

CULTURA: PRODUTO E PRÁTICA SOCIO-ESPACIAL URBANA

Ana Lucy Oliveira Freire

Doutora em Geografia Humana pela USP

Professora do Departamento de Geografia da Ufes

Introdução

A idéia em desenvolver esse texto emerge em meio às discussões acerca da importância de se preservar a cultura, manifestada através dos lugares, dos valores, dos símbolos, das práticas, das atividades, etc., que resguardam expressões e significados de um modo de vida, uma vez que se trata de bens dotados de grande relevância em meio à tendência de padronização de tudo que cerca a vida.

Nota-se uma espécie de revalorização da cultura entendida como tudo aquilo que diz respeito a símbolo, expressão, patrimônio, singularidade, os quais marcam a riqueza de uma sociedade, tais como as festas, os folclores, os costumes, os hábitos, a diversa gastronomia, a música, as experiências, os saberes, os lugares, etc., capazes de se transformarem em imenso potencial no mundo mercantilizado, cooptados como objetos de troca.

Quem ainda não se deparou com grandes projetos de recuperação de áreas urbanas inteiras, como as portuárias, os antigos cais com seus velhos armazéns, os quais, agora, têm outras funções? Os casarios do centro histórico? As favelas nos morros? Os antigos mercados? Praças, becos, passagens, estações de trem abandonados que se transformam em points para o lazer noturno nas grandes cidades? E o que dizer de práticas culturais e econômicas tradicionais, de saberes antigos, de relações de sociabilidade que permanecem como resquícios, etc., os quais, também, tornam-se possíveis de transformação em objetos de consumo em massa?

No espaço urbano, sobretudo na metrópole, percebe-se mais facilmente o processo de uni-

formização/normatização (na forma de viver, nos valores, nas idéias, nos comportamentos, etc.). E, ao contrário disso, a manutenção do diferente, do heterogêneo que, dotado de outra roupagem, é cooptado, isto é, responde a outras estratégias ou interesses de agentes políticos e econômicos que atuam no espaço urbano.

Passa-se a dar vida nova a antigos lugares da cidade, assim como às “velhas” relações que animam esses lugares posto que são potenciais produtos de aquisição no mercado; passam por reformas urbanísticas e ressurgem com força, com a dimensão cultural, o peso das tradições culturais, aliados a elementos e características que os valorizam, traduzindo a importância desses lugares nos grandes centros urbanos.

Obviamente, existe preocupação (e interesse) na política de preservação, resgate e fortalecimento cultural tão somente pela descoberta da potencialidade econômica de lugares, sítios, áreas e regiões que se tornaram atrativos porque resguardam o diferente, o exótico, o pitoresco em meio às paisagens e comportamentos/relações homogêneas. A título de exemplo, o turismo tem descoberto esses filões e coopta tudo isso enquanto parte da chamada indústria do turismo, seja no que se refere aos projetos no espaço urbano, seja no espaço rural. Cidades que vêm aderindo ao chamado turismo de negócios adotam, paralelamente, políticas de valorização cultural como opção de lazer aos participantes de eventos após suas atividades diárias. Outro exemplo é a valorização de atividades econômicas tradicionais que se transformam em atrativos, tais como a pesca, a catação de siri e frutos do mar, a produção de panelas de barro, a produção de instrumentos musicais de fes-

¹ *Diversas manifestações culturais e lugares que abrigam festas, além de atividades econômicas tradicionais, são objetos de uma pesquisa que realizamos na Grande Vitória-ES, a partir de 2008.*

tas tradicionais, etc., que é o caso estudado no espaço metropolitano da Grande Vitória-ES¹.

Essas atividades/práticas socioespaciais fazem o marketing de lugares na cidade capazes de proporcionar momentos de descontração ao visitante que está ali de passagem, de férias, ou mesmo a trabalho. Bares, restaurantes, feiras, galpões, mercados, espaços culturais considerados tradicionais, históricos e que resguardam a cultura local, fazem parte do roteiro de visitas. Pretende-se articular o tema da cultura com a cidade, entendendo que essa associação contribui no desvendamento do fenômeno urbano hoje à medida que se percebe, de um lado, o aniquilamento da cultura expressa em formas (urbanas) e relações nas grandes cidades e, de outro, a revalorização cultural, agora como possibilidade, potencial para tornar-se produto. Daí, a necessidade de rever uma discussão acerca da noção de cultura, razão do primeiro tópico desse texto; apontar um debate sobre cultura como produto para o turismo na cidade, no segundo item; no final, relacionar cultura e cidade, introduzindo e discutindo algumas idéias e pesquisas em andamento, através da ilustração de exemplos no caso da Grande Vitória, mostrando alguns dados e informações que resultam de trabalhos de campo preliminares.

Cultura: algumas noções

No âmbito da discussão sobre a noção de cultura, é importante assinalar que houve uma espécie de evolução, assim como um desvio histórico do significado de tal termo. No final, o que se verifica, na atualidade, é que se generalizou a compreensão do seu sentido, quando, na verdade, diz respeito a um conceito problemático.

Trata-se de que cultura, se o próprio capitalismo parece ter se tornado uma cultura – a sociedade capitalista enquanto cultura –, a cultura do consumo como parte da lógica capitalista atual?

Discutir a noção de cultura significa, em primeiro lugar, pensar na modernidade, bastante expressa nas artes e nas descobertas técnicas. Processo que amadureceu com o capitalismo, se universalizou e diluiu-se no século XIX. Depois de decorridos mais de um século, vi-

venciamos a era da modernização acelerada, marca de uma sociedade cambiante que demanda um espaço essencialmente urbano.

A cidade que seguia a velha ordem foi dando vez a uma realidade urbana complexa a ponto de se tornar um enigma a ser decifrado. É no seio dessa nova realidade que a cultura massificada encontra seu lugar: um amplo mercado; uma sociedade consumista onde tudo é possível ser transformado em mercadoria.

A partir do século XIX, cultura passou a ser sinônimo de “civilização”, em oposição às sociedades bárbaras, selvagens, não civilizadas. Segundo Thompson (1998, p. 169), discutindo o conceito de cultura e civilização, os usos destes termos se sobrepuseram: ambas foram, progressivamente, sendo usadas para descrever um processo geral de desenvolvimento humano, de se tornar “culto” ou “civilizado”. É esse o sentido de cultura posto no âmbito da Antropogeografia e da discussão sobre as raças humanas por Ratzel (MORAES, 1990). Kultur (do alemão), no pensamento Ratzeliano significa espírito cultivado; civilização ou Estado cultos, opostos à povos bárbaros, raças não civilizadas do mundo, cujo atraso, para esse autor, está associado às boas ou más condições naturais, isto é, causado pelo meio em que se vive.

Para Williams (1992, p. 11), a noção de cultura antes do período moderno estava associada ao crescimento e desenvolvimento natural das coisas, ao cultivo ou o cuidado de plantações, como a agri-cultura. Um outro sentido de cultura é destacado por esse autor, mas que ele denomina de “culturas” (no plural), referindo-se a singularidades de grupos e nações diferentes em períodos distintos. Trata-se de culturas como modos de vida global de uma sociedade ou de um determinado povo. Conforme suas palavras,

(...) no uso mais geral, houve grande desenvolvimento do sentido de cultura como cultivo ativo da mente, mas podemos distinguir uma gama de significados desde (1) um estado mental desenvolvido, (2) como processo desse desenvolvimento, (3) como cul-

tura considerada como as artes e o trabalho intelectual do homem (...) Com o uso antropológico e sociológico para indicar modo de vida de determinado povo ou de algum grupo social (...) A ênfase está no espírito formador de um modo de vida global (...) Ênfase em uma ordem social global no seio de uma cultura específica.

Assim também pensa Câmara Cascudo (1973, p. 21), para quem a cultura está associada a toda uma maneira de viver de uma sociedade, entendida também como um povo que tem um patrimônio construído de tradições, de costumes, normas, doutrinas, hábitos, técnicas herdadas e passadas para outras gerações. Para ele, a palavra cultura vem de *cultum*, trabalho de terra, conjunto de operações próprias para obter do solo os vegetais cultivados. Cultura de batatas, cultura de milho; sinônimo de agricultura, lavoura, trabalho rural. Depois, “figuradamente, cultura das letras, das ciências, das belas artes. (...) Um exercício de inteligência aplicado a um esforço para finalidade determinada e única”.

O tratamento dado ao termo cultura, referido anteriormente, está associado ao desenvolvimento de sociedades, mais especialmente no que diz respeito a progressos materiais realizados por elas; realizações estas que foram expandidas de tal modo a ponto de se tornar uma “cultura” ou uma “civilização”. Daí o surgimento de denominações tais como: “civilização ocidental”, “cultura ocidental”, “civilização industrial”, “cultura industrial”, “cultura do consumo”, “civilização produtivista”, “cultura mundializada”, etc.

Para Claval (2007), a cultura é inerente aos seres humanos e está assentada numa base geográfica, que é o espaço. Sobre essa base, os homens em comunidade trabalham, se comunicam, observam e transformam o seu entorno, atribuem significados aos objetos, participam dos mesmos rituais, criam hábitos, recordam o passado, vivem uma cultura comum, e, porquê não dizer, um modo de vida (ou um gênero de vida nos termos de La Blache?). Segundo ele, “a cultura aparece como um conjunto de

gestos, práticas, comportamentos, técnicas, know how, conhecimentos, regras, normas e valores herdados dos pais e da vizinhança, e adaptados através da experiência e realidades sempre mutáveis. A cultura é herança e experiência” (CLAVAL, 2007, p. 163).

Para a Geografia Cultural tradicional, focada no papel do homem transformador da face da Terra, cultura era entendida como um conjunto de práticas comuns compartilhadas em grupo, em particular, práticas que foram aprendidas e transmitidas através de gerações. Para Cosgrove (1998), trata-se de determinismo cultural, uma vez que, conforme o mesmo diz,

“A cultura não é algo que funciona através dos seres humanos; pelo contrário, tem que ser reproduzida por eles em suas ações, muitas das quais são ações não reflexivas, rotineiras da vida cotidiana (...) a cultura é, ao mesmo tempo, determinada por e determinante da consciência das práticas humanas (COSGROVE, 1998, pp. 101, 102).

Associa-se aqui a idéia de cultura a modo de vida, constituído de valores, ações, padrões de comportamento, elementos, características, manifestações, símbolos e significados dos ritmos, hábitos, rituais, costumes, tradições, etc., os quais são assimilados de modo natural desde o nascimento e vão se reproduzindo ao longo da vida das pessoas, dos grupos, da sociedade. Ou seja, diz respeito a toda uma ordem simbólica que ajuda a (re)afirmar identidades; expressões dos modos como os homens vivem e formas como eles estabelecem relações entre si e com o mundo em seu entorno (atividades, práticas, experiências, vivência).

Vive-se o tempo do rápido perecimento das coisas, dos objetos, das mercadorias postas no mercado para consumo. Essa veloz obsolescência exige uma contínua substituição das mercadorias; é preciso, a cada dia, apresentar novidades ao consumidor. Não há tempo para criar nem inventar, mas para copiar, retomar, cooptar tudo o que for passível de se tornar “o novo”; novas roupagens para coisas “antigas”; embutir o novo no velho,

o moderno no antigo ou tradicional. É no âmbito desse processo que se revaloriza, se retoma a cultura; passa-se a dar importância às coisas simples, aos lugares comuns. A cidade, sobretudo a metrópole, é o lugar privilegiado onde nasce, cresce e disseminam-se os valores, as idéias atreladas ao consumo, pois ela é a base física da sociedade de consumo, transformando modos de vida, dando ordens através de suas mensagens.

Marcuse (1997, p. 27) faz a crítica à lógica da uma cultura de massas\cultura industrial, portanto mercantilizada, cujo papel a exercer seria aquele de tirar o homem do aprisionamento, que é o trabalho produtivo, libertando-o no sentido de dar a ele acesso à cultura. Os homens, por despendem a maior parte de seu tempo e sua energia à sua existência material, às necessidades vitais diárias, não têm a oportunidade de se dedicarem aos prazeres, aos momentos lúdicos. Ou seja, a uma felicidade subjetiva e efêmera: bens de cultura, bens de prazer comprados como mercadorias, segundo o autor, o que subordinaria de modo mais efetivo o homem.

Compreende-se nas palavras desse autor que, para a consolidação de uma cultura de massas industrializada\mercantilizada, foi necessário mostrar que o trabalho voltado para a produção de coisas necessárias e úteis do cotidiano é diferente daquelas atividades “nobres”, posto que não atrelados ao “mundo do necessário”, mas ao mundo do belo, do prazer supremo, “obra do ócio”.

A separação entre o útil e o necessário do belo e da fruição, constitui o início de um desenvolvimento que, por um lado, abre a perspectiva para o materialismo da praxis burguesa, e, por outro lado, para o enquadramento da felicidade e do espírito num plano à parte da cultura (...) Tudo que é propriamente importante para os homens, as verdades supremas, os bens supremos e as felicidades supremas, são um luxo, distanciando-se por um abismo do sentido do que é necessário (MARCUSE, 1997, pp. 90/92).

A cultura, enquanto saber experimentado e acumulado como fruto da experiência e da vivência diária em sociedade, parece ter-se dissociado de uma “cultura” ou uma realidade em que tudo passa a ser cultural. “A cultura agora está além do social, tendo se livrado de seus determinismos tradicionais, na vida econômica, nas classes sociais, no gênero, na etnicidade e na região”, escreve Featherstone (1997, p. 17). Cultura, hoje, transformou-se em sinônimo de “generalizações”, no mundo inteiro, de comportamentos: na produção industrial, no comércio, no consumo, nas atividades financeiras do mercado, na moda, na vida urbana, no cotidiano, nas “tribos”, nas comunidades, etc. Não obstante, para esse autor, não se trata de uma cultura comum, global, mas do surgimento de um complexo de culturas atuando em centros competitivos de poder econômico e político.

No que tange ao modo de vida, diríamos que um conjunto de valores caracteriza modos de viver enquanto culturas próprias, singulares, isto é, fonte de onde nasce o diferente, de onde minam os folclores; uma prática cultural apoiada em determinismos tradicionais, em elementos (da moradia, da alimentação, do jeito de se vestir, do modo de se comportar, das relações, do modo de produzir, dos saberes e fazeres, etc.) legados do passado, que se enraízam, se fortalecem, criam e reproduzem identidades. Possivelmente, esses são traços que caracterizam grupos\comunidades encerradas em territórios não muito extensos; espécie de localismos culturais ou culturas regionalizadas dentro de espaços mais vastos, tais como de um país\nação, mas que, muitas vezes, são reproduzidos em espaços menores, em lugares, “pedaços” nas grandes cidades.

Além do peso da história, do tempo, das marcas de hábitos e costumes, tradições, o que torna esses lugares na metrópole relevantes no que tange o potencial cultural dos mesmos? Os usos, a apropriação, as brechas de ocupação que esses lugares permitem, proporcionam essa riqueza cultural. A acelerada urbanização implica na rápida perda de referências culturais à medida que novos valores são incutidos e alargados, mas alguns destes elementos resistem na prática do dia-a-dia.

Cultura: novas possibilidades como mercadorias do turismo

Por que o turismo é, hoje, um fenômeno? O turismo precisa ser predador, voraz no processo que consome os lugares como atrativos? O turismo faz parte de um modo ou estilo de vida hoje? Essas e outras questões recheiam o universo das dúvidas, dos argumentos, das discussões, dos discursos, das críticas, etc., os quais instigam a pesquisa que, por sua vez, pretendem chamar a atenção para essa prática e atividade atual mundial, a qual ganha cada vez mais evidência nos estudos de diversos campos do saber científico, sobretudo no âmbito das ciências humanas e sociais.

Nesse começo de século, devido o momento em que o mundo passa por fortes transformações decorrentes do processo de globalização, o turismo (e o lazer) emergem como fenômenos e realidades do ponto de vista sócio-econômico (produção e consumo do espaço turístico no âmbito das regras do mercado), político (controle do espaço para fins turísticos), cultural (mudanças de comportamento, lazer e ócio/contemplação/divagação) e ambiental (paisagens-cenários e recursos naturais/reservas de valor, isto é, mercadoria para o turismo) (CARLOS, 1996).

Quando se discute o nascimento ou a emergência do turismo, comumente faz-se uma articulação com a curiosidade, o interesse, o desejo do indivíduo em conhecer um lugar específico que o atrai, principalmente porque se trata de um lugar “diferente” daquele do seu cotidiano; surge como uma necessidade de fugir, de sair um pouco do dia-a-dia comum.

No momento atual, ou pelo menos desde que o turismo transformou-se num filão econômico, assistimos mudanças na sua natureza. Os tempos em que o turismo significava a chegada das férias para viajar, descansar, conhecer novos lugares e pessoas, ou até mesmo para simplesmente visitar os parentes e amigos distantes, ficaram para trás. Em primeiro lugar porque, hoje, o turismo ocorre o tempo todo, isto é, no decorrer do ano (nas férias escolares, nos muitos feriados, nos fins de semana...); não se

limita mais ao aproveitamento das clássicas férias de final de ano (RODRIGUES, 1996).

O turismo (massificado) da atualidade é parte da sociedade de consumo, isto é, mais uma mercadoria que se compra e vende (atividades controladas pelo tempo do relógio) e que vemos se expandir de modo incessante atrelado muito menos às descobertas do novo, da novidade, e mais às coisas e lugares pasteurizados (CARLOS, 1996).

Por seu caráter de liberdade, de ser livre para ocorrer em qualquer parte e em qualquer hora sem prévia autorização de ninguém (salvo em alguns casos do turismo planejado), o turismo, sobretudo as formas turísticas vorazes de destruição (em plena expansão), traz danos irreparáveis às sociedades, aos espaços, sejam eles locais, regionais, nacionais ou mundiais (YÁZIGI, 1996). Nesse sentido, pensar no turismo como um importante vetor de desenvolvimento carece pensar no planejamento, ou pelo menos em estratégias como “arma” para conter os dados negativos do turismo.

O turismo, em seus aspectos positivos e como prática e atividade econômica viável, em muitos casos, é visto hoje como uma esperança. Quando as possibilidades de exploração de algumas atividades já não são mais possíveis para uma área, uma cidade, uma região dotada de predicados que de algum modo podem ser aproveitados, eis que aparece aquela chance de ver esse lugar voltar a “ter vida”, o que significa aproveitar certa área e transformá-la em atrativo turístico, como fonte de renda.

O turismo pode ser designado algo além de uma atividade econômica com grandes significados? Cremos que sim, posto que ele aflora revolucionando modos de vida, culturas, estilos de vida; é capaz de transformar um lugar, regiões, bairros e comunidades inteiras; é uma mercadoria especial e, portanto, é parte da sociedade de consumo que se constitui. É serviço (o terciário tradicional?); é uma indústria (a velha indústria?) – a indústria do turismo –, mas também uma prática social e um processo civilizatório (RODRIGUES, 1996, p. 17).

Dado às muitas transformações tecnológicas dos últimos 30 anos, sobretudo nos meios de comunicação, mudando as relações espaço-tempo, os espaços passam a ser ligados por redes de fluxos de muita rapidez, o que, equivocadamente, dar a entender que o espaço seja eliminado (SANTOS, 1996). O turismo torna esse processo mais fácil, disseminando dados e informações, fazendo propaganda do lugar “descoberto”, transformado em potencial atração turística. Nesse sentido, mais do que nunca, a cidade se articula com o mundial incorporando tendências (sociais, econômicas, culturais, etc.), novas atividades urbanas; se reveste de uma nova paisagem. Enfim, a cidade, particularmente a grande cidade, através de seus lugares ou “pedaços”, entra na rede de competição nacional e internacional disposta a atrair investimentos, o que muda a natureza, os atributos do lugar, este se redefine, ou ainda como “elementos que apontam para uma mudança do sentido do lugar” (CARLOS, 1996, p. 37).

Em Geografia, quando se pensa em lugar e seu significado associa-o a questão da escala, uma vez que local e lugar nos remete a idéia de pequeno: a localidade, a pequena cidade, o vilarejo, o bairro e a comunidade, até porque como analisa SANTOS (1996, p. 258), o lugar é também o teatro das manifestações de espontaneidade e de criatividade. O lugar tem a ver, portanto, com as relações cotidianas que envolvem o habitante e suas práticas, a sua vivência diária, os vários usos do espaço, isto é, a existência dos seres humanos, estes sentindo, pensando, apropriando-se e vivendo o espaço através do corpo. O bairro, a comunidade, o “pedaço”, são exemplos de lugares.

No âmbito do turismo (enquanto setor econômico), vêm se pensando o quanto alguns lugares, bairros e comunidades dentro da cidade têm a oferecer em termos de atrativos turísticos, os quais, por sua vez, são a própria fonte de renda.

A literatura trata esse processo de desenvolvimento sustentável ou sustentabilidade econômica (BENEVIDES, 1997; SILVEIRA, 1997; RODRIGUES, 1997). O que ocorre, normalmente, é que esses lugares, são ricos

em história e em cultura acumulados na vivência dos indivíduos e no espaço vivido; foram construídos socialmente em espaços “desprezados” pela cidade. Impróprios para a habitação, bairros e regiões inteiras surgem sobre os mangues, em palafitas às margens de rios, em encostas de morros, etc., mas, usufruindo de áreas verdes, de paisagens naturais, de atrativos culturais, de cenários propícios à exploração turística, esse lugares com uma mínima de infra-estrutura, se transformam em points turísticos, às vezes, entram “na moda” de frequentadores locais e de fora.

Cultura e cidade: práticas socioespaciais tradicionais no espaço metropolitano de Vitória-ES.

Primeiramente, é necessário o entendimento acerca do tratamento dado à relação cidade e cultura na ciência geográfica. Segundo Corrêa (2007, pp. 175, 178), cultura e urbano são termos profundamente relacionados. “A cidade, a rede urbana e o processo de urbanização constituem-se em expressões e condições culturais. A título de ilustração dessa relação aponta: as grandes cidades são os principais focos de produção de formas simbólicas, criadoras e recriadoras de novos significados e valor, integrados no processo de acumulação de capital. Desse modo, desempenham ativo papel como centros de transformação cultural”.

É somente a partir dos anos 1970 que a geografia urbana atentou para os estudos da dimensão cultural do urbano. Tem início nessa época pesquisas sobre as transformações em curso na sociedade, que se torna mais urbana e multicultural. Corrêa (2007, p. 178), examina alguns estudos numa perspectiva da geografia cultural renovada, salientando que neles, “a cidade passa a ser vista como marca e, simultaneamente, como matriz cultural, como um texto no qual se ler a sociedade e suas múltiplas interpretações da paisagem urbana”.

No texto em que discute a relação entre o urbano e a cultura, Corrêa (2006, p. 148), salienta a singularidade de uma cidade, a qual expressa a identidade da mesma, construída por características, heranças e atividades culturais tradicionais. “Essa identidade cultural

do lugar, reconhecida tanto interna como externamente, se expressa em vários aspectos relativos à sua organização social e espacial”, salienta esse autor. O que dizer sobre a identidade de uma cidade? Atributos naturais, culturais e históricos se impõem quando se busca uma identidade. Uma ordem de valores, atos e atividades, vínculos sociais comunitários, características culturais e socioespaciais, práticas econômicas, paisagens físicas, singularidades das relações de sociabilidade, memória histórica, formas e símbolos, etc., destacam o que existe de diferente em uma cidade. Na expressão geográfica, essa identidade é acima de tudo territorial/espacial, isto é, as referências, as marcas no entorno do espaço onde se vive (HAESBAERT, 2007).

Para Bonnemaison (2002, pp. 101; 110), os fixos – os objetos e as formas -, assim como os itinerários vivenciados pela prática permitem a apropriação, gerando afetividade, uma relação culturalmente vivida no e pelo território, posto que a cultura engloba o vivido. Para esse autor, “a idéia de cultura, traduzida em termos de espaço, não pode ser separada da idéia de território”. No mundo contemporâneo, as referências socioespaciais e culturais já mencionadas são, cada vez mais, colocadas em questão, contrapondo-se aos processos de revalorização dos lugares prenes dessas referências. As cidades, e em especial os grandes centros urbanos, se mostram com mais potencial a esses processos e mudanças na vida e na mercantilização das práticas culturais tradicionais.

É importante lembrar que é na cidade que estão dadas todas as possibilidades ou condições de continuidade do processo de produção das relações de produção material no nível global. Esse processo, tendencialmente, arrasa todo tipo de prática social existente anteriormente na cidade; liquida as relações de sociabilidade; desaparecem e se transformam em reprodução de relações sociais produtivas. Há perda de sentido da vida, de identidade, de referenciais culturais e espaciais. O diferente é tragado, incorporado e transformado em possibilidade no mercado.

O fortalecimento dos valores culturais e a possibilidade de apropriação de lugares onde as práticas (culturais) ocorrem na cidade, à cultura vivida, os usos, que para Seabra (1996, p. 71), significam “uso do espaço, do tempo, do corpo, essencialmente porque abrigam dimensões da existência, os sentidos da vida: o prazer, o sonho, o desejo, o riso!...”, é um ponto de partida para reflexões a respeito das possibilidades diante de um quadro em que esses valores se subordinaram a outros, empobrecendo progressivamente o homem. Ou seja, tais valores são fissuras que se abrem para refletirmos sobre esses vislumbres de humanização do espaço. Reitera-se essa compreensão através das palavras de Santos (1987, p. 61), que diz, “a cultura, forma de comunicação do indivíduo e do grupo com o universo, é uma herança, mas também um reaprendizado das relações profundas entre o homem e o seu meio, um resultado obtido através do próprio processo de viver”.

O urbano que se constitui hoje responde à lógica (econômica) que tende a eliminar ou cooptar (como mercadoria) os momentos lúdicos, os lugares do encontro e da festa, e até os lugares das atividades econômicas tradicionais que contribuem para a resistência de culturas locais como referências da cidade. Ilustrativo no que tange a esse processo é o caso do turismo que tem nos lugares, marcas e formas simbólicas culturais urbanas possibilidades mercantis, a exemplo da criação de rotas turísticas pela/na cidade (CARLOS, 2005).

No caso da Grande Vitória-ES², existem alguns exemplos de práticas socioespaciais, culturais e econômicas tradicionais, as quais contribuem, com suas marcas, a manter uma identidade cultural da cidade, que, por sua vez, significam atrativos e, por isso, entram nas rotas de visitas turísticas. As paneleiras de Goiaibeiras, os pescadores de Itapuã, as desfiadeiras de siri da Ilha das Caieiras e Congo da Barra do Jucu, ilustram a riqueza da cultura local e a importância da sobrevivência desses grupos e lugares para a cidade e seus moradores.

Essa riqueza cultural se expressa nos atos, nos tipos de trabalho, nas festas, nas ativi-

² A Região Metropolitana da Grande Vitória é composta por sete municípios: Cariacica, Guarapari, Fundão, Serra, Viana, Vila Velha e Vitória.

³ O cardápio do restaurante privilegiava a cozinha capixaba que, em parte, é à base de frutos do mar. Nesse caso, as Desfiadeiras de Siri buscavam adquirir produtos do mangue, tais como o sururu, o camarão, o caranguejo e o siri, mas compravam de peixarias a maioria dos pratos à base de peixe, sobretudo os ditos “nobres”.

⁴ As desfiadeiras sempre marcam presença nos eventos promovidos pela Prefeitura, nos quais aproveitam a oportunidade para vender seus produtos e divulgar o restaurante. Durante a Semana Santa, a Cooperativa comercializa um volume grande das maravilhas culinárias produzidas ali, tais como: mariscadas, torta capixaba, camarão frito, moquequinhas de siri, camarão e cação, além da tradicional casquinha de siri.

⁵ Foi aplicado um total de 10 questionários entre as mulheres, contendo 14 perguntas, sobretudo relacionadas ao turismo cultural em Vitória que inclui a rota manguezal, as atividades da Cooperativa, a importância do mangue e a valorização do lugar.

⁶ Foi aprovado pelo IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional), em reunião de 21/11/02, o registro do ofício das Paneleiras de Goiabeiras, inscrito no Livro de Registro dos Saberes e declarado Patrimônio Cultural do Brasil.

dades cotidianas, etc. São saberes e fazeres tradicionais herdados dos antepassados, herança que passa de geração para geração, os quais ainda se mantêm em meio à intensa urbanização, embora essas resistências já sejam mediadas pelo mercado, posto que tais bens materiais e imateriais, muitas vezes, só resistem transformados em mercadoria.

O estado do Espírito Santo é litorâneo, e apenas dois dos sete municípios que compõem a região metropolitana não estão localizados junto ao mar. Portanto, é uma região marcada por relações socioespaciais, econômicas e culturais ligadas com o oceano, suas restingas, lagoas e manguezais.

As tradições culturais no litoral são heranças indígenas e negra principalmente, sobretudo no que diz respeito à economia local desde os tempos coloniais, tais como a pesca, o plantio de culturas, a produção de artefatos, as festas, etc. (NOVAES, 1970).

As plantações nos engenhos e a pesca no mar, nos rios e manguezais eram a base dessa economia já no século XVI. Nas áreas onde estão localizados hoje os municípios de Vila Velha, Serra e Vitória, consta, na historiografia do estado relatos da fartura de pescados. “Os peixes eram muitos, de todos os tamanhos e das mais variadas espécies, pescados de muitas maneiras. A variedade se via por todos os lados [...] proliferavam as tainhas, que chegavam a dois palmos, conhecidas pelos índios como curimãs [...] além de crustáceos como sururu, siri, camarão, búzios, lagosta, pitu, etc.” (GALVÊAS, 2005, p. 61).

Às margens da baía de Vitória, na porção noroeste, localizada na Ilha das Caieiras, encontra-se o primeiro exemplo. A Cooperativa das Desfiadeiras de Siri da Ilha das Caieiras foi fundada em 08/02/99 por 49 mulheres que trabalhavam em condições precárias nas calçadas e quintais de suas casas (SOUZA, 2008). Hoje, ocupando um galpão construído pela Prefeitura Municipal de Vitória, a Cooperativa, que tem por base um restaurante³ é uma das atrações da Rota Manguezal, que objetiva o desenvolvimento

do turismo na região da Grande São Pedro⁴.

A Ilha das Caieiras já foi uma ilha, de fato, mas devido aos constantes aterros dos manguezais, hoje, é um bairro e, dentro dele há um “pedaço” transformado em pólo gastronômico, contando com diversos restaurantes, o que tornou essa área (re)conhecida pelo setor turístico da cidade. A tradicional atividade das mulheres desfiadeiras de siri do manguezal é que deu a “fama” ao lugar. Hoje, são 28 mulheres associadas à Cooperativa, e oito destas trabalhando diretamente no restaurante, o qual funciona de terça-feira a domingo, das 10:00 horas às 17:00 horas. Perguntadas sobre o fato da Cooperativa (e do lugar) ter se transformado em ponto de visita turística de Vitória, as mesmas confirmam a frequência constante de turistas de outros estados do Brasil e estrangeiros que vêm provar os pratos típicos da cozinha capixaba, além de aproveitarem a paisagem, a cultura e o ambiente diferente⁵.

O segundo exemplo diz respeito à confecção de panelas de argila retirada do manguezal, no Vale do Mulembá, em Vitória. Trata-se de uma tradição indígena anterior à colonização portuguesa na região, método bastante primitivo usado por índios antes da chegada dos portugueses. As Paneleiras de Goiabeiras é uma associação composta por mulheres que, também, faz parte do atual roteiro turístico da metrópole. A panela de barro, fabricada de forma artesanal se mantém graças à herança cultural que é repassada dos pais para os filhos. O lugar e a atividade tradicional mantêm viva uma cultura que está relacionada à culinária local: a moqueca capixaba feita nesse tipo de panela⁶.

Localizado às margens do manguezal, na região noroeste da baía de Vitória, no bairro de Goiabeiras, o galpão que abriga a Associação das Paneleiras conta, atualmente, com 40 mulheres e 3 homens trabalhando na produção das mais variadas peças de panelas. Com exceção da madeira para queimá-las, toda a matéria prima (argila, cabaça para dar o formato, pedra para polir/“lisar”, vassourinha para pintar/“açoiar” e tinta de tanino) usada na confecção das mesmas é retirada do mangue.

Resultado de pesquisa realizado junto à Associação, foi possível confirmar o lugar como ponto de referência cultural para o turismo de Vitória. É no verão que as visitas diárias dos “de fora” crescem. Os turistas vêm em busca de adquirir as panelas conhecidas fora do estado através da TV, em programas culinários de grandes redes de comunicação do país⁷.

É grande a relevância dessa tradição popular para a cultura capixaba. Por isso, todos os anos são realizados um período de festas no bairro de Goiabeiras, objetivando atrair o público em geral, local e de fora, para prestigiar e conhecer o trabalho das paneleiras. Recentemente, foi realizada a XV Festa das Paneleiras de Goiabeiras, ocasião em que as mesmas vendem os produtos em diversas barcas. O evento é uma festa da cultura popular e valoriza um dos principais símbolos da cultura de Vitória: a moqueca. A festa serve também para que mais pessoas conheçam a rotina no local, as etapas do processo de produção das panelas e a história da Associação⁸.

Outro exemplo na Grande Vitória é a existência de várias colônias de pescadores, distribuídas, principalmente nas cidades de Vitória, Vila Velha e Serra, em áreas densamente ocupadas/urbanizadas. A atividade da pesca nessas colônias ainda é bastante dinâmica, tanto comercial quanto para consumo próprio. Algumas destas se transformaram em atrativo, sobretudo por mostrarem enorme resistência em meio ao intenso crescimento urbano, inclusive em bairros que passam por forte verticalização. Nesse caso, sobressaem em Vitória, as colônias da praia do Suá e da praia do Canto; em Vila Velha, as colônias da praia da Costa e da praia de Itapuã; no município da Serra, destacam-se as colônias da praia de Manguinhos e da praia de Jacaraípe, balneários que vêm passando por grande processo de urbanização, expresso por condomínios horizontais fechados, valorizados pelas praias.

Por chamar tanta atenção quanto à sobrevivência da colônia num bairro que, hoje, abriga classes sociais de médio e grande poder aquisitivo e sofre intensa verticalização⁹, sobressai a Colônia de Pescadores de Itapuã,

na praia de mesmo nome. A resistência do grupo e da vila de pescadores transformou o lugar em mais um atrativo na metrópole.

Não se sabe ao certo quando a Colônia começou a se formar, mas os pescadores mais antigos¹⁰, e que ainda mantém suas atividades e moram na vila junto à praia, dizem que quando chegaram, na década de 1940, já existiam ali grupos estabelecidos, atraídos pela quantidade e diversidade de peixes próximos às pequenas ilhas em frente à colônia. Hoje, são em torno de 60 homens pescando, quase de modo artesanal, para consumo próprio e para o comércio, especialmente abastecendo as peixarias localizadas na própria vila, as quais agregam pequenos bares e restaurantes, atrativos a mais para moradores e turistas.

O último exemplo de prática socioespacial que representa a cultura Capixaba é uma festa. O congo é parte da cultura popular e da identidade capixaba; mistura dança, canto e ritmo, embalado por instrumentos musicais, tais como o tambor e a casaca. É uma herança de índios e negros descendentes de escravos africanos, principalmente grupos que ocupavam o litoral. Originalmente, era um ritual indígena de celebração; foi “tomada” pelos negros que introduziram mudanças para, também, celebrar com festas/louvação/devoção, agradecendo os santos e os deuses pela fartura econômica (pesca e caça), pelos milagres, herança dos povos religiosos ibéricos. Originalmente, “é uma manifestação que narra, em versos, as tradições, os costumes do cotidiano local do seu povo, as coisas que acontecem no dia-a-dia da comunidade; falam das pescarias, fatos curiosos, caçadas, aventuras, amores, desilusões, reclamações locais [...] Os homens ficavam o dia todo no mar, pescando, na mata caçando ou fazendo lenha, e no rio, navegando, remando e pensando nos próximos versos para a próxima congada”. (GALVÊAS, 2005, p. 140).

As primeiras bandas¹¹ teriam surgido por volta de 1855. A permanência dos negros de cultura banto, em solo capixaba durante o ciclo do café, favoreceu a participação deles nas bandas de congo para louvar a Virgem do Rosário e São Benedito, além de São Pedro, São Sebas-

⁷ Foi aplicado um questionário junto a 10 associadas contendo 16 perguntas, objetivando saber mais a respeito da importância das Paneleiras para o turismo cultural de Vitória. Chama a atenção nas questões levantadas o fato de que grande parte da produção das panelas ser comprada por restaurantes e pelos turistas, principalmente de Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo e Curitiba, e muito pouco por moradores da cidade.

⁸ De acordo com algumas mulheres que trabalham na associação, a festa é uma oportunidade de receber mais visitantes; eventos como esse possibilita para que mais pessoas conheçam a estrutura do local, comprem as panelas e divulguem o bairro de Goiabeiras Velhas.

⁹ A vila de pescadores localizada em frente à praia vai, aos poucos, reduzindo a sua área ocupada há décadas por casas simples, devido à pressão que os pescadores sofrem do setor imobiliário para vendê-las. Espremida pelas novas e modernas construções, a vila vai sumindo em razão dos preços dos terrenos que, no bairro Praia de Itapuã, são altos e escassos, o que torna a vila atrativa para a construção de prédios.

¹⁰ O Sr. João da Cruz é um dos moradores e pescadores mais antigos da colônia e da vila de pescadores de Itapuã. Concedeu um depoimento em maio de 2009, contando um pouco sobre a história da colônia e do cotidiano local.

¹¹ Banda de Congo é um conjunto musical típico das regiões litorâneas do Espírito Santo. São grupos compostos por pessoas simples, que utilizam instrumentos rudes feitos por eles mesmos com pau oco, barricas, taquaras, peles de animais, folhas-de-flandres e ferro torcido. Tambores, caixas, cuicas, chocalhos, casacas, ferrinhos ou triângulos, pandeiros. Ao som desses instrumentos, homens e mulheres cantam velhas e tradicionais toadas. Como parte do tradicional folclore capixaba, as bandas de congo aparecem registradas em documentos antigos. A origem das bandas de congo é anterior ao século XIX. Esses grupos musicais descendem dos cantos e rituais dos índios. Os primeiros registros impressos sobre elas, são do

Padre Antunes de Siqueira (1832-1897). Ele descreveu a forma do primitivo conjunto musical, integrados por índios Mutuns, que habitavam às margens do Rio Doce (MAZOCO, 2003).

tião e Nossa Senhora da Penha, a padroeira do estado do Espírito Santo (MAZOCO, 2003).

As bandas de congo acompanham, obrigatoriamente, a maioria dos festejos em homenagem a santos católicos. As festas atraem moradores locais e os “de fora”, uma vez que se trata de manifestação cultural de relevância, dotada de atrativos estéticos e sonoros, além da religiosidade. Na Grande Vitória há, pelo menos, 15 bandas de congo, as quais, além de participarem ativamente das comemorações em homenagem, sobretudo a São Benedito, São Sebastião, São Pedro e Nossa Senhora do Rosário, apresentam-se em diversos eventos culturais, como atração turística e até política, posto que se destacam como fenômeno cultural “nativo”, que representa parte da identidade do estado (GALVÊAS, 2005).

Por ocasião das festas em homenagem aos santos anteriormente citados, principalmente durante as festas de São Sebastião e São Benedito, mas também durante o carnaval, a Barra do Jucu atrai grande público (moradores locais e visitantes) que segue pelas ruas atrás das bandas de congo, dançando e cantando embalados pelo frenesi das músicas e dos instrumentos de percussão (tambor, reco-reco/casaca, chocalho), os quais proporcionam enorme sonoridade.

Desde os anos 50 a localidade conta com inúmeras bandas de congo. De lá até os dias atuais, surgiram vários grupos congueiros, sobressaindo as seguintes: Banda de Congo Mestre Alcides, Banda de Congo Mestre Honório, Banda de Congo Tambor de Jacaranema, Banda de Congo Tambores da Barra e Banda de Congo Mirim Tambor de Jacaranema. Essas bandas merecem destaque pelo envolvimento dos moradores proporcionando oficinas de música e de instrumentos para crianças em galpões improvisados e nas sedes, projetos de geração de renda e de assistência, apresentações gratuitas em eventos, etc. (MAZOCO, 2003).

O carnaval na Barra do Jucu é destaque no estado do Espírito Santo, uma vez que o balneário criou a tradição de “pôr nas ruas” diversos blocos carnavalescos, expressando,

através de versos cantados acompanhados de bandas de congo, a irreverência, ironia, críticas sociais e política. Devido à importância econômica proporcionada durante esse período, consolidou-se essa área turística na Grande Vitória, o que exige investimentos públicos em infra-estrutura para os visitantes.

Considerações Finais

No âmbito das ciências humanas, em geral, dedica-se hoje mais atenção ao entendimento e debate em torno dos fatos culturais, e tudo que diz respeito à cultura. Na ciência geográfica, há tempos, a relação dos homens com os lugares (habitados, sonhados, vividos) é objeto fundamental do seu pensamento. Mais do que nunca essa relação é atual e precisa ser mais discutida, posto que o espaço passando por processos produtivos avassaladores está carregado de significados que permitem diferentes territorialidades por grupos/classes da sociedade, principalmente pensando o espaço urbano atual.

A diversidade e a quantidade de manifestações e de fatos culturais representam um rico manancial para pesquisa em Geografia, sobretudo no âmbito da Geografia Cultural. Os estudos acerca das práticas socioespaciais e econômicas tradicionais no espaço urbano do Brasil, principalmente nas grandes cidades, ainda merecem maior atenção dos geógrafos

Parece difícil a tarefa de manter intactos no mundo mercantilizado de hoje os possíveis, as práticas de sociabilidade, de apropriação da cidade, acumular experiências através dos usos não mediados pela troca, etc., manter e cultivar as práticas culturais, através de costumes e hábitos, e mesmo as marcas e símbolos impressos nas nossas paisagens urbanas nos lugares, nos “pedaços”.

No mundo contemporâneo, as práticas socioespaciais tradicionais que permanecem dinâmicas demonstram ajustar-se sempre a um espaço concebido para ser fiel à acelerada corrida na busca de novas maneiras de acumular capital, exigindo sempre urgência no fazer, no produzir, no circular, no consumir tudo, inclusive lugares na/da cidade.

A intenção principal desse texto, que é parte de uma pesquisa que continua, foi reforçar os elos que ligam os estudos sobre o espaço urbano com a temática cultura, termo bastante amplo, mas que nas análises geográficas a dimensão espacial vem sobressaindo através das pesquisas que privilegiam o lugar, “o pedaço”, o espaço carregado de significados, que representa uma identidade territorial, resultado de práticas antigas/tradicionais de certos grupos da sociedade.

Os exemplos aqui mostrados revelam a mudança de sentido dos tradicionais saberes e fazeres abrigados em determinados lugares, os quais já não são mais coisas “da vida simples”, mas articulados ao mundo da mercadoria, se transformam, estrategicamente, em bens de consumo, nesse caso, produtos para o turismo e o lazer no espaço urbano.

Não se esgota aqui o entendimento acerca das relações entre cultura e espaço urbano, sobretudo quando o recorte é o espaço metropolitano, que ainda resguarda práticas culturais tradicionais.

Espera-se que as análises a respeito de cultura, juntamente com a ilustração de estudos de caso na Grande Vitória, os quais resistem e são cooptados pelo turismo, por exemplo, possam servir de ponto de partida para mais estudos sobre a temática, como também suscitar questões e debates futuros.

Referências Bibliográficas

BENEVIDES, I. P. “Para uma agenda de discussão do turismo como fator de desenvolvimento local”. In: RODRIGUES, Adyr B. (Org.). *Turismo e Desenvolvimento Local*. São Paulo: Hucitec, 1997, pp. 23-41.

BONNEMAISON, Joel. “Viagem em torno do território”. In: CORRÊA, Roberto L.; ROSENDAHL, Zeny (Orgs.) *Geografia Cultural: um século* (3). Rio de Janeiro: Ed. Bertrand Brasil, 2002, pp. 83-131.

CARLOS, Ana F. A. *O Consumo do Espaço*. In: CARLOS, Ana F. A. (Org.). *Novos Caminhos da Geografia*. São Paulo: ed. Contexto, 2005.

_____. **O Lugar no do Mundo**. São Paulo: Hucitec, 1996.
CASCUDO, Luis da C. *Civilização e Cultura*. Vol. I. Rio de Janeiro, José Olympio Editora, 1973.

CLAVAL, Paul. **Geografia Cultural**. Florianópolis, EDUSC, 1995.

CORRÊA, Roberto L. **O Urbano e a Cultura: alguns estudos**. In: ROSENDAHL, Z.; CORRÊA, Roberto L. (Orgs.). *Cultura, Espaço e o Urbano*. Coleção Geografia. Rio de Janeiro: Ed. UERJ/NEPEC, 2006, pp. 141-165.

CORRÊA, Roberto L.; ROSENDAHL, Zeny (Orgs.). **Introdução à Geografia Cultural**. Rio de Janeiro: Ed. Bertrand Brasil, 2007.

COSGROVE, Denis. “A Geografia está em toda parte: cultura e simbolismo nas paisagens humanas”. In: CORRÊA, Roberto L.; ROSENDAHL, Zeny (Orgs.). **Paisagem, Tempo e Cultura**. Rio de Janeiro: Ed. Bertrand Brasil, 1998, pp. 92-122.

FEATHERSTONE, Mike. **O Desmanche da Cultura: globalização, pós-modernismo e identidade**. São Paulo: Studio Nobel/Sesc, 1997.

GALVÊAS, Kleber. **Identidade Capixaba. Ensaios e Crônicas. Barra do Jucu, Vila Velha**, 2005 (Edição do autor).

HAESBAERT, Rogério. **Identidades Territoriais**. In: ROSENDAHL, Z.; CORRÊA, Roberto L. (Orgs.). *Manifestações da Cultura no Espaço*. Coleção Geografia. Rio de Janeiro: Ed. UERJ/NEPEC, 1999, pp. 169-190.

_____. **Identidades Territoriais: entre a multiterritorialidade e a reclusão territorial (ou: do hibridismo cultural à essencialização das identidades)**. In: ARAÚJO, Frederico G. B. de; HAESBAERT, Rogério (Orgs.). *Identidades Territoriais: questões e olhares contemporâneos*. Rio de Janeiro: Access Editora, 2007, pp. 33-56.

MARCUSE, Herbert. **Cultura e Sociedade**.

Vol. 1. Rio de Janeiro. Ed. Paz e Terra, 1997.
MAZOCO, Eliomar C. **O Congo de Máscaras**. Espírito Santo: SPDC, UFES, 1993.
MORAES, Antonio C. R. (org.) Ratzel. Coleção Grandes Cientistas Sociais. São Paulo, Ed. Ática, 1990.

NOVAES, Maria S. **História do Espírito Santo**. Vitória: Fundo Editorial do Espírito Santo, 1970.

RODRIGUES, Adyr B. (Org.). **Turismo e Desenvolvimento Local**. São Paulo: Hucitec, 1997.

SANTOS, Milton. **O Espaço do Cidadão**. São Paulo: Ed. Nobel, 1987.

SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço. Técnica e Tempo. Razão e Emoção**. São Paulo: Hucitec, 1996.

SEABRA, Odette C. de L. "A Insurreição do Uso", in: Martins, José de S. (org.) **Henri Lefebvre e o Retorno à Dialética**. São Paulo: Ed. Hucitec, 1996, pp. 71-86.

SILVEIRA, Marcos A T. da. "Planejamento territorial e dinâmica local: bases para o turismo sustentável". In: RODRIGUES, Adyr B. (Org.). **Turismo e Desenvolvimento Local**. São Paulo: Hucitec, 1997.

SOUZA, Solange M. **Cooperativa Desfiadeiras de Siri: A organização e a gestão do conhecimento**. Vitória. Programa de Pós-Graduação/CCJE/UFES, 2008.

THOMPSON, John B. **Ideologia e Cultura Moderna. Teoria Social Crítica na Era dos Meios de Comunicação de Massa**. Petrópolis-RJ: Ed. Vozes, 1998.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. Rio de Janeiro. Ed. Paz e Terra, 1992.
YÁZIGI, Eduardo; CARLOS, Ana Fani; CRUZ, Rita de C. (Orgs.). **Turismo: Espaço,**

Paisagem e Cultura. São Paulo: Hucitec, 1996.

RESUMO

O propósito desse artigo é contribuir para as discussões sobre cultura, uma vez que essa temática soma no processo de entendimento da sociedade urbana hoje, onde os lugares na cidade são cada vez mais esvaziados da vivência social e transformados em mercadorias. Além disso, o tema abre perspectivas para pensarmos no homem afastado das relações naturais, assim como ajuda a entender as atividades econômicas, os saberes e fazeres próprios de um modo de vida que ainda resiste. Revendo teórica e conceitualmente os termos cultura e identidade, o trabalho introduz um estudo empírico que possibilita refletir acerca de um espaço mais humanizado em meio aos processos de produção do espaço urbano metropolitano.

Palavras-Chave: Cultura, espaço urbano, prática socioespacial

ABSTRACT

The intention of this article is to contribute for the quarrels on culture, a time that this thematic addition in the process of agreement of the urban society today, where the places in the city are each time more emptied of the social experience and transformed into merchandises. Moreover, the subject opens perspectives to think about the man moved away from the natural relations, as well as aid to understand the activities economic to know, them and to make proper in a life way that still resists. I resell theoretician and conceptually the terms culture and identity, the work introduces an empirical study that it makes possible to reflect concerning a humanized space in way to the production processes it metropolitan urban space.

Key-Words: Culture, urban space, practical sociospatial