

# cescontexto

## **Paisagens Socioculturais Contemporâneas**

**Carlos Fortuna (coord.)**

**Adelino Gonçalves**

**José Maçãs de Carvalho**

**Rogério Proença leite**

**Paulo Peixoto**

**Paula Abreu**

**Claudino Ferreira**

Nº 12

Novembro 2015

# Debates

[www.ces.uc.pt/cescontexto](http://www.ces.uc.pt/cescontexto)



**Property and Edition/Propriedade e Edição**

Centre for Social Studies – Associate Laboratory

University of Coimbra

**[www.ces.uc.pt](http://www.ces.uc.pt)**

Colégio de S. Jerónimo, Apartado 3087

3000-995 Coimbra - Portugal

E-mail: [cescontexto@ces.uc.pt](mailto:cescontexto@ces.uc.pt)

Tel: +351 239 855573 Fax: +351 239 855589

**Editorial Board/Comissão Editorial**

General Coordination/Coordenação Geral: Sílvia Portugal

Debates Collection Coordination/Coordenação Debates: Ana Raquel Matos

ISSN 2192-908X

## Índice

Paisagens Socioculturais Contemporâneas: Apresentação .....	4
<i>Carlos Fortuna</i>	
A paisagem da ruína urbana .....	5
<i>Adelino Gonçalves</i>	
Dimensões urbanas da salvaguarda.....	10
<i>José Maçãs de Carvalho</i>	
Paisagens com imagens do arquivo e da memória.....	24
<i>Rogério Proença Leite</i>	
Espaço e poder: os procesos de <i>Gentrification</i> .....	30
<i>Paulo Peixoto</i>	
A China urbana.....	37
<i>Paula Abreu</i>	
Cidades, cenas musicais e paisagens urbanas: itinerários bibliográficos.....	43
<i>Claudino Ferreira</i>	
O envolvimento cultural comunitário .....	48

## Espaço e Poder: Os processos de *Gentrification*

**Rogério Proença Leite**

**Resumo:** Introdução à análise dos processos de *gentrification*, com ênfase na interpretação das alterações das paisagens urbanas em três aspectos: 1. Características urbanísticas e formação dos espaços e práticas de consumo; 2. Sociabilidades constitutivas dos espaços públicos; 3. Consumo e relações de poder. Objetiva-se compreender a relação contraditória entre a reativação do convívio público e as relações de consumo, nomeadamente aquelas que ressoam nas formas de exclusão socioespacial.

“ Só a fê cega fetichiza os objetos e as imagens  
acreditando que neles está depositada a verdade”  
Nestór G. Canclini

### Introdução

Por *gentrification* se designa um tipo de intervenção urbana em sítios históricos ou não, nomeadamente aquelas que ocorrem em zonas das cidades depauperadas, mas que em geral retêm valor patrimonial, e que modificam a paisagem urbana com transformações arquitetônicas com forte apelo visual, atendendo às demandas de valorização imobiliária, segurança, ordenamento e higienização social do espaço urbano.

O neologismo foi criado de uma derivação do inglês *gentry* (termo possivelmente correspondente ao francês arcaico *genterie* e que nomeava a nobreza rural europeia). Em inglês, o termo designa tanto uma posição de classe quanto uma posição social de distinção com elevada condição socioeconômica (Smith, 1996; Atkinson e Bridge, 2005).<sup>1</sup>

Na sociologia, foi justamente a socióloga britânica Ruth Glass (1963) quem usou o termo *gentrification* pela primeira vez para designar o processo de reocupação e elitização de antigos bairros do centro de Londres. Contudo, o termo passou a ser usado sobretudo após certas os “distúrbios” sociais pós-68 e da contracultura urbana nova-iorquina (Smith, 1996). David Harvey (1992) explica o papel dos distúrbios urbanos em *Baltimore* na emergência dos processos de *gentrification*. Segundo este autor, foi na trilha das manifestações públicas (passeatas, incêndios, saques), depois do assassinato de Martin Luter King, que políticos e empresários começaram a pensar sistematicamente em formas de renovação urbana.

---

<sup>1</sup> Na língua portuguesa figuram ao menos duas expressões usuais: enobrecimento (Brasil) e nobilitação (Portugal). A tradução do neologismo é ainda controversa no Brasil, em razão de não ter existido exatamente uma nobreza brasileira, exceto quando da fase Imperial, mediante a presença da corte portuguesa. Os tradutores de Sharon Zukin no Brasil, Silvana Rubino e Pedro Maia Soares, adotam a expressão “enobrecimento” para o termo *gentrification* e desde então tornou-se usual o termo.

*Baltimore* repetia, pela primeira vez de forma mais metódica, o princípio haussmaniano de pulverizar manifestações públicas e higienizar a cidade, criando a sensação de um local limpo, seguro e vigiado.<sup>2</sup>

Passo a passo, o que era apenas um programa urbanístico pontual de reabilitação residencial, com vistas a conter manifestações públicas e otimizar a segurança de certos espaços urbanos foi se convertendo em uma oportuna estratégia de desenvolvimento urbano, que associava valorização imobiliária, segregação urbana e rentabilidade. Sharon Zukin (2000) chamou de “paisagens de poder”. Zukin assinala igualmente que, a partir dos anos 60, começou a haver uma alteração da configuração espacial das cidades modernas, em razão da demanda por segurança e proteção, face ao crescente medo da vida urbana:

Gentrification, historic preservation, and other cultural strategies to enhance the visual appeal of urban spaces developed as major trends during the late 1960s and early 1970s. Yet these years were also a watershed in the institutionalization of urban fear. (Zukin, 1995: 39)

Outros dois exemplos paradigmáticos são a transformação do bairro *Soho* e o *Times Square*, em New York, ambos estudados por Zukin. No *Soho* o processo de *gentrification* também começou ainda associada à ideia de reabilitação residencial, uma vez que fora ocupado inicialmente por artistas e intelectuais que o escolheram como lugar de morada e, em razão disso, surgiram uma série de outros serviços que foram agregando valor ao velho bairro. No *Times Square*, contudo, o processo foi estrategicamente mais extensivo e agressivo.

Nos anos 70, a área do *Times Square* era um lugar de cinemas, casas de prostituição e *strippers*, casas de fliperamas e pontos de drogas (Zukin, 1995). A paisagem se manteve assim até que a prefeitura iniciou o processo *gentrification*, que acabou por transformar o *Times Square* na capital da indústria cultural de Nova York. No local, instalaram-se a Disney Company e a Warner Brothers, com direito a apresentações de teatro infantil com os personagens da Disney. Entretenimentos sofisticados substituíam as suspeitas casas de sexo, depois que a polícia novaiorquina expulsou antigos usuários e comerciantes. Com as ruas higienizadas socialmente, seguras e “disneificadas”, o *Times Square* se tornou uma típica *paisagem de poder*.

Atualmente, parece que uma imensa “onda”, para utilizar a expressão de Smith (2006), transformou uma experiência local de política urbana em uma estratégia global de planejamento urbano. A expressão não é um exagero. Pode-se dizer que há de fato uma generalização empiricamente observável no que se refere às políticas de valorização de áreas enobrecidas em muitas cidades. Já não são apenas as cidades de Nova York, Boston, Lyon, Barcelona ou Londres: a proliferação de processos de *gentrification* chega, ainda que em estado alterado e em diferentes matizes, em antigos bairros históricos de grandes cidades de países centrais e periféricos em todo o mundo, transformando esses bairros degradados em elegantes *points* de consumo das classes média e alta (Hamnett, 2000; Butler, 1997).

---

<sup>2</sup> A reforma realizada pelo Barão de Haussmann em Paris, com seus *quartiers* bem demarcados, suas longas avenidas e seus *boulevards*, fizeram da capital francesa o mais importante modelo de *protogentrification*. A *Baltimore* “enobrecida” tentou igualmente se opor às manifestações públicas que pareciam tornar suas ruas em arenas de guerra, através de intervenções urbanas (Leite, 2007).



## 1. Características urbanísticas e formação dos espaços e práticas de consumo

Para efeito de síntese, pode-se destacar três características estéticas e funcionais predominantes nos processos de *gentrification*:

### *i. Higienização social do espaço urbano (Substituição de usuários e/ou moradores);*

Aspecto inicial do processo, em geral, os sítios selecionados para serem *enobrecidos* estão em declínio físico de sua estrutura urbana (sanitária, imobiliária, etc.). Geralmente são espaços importantes para a história socialmente compartilhada da cidade, podendo ser muitas vezes sítios de alto valor patrimonial. Contudo, dada a deterioração de sua “vitalidade funcional”, apresenta perda de centralidade política e simbólica e, quase via de regra, é ocupado por residentes de baixa renda e em situação de alta vulnerabilidade social. Mediante diversos mecanismos, dentre deles o *rent gap* (Smith, 1996), resulta na migração e/ou expulsão dos moradores e usuários costumeiros do sítio.

Uma das principais finalidades dos processos de *gentrification* consiste em higienizar política e socialmente o espaço urbano, com vistas ao controle dos usos e a inserção da cidade no fluxo intenso do capital. Em outras palavras: tornar a cidade *lisa*, desimpedida das *negatividades* (Han, 2014) que criam específicos *lugares*<sup>3</sup> que “atrapalham” a circularidade da vida hiperativa.

### *ii. Espetacularização da arquitetura, da cultura e da história (monumentalidade e paisagens cenográficas);*

Característica recorrente nos processos de *gentrification*, as intervenções arquitetônicas e urbanísticas têm alto impacto visual através da renovação pragmática da estética e funcionalidade do sítio. A inevitável espetacularização advém também da superficialidade com que a história e a cultura locais são tratadas ou mesmo descartadas, para uma emersão de uma outra estética considerada mais adequada à criação de paisagens cenográficas consumíveis. Reinterpretações da histórica/cultura costumam também estar presente nas narrativas que acompanham as justificativas dos processos de *gentrification*, para ajustar interesses econômicos às ações de reordenação dos significados atribuídos aos lugares.

### *iii. Forte inflexão à prática do consumo (perspectiva mercadológica)*

O tipo de intervenção urbana expressa a visão paradigmática do chamado *city marketing* ou urbanismo empreendedor. A ideia nuclear é criar uma ajustada e atrativa infraestrutura urbana que favoreça novos empreendimentos que possam atrair capitais e pessoas.

Inserida claramente numa perspectiva de negócios, os processos de *gentrification* transformam o patrimônio histórico e os espaços urbanos em mercadoria e são forçosamente encaixados à lógica do mercado, abrindo-se para ações da iniciativa privada. A crescente participação do setor privado no gerenciamento das políticas de patrimônio envolve a

---

<sup>3</sup> Lugares que devem ser entendidos como demarcações socioespaciais da diferença; como *singularidades* que demarcam contextos de ação e espaços simbolicamente convergentes (Leite, 2007).

complexa alteração conceitual do patrimônio, de “bem simbólico” para “mercadoria cultural”. O processo implica no reconhecimento de formas de interação baseadas no *consumo* e pressupõe uma operacionalização das formas de preservação a partir das necessidades do mercado.

## 2. Sociabilidades constitutivas dos espaços públicos

Uma das consequências mais diretas desse tipo de intervenção urbana voltada para o mercado é a proliferação de serviços e produtos destinados ao consumo, a partir do qual se erguem novas formas de interação social, criando uma espécie de “estetização da vida cotidiana” (Featherstone, 1995). Mais do que uma segregação do espaço através das restrições ao consumo desses produtos e serviços, definidas pelos excludentes critérios de renda, essa “estetização” se relaciona também a estilos de vida de uma classe média urbana, cujos hábitos e sensibilidades estéticas parecem cada vez mais marcados pela busca de certas áreas públicas que ofereçam, ao mesmo tempo, lazer e segurança.

As sociabilidades nestes espaços, deixam de ser meramente lúdicas ou interativas: se transmudam em exposição e autopromoção do *eu*. Sociabilidades que são marcadas pelo excesso de exposição pública. Assim, expor-se publicamente não é mais necessariamente uma forma de comunicabilidade inteligível acerca do que pensamos sobre o mundo e sobre aquilo que desejamos expressar acerca dele. Expor-se passou a ser um mero espelhar exibicionista de nós mesmos ou daquilo que desejamos que os outros pensem sobre nós. Não se almeja a comunicabilidade com o *estranho*, mas apenas a auto-exibição excessiva. A hipervisibilidade concreta ou virtual é uma expressão altamente saturada do excesso em ambientes *lisos* e hiperexpostos.

### *Consumo e relações de poder*

As práticas de consumo deixam de ser apenas uma atividade “meio” necessária à sobrevivência e passa a ser uma atividade “fim”, uma espécie de *fetich*e ultramoderna do ser através do qual nos constituímos como *ser*. O ser constituído pelo consumo nada mais é do que também um ser reduzido a um *ser-valor*.

A questão está longe de ser apenas matéria econômica. Pelo consumo, o espaço ganha a materialidade necessária para a cena cotidiana consagrada das relações de poder mais contundentes da sociedade. Sabe-se que processos de dominação implicam na remoção de resistências, em sentido amplo. Processos de *gentrification* potencializam nos espaços urbanos as relações de poder existentes mediante a redução dos chamados entraves que venham a promover *tensões negativas* ao processo.

A ideia de remoção de obstáculos ou entraves ao livre fluxo do consumo, moldado para o estilo de vida específico das classes médias e altas está no cerne das intenções *enobrecedoras*. Tudo que seja ou pareça ser uma obstrução à assepsia urbana deve ser removido. O intento estético-político dos processos urbanístico que intentam *requalificar* os espaços urbanos é criar um espaço público idealizado: sem sombras, sem ranhuras, sem rugosidades, sem *estranhos*. Um espaço enobrecido deve ser um espaço *transparente* e literalmente límpido, asseado, luminoso. Tal qual um cenário das práticas alargadas do consumo, deve ser claro, bem iluminado, hiperexposto, repleto de estímulos visuais *obscenos*, de *positividades* (Han, 2014) voltadas ao consumo. O espaço enobrecido é um espaço do excesso e nele não cabem entraves *negativos*. Toda oposição negativa à *positividade* do consumo e do alheamento político devem ser eliminados.

A negatividade sob a forma de obstáculo ou transição é constitutiva da tensão negativa. A coação da transparência desfaz todos os limiares. É quando é nivelado, alisado e desinteriorizado que o espaço se torna transparente. O espaço transparente é semanticamente pobre. (Han, 2014b: 50)

A “pobreza semântica” é condição típica do espaço-mercadoria. Não cabem variações de significados. O consumo almeja conferir restrições interpretativas ao espaço para que ele seja apenas isso: consumível por todos, liso, sem tensões que possam eventualmente nutrir dissensos e conflitos.

Em meio à inacabada discussão acerca das características e do próprio conceito de *gentrification*, esse aspecto parece consensual entre os estudiosos do assunto: espaços enobrecidos resultam quase sempre de alterações substanciais de usos e usuários, e implicam invariavelmente em demarcações socioespaciais excludentes. Essas fronteiras modernas, muitas vezes alicerçadas em padrões de consumo, têm forte ressonância política: em geral implicam a criação de nichos espaciais de novos modos de vida urbano, muitas vezes fundamentados em postulados de excessiva segurança pública, acompanhados de uma nem sempre discreta discriminação socioeconômica. Essa é a dimensão mais evidente da relação entre espaço e poder nos sítios enobrecidos: o poder se especializa na forma mais explícita de segregação do espaço.

De outro modo, os processos de *gentrification* têm a sua antítese como desafio primeiro: talvez em nenhum outro lugar das grandes cidades seja mais evidente a sua face mais agressiva, aonde a pauperização criou sua própria estética e seus habitantes, suas particulares formas de estranheza e perplexidade do *estar* no mundo da vida. Parece inevitável que o processo gerem polaridades e táticas de permanência nesses áreas, assim como diversas formas de *contra-usos* (Leite, 2007) que afrontam e desafiam a ordem disciplinar, reeditando certas tensões negativas que se busca abater.

Uma conclusão parece plausível e necessária: embora os processos de *gentrification* possam reforçar a atualizar intervenções, na cidade e na vida urbana, de “embelezamentos estratégicos” (Benjamin, 1979), persistem formas reativas de dissenso. Uma questão que permanece é exatamente saber se essas expressões - ainda que dispersas de descontentamento - seriam capazes de confrontar a cidade-consumo em direção a uma utopia possível de melhor-cidade.

## Referências bibliográficas

Atkinson, Rowland; Bridge, Gary (eds.) (2005), *Gentrification in a Global Context: The new urban colonialism*. London: Routledge.

Benjamin, Walter (1997), “Paris, Capital do Século XIX”, in Carlos Fortuna (org), *Cidade, Cultura e Globalização: ensaios de sociologia*. Oeiras: Celta Editora, pp. 67-81.

Butler, Tim (1997), *Gentrification and the Middle Classes*. Aldershot: Ashgate.

Featherstone, Mike (1995), *Cultura de Consumo e Pós-modernismo*. São Paulo: Studio Nobel.

Glass, Ruth (1964), *London- Aspects of Change*. London: Macgibbon & Kee.



Hamnett, Chris (2000), “Gentrification, Postindustrialism, and Industrial Restructuring in Global Cities”, in Gary Bridge e Sophie Watson (eds.), *A Companion to the City*. Oxford: Blackwell Publishing, pp. 331-341.

Han, Byung-Chul (2014), *A Sociedade da Transparência*. Lisboa: Relógio d’Agua Editores.

Han, Byung-Chul (2014b), *A Sociedade do Cansaço*. Lisboa: Relógio d’Agua Editores.

Harvey, David (1992), *Condição pós-moderna*. São Paulo, Loyola.

Leite, Rogerio Proença (2007), *Contra-usos da cidade: lugares e espaço público na experiência urbana contemporânea* [2 ed.] Campinas: Editora da Unicamp.

Smith, Neil (1996), *The New Urban Frontier: gentrification and revanchist city*. London and New York: Routledge.

Zukin, Sharon (1995), *The Cultures of Cities*. Cambridge, Massachusetts: Blackweell.

Zukin, Sharon (2000), “Paisagens urbanas pós-modernas: mapeando cultura e poder, in Arantes, Antonio (org.), *O Espaço da Diferença*. Campinas: Papyrus.

### Outras indicações de leitura

Arantes, Antonio A. (2000), *Paisagens Paulistanas*. Campinas: Ed. Unicamp.

Arantes, Otília (1998), *Urbanismo em fim de linha*. São Paulo: Edusp.

Ascher, François (1995), *Métapolis ou l’avenir des villes*. Paris : Éditions Odile-Jacob.

Baudrillard, Jean (1984), *Para uma crítica da economia política do signo*. Lisboa: Edições 70.

Baudrillard, Jean (1996), *A Troca Simbólica e a Morte* [Vol. I.]. Lisboa: Edições 70.

Baudrillard, Jean (2014), *A Sociedade de Consumo*. Lisboa: Edições 70.

Bourdin, Alain (2011), *O urbanismo depois da crise*. Lisboa: Livros Horizonte.

Canclini, Néstor García (1986), *Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.

Certeau, Michel de (1996), *A invenção do cotidiano*. Petrópolis: Vozes.

Fortuna, Carlos (1997), “Destradicionalização e Imagem da Cidade: o caso de Évora”, in Carlos Fortuna (org). *Cidade, Cultura e Globalização: ensaios de sociologia*. Oeiras: Celta, pp. 231-258.

Fortuna, Carlos; Leite, Rogerio Proença (orgs.) (2009), *Plural de cidade: novos léxicos urbanos*. Coimbra: Almedina.

Fortuna, Carlos; Leite, Rogerio Proença. (2013), *Diálogos Urbanos: Territórios, Culturas, Patrimónios*. Coimbra, Almedina.

Landry, Charles (2008), *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators* [2.<sup>a</sup> ed.]. London: Comedia.

Leite, Rogerio Proença (2008), "Localizando o espaço público: gentrification e cultura urbana". *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 83: 35-54.

Leite, Rogerio Proença (2010), "A exaustão das cidades: antienobrecimento e intervenções urbanas em cidades brasileiras e portuguesas", *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 72, 73-88.

Leite, Rogerio Proença (2013), "Argomentazioni critiche per non dimenticare: pratiche del quotidiano e contro-usi della città", in Manuela Ricci; Clarissa M. R. Gagliardi; Dulce Maria Tourinho Baptista (a cura di) (eds.), *Recupero dei centri storici: Brasile e Italia, esperienze a confronto* [1st edition]. Rome: Gangemi Editore, pp. 141-156.

Leite, Rogerio Proença (2013b), "Consuming Heritage: Counter-uses of the city and gentrification", *Vibrant – Virtual Brazilian Anthropology*, 10, 1.

Less, Loreta; Slater, T.; Wyly, E. (2008), *Gentrification*. Nova York: Routledge.

Massey, Doreen (1994), *Space, place and gender*. Oxford: Polity.

Rubino, Silvana (2005), "A Curious Blend? City revitalization, gentrification and commodification in Brazil", in Rowland Atkinson e Gary Bridge (eds.), *Gentrification in a Global Context: The new urban colonialism*. London: Routledge, pp. 225-240.

Schorske, Carl E. (1990), *Viena fin-de-siècle. Política e Cultura*. São Paulo: Companhia das Letras.

Sennett, Richard (1976), *The Fall of Public Man*. New York/London: W.W. Norton & Company.

Simmel, Georg (2011), *The Philosophy of Money*. London: Routledge.

Townsend, Anthony M. (2014), *Smart Cities: big data, civic hackers, and the quest for a new utopia*. New York: WW Norton & Company.

Vattimo, Gianni (2007), *O Fim da Modernidade; niilismo e hermenêutica na cultura pós-moderna* [2.<sup>a</sup> Ed.]. São Paulo: Martins Fontes.