

Embates contemporâneos pela posse e pelo uso das cidades

Contemporary attacks on possession and use of cities

Patrícia Burrowes

Professora Adjunta da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ) e pesquisadora nos grupos de pesquisa CIEC (UFRJ), ESC (UFF) e REC (UFF).

SELDIN, Claudia. *Imagens urbanas e resistências: das capitais de cultura às cidades criativas*. Rio de Janeiro: Rio Books, 2017. 228 p.

Submetido em: 10/08/2017

Aceito em: 10/09/2017

RESENHA

RESUMO

Esta resenha aborda o livro de Claudia Seldin — *Imagens urbanas e resistências: das capitais de cultura às cidades criativas* —, que investiga os discursos a embasar e impulsionar as políticas públicas responsáveis pelas grandes transformações em cidades ao redor do mundo nos últimos 40 anos. De Nova York e Paris a Rio de Janeiro e Abu-Dabi, passando por Barcelona, Bilbao, e detendo-se em Berlim como estudo de caso, a autora observa os interesses em jogo, as estratégias de ação do capital e algumas táticas locais de resistência nesse embate contemporâneo pela posse e uso das cidades.

Cidades; resistência; políticas públicas

ABSTRACT

This review addresses Claudia Seldin's book — *Imagens urbanas e resistências: das capitais de cultura às cidades criativas* —, which investigates the discourses that underpin and promote the public policies responsible for major transformations in cities around the world in the last 40 years. From New York and Paris to Rio de Janeiro and Abu-Dabi, passing through Barcelona, Bilbao, and stopping in Berlin as a case study, the author observes the interests at stake, capital action strategies and some local resistance in this contemporary struggle for the possession and use of cities.

KEYWORDS: Observer; photography; darkroom; technique; vision

Introdução

Nos últimos anos testemunhamos no Rio de Janeiro e em outras cidades brasileiras um período de intensos embates, mudanças, investimentos públicos e privados, com deslocamento de grupos locais, revitalizações e gentrificação de áreas, construção de equipamentos culturais e esportivos espetaculares e especulação imobiliária galopante. Simultaneamente vimos como a cidade se colocava como sedutor destino turístico e de investimentos, sua imagem ganhando crescente visibilidade no plano internacional. Sabemos que tais transformações não são exclusividade da Cidade Maravilhosa, mas não é tão simples deslindar as relações que se estabeleceram ao longo da história entre urbanização, desindustrialização, indústria cultural, cultura local, globalização, economia de serviços e marketing urbano. Qual é o pensamento em ação, quais são os interesses em jogo e os agentes e mecanismos ativados para levar a cabo tal empreitada de transformação de cidades tão díspares como Nova York, Londres e Paris, Rio de Janeiro e Abu-Dabi, Bilbao, Barcelona e Berlim?

“Imagens urbanas e resistências: das capitais de cultura às cidades criativas” (Rio Books, 2017), de Claudia Seldin, investiga estas questões em sua complexidade, revelando a agenda político-econômica global para cidades das últimas quatro décadas, e mostrando como o discurso político se modifica e se adequa às mutações do capital para embasar e impulsionar decisões no âmbito das políticas públicas do urbanismo ao redor do mundo. A cidade de Berlim é escolhida como estudo de caso por sua singular história que enseja sucessivas mudanças urbanas, portanto se oferece como local privilegiado “para a análise da evolução dos discursos envolvidos nas políticas urbano-culturais”.

O livro resulta da tese de doutoramento em Urbanismo, vencedora do Prêmio Capes de Teses em 2016, defendida na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Estruturado em cinco capítulos, *Imagens urbanas e resistências: das capitais de cultura às cidades criativas* tece um argumento do geral para o particular: parte do contexto amplo de transformações da pós-modernidade ou modernidade líquida, situando nele as cidades; em seguida, aborda o processo de desindustrialização e “culturalização” como estratégia político-econômica e de marketing urbano;

investiga a mudança no discurso de base das políticas públicas para cidades, ocorrida nos anos 2000; e nos dois capítulos finais detém-se no caso de Berlim, explicitando como as estratégias anteriormente descritas foram aplicadas nessa capital e mostrando alguns movimentos de resistência que ali surgiram.

O espaço e o capital

Num breve diálogo com Bauman, Bourdieu, Harvey e Stuart Hall, entre outros autores que problematizam a (pós)modernidade, Seldin traz as reflexões sobre a vida moderna e pós-moderna para o âmbito do pensamento da cidade. Assim, o processo de urbanização e planejamento urbano, com a transformação das cidades em uma mercadoria cultural, são vistos no contexto mais amplo das transformações do capitalismo no último quarto do século XX. A autora estabelece o nexo entre a desindustrialização das cidades, com o crescimento da economia de serviços e bens culturais, e a implementação de políticas públicas voltadas para a valorização da cultura – compreendida aqui como “estilo e modo de vida” (p. 35), que inclui o consumo de arte. Tal investimento estratégico teria como objetivo tornar a cidade mais atraente para o fluxo veloz de capital, cuja reprodução se faz agora na circulação.

Causa certo estranhamento ver as noções de cultura e arte prontamente rebatidas sobre uma expressão como “estilo de vida”, tão cara ao mercado de consumo, tão empregada nos constructos do marketing; compreende-se, no entanto, que se está acompanhando o raciocínio que embasa a nova economia. Se o capital se reproduz na circulação, é necessário que o fluxo de mercadorias se intensifique. Nesse caso, mercadorias culturais são as mais adequadas, devido à rapidez com que cumprem o ciclo de consumo. Percebe-se assim como se problematiza a visão das políticas públicas para a cultura quando a administração dá os braços ao capital.

As reconfigurações do espaço público, por meio de construções e reconstruções com “arquitetura de grife”, procuram corresponder à imagem de cidade desejável na competição internacional entre

cidades. Torna-se vital demonstrar uma superior “qualidade de vida”, exibir “marcas de status urbano”, distanciar-se das questões sociais e políticas. O multiculturalismo e a tolerância fazem parte desse almejado status. Nessa perspectiva a cultura, seja como estilo de vida, seja como consumo de artes, serve principalmente para fomentar os mercados imobiliário e de turismo. Nas palavras de Seldin: “As cidades do fim do século XX inseriram-se a fundo na economia simbólica, tendo a cultura, e mais especificamente o “turismo cultural” como seu negócio principal e como base de seu poder competitivo em nível regional, nacional e global.” (p.39)

Cultura e criatividade: saídas para cidades em crise?

O segundo capítulo esmiúça o processo de “instrumentalização da cultura” impulsionado pela simultânea crise financeira das cidades e ascensão do neoliberalismo, que prega como panaceia a diminuição do tamanho do estado e o desenvolvimento econômico baseado em investimentos privados. Se a chave para a recuperação das cidades está na atração de tais investimentos, fica clara a necessidade de produzir e vender a imagem delas como “centros pós-industriais de serviços, lazer e consumo”, visando os setores do entretenimento, da cultura, do turismo e imobiliário. Daí as campanhas de marketing urbano ganharem destaque nas décadas de 1980-1990. O modelo de urbanismo aplicado dependeria da corrente de pensamento em vigor: “revitalizações” e “regenerações” de centros históricos seriam tidos como conservadores, enquanto o desenvolvimento de megaprojetos em áreas degradadas ou de expansão, de tendência progressista. Uma espécie de dicotomia surge entre a cidade projetada e a cidade vivida.

A articulação entre política e capital que embasou as transformações vivenciadas em diversas cidades não chega a surpreender. Afinal, as práticas são nossas conhecidas: uso de equipamentos industriais para ateliers; recuperação de áreas portuárias; transformação de grandes espaços vazios em complexos de esporte e lazer; projetos grandiosos de arquitetos renomados para museus ou centros de arte; megaeventos esportivos... Mas a clareza com que o livro apresenta os interesses em jogo, os acordos, os pressupostos, as apostas é, de certa forma, aliviante. Por outro lado, é algo desalentador

observar que as mudanças de valores e hábitos de vida postas em marcha nas décadas de 1960-1970 pelos movimentos estudantis e sociais e pela contracultura foram capturados e torcidos na década de 1980 pela onda conservadora, sob a forma de investimentos privados na indústria cultural voltada para o consumo individual, e de especulação imobiliária em áreas abandonadas pela indústria e ocupadas por artistas.

O papel da União Europeia como mola propulsora dessa estratégia de planejamento cultural, a partir de 1985, com a concessão de títulos de “Cidade de Cultura Europeia”, posteriormente denominados “Capital de Cultura Europeia” não passa despercebido. Seldin descreve como a fórmula ganha força e extrapola os limites europeus, sendo internacionalizada, principalmente a partir da grande transformação – e do bem sucedido *branding* – de Barcelona nos anos 1990 e Bilbao no final da década. A autora salienta como, apesar das posteriores críticas e da percepção do fracasso em termos sociais, com conseqüente abandono da ideia nos países mais ricos, o paradigma chegou e se instalou em países em desenvolvimento nos anos 2000, atingindo desde Rio de Janeiro até Abu Dhabi, nos Emirados Árabes.

Seldin expõe o surgimento do planejamento estratégico (pensar o espaço com vistas à competição internacional de cidades) e o seu desdobramento em planejamento cultural estratégico (mais pontual, desconexo, baseado em localizações), apontando como resultaram numa diminuição da diversidade e da heterogeneidade, reduzindo a urbe a imagens estereotipadas de alguns pontos específicos. O aspecto político dessa representação da cidade é bem captado pela autora, que se indaga sobre as culturas e populações “invisíveis” e sem acesso e aponta para o aspecto de controle implicado no processo de espetacularização: controle de quem aparece e quem some, e dos momentos dessa (in)visibilidade. Não fica dúvida de que a gentrificação é parte importante da estratégia do marketing urbano e não uma conseqüência inespérada da revitalização da cidade. Digna de nota, e quiçá de aprofundamento, é ainda a observação de que, nos discursos políticos sobre a cidade, esta é ora dita cidade-sujeito (quando é empresa, tem identidade, é ator econômico), ora cidade-objeto (quando mercadoria a venda, imagem).

O fim dos anos 1990 traz um esgotamento do veio da cultura como ferramenta de venda das cidades e é o foco do terceiro capítulo. Intensifica-se a competição internacional; as soluções para as cidades as igualam; a multiplicação de equipamentos culturais já não é o bastante para sustentar o discurso do *branding* urbano e atrair novos investimentos externos. Seldin assinala o surgimento da “necessidade de novos discursos de venda”; é quando a exigência de criatividade começa a ganhar peso e se propagar pelo mundo em expressões como “classe criativa”, “economia criativa” e “cidade criativa”.

A autora examina livros influentes para o pensamento do urbanismo nessa fase, tais como *The Creative City*, de Landry & Bianchini, publicado em 1995 e *The Rise of the Creative Class*, de Richard Serra, publicado em 2002, demonstrando a ideologia presente na base do projeto de desenvolvimento cuja força se encontra nos setores financeiro, de seguros e imobiliário.

Com o modelo do planejamento cultural estratégico internacionalizado e homogeneizado, os olhos e interesses se voltam para as experiências urbanas “autênticas”, “espontâneas”, “não convencionais”, justamente o que escapa à planificação. A solução seria agora atrair, fomentar, organizar e controlar as fontes de inovação e vitalidade das cidades, notadamente, as subculturas jovens, os movimentos coletivos, os grupos de artistas. A estratégia para tal é a recuperação de áreas abandonadas por meio do desenvolvimento de locais de trabalho e lazer ligados às indústrias criativas. Essa nova mutação é nomeada por Seldin “planejamento criativo estratégico” e marcaria o urbanismo para o séc. XXI, definido como “nada mais do que uma nova etapa no *marketing* urbano e do processo de venda da imagem de uma cidade – um novo slogan a ser explorado na competição global, agora com ênfase na inovação como motor da produção.”(p.72)

A autora, fundamentada no conhecimento do urbanismo, oferece uma leitura atenta desse momento e revela as contradições inerentes ao projeto, em grande parte impulsionado pelas ideias da mencionada obra de Serra, que tanto sucesso ainda hoje faz entre políticos e administradores de cidades

“de segundo escalão” na competição global entre cidades. O aprofundamento das desigualdades, a redução da diversidade, a instrumentalização do impulso criativo numa criatividade a serviço do capital, mais gentrificação e especulação imobiliária são alguns dos efeitos perversos ressaltados nessa análise.

O Rio de Janeiro é apontado como um caso de aplicação híbrida dos dois modelos de planejamento – cultural e criativo, com o simultâneo desenvolvimento de equipamentos culturais (MAR, Museu do Amanhã), revitalização de zonas abandonadas e realização de megaeventos esportivos. Nessa cidade, o encontro entre a estratégia de inserção na disputa global pelos investimentos e as desigualdades locais historicamente produzidas e reproduzidas tem efeitos ainda mais graves.

Berlin, da queda do muro aos dias atuais

O estudo da implementação na cidade de Berlin das políticas públicas investigadas e seus desdobramentos dá um passo além da denúncia das grandes estratégias do capital, para acompanhar a cidade em seu cotidiano, nas suas práticas locais, onde brotam diversas formas de resistência. Com ênfase na Berlim pós-unificação, Seldin expõe as diferentes fases de projetos urbanísticos que fazem da cidade um “parque temático da arquitetura mundial” (p. 119), numa reconstrução que muito se baseia na manutenção seletiva do passado nazista e socialista, ou como propõe a autora a partir de Huysen, de uma memória constituída em grande parte de esquecimento.

A década de 1990 é marcada pelo espetáculo da transformação: os canteiros de obras são promovidos como eventos, ou palcos, largamente divulgados por meio de campanhas de marketing da cidade. Nesse contexto, resta aos habitantes os papéis de turistas e consumidores. Nos anos 2000, difunde-se a prática do uso temporário – ocupação por artistas, *squats* –, inventada pelas subculturas, cuja energia é direcionada para a “revitalização”, numa estratégia barata de renovação, e via aberta para gentrificação e especulação imobiliária. Mais recentemente, a partir de 2010, a crise, aumentos nos alugueis, desemprego, redução de auxílios, segregação e exclusão, levam habitantes locais a se

posicionarem contra “turistas permanentes” e “hipsters” (que não se definem nem como turistas, nem como residentes) em movimentos contrários à cidade para o consumo.

Finalmente os conflitos descritos ao longo do livro aparecem em sua realidade viva. A diferença entre a criatividade instrumentalizada “da cidade criativa” e a potência de criação presente na descoberta dos espaços soltos, plena de riscos, se evidencia no movimento da população contra o projeto de renovação chamado *Media Spree* e na luta pela ocupação *Kunsthaus Tacheles*. O vigor criativo da urbe é apontado nas apresentações de arte de rua. Ao voltar os olhos para essas ações de resistência, Seldin encontra e acompanha outra forma possível de ocupar a cidade, com práticas culturais locais, livres dos interesses puramente econômicos. Afinal, a captura da cidade nunca é completa.