

## **A produção do espaço urbano em cidades históricas: Reflexões sobre gestão urbana e o patrimônio-cultural-mercadoria**

Jefferson de O. Vinco

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

Jefferson.vinco@gmail.com

### **RESUMO**

O urbano pós-moderno apresenta desafios interpretativos que já foram enfrentados por importantes autores dentro da geografia. Entretanto, o quadro elucidativo foi construído visando explicar os processos observados em grandes metrópoles financeiras, nas cidades que são o coração da economia capitalista contemporânea. Nossa intenção se volta para as cidades consideradas históricas, em geral, cidades pequenas ou médias, que possuem um considerável nível de preservação de seus monumentos. Essas cidades-patrimônio ascendem no século XX, como importantes espaços destinados à cultura, à história, à memória e ao lazer e seus perímetros urbano-históricos são produzidos para se tornarem espaços de consumo visual. A pós-modernidade chega ao urbano a partir da culturalização do planejamento citadino, uma série de preservações, restaurações e invenções são aplicadas na cidade objetivando desenvolver formas e histórias que sejam atrativas aos olhos e assim mobilizem desejos de consumo.

**Palavras-chave:** Produção do urbano-histórico; Patrimonialização; Pós-modernidade.

**GT – 13 : Produção e reprodução do espaço urbano – teoria e prática**

### **INTRODUÇÃO**

Este trabalho visa discutir a produção do espaço urbano-histórico e assim auxiliar a compreensão das lógicas que incidem nessa parcela distintiva do espaço geográfico. As cidades históricas, principalmente aquelas consideradas cidades-patrimônio, por possuírem monumentos históricos preservados, destacando singularmente a arquitetura, figuram, na atualidade, como uma entre as várias modalidades de produção do urbano, são novas veias de investimento e novos locais de rentabilidade, já que possuem especificidades que motivam à implantação de estratégias conectadas à exploração turística.

De norte à Sul do Brasil, cidades históricas tentam fazer de seus patrimônios vetores de mercantilização para atrair investimentos, um mercado cada vez mais acirrado e competitivo. Tais cidades são produzidas e destinadas para o consumo visual de uma estética histórica, alimentando os anseios de grupos específicos motivados pelo turismo cultural e excluindo moradores pobres dos espaços mais cobiçados pelo mercado imobiliário e financeiro.

O sistema capitalista, com toda a sua capacidade de (re)criação e (re)produção, imputa novos desafios à compreensão do urbano, nossa intenção neste texto é focarmos nas dinâmicas vividas nas cidades históricas, buscando a compreensão dos processos que envolvem a valorização patrimonial, a patrimonialização e a culturalização do planejamento. Com o objetivo de radiografar as novas formas de gestão cidadina marcadas pelo empreendedorismo urbano. Dessa maneira, acreditamos ser possível construir uma válida reflexão sobre a contemporânea (re)produção do urbano histórico a partir de uma minuciosa reflexão sobre o patrimônio histórico cultural na pós-modernidade.

Vale comentar que delineamos o período pós-moderno como a expressa crise de fundamentação da modernidade; não é uma nova fase, mas sim a face de plena crise das experiências e pensamentos pautados na modernidade. Essa fase de crise e colapso é o que nos permite identificar a pós-modernidade e, conjuntamente, seu movimento artístico, o pós-modernismo, não como uma nova sociedade, nova forma de acumulação ou maneiras inéditas de experimentar o tempo e o espaço, mas sim como a expressão de crise da sociedade moderna, da crise da única forma de acumulação dominante da modernidade (fordismo) e da crise do modo como experimentamos o tempo e o espaço. Percebemos, então, que é no desenvolvimento do capitalismo e no avanço progressivo da sociedade moderna, que a pós-modernidade pode ser compreendida, sendo o aprofundamento da modernidade, sua radicalização e sua degradação efetiva.

### **1. A cidade histórica como empreendimento e a gestão cultural cidadina**

No Brasil, as primeiras medidas envolvendo a preservação do patrimônio são do início do século XX, a ameaça de que tudo fosse derrubado para dar lugar ao progresso moderno foi uma força propulsora para as dinâmicas preservacionistas. Mas vão além de tal preocupação de substituir um patrimônio por outro. A conjuntura política do país no início do século XX

ambientava um nacionalismo que foi diretamente o responsável pelas medidas iniciais de proteção do patrimônio. Pós a revolução de 30 no Brasil, o Estado Novo, urge a necessidade de reconhecimento de uma identidade nacional, como uma forma de estabelecer uma sociedade que deseja se reconstruir sobre novas bases. É o momento seletivo de eleger a herança histórica material e imaterial como representante de uma suposta identidade nacional.

De tal modo, a patrimonialização do patrimônio vai se consolidando no Brasil e em 1933 é criada Inspetoria de Monumentos Nacionais, a partir do qual surgiu o Serviço do Patrimônio Histórico Nacional (SPHAN), em 1937, que mais tarde tornou-se o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). Foi um conjunto normativo desenvolvido por esses organismos que visavam à preservação do patrimônio cultural brasileiro, tendo no tombamento a principal medida de proteção e preservação, que o Estado buscou impedir a degradação de tais riquezas histórico-culturais.

O professor Everaldo Batista da Costa (2014, p.244) aprofunda a discussão quando propõe o conceito de “Patrimonialização Global”, “o brusco movimento universal de espetacularização e banalização pela cenarização progressiva dos lugares promovido pela dialética Estado-mercado, sobre as bases das técnicas, ciência e informação”, ocorrendo um processo de ressignificação dos lugares em escala global. Há uma real corrida dos gestores e ordenadores do urbano para inserção dos bens culturais na rede internacional do turismo. Este processo se apresenta como uma potência vertical de transformações dos lugares singulares, por meio de uma nova situação que tem por base o dinheiro e a informação – respondendo diretamente ao processo de globalização. Segundo COSTA (2011) “a patrimonialização global é um novo mecanismo socioeconômico e cultural de transformação dos territórios de identidade, de ressignificação dos lugares de memória.” É fundamental apresentar a periodização feita por Costa e Scarlato (2009), que dividem as fases de (re)produção do patrimônio cultural brasileiro em: Gênese Colonial do Patrimônio, Projeção Inicial do Patrimônio, Produção Simbólica do Patrimônio e Cenarização Progressiva do Patrimônio. Essas quatro fases nos permitem compreender melhor o processo dinâmico e complexo que envolve as cidades históricas.

Faz parte da lógica contemporânea do capitalismo (re)significar para assim (re)valorizar formas arquitetônicas pretéritas, muitas vezes estratégia adotada pelos próprios defensores dos bens histórico-culturais como um modo de não deixá-los serem destruídos pelas “carruagens

do progresso”. A feroz necessidade de novos espaços para a ampliação capitalista, subjungando tudo que fosse interpretado como atraso ao desenvolvimento, foi o que fez crescer a motivação por proteção de espaços, objetos e festas que de alguma forma são representativos de um tempo e espaço. Contudo, o intensivo processo de estabelecer novos significados e uma nova valorização para os bens patrimoniais também responde a uma lógica inerente ao sistema capitalista. A gestão urbana contemporânea busca aprimorar singularidades, que no caso de determinadas cidades que possuem patrimônios históricos bem preservados, se encontram na valorização histórica e em um ambiente cultural que impulsiona à conquista de rendas monopolistas. Assim concordamos com David Harvey (2006, p.232-233) quando indica que:

As alegações de singularidade, autenticidade, particularidade e especialidade sustentam a capacidade de conquistar rendas monopolistas(...) Muitas alegações se apoiam em narrativas históricas, interpretações e sentidos das memórias coletivas, significados das práticas culturais etc.

Segundo Til Pestana, o tema gestão cultural surgiu primeiramente nos Estados Unidos, onde aponta que a partir de 1870 houve uma significativa mudança cultural devido à proliferação de museus, orquestras e bibliotecas fruto da iniciativa de elites locais. No decorrer do século XX, especificamente a partir de 1930, mais uma mudança é sentida, agora na orientação da administração das instituições estadunidenses, museus prioritariamente. A cultura passou a ser entendida como um serviço público ligado ao crescimento econômico. Essa interpretação não se limitou ao solo estadunidense, foi exportada para diversos países do mundo, o que fez com que a riqueza histórico-cultural passasse a ser gerida por um específico grupo de burocratas, os chamados administradores culturais. Esse ideal cooptou o processo de patrimonialização e constituiu uma lógica de valorização patrimonial sustentada na capacidade de constituir as cidades como máquinas de fazer dinheiro. Logo, observa-se que a dinâmica de transformar as cidades e suas riquezas patrimoniais em mercadorias de luxo revela como a mercadoria cidade é mais complexa do que todas as mercadorias já produzidas, e que tudo deve ser analisado durante a venda de uma cidade - quais os atributos podem ser comercializáveis, quem são os compradores: jovens, idosos, família, casais, empresas. Provando como o espaço urbano-histórico se tornou indispensável para a reprodução do capital.

A complexidade ainda é maior, pois a “cidade saiu da forma passiva de objeto e assumiu a forma ativa de sujeito, ganha assim uma nova identidade” (VAINER, 2013). Além de

mercadoria, podemos entendê-la como uma empresa, já que funcionam como tais. Esta concepção instaura a cidade como um agente econômico atuante no contexto do mercado na qual a regra e o planejamento ditam as ações. Caberia então esclarecer que a compreensão do patrimônio está na própria relação do homem com os objetos e dos homens entre si e não, na coisa em si. Mas é claro que o patrimônio cultural assumiu um significado mercadológico, passou para a esfera da comercialização na nova gestão do espaço urbano vinculado aos ditames globais de preservação mercantil do patrimônio.

Essas mudanças respondem ao que Harvey (2005) explicitou como sendo o fim de um período chamado “administrativismo”, marcado pelos elevados investimentos públicos no urbano, porém, que devido à crise fiscal dos Estados na década de 1970 e o crescimento dos ideais neoliberais, reduziu-se drasticamente ação estatal em tais espaços, fazendo com que as cidades precisassem traçar novos caminhos para manutenção e ampliação dos lucros no competitivo mercado das cidades. Esse é o momento que inaugura a fase chamada de “empreendedorismo” urbano. “Nos anos recentes, em particular, parece haver um consenso geral, emergindo em todo o mundo capitalista avançado: os benefícios positivos que adotam uma postura empreendedora em relação ao desenvolvimento econômico.” (HARVEY, 2005, p. 167)

As novas intervenções agora chamadas de parcerias público-privadas são o baluarte do empreendedorismo urbano, o Estado direciona uma gama de investimentos associados aos interesses do mercado, a cidade passa a ser produzida atendendo aos anseios do grande capital que precisa se apropriar do espaço para ampliar suas vias de acumulação. Uma nova ordenação econômica e política, acordada e potencializada pelos atores da atual gestão cidadina, reorientam as relações entre o capital imobiliário, financeiro e o Estado. Precisa-se com isso, na atual lógica de gestão, oferecer condições para a produção e consumo da cultura (cultura tal que foi perversamente degradada na modernidade). Necessita-se atender ao desenvolvimento de uma economia simbólica como aponta Sharon Zukin (1995), espetacularizando a produção e significação dos espaços histórico-culturais da cidade<sup>1</sup>. Todavia, é nítido que o maior ônus acaba reincidindo nas prefeituras, pois são as responsáveis pelo significativo investimento inicial e

---

<sup>1</sup> Fica-nos claro, concordando com Lilian Fessler Vaz, que é por meio da cultura que as cidades podem se individualizar, acentuando suas identidades, marcando seu lugar no panorama mundial. Logo, também há uma importância fulcral na economia cultural que envolve a cidade contemporânea, que está diretamente relacionada com o “city marketing”, “planejamento estratégico”, “empreendedorismo urbano”, termos que nos auxiliam a entender as atuais maneiras de pensar e fazer o urbano.

também em longo prazo, a iniciativa privada tenta de todas as maneiras possíveis minimizar seus riscos e aumentar seus lucros.

Concordamos com Otília Arantes quando diz que

Governantes, burocratas e urbanistas parecem convergir numa espécie de teorema-padrão: que as cidades só se tornarão protagonistas privilegiadas, como a Idade da Informação lhes promete, se, e somente se, forem devidamente dotadas de um plano capaz de gerar respostas competitivas aos desafios da globalização, e isto a cada oportunidade (ainda na língua dos negócios) de renovação urbana que porventura se apresente na forma de uma possível vantagem comparativa a ser criada (2013, p.14).

A mercadorização integral da cidade torna-se o coração do que podemos chamar de urbanismo pós-moderno, visualizado no triunfo incontestável do mercado. Contudo, acreditamos que o período inicia uma complexidade, “agora se trata de uma apropriação do espaço legitimada pelo *upgrading* cultural” (ARANTES, 2013 p. 20). Uma mudança emblemática, pois a cultura passou a ser o principal negócio das cidades, podemos falar assim nas estratégias culturais de produção do urbano, focando principalmente a produção do urbano histórico.

Como sabemos, o surto neoliberal marcou o recuo da ação estatal em matéria de políticas culturais, todavia o patrimônio cultural, principalmente o arquitetônico, continuou a ser excessivamente cobiçado e voltado para estabelecer uma via de acumulação propiciada pelo turismo cultural.

Em 1976 é redigido à carta sobre o turismo cultural, este documento reconhece os efeitos positivos alertando, contudo para os perigos de uma sobrecarga negativa de visitantes. Com efeito, aconselha uma cooperação mais estreita entre os organismos representativos do turismo e os organismos de protecção do Patrimônio. Estas recomendações visam à integração dos valores culturais nos objectivos sociais e económicos incluídos no planeamento dos estados, das regiões e das comunidades locais (CONSCIÊNCIA, 2009 p.38).

O já dito turismo cultural se tornou a principal atividade econômica de determinados espaços urbanos, foi introduzido nos discursos oficiais como um meio de estabelecer vetores de desenvolvimento e proporcionar qualidade de vida aos habitantes. Políticos e empresários

dialogam para promover intervenções no espaço que impulsionem a implantação de tal atividade. Portanto, é notório o destaque conseguido pela cultura na produção do espaço urbano. O patrimônio histórico-cultural urbano, material e imaterial, é reapropriado e ressignificado passando a responder a uma nova lógica. Impera nessa lógica o culturalismo de mercado, onde a cultura se torna o principal empreendimento da cidade-mercadoria. Segundo Ana Consciência,

O despertar do turismo cultural fez com que o patrimônio preservado fosse visto como um factor de valorização da actividade comercial, tendo-se tornado num negócio global e numa indústria de peso nos fluxos económicos mundiais. O cenário urbano transformou-se em produto de consumo cultural de natureza museológica, produto do qual os objectivos económicos beneficiam, no seu estatuto histórico e patrimonial (2009 p. 48).

De acordo com Vaz, “há que considerar dois pontos de inflexão no que se refere ao cultural: o primeiro remete à revitalização associada à memória, ao patrimônio e as demandas locais, e o segundo, que remete à mercantilização, à globalização e à espetacularização da cidade e da cultura”(2004, p.35). Observamos o exponencial crescimento do segundo ponto, já que vertiginosamente a partir dos anos noventa o patrimônio cultural no Brasil ascendeu com um importante recurso econômico e contribui como um instrumento de grande força e uma “porta de entrada” para o desenvolvimento de negócios. (SANT’ANNA, 2004, p. 44).

As políticas de preservação, que selecionam bens patrimoniais materiais e imateriais são fundamentais para o estabelecimento do espaço urbano-histórico como um vetor de desenvolvimento e assim constituir um novo empreendimento. Contudo, percebe-se que as intervenções de caráter eminentemente cenográfico, descompromissadas em revelar os reais valores histórico-culturais (COSTA, 2008) só motivam o exponencial crescimento econômico, priorizando interesses privados. As operações de conservação do patrimônio caracterizam-se pela reciclagem de edifícios e espaços públicos, com o intuito de adaptá-los a novos usos e atividades. Tais intervenções, em geral, tenderam a ignorar a história urbana para constituir verdadeiros parques temáticos de história, onde se vende a imagem de uma marca – cidade histórica -. Logo, o desenvolvimento social, político e cultural fica restrito a ações mínimas, efêmeras, quando não, triviais. A imagem criada, discursada e vendida das cidades oculta a

essência da construção coletiva da memória e do profundo e complexo processo de produção desses espaços.

Tendo o processo de globalização como pano de fundo e a formação de um mercado de cidades a serem negociadas, vislumbramos a efetivação e legitimação de políticas urbanas paradigmáticas. A construção de imagens tornadas dominantes e os discursos de estabelecimento de cidades-modelos organizam as diretrizes da gestão urbana contemporânea<sup>2</sup>. A plena transformação das cidades em mercadorias vem indicar que o processo de mercantilização alcançou um novo nível, produto da totalização do mundo da mercadoria, da realização do capitalismo e do processo globalizador em sua fase atual. Segundo Fernanda Sánchez,

A existência de um mercado de cidades, como um fenômeno recente, mostra a importância cada vez maior do espaço no capitalismo – a orientação estratégica para a conquista do espaço, que agora alcança cidades como um todo, postas em circulação num mercado mundial – evidencia a produção global do espaço social (2011, p.33).

Entendemos que na fase atual do capitalismo, este só é realizável e se sustenta quando produz novos espaços, pressionado pelas exigências da acumulação, tal produção estará intimamente conectada com o mercado mundial das cidades. Assim cabe-nos entender que o mercado onde se estabelece as cidades históricas é movido e move o mercado do turismo<sup>3</sup>. Esse movimento gera imbricações e plenas tensões na produção do espaço urbano histórico e termina por impulsionar as atuais lógicas de pensar e gerir as cidades históricas no mundo – desaguando na formação de cidades de pensamento único, na qual a história e o patrimônio são apropriados como recursos para a mera tentativa de desenvolver vetores econômicos.

A construção de uma imagem de marca para as cidades opera por meio de sínteses, seletividades e de forma parcial, ou seja, creditam relevância a alguns aspectos e escondem outros. Respondem diretamente aos interesses dos agentes que produzem o urbano e o que estes objetivam. O urbano histórico que foi envolvido pelas tramas e estratégias, principalmente do turismo cultural, mas também pelo mercado imobiliário e pelo capital financeiro, atua por meio

<sup>2</sup> Destaque para as políticas urbanas desenvolvidas em Barcelona e Berlim que caracterizam o chamado Planejamento Urbano Estratégico. Sendo importado para outras diversas cidades no mundo.

<sup>3</sup> Segundo SÁNCHEZ (2001) o mercado mundial das cidades move e é movida por outros mercados como: mercado para empresas com interesses localizados, mercado imobiliário, mercado de consumo, mercado de consultoria em planejamento e políticas públicas entre outros.

de uma imagem-síntese. Podemos constatar essa imagem-síntese através das análises do que determinadas cidades históricas se tornaram no Brasil, tais cidades que tiveram seus patrimônios revalorizados, refuncionalizados e ressignificados adentraram a lógica de constituição de espaços de história e memória sintéticos e seletivos, essenciais para a implementação de um projeto turistificador por intermédio do *status* cultural.

Concordando ainda com Sánchez (2001),

as imagens-síntese da cidade, aqueles às quais se atribui o poder de falar por ela, constituem-se na negação da possibilidade de existência de outras imagens e de outras leituras. Ao operar com imagens-síntese retira-se da cidade o que lhe é politicamente essencial: a multiplicidade enquanto coexistência e possibilidade de conflito, de exercício da política. Se o espaço e multiplicidade constituem-se mutuamente, uma de suas expressões sociais pode ser a diversidade de leituras sobre a cidade, com potenciais desdobramentos em diversidade de projetos e abertura do futuro (p. 37).

Logo, percebemos que o momento em que os grandes agentes produtores do urbano, agentes do capital nacional e internacional, conseguem legitimar a construção de uma imagem-síntese, por exemplo: cidade da literatura, música clássica, jazz, da gastronomia, da fotografia, da história colonial ou imperial temos a obliteração de qualquer outra forma de ler e pensar o urbano. Toda a complexidade de tais espaços é dissolvida na constituição de uma imagem que responde a ideais meramente mercantis, e contribui de forma ostensiva para a total fragmentação e esvaziamento. Aqueles que buscam conhecer tais cidades, que de certa forma se interessam pela história e pela riqueza patrimonial, são engolfados em um simulacro e não conseguem enxergar a produção desigual e a verdadeira riqueza cultural do urbano histórico.

Portanto, ascende na contemporaneidade uma gestão urbana estética, de caráter fachadista que se concentra em mínimos elementos arquitetônicos, que tem em sua retórica oficial a formação de sínteses e imagens<sup>4</sup>, fortalecida por uma lógica financeira e promocional que liderou a montagem e a execução de grande parte das operações de patrimonialização e pelo vínculo dessas ações com as dinâmicas do entretenimento, do lazer cultural e do turismo de espetáculo (SAN'TANNA, 2004). Além de possuir como ideal fulcral a excessiva

---

<sup>4</sup> Inerente à lógica de produção de sínteses e imagens do urbano histórico são perceptíveis as propostas de uma ordenança urbana que intenciona fazer impensáveis e irreais outras formas de viver na cidade, que são conflituosas com os critérios da cidade-mercadoria e da cidade-empresa. Toda a manifestação que não corresponde a essa lógica é interpretada como perturbação, desajuste ou ingovernabilidade no panorama urbano contemporâneo.

valorização das formas, esse processo de estetização incide sobre o urbano, alimentando uma lógica estratégica que propõe a “revitalização urbana”, construindo “*slogans*” que marquem as singularidades desses espaços históricos.

Para além dos dois pontos de inflexão, apresentados anteriormente, é de fundamental importância entender que a preservação e a valorização do patrimônio adquirem duas funcionalidades que são contraditórias, em um momento assume a busca da identidade, do saber, da história e da memória, em outro adquire um caráter mercadológico, é meramente um produto cultural fabricado, empacotado e vendido para um nicho exclusivo de turistas. Segundo Françoise Choay,

A metamorfose de seu valor de uso em valor econômico ocorre graças à “engenharia cultural”, vasto empreendimento público-privado, a serviço do qual trabalham grande número de animadores culturais, profissionais da comunicação, agentes de desenvolvimento, engenheiros, mediadores culturais. Sua tarefa consiste em explorar os monumentos por todos os meios, a fim de multiplicar indefinidamente o número de visitantes (2011, p.211).

Para Paola Berenstein Jacques (2014), o que ocorre nas cidades históricas é extremamente inquietante, pois estas áreas deveriam preservar a memória cultural de um lugar, de uma população e muitas vezes de todo um país. Todavia, o modelo de gestão patrimonial mundial é homogeneizador e ao preservar o urbano histórico, não pensa em intervenções que entrem em sintonia com as singularidades locais. Logo, acaba transformando todos esses espaços históricos – em diversos países e culturas – de forma absurdamente semelhantes entre si. Processo que a autora denomina como “museificação” e ocorre em escala global, impulsionando que os turistas visitem o mundo inteiro como se estivessem visitando um único e grande museu.

Para além, percebemos que problematizar as lógicas do empresariamento urbano nas cidades históricas perpassa pelos momentos de decadência vividos por tais cidades. A crise fiscal das cidades é o que inaugura uma nova forma de ver, pensar e administrar estas, pautadas na transformação em empreendimentos. A complexidade desses espaços é submetida a cruel dinâmica da engenharia de consensos, a mídia juntamente com os governos locais (e seus prefeitos empreendedores) lança mão do *city marketing* – e suas intensas propagandas urbanas – com o intuito de silenciar toda a reflexão mais crítica sobre a produção desses espaços. Gerar

o consenso entre aqueles que vivem em tais espaços é de extrema necessidade para a implantação da gestão urbana contemporânea, e inúmeras barreiras são colocadas visando reduzir a participação crítica e fortalecer a participação contemplativa, totalmente inerente as lógicas do espetáculo.

Os cidadãos passam a se identificar com a imagem de marca, com a síntese produzida da cidade e isso traz uma maior aceitação e passividade com relação aos transtornos e sacrifícios experienciados no cotidiano. Além disso, concomitantemente com os que, de certa maneira, obtêm vantagens das dinâmicas de empreender o urbano e com isso precisam promovê-la, existem vastos setores da população que não participam das benesses, porém terão que assumir os custos. Para essa parcela da população, que na verdade é a maioria, o ingresso para usufruir dos benefícios de uma cidade estrategicamente planejada como um vetor de desenvolvimento econômico é possível somente no plano do imaginário.

Toda a produção de consensos e o silenciamento da reflexão contribui para o exacerbado esvaziamento da política e a plena desorientação característica da pós-modernidade. Agora, esses espaços renovados, planejados e vazios (mercadorias homogêneas, fragmentadas e desiguais) são vendidos como espaços de elevado êxito cultural, singulares, irreplicáveis e seguros, mascarando processos de exclusão e ostensiva pobreza – expansão de uma periferia urbana sem a mínima infraestrutura e trabalhadores ainda mais precarizados -, redesenha assim a geografia e a história social dos lugares.

Por fim, entendemos que impetrar a visão de mundo dominante, das normatizações da cidade-mercadoria, cidade-empresa e cidade-pátria, impulsionando as lógicas do empreendimento em cidades históricas, causa efeitos secundários, e na maioria das vezes perversos. Esses espaços são “embalados” para assim constituir a cidade mercadoria-cultural, como comentamos anteriormente. Tais cidades experimentam uma horda de investimentos imobiliários de grande prestígio que tendem a excluir as populações locais e suas atividades tradicionais e cotidianas. (CHOAY, 2006, p.226). A lógica contemporânea responde intensamente à criação de um mercado internacional de centros e bairros históricos, e é o crescimento de tal lógica, que faz sucumbir o patrimônio histórico e o ameaça de autodestruição devido o grandioso sucesso que obtiveram nos últimos anos por meio do espetáculo e da

exacerbada valorização da imagem, conquistando habilmente um número cada vez maior de visitantes amantes de um passado preservado, esfacelado, fragmentado e vazio.

## 2. O patrimônio nas rotas do espetáculo

A espetacularização e culturalização são indissociáveis da nova lógica de gestão urbana, o empreendedorismo urbano que suscita o discurso de revitalização das cidades busca promover a imagem de uma estrutura cidadina como uma marca, marca tal que lhe garanta um lugar no conjunto de redes internacionais. A ascensão da cultura como um instrumento do urbanismo contemporâneo é evidente. Em verdade, é perceptível que a cultura se tornou central não só para o urbano, mas para os estudos do capitalismo tardio em totalidade: o *Cultural Turn* e os *Cultural Studies* são termos que marcam esta guinada e revelam como o paradigma da economia política foi substituído pelo do culturalismo; “por onde se vê que já estava armado o cenário que atribuía à cultura o papel central na governabilidade do aparato de dominação” (ARANTES, 2013 p.41). É respondendo a esta lógica que o espaço urbano vai ser produzido e a cultura, como instrumento de gestão cidadina, irá singularizar as cidades. O processo contemporâneo de espetacularização que abarca as cidades abastece a nova lógica do consumo cultural, onde a “cultura passa a ser concebida como uma “cultura-econômica”, nem mais um produto industrializado como no início da industrial cultural, mas sim como uma simples imagem de marca, ou grife, a ser consumida rapidamente” (JACQUES, 2014, p.25). Para que a cidade adentre nesse universo de negócios é a cultura a senha mais prestigiosa, “é a nova grife do mundo *fashion*, da sociedade afluyente dos altos serviços a que todos aspiram.” (ARANTES, 2013, p.24)

Ainda de acordo com Otilia Arantes, há na discussão que envolve cultura e espaço urbano o embrião de uma mudança emblemática.

“À medida que a cultura passava a ser o principal negócio das cidades em vias de gentrificação, ficava cada vez mais evidente para os agentes envolvidos na operação que era ela, a cultura, um dos mais poderosos meios de controle urbano no atual momento de reestruturação da dominação mundial” (2013, p.33).

Avaliar e elucidar o processo de apropriação da cultura como uma tática para a produção de uma parcela do espaço urbano, buscando que este seja excepcional e irreplicável, precisa ser

problematizada juntamente com as vias de gentrificação que se apresentam. O *status* “histórico” passa a ser colado nesses espaços visando construir uma singularidade e excepcionalidade, para completar a aura cultural-histórica que se pretende desenvolver, e assim uma série de eventos artísticos, festivais e intervenções de todas as escalas são criadas e replicadas. O que temos de diferente na lógica desse urbanismo pós-moderno é a produção e o consumo do espaço, em nossos estudos especificamente o espaço urbano histórico, legitimada pela afirmação da existência de uma cultura exitosa, arduamente preservada para satisfazer os sedentos de egos inflados que possuem as condições materiais para consumi-la. E isso desenvolve, em diversos casos, o processo de gentrificação.

O paradigma da atual forma de pensar e gerir o espaço urbano reverbera em uma série de mudanças materiais e imateriais, de ordem econômica, política, social e cultural fazendo com que uma parcela destes espaços, na maioria das vezes os centros, experimentem uma vertiginosa elevação de seu *status*. Podemos dizer que é disto que consiste o fenômeno conhecido como gentrificação. Sendo necessário entender também que este fenômeno urbano é a expressão espacial de uma profunda mudança social, já que uma característica primordial é a ocupação dos centros das cidades por uma classe média, de maior remuneração, que impulsiona o deslocamento dos habitantes de menor renda, que outrora habitavam os centros (BATALLER, 2012).

Nossa intenção é mostrar que nas cidades históricas, envolvidas pelas estratégias do empreendedorismo urbano e do *city marketing*: cultura, patrimônio e economia se entrelaçam, desse entrelaçamento a segregação e a seletividade são marcas constantes. E por isso, nesse processo de produção do urbano, o fenômeno da gentrificação pode ser observado exatamente por meio da afirmação cultural.

Entendendo que “o espetáculo é a afirmação da aparência e a afirmação de toda vida humana, socialmente falando, como simples aparência.” (DEBORD, 2003, p16). No urbano, transformado em imagem, podemos vislumbrar o império do espetáculo, fortalecido pela passividade moderna que representa diretamente a fabricação da alienação que o espetáculo ocasiona. Os ideais de igualdade e justiça social não estão na pauta principal das discussões dos gestores do urbano, pelo contrário, prioriza-se o festival, o eventual, as intervenções

urbanas cenográficas, que valorizam a estética em uma cidade esfacelada pela segregação, pela violência e por todos os níveis de desigualdade.

Refletir sobre as cidades históricas nos leva a conclusão que essas estão subjugadas ao monopólio da aparência, uma aparência histórica produzida para um nicho de consumidores movidos pela sedenta necessidade de consumir algo espetacular. Não percebem o pleno esvaziamento e a produção meramente mercadológica daquilo que consomem como cultural, estabelecem relações sociais mediatizadas por imagens o que garante e generaliza a inércia e o completo sentimento de realização e satisfação destes no superficial.

O urbano histórico enquanto uma produção coletiva, que resguarda parte significativa da memória cultural, local ou nacional, se tornou um vetor de acumulação econômica por meio da espetacularização, que “é o capital em tal grau de acumulação que se tornou imagem.” (DEBORD, 2003, p.270). O urbano, fruto das complexas relações sociais, políticas e econômicas é espetacularizado, e o espetáculo “submete para si os homens vivos, na medida em que a economia já os submeteu totalmente. Ele não é nada mais do que a economia desenvolvendo-se para si própria.” (DEBORD, 2003, p.18).

De acordo com Jacques (2014), haveria três momentos que poderiam ser chamados de espetacularização urbana: primeiro, o período de embelezamento ou modernização das cidades, em que se começa a moldar as imagens urbanas modernas; o segundo momento é marcado pela venda como simulacros e o terceiro, a venda da imagem de marca da cidade, utilizando a cultura (degradada) como fachada para a especulação imobiliária e assim aumentar as margens de lucro para os agentes empreendedores do urbano.

A espetacularização da vida urbana é perseguida por intermédio da arquitetura e dos monumentos culturais e simbólicos, mas é também por meio da oferta de infraestrutura de qualidade nos mais variados aspectos: acessibilidade, segurança e serviços turísticos, além de realizações de festivais culturais e esportivos e a reabilitação de bairros históricos – dando origem ao design urbano histórico, fundamental para a gestão estética da cidade. Substituiu-se assim os ideais do planejamento moderno. Para David Harvey (1995) é exatamente a mobilização do espetáculo, o traço mais característico do urbanismo pós-moderno.

Atentamos ao fato que intrinsecamente ao processo de espetacularização urbana está o que Lilian Fessler Vaz (2014) denomina de culturalização do planejamento, para explicar como nas últimas décadas se difundiram planos, projetos e políticas urbanas que utilizam da cultura como estratégia principal. Nos centros históricos nos cabe ressaltar os excessos de patrimonialização, a musealização<sup>5</sup>, tombamentos excessivos de prédios históricos e a disneyficação<sup>6</sup>. A mídia tem uma função essencial na consagração do empreendedorismo urbano, a prática do marketing anunciando a identidade e a riqueza cultural preservada ampliou a visibilidade de tais espaços para consumo turístico<sup>7</sup>. Cria-se assim a memória da cidade, mas em um campo conflitivo, que a todo tempo evidencia que as políticas culturais impetradas, ou seja, a cultura e a memória que se evocam, tendem a priorizar intervenção nos centros do tecido urbano, construindo verdadeiros “teatros de memória”.

A efetivação dessa memória urbana parcial, fragmentada e plástica como representante oficial para a venda da cidade se faz necessária para atrair a horda de turistas que sempre estão dispostos a consumir, e mais, a recolonizar, refuncionalizar e requalificar a seus bel-prazeres o espaço urbano. É a cidade produzida única e exclusivamente para o consumo que impossibilita de enxergar a existência de diversas memórias, não de uma única e oficial, a ser aceita e contemplada passivamente.

Por fim, ascende na pós-modernidade a cidade mercadoria-cultural, que ignora radicalmente as relações ancestrais entre espaço público, mercado e cultura. Enaltece a autonomia da economia sobre toda a vida social, alimenta uma sociabilidade insociável e forma um grupo cada vez maior de pessoas desorientadas, desintegradas devido ao estilhaçamento dos enquadramentos coletivos e a hiperindividualização da existência, deixando os indivíduos a mercê de si mesmos.

### **3. A luta nos Espaços da Política**

Em 2021, durante o trabalho de assessoria legislativa, na Câmara Municipal do Rio de Janeiro, criamos a “Frente parlamentar da proteção e ativação do patrimônio histórico cultural

<sup>5</sup> Expande-se, na lógica urbana, a abertura de museus pela cidade.

<sup>6</sup> A imagem da cidade se remete a um parque temático (Disneylândia).

<sup>7</sup> Este processo é chamado de midiatização.

da Zona Oeste do Rio de Janeiro”<sup>8</sup>. Sabe-se que as referências e a ativação do patrimônio como espaços de memória, história e afetividade estão concentradas no centro e zona sul do município do Rio, o que revela uma grave desigualdade na implementação de políticas patrimoniais nas Zonas Norte e Oeste da cidade. Os moradores da Zona Oeste já convivem, em seu cotidiano, com os severos problemas relacionados à dinâmica dos transportes, habitação, do acesso à saúde pública e aos equipamentos culturais, mas também é necessário trazer luz sobre a negação do direito à memória e ao patrimônio local, hoje sobre intenso processo de degradação devido ao descaso e má gestão.

Nossa movimentação política avalia com de extrema importância criar referências patrimoniais que exaltem a cultura, a memória coletiva e a história vivida na Zona Oeste, utilizando o patrimônio como meio educativo para a compreensão dos processos de expansão urbana, de lutas sociais e da diversidade das artes. Bairros muito grandes e com rica história como Realengo, Bangu, Campo Grande e Santa Cruz praticamente não possuem espaços de memória e valorização patrimônio local. Não há a mínima preocupação com a preservação dos monumentos que não estejam no eixo centro-zona sul do Rio de Janeiro, o eixo vendido turisticamente como “cidade maravilhosa”.

Nesse sentido, a frente fiscaliza e levanta estudos sobre as condições dos patrimônios já tombados pelos órgãos oficiais de tutela e também atua levantando informações sobre patrimônios, materiais e imateriais, que precisam ser reconhecidos e tombados. A partir do diálogo com os movimentos sociais e fazedores de cultura que estão na luta pela ativação social do patrimônio para que estes se tornem verdadeiros espaços de educação, memória e interpretação do mundo. Por fim, por meio de projetos de lei e indicações legislativas almejamos dar visibilidade aos atores sociais que lutam por um processo de patrimonialização ativa e social, motivado pela participação direta das comunidades territoriais e suas vivências, cobrando do Poder Executivo e Legislativo políticas públicas eficazes na garantia de direitos à cultura, à história e à memória.

---

<sup>8</sup> Assessoria no Mandato do Vereador William Siri (PSOL). <http://www.camara.rio/comunicacao/noticias/732-frente-parlamentar-da-camara-vai-buscar-preservacao-do-patrimonio-historico-cultural-da-zona-oeste> (Acesso dia 24.06.22)

## **PARA NÃO CONCLUIR...**

Este trabalho visou contribuir para a compreensão das atuais lógicas de produção do urbano histórico. As cidades consideradas históricas, por possuírem uma série de monumentos preservados e transformados em patrimônio, adentraram ao século XX como importantes espaços para a reprodução do capital e ampliação dos lucros de seletos investidores. Intensos processos foram os responsáveis por preparar e enaltecer tais cidades como espaços privilegiados de cultura e lazer e, a partir da patrimonialização, uma enorme quantidade de bens foram selecionados e elevados à categoria de monumento histórico, elencados como fidedignos representantes da identidade nacional ou regional.

Cooptados pelo vertiginoso processo de patrimonialização global, o brusco movimento em escala mundial espetaculariza e banaliza, por meio da construção de cenários históricos, os espaços de memória. Estes são ressignificados para que o urbano histórico seja transformado em produto turístico-cultural. Por meio da espetacularização urbana, a imagem dos centros históricos é construída, embelezada e simulacros são produzidos para serem projetados, cultuando o passado de forma parcial e fragmentária. As gestões urbanas se apropriaram da esfera cultural como forma de singularizar as cidades, o planejamento citadino foi culturalizado e está subjugado aos ditames da valorização econômica-cultural do patrimônio. Como forma de promover uma ambiência rica em cultura, lazer, divertimento e história tais cidades desenvolvem uma miríade de festivais, objetivando alcançar destaque e reconhecimento por seus calendários turísticos, repletos de atividades com grande diversidade de temas, pois a intenção é atrair um público cada vez maior e mais diversos de turistas.

A produção pós-moderna das cidades históricas não é direcionada pelas arquiteturas espetaculares, museus grandiosos e outros aparatos urbanos de grande vulto, não se trata de uma paisagem exótica e tecnológica, mas sim da paisagem histórica preservada e/ou inventada, que sem nenhum pudor é produzida se voltando às formas arquitetônicas e tradições pretéritas. Todavia, se busca reviver uma história esfacelada, construída por meio de hibridizações para ser atraente aos olhos dos consumidores. Por fim, a cidade histórica, na fase atual do capitalismo, é um produto fragmentado e esfacelado, porém belo aos olhos; e, no reino da aparência, parecer belo já é o suficiente.

Todavia, nossa luta e prática cotidiana está sustentada no encontro com coletivos sociais e culturais, com mobilizadores de vida, como por exemplo o @DescubraSantaCruz, @casasilveirinha, @redzodeteatro @raizesdegericino entre outros que visam formar verdadeiros espaços de Esperança. A intenção é subverter a lógica do individualismo, dos processos de patrimonialização rendidos à forma mercadoria e da cenarização constante do espaço urbano.

## REFERÊNCIAS

ARANTES, Otília; VAINER, Carlos; MARICATO, Ermínia. **A Cidade do Pensamento Único**. Rio de Janeiro. Vozes, 2013. 8ªed.

ARANTES, Otília. **Berlim e Barcelona: duas imagens estratégicas**. São Paulo. Annablume. 2012.

BATALLER, Maria Alba Sargatal; BOTELHO, Maurílio Lima. **O estudo da gentrificação**. Revista Continentes n. 1, p. 9-37, jul.2012.

CHOYA, Françoise. **A Alegria do Patrimônio**. São Paulo. Estação da Liberdade: Unesp. 2006.

CONSCIÊNCIA, Ana. **Postal Paraty**. dARQ, FCTUC Coimbra, 2009.

COSTA, E. B. **Totalidade Urbana e Totalidade-Mundo: As Cidades Coloniais Barrocas Face à Patrimonialização Global**. Tese, USP, 2011.

COSTA, E. B. **Fundamentos de uma emergente patrimonialização global**. GEOGRAFIA, Rio Claro, V.39, nº2, p.241-256, mai./ago. 2014.

COSTA, E. B. **Cidades, Imagem e Patrimônio: consideração metodológica**. X ENANPEGE, São Paulo, 2013.

COSTA, E. B. **Refuncionalização de Patrimônio Cultural e a Nova Racionalidade da Organização Sócio-Espacial em Núcleos Urbanos Tombados**. Estudos Geográficos – Rio Claro. 2008.

COSTA, E. B; SCARLATO, F. C. **As fases de (Re)Produção do Patrimônio Histórico Brasileiro: Interpretação e Valorização da Paisagem Urbana da Gênese Colonial à Mercantilização das Cidades Históricas no Brasil**. OLAM – Ciência e Tecnologia –Rio Claro – ano IX, Vol.9. 2009.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. 2003.

HARVEY, David. **Do gerenciamento ao empresariamento: a transformação da administração urbana no capitalismo tardio**. Espaço & Debates n. 39. 1996.

HARVEY, David. **A Produção Capitalista do Espaço**. ANNBLUME, 2003.

HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna**. Edições Loyola, São Paulo. 2013.

JACQUES, P.B. **Espetacularização urbana contemporânea.** Caderno PPG-AU. ANO II – Número especial, 2004

PESTANA, Tíl. **Sobre o tema da gestão do patrimônio cultural.** S/d

SÁNCHEZ, Fernanda. **A reinvenção das cidades na virada do século: Agentes, estratégias e escalas de ação política.** Revista de Sociologia e Política. Curitiba. 2001.

SÁNCHEZ, Fernanda. **Produção de sentido e produção do espaço: Convergências discursivas nos grandes projetos urbanos.** Revista Paranaense de Desenvolvimento. Curitiba, nº107, 2004.

SANTANNA, Márcia. **A Cidade-Atração: Patrimônio e valorização de áreas centrais no Brasil dos anos 90.** Caderno PPG-AU. ANO II – Número especial, 2004.

VAZ, L. F. **A culturalização do planejamento e da cidade: novos modelos?** Caderno PPG-AU. ANO II – Número especial, 2004.