

# EXPANSÃO URBANA CARIOCA E UM NOVO CONCEITO DE MORADIA: O CASO DO CONDOMÍNIO RIO 2

URBAN EXPANSION IN RIO AND A NEW HOUSING CONCEPT: THE CASE OF THE GATED COMMUNITY RIO 2

\* Igor Ramos Carvalho

Recebido em: 02/04/2021

Aceito em: 31/05/2021

## Resumo

O crescimento do Rio de Janeiro em direção à Barra da Tijuca dotou aquela região de importante centralidade. Ao longo deste recente e rápido processo de expansão, generalizaram-se os condomínios fechados como modelo de moradia. Constituindo-se enquanto marca primária da urbanidade daquele espaço e das representações a ele associadas, os condomínios fechados são um elemento importante para se pensar a sociabilidade e o estilo de vida que ali se desenvolve. O presente trabalho busca fazer um estudo de caso de um empreendimento pioneiro nesse processo: o condomínio Rio 2, localizado em frente ao Parque Olímpico na Av. Abelardo Bueno.

**PALAVRAS-CHAVE:** condomínios fechados; barra da tijuca; expansão urbana; estilo de vida; rio de janeiro.

## Abstract

The growth of Rio de Janeiro towards Barra da Tijuca endowed that region with an important centrality. Throughout this recent and rapid expansion process, gated communities have become widespread as a model of housing. Constituted as the primary mark of the urbanity of that space and the representations associated with it, gated communities are an important element to think about the sociability and lifestyle that develops there. The present work seeks to make a case study of a pioneer enterprise in this process: the Condomínio Rio 2, located in front of the Olympic Park at Av. Abelardo Bueno.

**KEY WORDS:** gated communities; barra da tijuca; urban expansion; lifestyle; rio de janeiro.

## 1 Introdução

A Barra da Tijuca é o bairro que mais cresce na região metropolitana do Rio de Janeiro, sendo hoje um dos principais pólos urbanos da cidade, ao lado do Centro e Campo Grande. O crescimento da Barra se encaixa no desenvolvimento mais geral da Zona Oeste, onde o bairro é especialmente central. A Região Administrativa

(R.A.) da Barra da Tijuca é uma das que mais cresceu nas últimas décadas, chegando em 2010 entre as dez R.A.s mais populosas do município. Segundo o Instituto Pereira Passos (IPP), essa R.A. possuía 43.945 habitantes em 1980, 98.851 em 1991, 174.353 em 2000 e 300.823 em 2010 (Oliveira, 2008). A taxa de crescimento entre

estes períodos foi respectivamente de 125%, 76% e 73%, fazendo uma taxa média de 91% de crescimento demográfico (elaboração própria). Quando se recorta o bairro de sua R.A, os números ainda são impressionantes. O recenseamento indica que em 1980, a população era de 24.126 habitantes, em 1991 já aumenta para 63.492, 92.233 em 2000 e 135.924 em 2010 (Oliveira, 2008). Assim, a porcentagem de crescimento do bairro entre estes períodos é respectivamente de 163%, 45% e 47%, com taxa média de 85% de crescimento (elaboração própria).

O avanço do mercado imobiliário aponta nessa mesma direção. Segundo a Associação de Dirigentes de Empresas do Mercado Imobiliário (ADEMI), 68,5% das unidades habitacionais lançadas na cidade entre 2005 e 2010 concentravam-se nos bairros da Barra da Tijuca, Jacarepaguá, Recreio e Campo Grande [1]. Segundo os relatórios semestrais da mesma fonte, entre 2003 e 2013 a Barra da Tijuca esteve em primeiro lugar no ranking de unidades vendidas 8 vezes, ao lado de Recreio e Jacarepaguá.

Da mesma forma, o setor da construção civil prosperou na região devido ao crescimento recente. A R.A. Barra da Tijuca concentrou 40% da área licenciada para construção no Município do Rio de Janeiro em 2006 e cerca de 29,3% em 2007 (SMU/LOUREIRO et al, 2008). Entre 2009 e 2013, a Barra da Tijuca manteve-se entre os 4 bairros com a maior área licenciada para construção, obtendo a maior nos anos de 2009 e 2013 – neste último representou sozinho 22% de todo o licenciamento. Ao lado da Barra da Tijuca, encontravam-se sempre Recreio dos Bandeirantes e Jacarepaguá presentes no topo do ranking, percebendo-se o crescimento daquela região como um todo (SMU, 2014).

Esse bairro já com grande concentração de serviços e comércios, é também o que possui um dos maiores IDHs (Índice de Desenvolvimento Humano) do Rio de Janeiro pelo menos desde a década de 90. Segundo o IPP, o IDH da Barra da Tijuca em 1991 era o 8º maior da cidade, de 0,917, subindo para 0,959 em 2000, e mantendo seu lugar no ranking. Segundo a mesma fonte, o IDS (Índice de Desenvolvimento Social) do bairro em 2000 era o 6º maior, de 0,795, indo para 0,770 em 2010, ano em que sua renda mensal média foi de R\$ 4.822,77. Além disso, são mais de 10 shoppings center no local (maior concentração da cidade), que, nos últimos anos, passaram a dividir o bairro com várias sedes de grandes empresas, como Shell, Esso, Vale, Vivo, Michelin, Globosat, Nokia e Unimed.

Esse quadro é, em grande medida, fruto dos megaeventos dos quais a região recentemente foi palco e do intenso foco dado à área pelo poder público, que, através de uma forte articulação com o capital privado, estabeleceu as diretrizes de crescimento assim como efetivou sua materialização. Com as Olimpíadas de 2016 esse processo ganhou maior concretude, quando o Rio de Janeiro serviu de sede para o evento e a maior concentração de atividades se dá no Parque Olímpico, colocado pela prefeitura como “coração dos jogos de 2016” [2], título então estendido a região que o abriga, veiculada nos discursos sobre o evento como Barra.

Esse processo de expansão transforma a Barra da Tijuca e o lugar que ela ocupa no Rio de Janeiro, configurando-a como um ponto central da cidade. Quanto a isso, Heitor Frúgoli Jr. (2006) oferece boas contribuições. A pesquisa do autor demonstra de que maneira a “centralidade” de São Paulo é disputada por atores que,



a partir de seus interesses específicos, organizam-se em torno do desenvolvimento de determinada área visando torná-la central.

Analisando comparativamente as três áreas centrais envolvidas na organização urbana da capital paulista (“Centro Tradicional”, “Centro Paulista” e “Centro Berrini”), Frúgoli aponta para os diferentes momentos históricos em que cada uma delas emerge e como reconfiguram a centralidade em sua disputa. Em torno destes espaços surgiram grupos organizados para seu desenvolvimento (projetos de “requalificação” em dois casos e formação de um pool de empresários noutro) que pleitearam apoio e infraestrutura junto ao poder público, que estabeleceu relações específicas com cada um. Em sua dinâmica histórica, a disputa da centralidade associa cada um desses momentos a certos padrões de urbanização, assim como cada projeto impacta as classes populares de modo diferenciado.

O autor aponta, então, para um quadro urbano multipolar com novos subcentros disputando influência na metrópole, onde cada centralidade lida com ocupações e desenvolvimentos empresariais diferentes. Trata-se de, com base nisso, pensar o processo em curso na Barra da Tijuca como a formação de um novo Centro, e a reconfiguração do Rio de Janeiro em uma realidade multipolar.

Em uma pequena entrevista no canal do YouTube da Carvalho Hosken [3], seu dono, Carlos Carvalho, fala sobre a centralidade do bairro, evidenciando o papel da infraestrutura adquirida com as Olimpíadas, especialmente no que tange à mobilidade:

Isso aqui vai ser o centro geográfico da cidade do Rio

de Janeiro, e a previsão de como isso aconteceria tá se consumando exatamente com o advento dos Jogos Olímpicos. Tudo isso vai acontecer através da Transolímpica, Transoeste, Transcarioca... porque era o que faltava a isso aqui pra ser um centro.

## 2 Condomínios Fechados e a Barra da Tijuca

Essa situação de complexa urbanização vem de um processo relativamente recente, de algumas décadas, visto que até então a região era marcada pela ruralidade e pela atividade agrícola. Foi apenas em 1969 que o urbanista Lúcio Costa elaborou o Plano Piloto da Baixada de Jacarepaguá, prevendo a expansão do Rio de Janeiro em direção à Zona Oeste, com a criação de um Centro Metropolitano de forma a remodelar todo o Estado da Guanabara em torno desse centro. Ao longo das décadas de 70 e 80 a ocupação se tornou mais fácil devido às obras de acessibilidade promovidas pelo Governo Estadual, emergindo a primeira grande leva de lançamentos imobiliários, principalmente moradias de luxo [4]. Já no final dos anos 80 a Barra da Tijuca se consolidou como frente de expansão do capital imobiliário no Rio de Janeiro em meio a um quadro de intensa concentração fundiária. Tendo em vista esse quadro, ao longo dos anos 90 o poder público promoveu diversas remoções de comunidades faveladas, usando de um discurso legalista como justificativa [5]. Seguiu-se então o amadurecimento deste processo e a incorporação da região ao mapa simbólico da cidade, que conduziu à sua configuração atual.

Nesse rápido desenvolvimento, um dos aspectos mais marcantes da urbanização é a generalização de condomínios fechados como modelo de moradia. O que

se pretende aqui é olhar mais de perto a emergência de um empreendimento pioneiro nesse estabelecimento: o condomínio Rio 2, localizado em frente ao Parque Olímpico na Avenida Embaixador Abelardo Bueno.

Figura 1 - Barra da Tijuca anos 60



Fonte: Hemeroteca Digital

Lançado nos anos 90, o Rio 2 foi vanguardista na construção de representações acerca do bairro e o tipo de moradia a ele associado, abrindo espaço para as sucessivas transformações colocadas posteriormente e para os mecanismos de construção do espaço que as acompanham. Embora houvesse já alguns condomínios mais antigos, o Rio 2, além de propagar este tipo de moradia de forma mais impactante por seu porte e investimento publicitário, inovou apresentando a ideia de “condomínio-cidade”.

A empresa responsável, Carvalho Hosken, é uma das principais proprietárias de terras no local, e sua atuação no desenvolvimento da Barra da Tijuca vai muito além do Rio 2. Presente desde o início, na primeira leva de construções voltadas para classes mais altas na década de 70 [6] até as Olimpíadas, evento no qual a empresa teve grande agência junto à administração municipal, a

Carvalho Hosken se encontra ao lado de outros grandes agentes do crescimento da Barra ligados ao mercado imobiliário, como Pasquale Mauro e Tjong Hiong Oei (“Chinês da Barra”). O Rio 2 entra na história da ocupação da área como o primeiro empreendimento consolidado da empresa na região, e o primeiro de uma série de condomínios fechados que viriam a ser lançados pela mesma empresa – Península, Cidade Jardim, Ilha Pura. A Carvalho Hosken é, portanto, um ator fundamental dessa expansão urbana, para a qual o Rio 2 é uma manifestação elementar, sendo peça vital no estabelecimento do modelo condomínio-cidade na região e nas representações a ele associadas, assim como na condução do próprio processo de crescimento – delimitação de fronteiras, ressignificação espacial, difusão de estilos de vida.

O caso específico do Rio 2 é introduzido em um contexto maior de proliferação de empreendimentos urbanos análogos, que estabelecem uma relação de ruptura e negação com o espaço aberto na cidade, alterando a sociabilidade no espaço público e criando relações sociais cada vez mais caracterizadas por desconfiança, medo e restrição. Fazem emergir, dessa forma, novos padrões de segregação urbana. Teresa Caldeira os chama de “enclaves fortificados”:

Todos os tipos de enclaves fortificados partilham algumas características básicas. São propriedade privada para uso coletivo e enfatizam o valor do que é privado e restrito ao mesmo tempo que desvalorizam o que é público e aberto na cidade. São fisicamente demarcados e isolados por muros, grades, espaços vazios e detalhes arquitetônicos. São voltados para o interior e não em direção à rua [...] São controlados por guardas armados e sistemas de segurança, que impõem regras de inclusão e exclusão [...] os enclaves tendem a ser ambientes socialmente homogêneos. Aqueles que escolhem habitar esses

espaços valorizam viver entre pessoas seletas (ou seja, do mesmo grupo social) e longe das interações indesejadas, movimento, heterogeneidade, perigo e imprevisibilidade das ruas. (Caldeira, 2000, p. 257).

Aqui os condomínios fechados aparecem como a versão residencial e mais totalizante de uma categoria de maior amplitude. Eles incidem mais diretamente sobre o estilo de vida das classes média e alta, principalmente num primeiro momento. Alteram a dinâmica da interação entre classes e, assim, as bases do espaço público. O que está em jogo é o status que o enclave confere. A fabricação de símbolos de status passa pela valoração das diferenças sociais de modo a criar formas de afirmação de distância e hierarquia social. Nos enclaves fortificados, e mais enfaticamente nos condomínios fechados, a desigualdade social é espacializada, afirmada na separação física através de muros e diversos outros artifícios de distanciamento. Então, elaboram-se simbolicamente isolamento e vigilância para compreendê-los como signos de status.

Além de sua caracterização como enclave, os condomínios fechados carregam consigo um aspecto mercadológico fundamental em sua constituição. Para Rita Raposo o reconhecimento destes como produto imobiliário contribui para elucidação de vários aspectos relativos à sua natureza e à sua produção social:

Os condomínios fechados são uma mercadoria que obedece a uma fórmula definida, a qual, apesar de poder exibir diversas formas, é quase sempre um caso de engenharia do tempo, do espaço e da sociedade. Interpretá-los assim é também uma maneira de indicar que o lado da oferta, a indústria imobiliária [...] sempre teve um papel decisivo na sua criação e expansão (Raposo, 2012, p. 175).

### 3 O lançamento do Rio 2

A partir de agora pode-se adentrar melhor no caso do Rio 2. O período de lançamento do condomínio – desde a época do anúncio de sua construção até alguns anos após sua acomodação – mobiliza uma complexa estrutura de representações sobre o bairro, o modo de vida e a moradia em questão e a natureza do status à venda, que pode ser vista etnograficamente através de matérias de jornal e anúncios publicitários da época. A pesquisa foi feita principalmente nos acervos digitais do Globo e do Jornal do Brasil, mas também em sites de jornais mais recentes. Buscou-se as matérias que citavam diretamente o condomínio e os atores envolvidos, abrangendo o período dos anos 90 e início dos 2000.

Figura 2 – Exemplo de propaganda da época



Fonte: Hemeroteca Digital

O próprio nome do condomínio é significativo: “Rio 2, Cidade Inteligente” (ver figura 3). Proposição de uma cidade alternativa, de outro Rio de Janeiro. A denominação Cidade Inteligente (em um contexto mais largo de “prédios inteligentes”) paira sobre certos ideais de modernidade e tecnologia, em que os novos aparatos eletrônicos são postos à disposição de um sofisticado

estilo de vida. Denominação atrelada também à magnitude física do empreendimento e à toda estrutura acompanhada, que permitem a comparação entre o condomínio e uma cidade. Essa situação é geralmente evocada como aparato substancial de um produto que oferece maior qualidade de vida. A grande maioria das matérias vistas no período de lançamento apontam para o tamanho do terreno, as dimensões da construção e a grandeza do investimento – isso nos casos em que o próprio foco da matéria não é esse.

Alguns exemplos elucidativos:

É um projeto tão gigantesco que cada par de prédios de 12 andares formará um condomínio isolado, com estrutura de lazer própria. O espelho d'água a ser criado ao lado da Praça Burle Marx também terá 10 mil m<sup>2</sup>, enquanto o clube do bairro será erguido numa área 4 vezes maior. 'Queremos oferecer uma qualidade de vida como a do Rio de antigamente. Daí o nome Rio 2, ou seja, é o Rio tentando acertar de novo', diz Marcelo Montano, assessor da presidência da Carvalho Hosken. (Jornal do Brasil, 1997).

[...] agora os novos condomínios da Barra estão incorporando os avanços tecnológicos dos emergentes americanos e latinos de Miami: câmeras de vídeo acopladas a computadores, pagers, cartões com código de barra e uma dezena de novidades inspiradas na vida doméstica. Nesses prédios, porteiros eletrônicos e fichas de papel para controle de acesso à garagem são coisas do passado. Eles estão na era da Internet. [...] O Rio 2 [...] também incluiu a intranet, serviços de pagers e todas essas parafernalias no projeto. (Jornal do Brasil, 1997).

A partir desse último exemplo é possível perceber ainda outra característica do Rio 2: a ideia de que o condomínio está inserido numa realidade barrens globalizada. Isso se transporece em componentes como a arquitetura, o paisagismo, os equipamentos e peças artísticas

estrangeiras, os nomes dos residenciais internos etc. Cada um deles adiciona valor simbólico ao empreendimento, baseando-se em grande medida na exclusividade do usufruto: fala-se aqui do “ofurô (aquela tina tradicional no Japão, na qual os banhos nunca são abaixo de 38 graus), exclusividade da área de lazer do Residencial Bretanha”, ou dos “aparelho[s] de jantar de porcelana francesa” e dos “tapetes persas” (Jornal do Brasil, 2001). Em consonância a isso, uma das narrativas que percorre o bairro é a de consagração de um local que seja capaz de responder às novas exigências do mercado do Rio de Janeiro como cidade global – algo que, nessa visão, o Centro Histórico não é mais capaz de fazer, endossando a imagem de uma Barra atualizada em padrões internacionais.

Figura 3 - Slogan do condomínio Rio 2



Fonte: Hemeroteca Digital

Em direta ligação com o contexto globalizado, comparações com cidades dos EUA e Europa são recursos frequentes, com especial foco em Miami. Aspectos como a dimensão das construções, a arquitetura e o estilo de vida proposto fundamentam as comparações, procurando evocar visões que incorporam valor ao empreendimento por sua distinção e prestígio:

As mais belas ruas do Rio, impecáveis, uma ampla infraestrutura de lazer, que inclui uma ciclovia de mais

de quatro quilômetros, que nunca cruza com automóveis, varandas e jardins espetacularmente floridos, um estilo de vida com muita alegria e prazer – e mais segurança de padrão norte-americano são características que Rio 2 tem em comum com os condomínios mais modernos de Miami. Não é à toa que quem conhece a cidade norte-americana garante que a comparação é inevitável. (Jornal do Brasil, 2000. “O Esplendor de Miami está em Rio 2”).

Além de cidades estrangeiras, comparações com bairros da zona sul (principalmente Leblon, Gávea, Ipanema e Copacabana) também estão presentes, seja para se referir ao tamanho – na maioria das matérias sobre o projeto de construção assinala-se um terreno de tamanho equivalente ao Leblon –, seja para equiparar a localização do condomínio (Barra da Tijuca) à outra zona do Rio já reconhecida como nobre – encontram-se diversos depoimentos de moradores que “trocaram a zona sul pela Barra”. Sendo esta uma das estratégias a partir das quais se procede à consagração da Barra da Tijuca como local prestigiado em sua incorporação no mapa simbólico da cidade.

Nesse ponto, destacam-se especificidades do contexto de condomínios fechados na Barra. Esse tipo de habitação está geralmente associado a “redes invisíveis” e a seu não pertencimento ao entorno – vide o exemplo paulista, onde grandes enclaves voltados para a elite muitas vezes encontram-se no meio de bairros pobres, como a própria Caldeira comenta (2000). Isso é diferente no contexto urbano carioca. A segregação espacial do Rio de Janeiro constrói uma geografia que hierarquiza bairros e zonas da cidade, investindo-lhes de sentido e poder de classificação. A estratificação é mapeada, de modo a tornar a moradia um fator primário na demarcação de

posições sociais: “O mapa da cidade, no caso, passa a ser um mapa social onde as pessoas se definem pelo lugar em que moram” (Velho, 1989). A participação do Rio 2 e de outros empreendimentos análogos no universo barrens é, portanto, recheada de significados, o que resulta num caso de ocupação em que a natureza do status está associada não só ao modelo de moradia, mas também à sua localização geográfica: não se trata de qualquer condomínio, mas de um condomínio na Barra. Pelo menos é esta a representação mobilizada na venda.

#### 4 Expansão da Barra e Resignificação Espacial

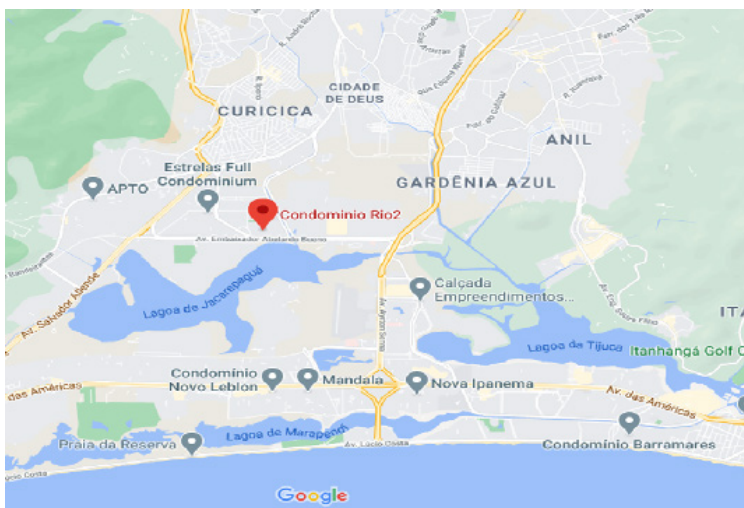
A localização do condomínio é uma questão bastante controversa. Por mais que o Rio 2 acione discursos de afirmação do bairro em que sua participação nesse universo é valorizada, suas relações com a geografia próxima são mais ambíguas do que parecem à primeira vista. Ele se localiza na Avenida Embaixador Abelardo Bueno, região de fronteira entre bairros e tradicionalmente reconhecida como Curicica, sub-bairro de Jacarepaguá, onde consta seu CEP e IPTU (ver figura 2).

A região foi vendida como Barra pelo Rio 2, e é na condição de moradores da Barra que os condôminos se sentem. O próprio site da Associação de Moradores do Rio 2 coloca o condomínio na Barra. Tanto pelas matérias jornalísticas quanto pela minha própria experiência como frequentador da região, percebe-se que há um esforço dos moradores de distanciamento de Curicica quando confrontados com a ambiguidade de sua localização habitacional. Contudo, a partir dos depoimentos dos moradores em uma matéria do Globo de 2014 (“Indefinição é problema antigo”) pode-se perceber que a identificação



administrativa não é totalmente infundada, mesmo que tenha de fundo o desejo de ter a condição de morador do bairro em sua plenitude, através da formalização. Cita-se por exemplo a maior proximidade com os serviços da Barra em relação aos de Jacarepaguá, inclusive o 31º BPM, da Barra, em comparação ao 18º BPM, de Jacarepaguá.

Figura 4 – Condomínio Rio 2 no mapa da região



Fonte: condomínio Rio 2. Google Maps. Google. Disponível em: <<https://www.google.com/maps/place/Condominio+Rio2/@-22.9781858,-43.3767807,13z/data=!4m5!3m4!1s0x9bd818c7824d-c9:0x327383cdf0b4a7e3!8m2!3d-22.9716873!4d-43.3835292>>.

Acesso em: 24 de Set. de 2020.

Sendo dotado de importante agência na condução do processo de expansão da cidade, o Rio 2, então, atuou de forma mais incisiva na ressignificação espacial que essas transformações urbanas implicam. Frente ao estado de relativa indefinição em que se encontra essa região de entroncamento entre bairros, há margem para apropriações e disputas quanto ao seu pertencimento, que interferem em fatores como especulação imobiliária e diferentes valorações a respeito de uma moradia ali instalada.

Nessa direção, há uma matéria do jornal O Globo de 1994, ano anterior à entrega dos primeiros

apartamentos, que não se preocupa em diferenciar Barra e Recreio ao assinalar em seu título que “Recreio terá uma minicidade”, referindo-se ao Rio 2. Isso aponta, primeiramente, para as transformações daquele espaço acerca de seu pertencimento e significação em diferentes momentos do processo de expansão urbana que, em meados da década de 90, restringia o selo barrense a uma determinada porção de terras, e que foi cada vez mais adquirindo maior capacidade de dilatação. Aponta também para a atuação do Rio 2 em um segundo momento da expansão urbana, quando tanto as fronteiras simbólicas do bairro se alastraram a ponto de, com alguma legitimidade, considerar a área de entroncamento com Jacarepaguá como Barra; quanto aquele universo mesmo havia se expandido: o mercado imobiliário, a infraestrutura, o comércio e os espaços sociais cresceram e se desenvolveram em direção à Zona Oeste.

O que se encontra em curso, portanto, é um processo de redefinição de fronteiras e reconfiguração da geografia simbólica daquela região. Esse movimento se torna mais concreto quando se tem em mente o Projeto de Lei No 807/2010, que visava transformar o entorno do Parque Olímpico (onde se encontra o Rio 2) no bairro “Barra Olímpica”. Isso é importante pois, além de trazer a disputa acerca da ressignificação para o debate público, promove um projeto mais consistente de modificações daquele espaço.

O projeto de lei em questão data do ano de 2010, quase duas décadas depois do lançamento do condomínio Rio 2. Podemos enxergar, assim, algum sucesso das representações que associavam aquela região à Barra: não mais apenas um único empreendimento reivindicando a participação no universo barrense, mas a formalização de



seu pertencimento pelo poder público. Trata-se agora de um segundo momento, em que os sentidos se encontram já mais consolidados, mesmo que não sem disputa [7].

A fala abaixo, do então presidente da Associação do Rio 2, Alexandre Amaro, demonstra bem esse segundo momento, onde a indefinição das fronteiras em termos administrativos é secundária, pois o “perfil de Barra” abarca o condomínio:

A nossa visão é que aqui é Barra. Mas já ouvi de alguns moradores que eles recebem contas dizendo que é Jacarepaguá. De qualquer forma, não vejo isso como um fator preponderante. As pessoas vieram para cá pelo projeto do condomínio, pela segurança e pelos serviços que oferece. Temos um perfil de Barra, até com um pouco mais de atrativos — diz Amaro, acrescentando que o Rio 2 tem atualmente cerca de 15 mil moradores. (Jornal O Globo, 2012).

A fala demonstra a estruturação de um “perfil” próprio à Barra da Tijuca e a inclusão do condomínio nesse universo com base no compartilhamento desse “perfil”. Pode-se enxergar, assim, que os condomínios fechados constituem um importante pilar do estilo de vida barrense.

## 5 Um novo conceito de moradia

A proliferação de condomínios fechados na Barra da Tijuca nas últimas décadas do século passado faz parte de um contexto de implementação de novas formas de empreendimento habitacional pelo mercado imobiliário, então conhecido como “novo conceito de moradia”. Nele, a proposta é ocupar o terreno com menos apartamentos e mais áreas livres de uso social, como jardins, parques, ciclovias e outras áreas de lazer, com forte valorização do contato com a natureza. O mercado justifica esse

movimento num discurso que reconhece uma mudança no perfil do comprador, que agora “procura não apenas o apartamento ideal, mas tudo o que está a sua volta” (Jornal do Brasil, 2002).

A ideia de uma moradia envolta de diversos elementos adjacentes está em plena consonância com a negação da cidade. De acordo com Caldeira:

Esse “novo conceito de moradia” articula cinco elementos básicos: segurança, isolamento, homogeneidade social, equipamentos e serviços. A imagem que confere maior status (e é a mais sedutora) é a da residência enclausurada, fortificada e isolada, um ambiente seguro no qual alguém pode usar vários equipamentos e serviços e viver só com pessoas percebidas como iguais. (Caldeira, 2000, p. 265).

Todos esses elementos ganham certos realces ao se levar em conta as especificidades da pesquisa aqui empreendida, os suportes pesquisados e seu recorte. Isso acontece, por exemplo, na centralidade da “qualidade de vida” nos discursos de venda.

Para o que foi visto neste estudo, o componente central do “novo conceito de moradia” em sua tentativa de sedução é a ideia de que toda a vida do sujeito é elevada a outro padrão. O aspecto totalizante é vital na constituição desse produto: o condomínio procura abarcar toda a vida de seus habitantes com a infraestrutura interna de modo a torná-la mais fácil e prazerosa: “RIO 2 é isso: mais do que morar, um lugar para você viver.” (O Globo, 1995).

Para tal, encontram-se presentes diversos espaços adjacentes que oferecem internamente todo o aparato necessário, proporcionando uma vida que independe da cidade em seu essencial. Não só espaços de lazer (quadra de futebol, jardins, parques etc.), mas também shopping, farmácia,

comércio, escola e transporte próprio estão presentes: Só RIO 2 tem 70% de sua área total destinada ao lazer. Só RIO 2 tem tanto espaço, dentro e fora de seu apartamento. Só RIO 2 tem uma completa infra-estrutura de comércio, escolas e serviços, para atender sua família. (Jornal do Brasil, 1996).

À importância do contato com a natureza (ressaltando-se a presença da Lagoa da Tijuca e da praia da Barra) junta-se a paisagem como peça essencial da vida oferecida pelo condomínio, atribuindo grande importância às áreas verdes na caracterização de um clima “bucólico”. Valoriza-se fortemente os jardins e o paisagismo, com variedades de flores e conjuntos de áreas arborizadas, que sob à insígnia de Burle Marx [8] agregam valor e sofisticação ao empreendimento – a menção a esses elementos está sempre presente nos anúncios de jornais. Além disso, piscinas, esculturas e outras obras de arte ao ar livre também fazem parte desse repertório paisagístico.

Algo do público ao qual o condomínio se dirige também pode ser pensado. Diferente das realizações anteriores da Carvalho Hosken, o Rio 2 se apresenta como acessível também à parte da classe média, não restrito apenas à elite econômica.

Um outro fator de atração é que o novo conceito de condomínio pode ser considerado acessível para classe média alta. Em Rio 2, por exemplo, pode-se encontrar coberturas duplex de 160m<sup>2</sup> com piscina e deck por R\$ 214 mil. ‘É um sonho que está ao alcance de todos. Acredito que o valor não é exorbitante com relação ao ganho que o morador terá e à mudança de rotina que, com certeza, será para melhor’, finaliza o presidente da Carvalho Hosken. (Jornal do Brasil, 2002).

Além disso, procede-se em grande medida

vendendo um produto imobiliário familiar, com espaços voltados para crianças e convívio familiar. Tendo em vista o público alvo do condomínio, é importante destacar que se trata se uma visão específica de família, com delimitações de classe e raça. Isso é perceptível principalmente nas propagandas, nas fotos que as acompanham e, mais tarde, na Revista Rio 2:

Só Rio 2 tem o apartamento certo para o tamanho de sua família. Só Rio 2 tem 70% de sua área total destinada ao lazer. Só Rio 2 tem tanto espaço, dentro e fora de seu apartamento. Só Rio 2 tem uma completa infra-estrutura de comércio, escolas, e serviços, para atender sua família [...]. (Jornal do Brasil, 1996).

Ademais, e talvez mais importante, a posituação da ideia de que se trata de um produto carioca voltado para cariocas, tornando então possível delinear melhor a proposição de uma cidade alternativa, em que não se abre mão da cidade do Rio 2 de Janeiro, mas sim de um modo de estar no Rio de Janeiro, daí a proposta de um Rio 2.

HOJE O CARIOCA DECIDE COMO VAI VIVER. APROVEITE E DECIDA AONDE./ Na primeira fase de planejamento de Rio 2 o carioca mostrou que é inteligente, está mudando e investindo na qualidade total de vida. (O Globo, 1994).

Varandões, 2 e 3 quartos e muito lazer. RIO 2 resgata o jeito tranquilo e alegre do carioca morar bem. O estilo de vida ideal para quem exige liberdade e espaço. (O Globo, 1995).

Também vale a pena destacar uma especificidade deste condomínio em comparação aos que Caldeira analisa no caso de São Paulo: a autora diz que, diferentemente das gated communities dos EUA, no caso paulista não há qualquer enaltecimento da ideia de comunidade. No Rio 2 há eventuais exaltações do sentimento comunitário, mas o

foco parece ser muito mais a ideia de autossuficiência em relação à cidade, que por sua vez mobiliza a visão de uma comunidade frente ao público.

Ainda assim, a venda não se resume à residência, sua localização ou sua infraestrutura, mesmo que essas sejam peças primordiais; o que está posto à venda é outro jeito de ocupar a cidade, um estilo de vida, que quando apresentado sobre a ótica dos anúncios publicitários, aparece como uma experiência de moradia quase mágica, conectada a um “estado de espírito”, fruto do êxtase de uma vivência que toma esse ambiente como base: “O Rio 2 é tudo isso e muito mais, é um estado de espírito sempre alegre e ávido para aproveitar os bons momentos e a beleza da vida” (Jornal do Brasil, 2002).

## 6 Rio de Janeiro Caótico, Rio 2 Inteligente

Em suma, o “novo conceito de moradia” diz respeito à possibilidade de uma boa vida dentro de um condomínio. A fundamentação dessa proposição pode ser encontrada num forte contraponto com o espaço público, cuja representação é marcada por intranquilidade e insegurança:

De acordo com o presidente da construtora Carvalho Hosken, Carlos Carvalho, [...] o público está à procura de um novo estilo de vida: ‘O lançamento da segunda etapa do Rio 2 tem demonstrado essa nova tendência. As pessoas querem uma volta ao passado, ao tempo em que havia segurança nas ruas, mais tranquilidade e privacidade. É a retomada do espírito romântico do carioca’. (Jornal do Brasil, 2002).

A negação de uma cidade caracterizada pelo caos e pela violência permeia toda estrutura representacional

mobilizada no Rio 2, culminando no rechaço da vida pública e no elogio de fatores como privacidade, isolamento e segurança, então elaborados como signos de liberdade e qualidade de vida. É justamente porque a cidade se apresenta como tão caótica, que uma “vida de qualidade”, dentro do espaço “tranquilo” do condomínio, se faz tão urgente. O tipo de propaganda do Rio 2 mais frequente tanto no Globo quanto no Jornal do Brasil demonstra muito bem as prioridades e os valores à venda:

RIO 2 é um lugar para quem precisa de mais espaço para viver. Num local totalmente planejado, apartamentos que privilegiam a liberdade de morar bem. Varandão e 4 quartos para quem procura qualidade de vida e conforto. Para você e sua família, áreas de lazer com muito verde e jardins de Burle Marx. Clubes, piscinas, escolas, ciclovias e playgrounds – tudo muito seguro. E mais, transporte próprio e as conveniências de lojas, farmácias e minimercados. Aqui, você tem a proximidade de cinemas, teatros, restaurantes, bares e acesso a todos os shoppings da região. E a praia da Barra fica a apenas 4 minutos. Em RIO 2, você vai ser protegido por um sistema de segurança de alta tecnologia, 24 horas por dia, e conectado diretamente ao seu apartamento. Venha para RIO 2. Aqui, é o lugar ideal para você morar no que é seu com todo espaço, estilo e segurança.

A prioridade da “segurança” nos discursos de venda é, portanto, vital, principalmente se se leva conta o contexto dos anos 90, em que a violência urbana se destacava como questão social. O caos urbano que enseja a ida para o condomínio é constituído primariamente pela violência, da qual é necessário se proteger. Contudo, a descontinuidade que esse empreendimento estabelece com uma cidade caótica acontece também noutra nível: do ordenamento do cotidiano.

Por toda a fabricação da ideia de “qualidade de

vida”, atravessa um sentido de ordem, condensado no adjetivo Inteligente. A fluidez e o bom andamento do estilo de vida proposto recorrem à uma racionalidade funcional, presente no condomínio em seu exercício de ordenamento do cotidiano do morador, de modo a tornar sua vida ausente de entraves. O próprio slogan “Rio 2, Cidade Inteligente”, dá a ideia de uma racionalidade própria à estrutura do condomínio, valendo perceber a associação dessa “inteligência” com uma infraestrutura tecnológica (“prédios inteligentes”, já comentados) que tornam viável a proposição de venda.

A tecnologia atua aqui tanto no que tange à proteção do morador contra os perigos externos (“Em RIO 2, você vai ser protegido por um sistema de segurança de alta tecnologia, 24 horas por dia, e conectado diretamente ao seu apartamento”) quanto ao fornecimento de ordem cotidiana, contribuindo para a composição de um estilo de vida visto como moderno. Tudo isso tem o objetivo de promover “qualidade de vida”, produto para o qual essa “inteligência” se coloca à disposição: “Uma Cidade Inteligente pensada e planejada nos mínimos detalhes para oferecer qualidade total de vida”.

Figura 5 - Imagem de propaganda focando tecnologia, segurança e família



Fonte: Hemeroteca Digital

Aderir a essa cidade inteligente, dotada de

planejamento e organização (ambas palavras-chave dos anúncios e entrevistas) torna o próprio morador parte dela e, portanto, ele mesmo “inteligente”. Através de imperativos como “Faça uma escolha inteligente e venha morar em Rio 2” (O Globo, 1995) ou “Antecipe-se e venha viver de forma mais inteligente” (O Globo, 1995), pode-se compreender melhor os apelos envolvidos no convite à essa estrutura ordenada: não só o complexo de moradia é ele mesmo inteligente, mas a adesão a ele, à vida que se dá dentro dele e a seus componentes o são da mesma forma.

A descontinuidade com a cidade é concebida, então, em termos de um espaço interno fechado, tranquilo, com qualidade de vida, e um espaço público violento, que, carente dessa funcionalidade, é reconhecido como caótico:

VENHA PARA ONDE VOCÊ VAI SER FELIZ/ Numa cidade como a nossa, onde o crescimento é desordenado, Rio 2 é um sonho que já está se realizando. A solução para o resgate da qualidade da qualidade de vida no Rio e que você precisa conhecer. Por isso, não perca mais tempo. Rio 2 espera por você. (Jornal do Brasil, 1995).

Esse ímpeto de negação da cidade, descontínua com o condomínio em vários níveis, implica a reivindicação de uma sociabilidade própria. Tendo se instalado o reconhecimento de um status distintivo de morador de condomínio barrense, junta-se a ideia de que essas pessoas têm um comportamento diferenciado, que elas se relacionam de modo diferente. Formam-se, assim, mecanismos que visam assegurar o “padrão” dos moradores. Isso ao ponto que, em 1995, o Rio 2 submete os futuros condôminos a um “treino para viver em condomínio” (O Globo, 1995). O treino consistia em, após a aplicação de um questionário, promover palestras

e atividades visando criar “uma identidade entre pessoas diferentes” (Idem). Essa diferenciação e esse nivelamento entre as pessoas a fim de distinguir o espaço interno se dão, em grande medida, a partir de princípios de classe. Como visto acima, o público ao qual esse empreendimento se dirige é pertencente à classe média e à alta. Fatores econômicos e de hierarquia social formam o quadro dentro do qual se pode discriminar as pessoas e garantir um determinado modelo de sociabilidade, retornando o tema da homogeneidade social própria aos enclaves. Por isso, o assessor do treinamento

[...] destaca a importância da construtora ter entendido que qualidade de vida significa dinheiro: ‘a pior coisa que pode acontecer com um condomínio como esse é ficar conhecido como um saco de gatos’. (Idem).

## 7 Pesando os valores

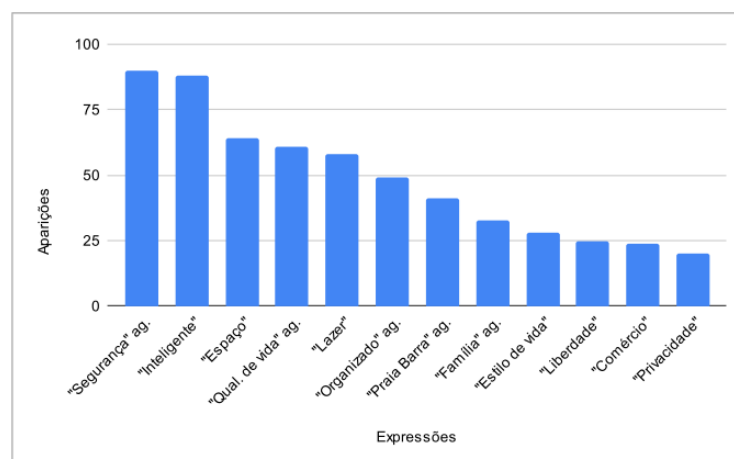
Com base em uma tabela feita por mim, onde quantifiquei os termos mais frequentes nos anúncios publicitários dos suportes pesquisados, pode-se observar de modo mais apurado quais são as representações centrais mobilizadas pelo Rio 2 no período de lançamento, concluindo a análise com maior concretude. Há diversos termos que, embora diferentes, buscam adicionar valores semânticos parecidos ao produto imobiliário à venda. Nesses casos, optei por juntá-los num agregado maior, como “segurança”, que junta: “segurança”, “vigilância” e “proteção”.

Figura 6 – Tabela de expressões-chave

Expressões	Aparições
"Segurança" (agregado)	90
"Inteligente"	88
"Espaço"	64
"Qualidade de vida" (agregado)	61
"Lazer"	58
"Organizado" (agregado)	49
"Praia da Barra" (agregado)	41
"Família" (agregado)	33
"Estilo de vida" (agregado)	28
"Liberdade"	25
"Comércio"	24
"Privacidade"	20
<b>Total geral</b>	<b>581</b>

Fonte: Elaboração própria

Figura 7 – Gráfico de expressões-chave



Fonte: Elaboração própria

A partir desses dados, pode-se melhor balizar o peso e o valor de cada aspecto que compõe a venda do condomínio. “Segurança” é o que mais aparece, demonstrando a relevância do contraponto com um contexto urbano reconhecido como violento. Retornamos a ideia do enclave fortificado. A garantia de proteção contra uma cidade violenta é a principal marca do produto.

Logo em seguida vem “inteligente”, que agrega



o termo utilizado como adjetivo de diversas formas e o próprio slogan do condomínio, “Cidade Inteligente”. A centralidade desse termo é clara. A cidade e o espaço público contra os quais se faz o contraponto não são apenas violentos, mas também caóticos, de forma que o ordenamento seja parte vital do que está sendo oferecido. A forte utilização desse termo torna possível perceber a ideia de que há uma racionalidade por trás do aparelho condominial assegurando toda sua eficácia e complexidade. Não apenas “inteligente”, mas também “organizado”, outro dos que mais aparecem, deixam claro a importância desse ordenamento: um condomínio “organizado”, “planejado” e “pensado” é produzido por uma “inteligência”, em grande medida tecnológica.

Outro termo de destaque é “qualidade de vida”. Na verdade, essa é a finalidade generalizada do condomínio: fornecer uma vida de qualidade ao seu morador. É para tal que os demais elementos atuam. Outros termos frequentes nos ajudam a compreender o que se entende por qualidade de vida e de quais recursos imobiliários se vale para isso. “Espaço” é um deles. Sendo o terceiro termo que mais aparece, deixa claro os traços do “novo conceito de moradia”: a ideia de ocupar o terreno com menos áreas de habitação e mais áreas livres, de lazer e uso social. O Rio 2 é um bom exemplo desse conceito de moradia, e a relevância do termo “espaço” o demonstra. Em direta relação com isso está o “lazer”. É em grande medida para o lazer que estão voltados esses espaços. Daí a utilização de outros termos que, embora semanticamente diferentes, e de menor destaque, apontam para a mesma promessa de que a vida no Rio 2 é mais prazerosa: “conforto” – 19; “alegria” – 10; “tranquilidade” – 10; e “morar bem” – 16.

“Família”, que contém “família” e “filhos”, aparece 33 vezes, demonstrando a importância do público alvo dos anúncios. Eles voltam-se para a população de classe média e alta, com foco no núcleo familiar. Tendo sujeitos específicos como objetivo, as propagandas também trazem valores específicos, identificados numa população “emergente”, onde talvez também se possa avaliar a presença considerável de “estilo de vida” e “comércio”.

Outro termo significativo é “liberdade”. É difícil sua interpretação, visto a pouca elaboração nas propagandas. Mas talvez poderíamos pensar na promessa generalizada de uma vida mais satisfatória, em que os desejos e ações podem fluir mais livremente. É nesse sentido que se utilizam outras expressões de menor destaque, mas que podem ajudar a clarear este ponto: “beleza” – 6; “felicidade” – 7; “sonho” – 7. Isso relaciona-se com a ideia anterior de que, quando apresentada através da publicidade, essa experiência de moradia se apresenta como extasiante.

Por último, há também “Praia/Lagoa da Barra”, que demonstram o valor significativo do pertencimento ao universo barrensense para a imagem que o condomínio busca construir de si: não qualquer condomínio, mas um condomínio na Barra.

## 8 Considerações Finais

O que busquei fazer neste artigo é observar mais de perto o lançamento do condomínio Rio 2, um marco importante na elaboração de representações sobre a Barra da Tijuca, especialmente no que tange à moradia. Trazendo temas próprios do contexto da década de 90, como globalização e tecnologia, as propagandas, matérias

e entrevistas de jornais do período apontam para as transformações urbanas dessa região, que produziram, de um lado, sua inserção na geografia simbólica do Rio de Janeiro e, de outro, a dilatação significativa das fronteiras barrenses.

Esse processo envolve, primeiro, a formatação do que o presidente da associação do condomínio Rio 2 chamou de “perfil de Barra”, que em grande medida tem seu enraizamento material numa experiência urbana baseada em condomínios fechados. Estes, por sua vez, detêm especificidades importantes, como a centralidade da ideia de qualidade de vida, a negação do caos e desordem urbana e sua proteção dentro de uma estrutura funcionalmente inteligente e segura. Envolve, também, a ressignificação de espaços limiares, de fronteira entre bairros, que progressivamente passaram a ser reconhecidos como Barra. Esse movimento de dilatação se consolida substancialmente na década de 2010, tendo o projeto de lei da “Barra Olímpica” e as Olimpíadas de 2016 como marcos.

Num nível mais ampliado, o lançamento do Rio 2 e os fenômenos que ele evoca permitem compreender melhor alguns aspectos da expansão urbana carioca em direção à Zona Oeste, em que a Barra da Tijuca, e tudo o que pode ser englobado por ela, passam a adquirir cada vez mais centralidade.

## 9 Notas

\*Graduando em Ciências Sociais na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)  
E-mail: igorcarvalho1407@gmail.com.

[1] Zona Oeste cresce 150% em uma década. ADEMI na

imprensa. Disponível em: [http://www.ademi.org.br/article.php3?id\\_article=43522](http://www.ademi.org.br/article.php3?id_article=43522). Acesso em: 07 de mai. de 2020.

[2] Diversas instâncias midiáticas usaram a expressão para se referir ao Parque Olímpico e seu entorno, além do próprio website oficial da competição. Ver por exemplo: <https://www.gazetadopovo.com.br/esportes/olimpiadas/2016/conheca-o-coracao-dos-jogos-olimpicos-rio-2016-e1ff4mi7b4hfrnxj6lklprgnj/>. Acesso em: 16 de mai. de 2020.

[3] Uma das maiores empresas imobiliárias da região, importante para seu desenvolvimento urbano e econômico. Voltaremos a ela adiante.

[4] Os condomínios Nova Ipanema e Novo Leblon são os primeiros do gênero na região.

[5] Destacando-se a liderança de Eduardo Paes, então subprefeito da Região Administrativa XXIV – Barra da Tijuca. Esse processo foi conhecido como “caravana da legalidade”, colocando as comunidades como ocupações ilegais.

[6] É nos anos 70 que Carlos Carvalho começa a comprar terrenos na área, preparando-se para um projeto imobiliário mais amplo, como ele mesmo diz em diversas entrevistas. Nesse sentido, há diversas matérias no Globo e no Jornal do Brasil sobre reuniões entre Carlos Carvalho, presidente da Carvalho Hosken, e representantes do Estado, sejam voltadas para empreendimento específico ou o desenvolvimento mais geral da área.

[7] Um dos exemplos de como a região ainda se encontra em disputa mesmo num momento de representações mais consolidadas sobre o universo da Barra da Tijuca é a circulação nos ambientes virtuais de hashtags como “#Rio2éCuricica” ou “Rio2nãoéBarra”, geralmente num tom jocoso.

[8] Há diversas obras do paisagista e artista plástico Burle Marx no condomínio, frequentemente citadas nas propagandas ao se falar das áreas verdes.

SECRETARIA Municipal de Urbanismo (SMU) da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. **Evolução da Ocupação e Uso do Solo 2009 – 2013**. 2014.

VELHO, Gilberto. **A utopia urbana: um estudo de antropologia social**. Zahar, 1989.

## 10 Referências

ADEMI. **Relatórios da Associação de Dirigentes de Empresas do Mercado Imobiliário**, 2003 a 2013. Disponível em: <http://www.ademi.org.br/>. Acesso em: 12 de set. 2014.

BELTRÃO, K. I., CAMARANO, A. A., KANSO, S. et al.. **Tendências demográficas do Município do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: IPP/PCRJ, 2004.

DO RIO CALDEIRA, Teresa Pires. **Cidade de muros: crime, segregação e cidadania em São Paulo**. Editora 34, 2000.

FRÚGOLI JR, Heitor. **Centralidade em São Paulo: trajetórias, conflitos e negociações na metrópole**. Edusp, 2006.

LOUREIRO, E (coord.), DIAS, M.C. e CORREIA, P.B. **Análise do licenciamento imobiliário na cidade**. Secretaria Municipal de Urbanismo (SMU) da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. In: Rio Estudos, Nº 284. Rio de Janeiro: NIU/CGTU/SMU/PCRJ, 2008.

OLIVEIRA, FL de. **Condicionantes territoriais para a elaboração de estimativas populacionais para unidades submunicipais: considerações a partir do caso do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Instituto Municipal de Urbanismo Pereira Passos (IPP), 2008.

RAPOSO, Rita. **Condomínios fechados, tempo, espaço e sociedade: uma perspectiva histórica**. Cadernos Metrópole., v. 14, n. 27, p. 171-196, 2012.