “Ocupa Rua” atribui uma nova camada, uma nova “pele” que estabelece, com o tempo e o uso, uma “geolocalizável”, no que diz respeito ao uso de dispositivos móveis e, portanto, uma “marca” que passa a ser do hábito do público, passar por aquelas ruas e por aquelas instalações, mesmo que de maneira informal. A partir dessas possibilidades acredita-se que o comportamento do próprio usuário do local e de mídias digitais seja o responsável por novas camadas de uso, ou não, do local. E que ele também seja, em alguma medida, responsável pela divulgação do projeto.

#### 4. As peles do “Ocupa Rua”

O “Ocupa Rua” é uma realidade que trouxe à região mais do que uma nova possibilidade de negócios. O projeto-piloto de revitalização<sup>13</sup> atribuiu novas camadas de percepção sobre o lugar e revestiu a região com o que se pode estabelecer como

---

<sup>13</sup>Conforme: <https://vejasp.abril.com.br/blog/arnaldo-lorencato/projeto-vai-ocupar-calcadas-e-ruas-mais-largas-do-centro-com-parklets/>

uma relação às “peles” da cidade, a partir dos conceitos criados por Friedensreich Hundertwasser: epiderme, vestuário, casa, identidade social e o mundo. Um conceito de viés contemporâneo, que pode ser associado às ideias do arquiteto e artista austríaco, que viu o corpo como um organismo de fronteiras fluidas e permeáveis, que se ampliam para compor instâncias plurais, nas quais confrontam novos pensamentos sobre a ética e a responsabilidade coletiva colocada por ela. O próprio Hundertwasser, em sua trajetória, demonstrou como é possível estar fora das lógicas impostas por uma sociedade para viver dentro de suas próprias crenças através da natureza e dos meios sociais, ou cultura, sem desrespeitá-los. E é através das possibilidades experimentais das cinco peles que ele manifesta tais ideias.

Sob esta perspectiva, o “Ocupa Rua” parece travar um diálogo estreito com os conceitos de Hundertwasser. A epiderme que compõe o corpo da cidade pode ser vista como uma camada renovável, que estabelece uma conexão direta entre os cidadãos e os sistemas desenvolvidos para “vestir” a cidade, estabelecendo a conexão entre os seres humanos e os ecossistemas, formando a cultura do meio e a sua diversidade.

Esta cidade vestida de pessoas e culturas se afirma no social e se estabelece como casa em uma dimensão física da urbanidade com suas estruturas, sistemas e irregularidades de maneiras mais ou menos orgânicas, nos espaços construídos e nos espaços que aguardam ou não a intervenção. O “Ocupa Rua” atua nessa frequência de revestir a cidade com novas cores, formas, camadas de entendimento e de percepção e se projeta também em uma atuação mais ampla de criação de uma identidade social. O projeto, ao ser executado, constrói camadas que serão depuradas ao longo dos processos e das transformações pelas quais vai passar. E o elemento que deve contribuir para as mudanças é o indivíduo afetado pelo projeto, seja pelo uso direto dele – ao frequentar as ruas, os restaurantes e bares do local – ou por utilizar a região a trabalho, ou alguma forma de lazer, por exemplo, que o obriga a estar ali.

A rua é esta camada da cidade que atrai o caminhante, é um local de sociabilidade. No caso do “Ocupa Rua” proporciona uma sociabilidade reconquistada por este frequentador que caminha e que, de uma certa maneira, pode ser associado ao *Flanêur* de Walter Benjamin<sup>14</sup> (2007). Em pleno século XXI este indivíduo, que se desloca pelas novidades das arcadas contemporâneas, se move também como um

---

<sup>14</sup>O texto de Walter Benjamin, “Paris, capital do século XIX”, foi originalmente publicado em 1935.

usuário de dispositivos móveis – principalmente, o telefone celular – e de mídias digitais, trazendo consigo uma trajetória tecnológica e social, o usuário de dispositivos possui aspectos de um sujeito midiático/filosófico contemporâneo. A figura do *Flanêur* funciona como referência comunicacional e uma espécie de trampolim ou de impulso, na formação do olhar, dos sentidos e, especialmente na perspectiva de Benjamin, quando ele assinala que:

[...] aquela embriaguez anamnésica, na qual o *flanêur* vagueia pela cidade, não se nutre apenas daquilo que lhe passa sensorialmente diante dos olhos, mas apodera-se frequentemente do simples saber, de dados inertes, como de algo experienciado e vivido. Esse saber sentido transmite-se de uma pessoa a outra, sobretudo oralmente. (BENJAMIN, 2006, p. 462).

Essa dimensão é uma percepção oriunda das questões discutidas em pesquisa anterior realizada por esta autora, que trata da construção do olhar de um usuário midiático e que, nessa reflexão, lança mão de tais observações e de teorias para propor um diálogo com Hundertwasser e com o “Ocupa Rua”. E é com base nestes questionamentos que seguimos adiante no presente trabalho, com um olhar voltado às experiências comunicacionais de um tempo contemporâneo, regidas por dispositivos móveis e movimentos geolocalizados.

Em Paris, capital do século XIX, Benjamin fala das passagens arquitetônicas como o local daquele momento contemporâneo, que transporta o indivíduo para uma nova época. Na segunda década do século XXI, a passagem dos novos *Flanêurs*/usuários está acessível na “palma da mão” com os dispositivos tecnológicos.

Benjamin refletiu sobre o caminhar na cidade em termos econômicos, culturais, literários, históricos e filosóficos. Utilizou-se do conceito de *Flanêur*, do modo de estar na cidade, de suas longas caminhadas por Paris e por ver nas arcadas uma metáfora para a passagem do tempo e para a entrada na modernidade. Na contemporaneidade, o *Flâneur*/usuário possui a mobilidade para se movimentar pelo ambiente/cidade, e se comunica com o que é momentâneo, estabelecendo um critério de transitoriedade para uma relação com o efêmero da visibilidade das redes sociais.

Os usos da tecnologia pelo sujeito comunicacional, especialmente nos dias atuais, proporcionam uma reformulação social com um trajeto que vem da tecnologia

vertical para a horizontal.<sup>15</sup> Hoje, esses campos são amplamente comunicantes e se contaminam de maneira permanente em uma sociedade de compartilhamento e trabalhos coletivos ou individuais, gerando uma retroalimentação constante.

Por isso, é importante prestar atenção no caminhante que frequenta o Centro de São Paulo, um lugar diverso econômica e socialmente. Um objeto se faz comum a grande parte da população que por ali circula: o telefone celular – o dispositivo móvel com acesso à internet – que permite uma geolocalização intencional ou não, mas que marca a região no mapa da cidade. No contexto do “Ocupa Rua”, o usuário utiliza a tecnologia, gera novas necessidades e auxilia na criação de mais tecnologia, que vai responder às novas questões e necessidades de outros usuários.

O *Flâneur*/usuário sugere uma liberdade de movimentos, ao mesmo tempo em que tem acesso a informações em uma esfera global. E porque está conectado reflete a cidade nas redes sociais. O usuário não faz necessariamente uma leitura crítica do ambiente com a reflexão em um tempo “benjaminiano”, mas em um tempo novo, atual, diferente daquele, porque exige uma interação que acontece em um outro ritmo de sensações e reações. O fato de utilizar a geolocalização faz com que ele estabeleça novos mapas socioculturais, reatualize e ressignifique as passagens para um modo contemporâneo, que descortinam uma técnica e uma tecnologia de utilização do novo universo possível. A passagem era ambiente labiríntico, onde as pessoas se acotovelavam, o mundo novo, como fala Buck-Morss (2002, 306).

O que o usuário deixa transparecer é que já se tornou um instrumento de massa e exerce um protagonismo instantâneo de uma relação social, desenvolvendo uma identidade a partir da aceitação e da visibilidade que recebe dos ambientes virtuais que frequenta e é possível perceber que:

[...] com as mídias móveis ele tem o tempo do *Flâneur* para desfrutar da cidade – sendo esta cidade, a cidade mesmo como se conhece e, também, as novas configurações de ambiente e nação que podem ser estabelecidas

---

<sup>15</sup>Sabe-se que no período anterior à internet de uso doméstico e a chegada das redes sociais, e de uma política participativa no que diz respeito à produção de conteúdo, a tecnologia dos meios de comunicação era fornecida pelas empresas de mídia para um espectador/usuário passivo. Este aspecto muda para uma tecnologia considerada pelas próprias empresas de mídia e tecnologia como mais horizontalizada, no sentido de que o usuário interage e interfere na produção de conteúdo. Obviamente, sabe-se que as empresas de tecnologia trabalham com a informação e a atenção dos usuários e monetizam este conteúdo. Essa discussão ultrapassa os limites deste artigo e há diversos estudos na área da economia da atenção que tratam do assunto em profundidade.



a partir da escolha de estar conectado e em contato com os ambientes virtuais que desejar. [...] A exemplo de um *Flâneur* de Walter Benjamin, o usuário acontece na mobilidade. Ele se move pela cidade/local em movimento, ao mesmo tempo em que navega pelo mundo virtual e absorve o local por onde passa, ao mesmo tempo em que consome os produtos que estão acessíveis no seu dispositivo de mídia. Na rede, ele se insere em um contexto de produção de informação com postagens, textos e vídeos e é visível em tempo integral, alimentando constantemente a rede com material produzido por ele. (ERTHAL, 2018, p. 23).

Pode-se entender hoje as redes sociais como os locais em que as pessoas se acotovelam em busca de novidades. O usuário do Centro de São Paulo se move livremente, ao mesmo tempo em que tem acesso a informações em uma esfera global, desfruta da cidade com suas novas peles e, simultaneamente, da internet como a nova passagem, que causa o deslumbre, onde todos querem estar. São camadas que se sobrepõem de maneira simultânea nos diversos usos da cidade.

O consumo em rede digital/tecnologia é um consumo de renovação constante. A transitoriedade e a nova configuração trazida pelo “Ocupa Rua” ao Centro de São Paulo é o que também aproxima este projeto das ideias de Benjamin. Ele agrega outras oportunidades de investimentos do que pode ser compreendido aqui como ativismo urbano, tal como discutem Rena e Arantes, quando dizem que este ativismo contemporâneo se dá por ações de “diversos coletivos, movimentos sociais, ambientais, culturais e grupos de vizinhos, que surgem como ativismos que se organizam, trazendo a possibilidade de participar ativamente nas definições sobre o destino das cidades” (RENA; ARANTES, 2017, p. 2). Como nas imagens seguintes, é possível visualizar que, além do “Ocupa Rua” há, ao menos, duas outras ações paralelas vindas da iniciativa privada e do poder público, que também trazem para a região um aporte de opções e possibilidades de zeladoria urbana.



**Imagens 9 e 10** – Fotos de vasos com plantas em uma das esquinas da região que compreende o “Ocupa Rua”: a ação foi realizada pela empresa Sustentare Saneamento<sup>16</sup>.



**Fonte:** Claudia Erthal e Janice Barcellos (setembro – 2021).



**Fonte:** Claudia Erthal e Janice Barcellos (setembro – 2021).

---

<sup>16</sup>Conforme: [www.sustentaresaneamento.com.br](http://www.sustentaresaneamento.com.br)

**Imagem 11** – Foto de placas, indicando multa para o descarte de lixo nas ruas e apontando pontos de reciclagem próximos, dentro do projeto “Revitaliza São Paulo<sup>17</sup>”.



**Fonte:** Claudia Erthal e Janice Barcellos (setembro – 2021).

O *Flâneur*/usuário quando passa pelas galerias, pela cidade descortinada para o olhar, apreende as informações da vida e desoculta a relação com o ato comunicacional. Este dizer pressupõe o ato de estar e viver a comunicação na sua plenitude imediata. A narração sempre vem depois do ato comunicacional. E é uma forma de contar o presente recém-vivido. Mesmo que todos os relatos estejam sempre aquém das vivências, como enfatiza Marcondes Filho, o *Flâneur* contemporâneo/sujeito da comunicação privilegia o instantâneo no mesmo momento em que posta e compartilha a experiência no presente em que ela acontece: “o dizer está no campo da experiência em ato, ele é suas vibrações, energias presentes, tensões, *frissons*, é vivência pura, mas, como tal, intransmissível” (MARCONDES FILHO, 2013, p. 69). E fala de uma impossibilidade desse aquém entre os relatos e as vivências relacionado a um campo etnográfico em relação ao metáforo. Com essa ideia, mostra que a reflexão da comunicação pertence a um passado e a outras formas

<sup>17</sup>Conforme: <https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/subprefeituras/se/noticias/?p=102515>

de se comunicar e que o ato de *dizer* e de *ser dito* nas redes sociais provoca uma certa perturbação nessa ideia.

A sensibilidade humana se altera de maneira definitiva e os sistemas técnicos registram o mundo ao redor e uma “realidade medial específica passa a se constituir ao lado de uma realidade convencional” (MARCONDES FILHO, 2013, p. 85). As sempre novas oportunidades são também “imagens do desejo de superar as carências do produto social” (*ibidem*, p. 32) com novos estímulos. O tempo de duração das coisas atuais pode parecer efêmero se comparado ao tempo de duração de algo no século XIX, mas cada velocidade tem sua época e produz um estranhamento a quem viveu a época anterior.

### **Considerações finais**

O “Ocupa Rua” se iniciou com a necessidade econômica de evitar o encerramento das atividades de estabelecimentos comerciais, agregada à ideia de transformação urbana. No entanto, parece transcender seu objetivo primeiro quando pensamos sobre as camadas que aplica sobre a cidade e as possibilidades que traz ao usuário, que faz desse lugar também o seu novo lugar na cidade, que frequenta o espaço público e se move pela internet, como se move pela cidade. Assim como este projeto proporciona uma nova camada e, assim, uma nova pele de uso do espaço público urbano e da cidade como um todo, o usuário/caminhante parece desfrutar destas peles da cidade, as novas epidermes que constituem um lugar do estar e ser, do olhar e da cultura.

Embora o “Ocupa Rua” não conte com nenhuma estratégia de divulgação presente na mídia, e recebe a divulgação proveniente de reportagens factuais, os dispositivos móveis que colaboram para que o usuário chegue até o local acabam por registrar essa demarcação, “geolocalizando” a tal camada e determinando este como um novo local. No cruzamento algorítmico, a produção de conteúdo gerada por esta demarcação ou por postagens referentes ao local, fornecem informação suficiente para outros usuários e cria-se uma economia de circulação na região. Caso o usuário não chegue até ali via dispositivo móvel, ainda assim pode realizar a divulgação informal.

O projeto ganha novas possibilidades de extensão quando o poder público decide incorporar as ideias do projeto e criar um projeto próprio, o “Ruas SP”, levando-o para, pelo menos, outras quarenta ruas em diferentes bairros e regiões da cidade. A título de esclarecimento, o “Ruas SP” é um projeto da Prefeitura de São Paulo, que também “busca apoiar, de forma organizada e segura, a recuperação do setor com respeito ao distanciamento social durante a pandemia<sup>18</sup>”. Foi iniciado em fevereiro de 2021 e contempla a instalação do projeto em quarenta vias da cidade, com padrões estéticos diferentes do “Ocupa Rua”, porém com o mesmo objetivo inicial e também com o mesmo tipo de estímulo à convivência nas áreas por ele afetadas.

Para além do uso comercial do espaço, o “Ocupa Rua” é um projeto que parece atingir variadas classes socioeconômicas, que representam grupos diversos na cidade. Se colocado em prática em outras regiões, e se olhado por uma determinada perspectiva, pode contribuir de maneira positiva para que tenha a aderência necessária ao local, que a população se sinta incluída e não o tenha como algo estranho e postíço, imposto pelo poder comercial.

Tende-se a pensar aqui no uso do espaço urbano de forma livre e democrática, a partir das mudanças que ideias como a do “Ocupa Rua” ou do “Ruas SP” possam gerar. Trazem uma proposta de uso modificado da cidade, intervindo na vida ao redor, influência que afeta e estabelece contratos e relações afetivas e quem sabe, no futuro, até mesmo de história e de memória. Há um fato neste contexto que se mostra inevitável: a partir da ação e da intervenção no espaço público, há sempre o que modificar, adaptar, e a depender do ponto de vista, a aperfeiçoar em tais projetos. Independentemente do sucesso ou do insucesso de cada uma dessas práticas, já terão sido afetadas as existências na cidade e despertarão perspectivas, ideias e outros novos projetos. As camadas e peles se multiplicam pelos usos e por estímulos que oferecem, no mínimo, uma mudança de hábitos para as existências neste ambiente modificado.

---

<sup>18</sup>Conforme: <https://www.capital.sp.gov.br/noticia/projeto-ruas-sp-recebera-propostas-de-bares-e-restaurantes-para-atendimento-ao-publico-em-ruas-e-calcadas>  
<https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2021/04/30/bares-e-restaurantes-da-joao-moura-harmonia-e-mais-40-ruas-de-sp-poderao-ocupar-vagas-para-carros-com-mesas-e-cadeiras.ghtml>



## Referências bibliográficas

BENJAMIN, Walter. *Paris, capital do século XIX*. In: Passagens. Belo Horizonte/São Paulo: Editora UFMG/Imesp, 2007 [1935].

BENJAMIN, Walter. *Passagens*. Belo Horizonte/São Paulo: Editora UFMG/Imesp, 2006 [1935].

BERARDI, Franco. *The Soul at work – From alienation to autonomy*. South Pasadena, Estados Unidos: Semiotext(e), 2009.

BUCK-MORSS, Susan. *Dialética do olhar: Walter Benjamin e o projeto das Passagens*. Belo Horizonte: Editora UFMG/Argos Editora Universitária, 2002.

CRARY, Jonathan. *Técnicas do observador: visão e modernidade no século XIX*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

CRARY, Jonathan. *24/7: Capitalismo tardio e os fins do sono*. São Paulo: Cosac Naify, 2015.

ERTHAL, Claudia. *Da experiência do usuário midiático contemporâneo: olhares em construção*. Tese de Doutorado em Meios e Processos Audiovisuais. Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo. São Paulo: 2018. Disponível em:

<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27161/tde-11092018-164109/pt-br.php> .

Acesso em: 30 out. 2021.

FOUCAULT, Michel. *O sujeito e o poder*. In: DREYFUS, H.; RABINOW, P. *Michel Foucault, uma trajetória filosófica*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

HEIDEGGER, Martin. *A questão da técnica*. In: *Scientiæ Studia*, v. 5, n. 3, p. 375-98, São Paulo: Departamento de Filosofia – FFLCH – USP, 2007.

MARCONDES FILHO, Ciro. *O Rosto e a Máscara: o fenômeno da comunicação visto pelos ângulos humano, medial e tecnológico*. São Paulo: Editora Paulus, 2013.

RENA, Natacha et ARANTES, Pedro. *Ativismo urbano: novas formas de conflitos territoriais*. Disponível

em: [http://anpur.org.br/xviienanpur/principal/publicacoes/XVII.ENANPUR\\_Anais/SL\\_Sessoes\\_Livres/SL%2032.pdf](http://anpur.org.br/xviienanpur/principal/publicacoes/XVII.ENANPUR_Anais/SL_Sessoes_Livres/SL%2032.pdf) . Acesso em: 30 out. 2021.

RESTANY, Pierre. *O poder da arte Hundertwasser: O pintor-rei das cinco peles*. Germany: Taschen, 1983.

SHIRKY, Clay. *Lá vem todo mundo: O Poder de Organizar sem Organizações*. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

SHIRKY, Clay. *A cultura da participação*. Criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

THIEME, Otto C., EICHER, Joanne B. *African dress: form, action, meaning*. Africana Publishing, p. 115-138, 1987. Retrieved from the University of Minnesota Digital Conservancy. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11299/162432> . Acesso em: 30 out. 2021.

WU, Tim. *The attention merchants*. The epic scramble inside our heads. New York, Estados Unidos: Vintage Books, 2016.

***Recebido em: 31 out. 2021.***

***Aceito em: 20 jul. 2022.***

## **COMO REFERENCIAR**

ERTHAL, Claudia. “Ocupa Rua”: um projeto de reuso das ruas do Centro de São Paulo, a partir da pandemia da Covid-19. *Latitude*, Maceió, v. 16, n. 1, p. 38-64, 2022.