



5º Encontro Internacional de Política Social 12º Encontro Nacional de Política Social

Tema: "Restauração conservadora e novas resistências"
Vitória (ES, Brasil), 5 a 8 de junho de 2017

Eixo: Questão agrária, urbana e ambiental.

Cultura, espaço e identidade: a resignificação da cidade através da mercantilização dos lugares

Lucas Eduardo Dantas¹

Resumo: Refletir acerca da influência que o capital financeiro produz sobre os imaginários urbanos, levando em consideração as novas maneiras de apropriação do espaço por ele adotada, a do "lugar-marca". Partindo deste pressuposto, se tentará entender os impactos causados que esta nova lógica de mercado produz sobre a memória individual e coletiva, acerca da cidade enquanto espaço urbano e simbólico, e consequentemente sobre a construção identitária dos cidadãos que a habitam.

Palavras-Chave: Cidade; Memória; Cotidiano; Aura urbana; Capitalismo

Culture, Space and Identity: a re-signification of the city through the commodification of places

Abstract: Reflect on the influence of the financial capital produces on urban imaginaries, taking into account the new ways of appropriating the space adopted by it, the "place-mark". Starting from this assumption, one will try to understand the caused impacts that this new market logic produces on the individual and collective memory, about the city as an urban and symbolic space, and consequently on the identity construction of the citizens that inhabit it.

Keywords: City; Memory; Everyday life; Urban aura; Capitalism

1. INTRODUÇÃO

Consumir. Em toda a história da humanidade talvez um ato não tenha sido tão perpetrado e incrustado nas relações sociais como este. A sociedade contemporânea qual vivemos, tenha esta ação como uma de suas premissas máximas. Consumir para viver, para ser feliz, para ser. O sistema de economia capitalista no qual nos encontramos atualmente, reforça de maneira constante tal ideia, tão necessária quanto a do próprio existir, por assim dizer.

À medida que vemos os tentáculos do "mercado" se expandir sobre as formas de interação dos indivíduos entre si e com os lugares, percebemos que pouco a pouco, é o consumo

¹ Pesquisador do Laboratório de Pesquisas Aplicadas LAPA / PPGMC-UFF. Mestrando em Mídia e Cotidiano pelo Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano – UFF. E-mail: <lucaseduardodantas@gmail.com>.

e a mercadoria que vem a mediar a percepção do sujeito sobre o ambiente em que vive e habita. As marcas constroem o imaginário social, sendo assim, objetos referenciais para construção das “visões de mundo”. O mercado, que sempre é colocado sempre como algo personificado e físico, regula hoje a maneira qual o sujeito deve agir: o que vestir, comer, ouvir, falar, habitar, pensar.

A mercantilização dos bens e o surgimento do conceito de mercadoria não é um fenômeno social recente, logo que teve seu início datado, digamos, em meados do século XV. No entanto, após o advento da industrialização e o crescimento das cidades, estamos a presenciar uma reorganização do espaço urbano, e , conseqüentemente das relações. A relação da cidade entre seu valor de uso (habitar) e seu valor de troca (o lucro, o comércio) se reinventa a medida que este sistema se desenvolve e encontra novas formas de se estabelecer.

Chegamos então a contemporaneidade, onde podemos afirmar que a mercantilização das relações, dos sentimentos e dos espaços em si seja uma afirmação real. A mercadoria tem seu conceito revisto e atualizado, sendo agora o indivíduo e espaço em que este se insere os novos produtos do sistema capitalista. Não se vendem apenas produtos para pessoas, hoje o sentido da comercialização é invertido, onde podemos afirmar que as pessoas é que configuram como mercadoria vendidas à empresas, sob a máscara do *liestyle* e da busca pela felicidade. O espaço, antes restrito a se comportar como local apenas onde este jogo de relações acontecia, também se tornou mercadoria palpável, sob o pretexto dos “espaços patrocinados”. Neste caso, o que se vende não é o direito de ocupa-lo – logo que são espaços “públicos” – e se um novo imaginário, uma narrativa que ali é oferecida.

Dentro deste contexto, é objetivo deste trabalho abordar tal fenômeno – o da reformulação da maneira como se habita e se consume o espaço – tentando compreender de que forma o novo paradigma relacional adotado sobre ele pode vir a influenciar o processo de constituição e construção da memória social e coletiva. E, conseqüentemente, analisar se a formulação deste novo cenário poderá vir a ser responsável pelo apagamento ou substituição do imaginário coletivo antes vigente, sendo agora disputado pelo capitalismo de uma nova maneira. Seguindo tal discussão, o que se buscará aqui é entender, até que ponto, este processo de mercantilização dos espaços se apresenta de maneira nociva para a preservação da memória do lugar, e tendo assim como conseqüência a curto prazo, a reformulação do imaginário social sobre a cidade.

Para tanto, iniciaremos tais discussões recorrendo aos conceitos formulados acerca do espaço, tendo como ponto de partida a cidade no período de transição para a modernidade (a

partir do sec. XVIII), estabelecendo os significados do que vem a ser considerado público, privado nesse contexto, além das atribuições a noção do urbano.

Em seguida, uma breve análise sobre os impactos da industrialização sobre a cidade moderna e a influência do sistema capitalista na sobre o espaço urbano do século XIX, que se coloca como eixo principal para entendermos os processos contemporâneos que relacionam consumo e espaço de uma nova maneira, criando o que se pode chamar de “lugar-marca” e suas implicações sobre as narrativas cotidianas e a memória.

Por fim, um estudo sobre a construção social da memória e a relação que os agentes sociais possuem com o espaço, o tempo e a constituição do imaginário a partir das interações e vivências. Para tanto, se buscará entender tal estrutura a partir do cotidiano como ferramenta de construção destas ligações. Colocando o relato cotidiano como ferramenta de prática dessa memória socialmente concebida.

2. A CIDADE ANTIGA E A FORMAÇÃO DO ESPAÇO URBANO MODERNO

A cidade, como a conhecemos, tem sua origem recente. A cidade moderna, fruto da civilização europeia, pode ser considerada o modelo de cidade que hoje existe em nossa sociedade, com variações dependendo do local e da cultura de onde ela esteja situada. Paris e Londres, grandes centros urbanos europeus, podem ser consideradas os dois maiores exemplos de modelo de cidade moderna qual estamos falando. Para respaldar tal afirmação, Henry Lefebvre, em tom de crítica, aponta esse tendenciamentos acerca da cidade grega como projeto de cidade perfeita:

Imaginam a liberdade no sec. XX como a liberdade da cidade grega (singularmente travestida por uma ideologia: apenas a cidade como tal possuía liberdade, e não os grupos e os indivíduos). Portanto, pensam na cidade moderna segundo o modelo de cidade antiga, identificada com a cidade ideal e simultaneamente racional. A Ágora, lugar e símbolo de uma democracia limitada aos cidadãos e que exclui as mulheres, os escravos, os estrangeiros, continua a ser, para uma carta filosofia da cidade, o símbolo da sociedade urbana em geral. (LEFEBVRE, 2001, p.47)

No entanto, este modelo – com relação a disposição do espaço, ao modo como se engendram as relações e a forma como se caracteriza as esferas do público e o privado – popularizado por esse modo de viver londrino ou parisiense diferiu um pouco durante a história da sociedade.

Partindo para uma simples conceituação sobre esses modelos de cidade, podemos elencar alguns que precederam esta concepção moderna de habitar urbano, e com isso também questionar o significado do urbano, apelando para a relação dialógica entre público e privado dentre deste cenário. O que se quer dizer é que, para compreendermos o significado de urbano,

temos de recorrer à maneira que os cidadãos dessas cidades se comportavam e entendiam o público e o privado.

A cidade grega, um dos primeiros modelos de cidade datado pela história, ainda hoje é considerado em alguns aspectos um modelo perfeito qual deveria ser adotado na sociedade atual. Uma cidade fechada em si mesmo, autossuficiente, com seu próprio código de ética e formulação de leis, a cidade-estado grega, especificamente a Atenas arcaica, possuía aspectos tinha sua noção de público definida pela *Ágora*. Seria este espaço, o local de discussão, socialização e realização da cidadania dos indivíduos das cidades, indivíduos estes que fossem considerados cidadãos, claro. Era na *Ágora*, as decisões sobre os temas voltados a cidade e seus cidadãos, onde os códigos de conduta eram escritos de acordo com o modo de interação dos agentes sociais entre si e o espaço urbano. A base da cidade era a democracia direta da *Ágora*. No entanto, Sennett (2016) vem questionar essa noção democrática da cidade grega, expondo quão segregacionista era a noção de cidadania por adotada por esta sociedade.

Embora todos os cidadãos, ricos ou pobres, pudessem frequentar a *Ágora*, a maioria dos eventos cerimoniais e políticos que ali ocorriam eram inacessíveis a imensa população de escravos e estrangeiros – *Metecos* – que sustentavam a economia da cidade antiga. [...]. Mergulhar diariamente nessa vida intensa e oscilante exigia que se morasse perto. Entretanto uma grande parcela dos membros dessas cidades estado viviam longe, além dos muros, na *Khóra*; ao fim do século V a.c., cerca de 40% dos cidadãos residiam a mais de 20km do centro, o que significava uma caminhada de no mínimo, quatro horas pelas estradas da menosprezada região rural, desniveladas e cheias de buracos. (SENETT, 2003, p.47-48)

Apesar do caráter especial para frequentar o ambiente da *Ágora*, foi surgindo a partir deste contexto de relacionamento social, uma diferenciação entre o modo de habitar o espaço público em diferenciação ao modo de vida privado. O laço com o outro não pertencente ao grupo da família², o compartilhamento de espaços faz surgir o que Sennett caracteriza como *res publica*, bem público, sem dono e de todos ao mesmo tempo. O autor explica que

Uma *res publica* representa, em geral, aqueles vínculos de associação e de compromisso mutuo que existem entre pessoas que não estão unidas por laços de família ou de associação íntima, e o vínculo de uma multidão de um “povo”, de uma sociedade organizada, mais do que vínculo de família ou de amizade. Como na época romana, a participação na *res publica* é hoje, na maioria das vezes, uma questão de acordo (SENETT, 2016, p.16)

Em meado do século XVII, no período que antecede a modernidade, a posição entre público e privado é desenvolvida, sendo vista agora como aquilo que está aberto a observação

² A expressão família, etimologicamente, deriva do latim família ae, designando o conjunto de escravos e servidores que viviam sob a jurisdição do pater famílias. Com sua ampliação tornou-se sinônimo de Gens que seria o conjunto de agnados (os submetidos ao poder em decorrência do casamento) e os cognados (parentes pelo lado materno)

de qualquer pessoa, enquanto o privado vinha simbolizar a região protegida da vida pública, definida pelos laços afetivos.

Dessa maneira, “público” veio a significar uma vida que se passa fora da vida da família e dos amigos íntimos; na região pública, grupos sociais complexos e díspares teriam de entrar em contato inelutavelmente. E o centro dessa vida pública era a capital. (SENNETT, 2016, p.35)

O que se poder afirmar é que este tipo de diferenciação entre essas duas categorias espaciais e simbólicas eram não somente definidas pelas relações, mas também pela atribuição de valor que os indivíduos executam sobre o espaço da cidade, seja ele público ou privado. De acordo com Sennett, o domínio privado era o ponto demarcador para esta noção entre as duas categorias. O autor ainda apresenta uma relação de natureza e cultura, tendo o público como uma construção cultural coletiva (como os códigos da Ágora na Grécia antiga) e o privado como espaço reservado a natureza humano dos sentimentos e das ações primitivas.

O domínio privado deveria pôr à prova o público para verificar até onde os códigos de expressão, arbitrários e convencionais, poderiam controlar o senso de realidade de uma pessoa; além desses limites, havia a sua vida, uma maneira de se exprimir e um conjunto de direitos que convenção alguma poderia anular por sanção. Mas o domínio público era igualmente um corretivo para o domínio privado: o homem natural era um animal. O público, portanto, corrigia uma deficiência da natureza, que somente uma vida conduzida segundo os códigos do amor familiar poderiam produzir: essa deficiência era a incivilidade. Se o vício da cultura era a injustiça, o vício da natureza era a rudeza. (SENNETT, 2016, p.138)

Em uma breve analogia, pode-se considerar que o ambiente público era a criação humana, enquanto o privado a expressão da condição humana.

Levando em consideração a criação coletiva qual foi caracterizado o ambiente público, interessante notar como as definições de espaço urbano são por eles em parte delimitadas. A cidade moderna, concebida como local de interação e fruição das relações públicas, é moldada a partir das noções acerca de sua “urbanidade”, que levaria em consideração não somente sua disposição arquitetônica sobre o espaço como também todo o caráter simbólico atrelado ao seu espaço, construído pelas relações que ali se dão e pelo processo histórico. No entanto, no limiar da cidade moderna, correntes filosóficas como o racionalismo, ganharam espaço sobre as questões urbanas, influenciadas não somente pelo processo de crescimento populacional da cidade, mas principalmente devido ao início do processo de industrialização, com o advento da revolução industrial e o crescimento do capitalismo enquanto sistema financeiro e político.

A construção de uma cidade de espaços delimitados, usos e necessidades definidos foi talvez, a marca do início deste processo. Como consequência, o viés simbólico foi reduzido aos espaços privados ou para os espaços públicos onde se era permitido (museus, teatros, praças...). O filósofo francês Henry Lefebvre destaca que esta ideologia urbanista

[...] recebeu formulações cada vez mais precisas, estudar os problemas de circulação, de transmissão de ordens e informações na grande cidade moderna leva ao conhecimento reais e a técnicas de aplicação. Declarar que a cidade se define como rede de circulação e de consumo, como centro de informações e de decisões é uma ideologia absoluta; esta ideologia, que procede de uma redução-extrapolação particularmente arbitrária e perigosa, se oferece como verdade total e dogma, utilizando meios terroristas. Liga ao urbanismo dos canos, da limpeza pública, dos mediadores, que se pretende impor em nome da ciência e do rigor científico. (LEFEBVRE, 2001, p.48)

A crítica do autor faz pertinente dentro da lógica produtivista qual o capitalismo tentar impor a partir deste processo de industrialização do qual erige a cidade moderna. Um urbano reduzido ao seu território, desprovido de sentido e alma, visto como espaço vazio de sentido. Sennett (2016) apresenta sua crítica a esta visão de urbano, entendendo este processo como o contingenciamento do espaço à custa do movimento. O autor defende que esta característica da cidade moderna do início do século XIX, permeia até os dias atuais. Ele afirma que, dentro desta perspectiva, “o espaço público se tornou uma derivação do movimento. (SENNETT, 2016, p.30)

Para entendermos tal questão apontada pelo autor, basta refletirmos acerca de relação do automóvel particular sobre o espaço urbano da cidade. O carro particular é visto como instrumento de transição entre os espaços privados reduz assim, como foi dito, a significação do ambiente urbano público, para simples canais de circulação e fluxo. Expõe, assim como apontou Lefebvre, o caráter racionalista qual este conceito de espaço moderno foi concebido. Ideias que determinam ou buscam determinar o tipo de relação que o cidadão urbano deva construir com o seu habitat, com a cidade. O exemplo da rua ilustra bem tal relação: destinada por esse urbanismo racional como espaço de fluxo, onde pedestres e carros tem seus lugares demarcados além de sentidos predeterminados. A tentativa de transpor tal lógica resulta em acontecimentos considerados disfunções. Sejam acidentes de trânsito, esbarrões nas calçadas, ou, de forma mais profunda, a negação do conceito com o ato de residir sobre o local. Tal lógica desconsidera a produção destes espaços de passagem, negam sua identidade. O que há na verdade, é a negação parcial do caráter urbano do espaço público, que tem a hipervalorização dos espaços privados como consequência deste processo reducionista.

Com relação a essa relação traçada pelos cidadãos da cidade com este espaço, interessante atentarmos as definições propostas por Mar Augé e Michel de Certeau acerca da significação e atribuição de sentido simbólico aos espaços. Augé, que trabalha com a relação “Lugar e “não-lugar”, define inicialmente a ideia de “Lugar” partindo de argumentos que ressaltam o caráter identitário, relacional e histórico que se produz sobre determinado espaço.

A esfera do identitário a qual o autor se refere, diz respeito à maneira como o indivíduo constrói sua bagagem sociocultural como ferramenta de reconhecimento, de raízes que tal indivíduo possui para com aquele local. No entanto, o entendimento desta relação só se faz possível a partir da inclusão das demais esferas simbólicas, o relacional e o histórico, que virão a abarcar as demais características ligadas às relações sociais tecidas pelo indivíduo como forma de interação social, tendo o elemento histórico como norteador de toda a aura produzida sobre aquele espaço. É referencial, logo que no momento que as relações que continuam a se desenrolar sobre aquele espectro, provocam, subjetivamente, um curto-circuito sobre o tempo e o espaço, fazendo com que passado e presente se encontrem através do simbólico contido nas relações. Discorrendo acerca da definição de “lugar” e “não-lugar”, o autor explica:

Por lugar e não-lugar designamos, é bom lembrar, ao mesmo tempo, espaços reais e a relação que seus utilizadores mantêm com estes espaços. O lugar será definido com identitário (no momento que um certo número de indivíduos podem se reconhecer nele e definir-se através dele), relacional (no sentido que um certo número de indivíduos, os mesmos, podem ver aí a relação que os une uns aos outros) e histórico (no sentido que os ocupantes do lugar podem encontrar nele os rastros diversos de uma implantação antiga, o sinal de uma filiação) [...] Um espaço onde o qual nem a identidade, nem a relação e nem a história sejam simbolizados será recebido como não-lugar, mas essa definição pode ser aplicada a um espaço empírico preciso, ou à representação do que lá se encontram fazem desse espaço. O que é um lugar para uns é um não lugar para outros e assim inversamente. (AUGÉ, 1997, p. 169)

A partir desta perspectiva, podemos concordar com a visão de Michel de Certeau acerca do “espaço” e do “lugar”, que se assemelha muito com os argumentos de Augé. Michel de Certeau trabalha com tal perspectiva definindo “espaço” e “lugar” como dois locais simbólicos dentro do ambiente urbano construído pela prática dos indivíduos. Segundo Certeau

Um lugar é a ordem segundo a qual se distribuem elementos nas relações de coexistência. Aí se acha, portanto, excluída a possibilidade, para duas coisas, de ocuparem o mesmo lugar. Aí impera a lei do “próprio”: os elementos considerados se acham uns ao lado dos outros, cada um situado num lugar “próprio” e distinto que define. Um lugar é, portanto, uma configuração instantânea de posições. Implica uma indicação de estabilidade. [...]. O espaço é um cruzamento de móveis. É de certo modo animado pelo conjunto dos movimentos que aí se desdobram. Espaço é o efeito produzido pelas operações que orientam, o circunstanciam, o temporalizam e o levam a funcionar em unidade polivalente de programas conflituais (sic) ou de proximidades contratuais. (CERTEAU, 2014, p.184)

O que fica claro dentro de todo este processo de significação do urbano é a influência que o capitalismo industrial possui sobre a formulação do simbólico da cidade, e que em parte este exerce influência sobre o cotidiano dos cidadãos. Portanto, entende-se a industrialização como fator modelador das definições e dos caminhos quais a cidade moderna veio a construir e seu auge. Como afirma Lefebvre, “a industrialização fornece o ponto de partida da reflexão sobre nossa época”. (LEFEBVRE, 2001, p.95)

3. MODERNIDADE, CIDADE E INDUSTRIALIZAÇÃO

A modernidade, como escreveu Baudelaire em *the painter of modern life* (1863), “é o fugidio, o contingente; é uma metade arte, sendo a outra eterna e imutável. (BAUDELARIE *apud.* HARVEY, ANO, p.21). É dentro desse contexto do surgimento de novos modelos sociais que o espaço e os indivíduos vão se reformulando diante da nova era moderna que se encontrava o sec. XIX. O remodelamento das cidades, o desenvolvimento da comunicação, em específico o fortalecimento da publicidade, que crescia de maneira desregulada e insana.

A cidade moderna, naquela época, ainda era entendida pelos seus habitantes como um elemento que representava o desconhecido, o novo e em parte o temível. Tais mudanças sobre o espaço e a rotina urbana se deram de maneira deveras acelerada, de tal maneira que a população dos grandes centros não conseguiu assimilar tais paradigmas de maneira simples. Desde o estranhamento aos novos modelos de transporte às rotinas de trabalho, o que se via era um rompimento total com os velhos padrões e práticas.

A modernidade chegava exatamente com tal objetivo, digamos assim, de romper com o velho, suplantando o antigo e trazendo o novo e inovador, o tecnológico, a praticidade e a fluidez.

Singer pontuou acerca de determinadas características dessa modernidade a qual a sociedade europeia vinha sendo submetida. De acordo com o autor, era claro a derrocada do mundo “pós-sagrado e pós-feudal” antes vigente na Europa, dando lugar a uma sociedade baseada no racionalismo técnico, símbolo dos novos tempos;

Como conceito moral e político, a modernidade sugere o “desamparo ideológico” de um mundo pós-sagrado e pós-feudal no qual todas as normas e valores estão sujeitos ao questionamento. Como um conceito cognitivo, a modernidade aponta para o surgimento da racionalidade instrumental como a moldura intelectual por meio do qual o mundo é percebido e construído. (SINGER, 2003, p.95)

Também pôde-se perceber as mudanças no campo da economia. O capitalismo, modelo econômico visto como um aperfeiçoamento do mercantilismo, vê-se consolidado, logo que o desenvolvimento industrial europeu crescia e se desenvolvia como uma progressão geométrica. Do ponto de vista econômico, pode-se entender de forma mais clara, talvez, como o modelo das cidades moderna puderam ser instaurados de maneira tão veloz. Seria a partir deste ponto, já na modernidade, o surgimento do conceito de espaço de consumo. Acerca da maneira como a economia se desenvolveu e influenciou o modelo de modernidade conhecido, Singer nos conta que

A modernidade designa uma grande quantidade de mudanças tecnológicas e sociais que tomaram forma nos últimos séculos e alcançaram um volume perto do fim do século XIX: a industrialização, urbanização e crescimento populacional rápidos: proliferação de novas tecnologias e meios de transporte; saturação do capitalismo avançado; explosão de uma cultura de consumo de massa e assim por diante (SINGER, 2003, p.95)

O processo de industrialização desencadeado pela primeira revolução industrial, culminou no crescimento das cidades, do ponto de vista populacional e urbano. A modernidade dá uma nova cara à cidade, cria a metrópole. O espaço urbano se vê tangenciado e concebido agora mais do que nunca, em função do desenvolvimento industrial. De acordo com Lefebvre,

Para apresentar e expor a “problemática urbana”, impõe-se um ponto de partida: o processo de industrialização. Sem possibilidade de contestação, esse processo é, há um século e meio, o motor das transformações da sociedade. Se distinguirmos o *indutor* e o *induzido*, pode-se dizer que o processo de industrialização é o indutor e que se pode contar entre os induzidos os problemas relativos ao crescimento e à planificação, as questões referentes à cidade e ao desenvolvimento da realidade urbana, sem omitir a crescente importância dos lazeres e das questões relativas à “cultura”. (LEFEBVRE, 2001, p.11)

Logo, podemos afirmar que, o crescimento desta cidade, suas atribuições, são em parte um reflexo das necessidades causadas pela indústria sobre esse novo modo de viver. Para Lefebvre, essa relação traçada com a cidade pela indústria não passa de um processo de exploração em vista da produção, danoso ao desenvolvimento urbano no que tange o fortalecimento do simbólico sobre o espaço

Ela [a indústria] ataca também a cidade (cada cidade), assalta-a, toma-a, assola-a. Tende a romper os antigos núcleos, apoderando-se destes, o que não impede a extensão do fenômeno urbano, cidade e aglomerações, cidades operárias, subúrbios (com a anexação de favelas lá onde a industrialização não consegue ocupar e fixar a mão-de-obra disponível). (LEFEBVRE, 2001, p.16)

Através do processo de exploração da cidade, percebe-se a como se engendra as ações de tangenciamento do espaço, e como resultado, o apagamento dos traços identitário que os cidadãos possam vir a construir sobre o lugar como uma forma de identificação, de construção identitária. A respeito do processo de desenvolvimento das cidades tendo em vista o urbanismo racionalista e o capitalismo do modelo econômico, o autor exemplifica cidade que surgiram de tal forma, e destaca que países onde a formação de cidades por uma outra lógica acabou esbarrando na dependência dos “Polos de crescimento”.

Na França, seria possível citar inúmeras cidades submersas pela industrialização: Grenoble, Dunquerque, etc. em outros casos, há uma ampliação maciça da cidade e uma urbanização (no sentido amplo do termo) com pouca industrialização. Este seria o caso de Toulouse. Este é o caso em geral das cidades da América do Sul e da África, cidades cercadas por uma vizinhança de favelas. Nessas regiões e países, as antigas estruturas se dissolvem; camponeses sem posses ou arruinados afluem para as cidades a fim de nelas encontrar trabalho e subsistência. Ora esses camponeses vêm de explorações destinadas a desaparecer pelo jogo dos preços mundiais, o qual depende estreitamente dos países e dos “polos de crescimento” industriais. Esses fenômenos dependem ainda da industrialização. (LEFEBVRE, 2001, p.17-18)

O papel do capital financeiro sobre a construção deste espaço urbano é clara, e desde aqui, na cidade moderna, já podemos entender isto como um processo de disputa pelo imaginário e memória da cidade, pela via financeira, através das tentativas de definir o modo de via urbano. Como o autor vem a postular, tal processo pode ser visto como “uma estratégia de classe. A industrialização se comporta como um poder negativo da realidade urbana: o social urbano é negado pelo econômico industrial. (LEFEBVRE, 2001, p.28)

A escola urbanista de origem francesa, com características marcadas pelo ordenamento do espaço de maneira planejada, simbolizou de maneira prática a existência de intenções, por parte tanto do Estado como do poder econômico, em modelar o ambiente urbano sob uma ideologia do capital a partir da lógica racionalista. Os conjuntos habitacionais são a obra prima desta ideologia. Aglomerados urbanos similares, caracterizados por setores delimitados a funções específicas. O lugar de moradia, do trabalho e do comércio por ramo de atividade, do lazer, etc. As grandes avenidas largas e as praças vazias e amplas também são marca registrada desse modelo. Assim como os lugares são clinicamente demarcados, as atividades dos indivíduos sobre eles também. O objetivo destes conjuntos, de acordo com Lefebvre, era de demonstrar a grandeza do capital e a imponência do Estado em se impor sobre o urbano e a cotidianidade dos indivíduos que ali habitam.

O barão de Haussman, homem deste estado bonapartista que se erige sobre a sociedade a fim de trata-la clinicamente como o despojo (e não apenas como arena) das lutas pelo poder, substitui as ruas tortuosas mas vivas por longas avenidas, os bairros sórdidos mas animados por bairros aburguesados. Se ele abre *boulevards*, se arranja espaços vazios, não é pela beleza das perspectivas. É para “pentear Paris com as metralhadoras” (Benjamin Peret). O celebra barão não esconde isso. Mais tarde, serão gratos a haussman por ter aberto Paris a circulação. Essa não era a finalidade, o objetivo do “urbanismo” haussmaniano. Os vazios têm sentidos: proclamar alto e forte a glória e o poder do Estado que os arranja, a violência que neles podem se desenrolar. (LEFEBVRE, 2001, p.23)

As praças, em especial, representam o melhor exemplo da violência simbólica executada pelo Estado contra a produção da memória coletiva sobre o território. Conhecida como lugar de fruição, interação e ambiente de atividades múltiplas e não definidas, as praças eram vistas como os corações vivos da cidade, o local onde o habitar urbano e a produção prática da memória era realizada de maneira a reforçar a sensível nas relações e criar uma aura local vívida. Sennett (2016), aponta as reformulações provocadas por esse urbanismo francês como a justificativa para a expulsão da produção coletiva deste ambiente, que apesar de público, não deve ser praticado como “lugar”.

[...] a praça deveria ser um monumento em si mesma, com atividades restritas acontecendo em seu meio, atividades constituídas principalmente de passagem e

transporte. Acima de tudo, essas praças não foram concebidas tendo em mente uma multidão lenta que se congrega. Hardouin-Mansard lutou, portanto, para eliminar das praças barracas, bandos de acrobatas e outras formas de comércio de rua, bem como procurou manter os cafés em sua volta, mantidos por detrás de portas, e tirou totalmente as estalagens das praças. (SENNETT, 2016, p.87)

Lefebvre apresenta também crítica a este modelo de pensamento sobre o urbano. O autor atribui aos conjuntista esse esvaziamento simbólico de um espaço da cidade antes praticado.

O “pensamento urbanístico” dos grandes conjuntos literalmente se encarnou na cidade e no urbano a fim de extirpá-los. Toda a realidade urbana (legível) perceptível, desapareceu: ruas, praças, monumentos, espaços para encontros. Nem mesmo o bar, o café (bistrôt), deixaram de suscitar o ressentimento dos “conjuntistas”, o seu gosto pelo ascetismo, sua redução do habitar pelo habitat. (LEFEBVRE, 2001, p.27)

Pode-se entender aqui a intenção clara do estado em reformular os espaços não só a partir de seu território. Mas principalmente a partir de sua aura urbana, seu valor de uso na cidade. Tais ações precederam o que, na contemporaneidade podem ser caracterizados como “lugares-marca” onde uma nova narrativa tentará ser incutida, como forma de revestimento de uma narrativa histórica ou vazio social que ali antes estivesse. Com relação a estes valores atribuídos aos espaços da cidade

A cidade e a realidade urbana dependem do valor de uso. O valor de troca e a generalização a mercadoria pela industrialização tendem a destruir, subordiná-las a si, a cidade e a realidade urbana, refúgios do valor de uso, embriões de uma virtual predominância e de uma revalorização do uso. (LEFEBVRE, 2001, p.14)

Com esta nova lógica capitalista empreendidas sobre estes espaços público da cidade, podemos afirmar que há uma superposição sobre este valor de uso – relação com a memória, imaginário e com a história – provocado pelo novo conceito de valor de troca – do consumo, do desfrutar o público em referência do privado, do produto ou marca a ele atrelado – colocado sobre tais locais. O valor de troca dos espaços urbanos, que no passado significavam os locais onde se situava o comércio e as transações comerciais, agora tem também esta nova significação: a da venda simbólica do lugar que se habita, da disputado do imaginário e do estabelecimento da memória do território influenciada pelo Mercado.

4. O “LUGAR-MARCA” E MEMÓRIA SOCIAL

Trabalhar com a ideia do espaço como valor de troca, pressupõe, antes de tudo, uma premissa: o espaço também é um tipo de mercadoria do sistema capitalista. No entanto, se considerarmos o mercado imobiliário e sua especulação, nada de novo estaríamos a trazer com essa afirmação. Correto. No entanto, o espaço que aqui nos referirmos são os espaços urbanos públicos (praças, ruas, monumentos, parques, estádios de futebol), que tem seu caráter simbólico produtificado.

A produtificação do simbólico do lugar significa a construção de uma memória local a partir de uma referência do mercado, sendo uma marca ou serviço que deixe claro sua participação sobre este espaço. Muitos desses casos ocorrem devido a relação entre o Estado e empresas privadas, empresas essas que recebem o direito de concessão do Estado para manter o local, eximindo o poder público de suas responsabilidades para com aquele bem. Ou, há os casos de simples publicidade, como ocorre principalmente em locais turísticos ou de convívio público que tem a imagem de uma marca inserida de maneira massiva.

Certeau cita outro ponto dentro desta lógica de disputa do simbólico pelo capital ao se referir dos processos de restauração urbanística, restauração essa executada justamente sobre este método de concessão das atividades para as empresas privadas, sob a contrapartida da publicidade e do reforço da marca sob o local restaurado. Essa “restauração” também implica em fatores secundários a sua execução, como por exemplo a especulação imobiliária, a gentrificação dos espaços e a criação do que atualmente se alcunha por “áreas gourmets”.

Se recusarmos a lógica da conservação, que outra hipótese poderia substituí-la? Quando o museu recua, quem que ganha? A lei do mercado. [...] Esta restauração urbanística é uma “restauração” social. Ela leva a um terreno deteriorado e restaurado por burgueses e pelos profissionais liberais. Os alugueis sobem. A população muda. As ilhotas reabilitadas formam os guetos de pessoas abastadas e as “curetagens” imobiliárias se tornam assim “operações segregativas”. (CERTEAU, 2012, p.196)

Esta puritanização dos espaços público pode ser considerada também umas das características principais para o surgimento desses lugares marca. Logo que o reforço desta ideia encontra no segmento turístico uma via para o estabelecimento dos ideais ali criados.

Trabalhando com exemplos práticos, vamos aqui citar dois exemplos diferentes onde podemos apontar de maneira clara a existência desses “lugares-marca” e a maneira como estas marcas ou empresas trabalham para a sobreposição de uma memória ali existente. São os casos: A arena Itaipava Fonte Nova, em Salvador e o espaço Pirelli no Cristo redentor.

A relação construída entre o estádio da Fonte Nova e a cervejaria Itaipava, em Salvador, pode ser entendido a partir deste viés de restauração abordado por Certeau, onde este fator se comporta como a justificativa para o estabelecimento dessa marca sobre o lugar, sobre seu imaginário, e a longo prazo, sobre a memória coletiva ali construída. Na situação do estádio em Salvador, temos o nome da marca totalmente atrelada ao lugar, logo que próprio nome da arena foi alterado para a inserção da marca. Apesar de ser um espaço gerido pelo poder estadual, a marca “compra” simbolicamente o estádio, se entrelaça como lugar, tenta fazer parte do significado do local. Claro que também que todos os produtos alcoólicos comercializados no local são de exclusividade da empresa em questão. O sujeito não vai mais somente ao estádio assistir ao jogo de futebol de seu clube, ele frequenta a nova arena Itaipava fonte Nova, onde

assiste o jogo tomando a cerveja da marca. Sua memória é moldada a partir dos signos ali presente.

Ilustrando esta situação, Pollak (1992) vem abordar a questão dos lugares de memória, lugares quais estão ligados à lembrança pessoal ou coletiva, nem sempre datadas por um tempo cronológico. Segundo o autor,

Lugares de memória particularmente ligados a uma lembrança, que pode ser uma lembrança pessoal, mas também pode não ter o apoio no tempo cronológico. Pode ser, por exemplo, um lugar de festas da infância, que permaneceu muito forte na memória da pessoa, muito marcante, independentemente da data real em que a vivência se deu. Na memória mais pública, nos aspectos mais públicos da pessoa, pode haver lugares de apoio da memória que são lugares de comemoração. (POLLAK, 1992, p. 202)

Outro processo que se faz presente na situação descrita e a gentrificação. Após a reforma do estádio, os preços dos ingressos das partidas ficaram mais caros, afastando do estádio as pessoas das classes mais desfavorecidas, gerando uma elitização forçada do lugar a partir de uma higienização social disfarçada. A memória do estádio cheio de torcedores e torcidas organizadas com os gritos de guerra personalizados é substituída pela noção do “programa de domingo”, com um espaço esvaziado, com presença de poucas pessoas que por não terem costume, em sua maioria, de frequentar tais lugares, se comportam às vezes de maneira apática, como se ao invés de uma partida de futebol, estivessem assistindo a uma peça de teatro.

Na situação da Parceria entre o Cristo Redentor e a empresa Italiana Pirelli, temos uma relação que não atrela totalmente a imagem do lugar à marca, porém a ação de publicidade ali executada pela empresa faz com que a memória posterior a visita do local seja permeada pela presença da empresa. O fato aqui se consuma pela ação de publicidade da marca no local, onde uma câmera fotográfica colocada sobre a cabeça da estátua do Cristo Redentor registra o “olhar do Cristo”. No próprio local, há uma demarcação para a ação: um círculo onde o indivíduo se posiciona para uma foto ser capturada, e posteriormente se publicada na rede social da ação.

Neste caso, não podemos afirmar que exista uma interferência direta da publicidade da marca sobre o imaginário e a aura local. Entretanto, existe um apelo forte a memória, logo que a fotografia ali registrada acompanha a logomarca da empresa. Entende-se assim, que de forma não instantânea, um processo de participação da marca sobre a memória ali construída ocorre de maneira efetiva.

Também neste caso, podemos identificar o processo de elitização do local, no entanto, não desencadeado pela inserção da marca ou processo de restauração, tendo a alta procura pelos turistas como justificativa para o afastamento da população local das periferias.

O que se pode compreender a partir das situações aqui apresentadas e que tal processo não passa de mais uma característica do processo de mercantilização urbano do espaço, atrelado

a convivência da ação do estado em conjunto com o empresariado. Junto este processo de “restauração” – que na verdade deveria se chamar sedimentação (de memórias) – a memória e o significado do espaço são soterrados. Uma nova significação vem a superfície sobre o cadáver do que ali havia.

Apesar deste processo de descaracterização dos espaços, Certeau afirma que a memória social do lugar ainda permanece ali presente. Seriam os “fantasmas da cidade” escondidos sobre as novas construções e significados que agora se fazem presente.

As “velhas pedras” renovadas se tornam lugares de trânsito entre fantasmas do passado e os imperativos do presente. São passagens sobre múltiplas fronteiras que separam as épocas, os grupos e as práticas. A maneira das praças públicas para onde afluem diferentes ruas, as construções restauradas constituem, de forma histórica e não mais geográficas, permutadores entre memórias estranhas. (CERTEAU, 2012, p.194)

Pode-se entender esta mutilação da cidade como o que aqui está a ser apresentado, no momento que estas novas narrativas sobre os espaços públicos têm em parte o objetivo de destituir a memória construída sobre os espaços da cidade em favor do capitalismo e das marcas. Lugar-marca portanto, pode ser entendido não somente como um local onde o capitalismo visa disputa-lo simbolicamente a partir de seu imaginário e memória, mas também como um lugar morto no que se refere a uma produção simbólica coletiva. Uma constatação alarmante no que tange à manutenção de uma memória urbana coletiva e social.

Entende-se a cidade como um produto da história coletiva, assim como a memória se comporta como o resultado das vivências dos cidadãos sobre o território da cidade, marcado por referências afetivas, responsáveis pela formação identitária individual e coletiva. Estamos aqui diante de uma situação cíclica, logo que a memória constrói o imaginário popular, que se apresenta como a memória viva, sendo praticada e criando ainda mais referência sobre o espaço a partir da prática urbana. Prática esta concretizada pela cotidianidade e pelo relato, pela oralidade.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo da trajetória aqui traçada buscou-se resgatar os significados acerca do urbano, e do território da cidade, recorrendo a uma contextualização onde trouxemos desde o surgimento da cidade, como sua evolução e os conceitos que permeiam seu caráter social e concreto.

Desde as discussões acerca das definições acerca do público e privado, até o processo de mercantilização dos espaços e o avanço do capitalismo sobre o imaginário e a memória dos espaços urbano, pode-se perceber como o ambiente urbano é híbrido e sua construção deriva

de inúmeras vertentes, sejam elas provindas da arquitetura e do urbanismo enquanto ciência racional, da sociologia, da política e da economia.

A exposição do conceito acerca do que foi chamado de “lugar-marca” vem a simbolizar um novo processo contemporâneo que vem ocorrendo sobre o território da cidade através da lógica do capital e da ressignificação do valor de troca sobre o sensível. O que se quis demonstrar aqui, é que tal processo se comporta como um ataque a produção coletiva da memória urbana, sendo agora permeado por interesses privados, negando a realidade social da cidade e dos indivíduos que a habitam.

Demonstrou-se também, de maneira subjetiva, que estes traços históricos urbanos, que compuseram e continuam a compor o imaginário social, vem sendo capitalizados, mercantilizados, tendo suas referências apagadas, tornando-se fantasmas.

Portanto, a perspectiva apresentada busca apresentar tal problemática como fator preocupante na construção histórica do presente, tendo logo este “futuro passado” modelo sob necessidades do mercado e da indústria, que como afirmou Henri Lefebvre, tem seus interesses sobre a cidade sobre uma relação de consumo e exploração, negligenciando a produção de seus cidadãos sobre a mesma.

6. REFERÊNCIAS

AUGÉ, Marc. **Por uma antropologia dos mundos contemporâneos**. Paris: Bertrand Brasil, 1997.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: artes do fazer**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: morar, cozinhar**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 2014.

LEFEBVRE, Henri. **O direito à cidade**. São Paulo: Centauro, 2001.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. **História, memória e centralidade urbana**. *Revista Mosaico*, v.1, n.1, p.3-12, jan./jun., 2008.

POLLAK, Michael. **Memória e identidade social**. *Estudos históricos*, Rio de Janeiro, v. 5. n. 10, p. 200-212, 1992.

SENNETT, Richard. **O declínio do homem público: as tiranias da intimidade**. Rio de Janeiro: Record, 2016.

CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa R.. **O cinema e a invenção da vida moderna**. São Paulo: Cosac Naify, 2003. p. 95-111.