

POLÍTICAS CULTURAIS E A (RE)VALORIZAÇÃO DO CENTRO DA CIDADE DE SÃO PAULO: O CASO DOS ARREDORES DA LUZ

Rodrigo Cardoso Bonicenha

Resumo

Este trabalho se propõe a analisar como que as mudanças no papel das cidades nos últimos anos deu ao discurso cultural e às transformações culturais um novo patamar dentro dos projetos de requalificação urbana, em especial o caso estudado do centro da cidade de São Paulo. Dentro deste novo contexto veremos como as cidades se tornam cada vez mais importantes na busca por meios para o desenvolvimento local e o papel dos prefeitos toma um novo rumo, não sendo eles mais apenas os políticos que representam a cidade, passando a serem representantes da mercadoria cidade. Discutiremos ainda como diferentes abordagens políticas resultam em diferentes formas de apropriação e produção de elementos culturais na cidade.

Palavras-chave: políticas culturais, requalificação urbana, revalorização urbana, espaço urbano

Abstract

This work aims to analyze how the changes in the role of cities in recent years have given to the cultural discourse and to the cultural transformations a new level within urban requalification projects, specially our case study the downtown of the city of São Paulo. Within this new context we shall see how cities become more important in the search for means for local development and how the role of mayors have taken a new direction, them not only being politicians who represent the city but being representatives of the city as a commodity. We shall discuss how different approaches result in distinct forms of appropriation and production of cultural elements in the city.

Keywords: cultural policies, urban requalification, urban revalorization, urban space

INTRODUÇÃO

Neste artigo nos propomos a examinar como os projetos e as políticas culturais são aplicados ao centro da cidade de São Paulo como uma forma e tentativa, tanto pelo poder público quanto pela iniciativa privada, de mudança do caráter do centro da cidade. Em um primeiro momento debateremos como, nos últimos anos o papel das cidades mudou, dentro de um contexto de economia flexível e reestruturação produtiva a produção do espaço urbano toma novas formas e modos. Isso se reflete na crescente concentração das pessoas em cidades cada vez maiores, reflete-se também em uma disputa entre os lugares por investimentos – na sua maioria, investimentos internacionais de grandes corporações. Além disso, o papel das cidades muda, no sentido de que a autonomia local aumenta e as cidades tomam as rédeas na busca de investimentos – tanto investimentos

locais quanto regionais e/ou globais - e na busca por “compradores” para a cidade que se tornou então uma cidade-mercadoria (VAINER, 2000a). Para que a imagem local seja bem propagandeada, que as “vocações” locais sejam enfatizadas e que o desenvolvimento local torne possível que a cidade dispute e seja competitiva com outras localidades na nova economia global, entram em cena o *planejamento estratégico* e o *city marketing*. Nesta conjuntura, o papel dos prefeitos muda, passando estes a serem mais promotores da imagem da cidade e técnicos capazes de gerirem o local do que simplesmente figuras partidárias. Podemos dizer, baseando-nos em David Harvey (1996), que os prefeitos passam a ser empresários das cidades.

Continuaremos discutindo como nos tempos atuais, em que o papel da cidade muda e a competição entre os lugares se torna mais acirrada, o discurso de que a cidade seja competente e competitiva tomam força e o conceito de “cidade global” ou “cidade mundial” ajuda a cidade na busca por maior competitividade perante outros lugares. No caso de São Paulo, a busca pela imagem de uma cidade alinhada à economia global, a imagem de um centro cosmopolita e desenvolvido, pronto para receber os mais variados investimentos e agradar aos mais diversos *backgrounds* é um dos enfoques local na busca da cidade por destaque na economia nacional, regional e global.

Seguiremos expondo como, em contraponto ao desenvolvimento da imagem de cidade mundial e de novas “centralidades mundiais” na cidade de São Paulo, existe um processo paralelo de degradação crescente, esvaziamento e desvalorização do centro histórico da cidade. Tal processo acaba por dificultar a coesão da imagem local, pois o centro histórico é uma peça chave na composição e construção deste discurso e desta imagem de cidade ligada à economia global. Na busca por uma revalorização e revitalização¹ do centro da cidade, várias medidas já foram tomadas e diversas fórmulas já foram aplicadas. Uma das mais recentes delas, e que não é exclusividade da cidade de São Paulo é a utilização de projetos e políticas culturais como promotores da requalificação – e revalorização - local. A utilização da cultura como meio e impulsionador da transformação local já foi estudada e debatida por diversos autores em diversas cidades ao redor do globo, entre estas cidades podemos citar Nova York, Barcelona, Berlim, Londres, Rio de Janeiro, entre tantas outras, mas, talvez, o exemplo mais emblemático de como a cultura pode ser transformadora e significativa nas mudanças do caráter local seja o da cidade de Bilbao na Espanha.

Por fim, tendo em mente os diversos casos ao redor do mundo, mas não nos atendo somente a eles, analisaremos como a cultura é utilizada dentro de projetos que planejam transformar e dar nova cara a parte do centro da cidade de São Paulo, os arredores do bairro da Luz. Partindo desta localidade e analisando estudos de caso referentes ao Rio de Janeiro faremos uma discussão de como as políticas culturais e os projetos culturais

¹ Já é bem conhecida e difundida a crítica ao conceito de “revitalização” utilizado no sentido de um local sem vida e sem atividades, aqui utilizamos revitalização por ser parte do discurso midiático e governamental em relação ao centro de SP.

podem ser aplicados em cidades como São Paulo e como as diferentes concepções por trás destas políticas e projetos geram resultados singulares, mesmo dentro de uma mesma cidade.

1. AS POLÍTICAS CULTURAIS E A (RE)VALORIZAÇÃO DO CENTRO DA CIDADE DE SÃO PAULO: O CASO DOS ARREDORES DA LUZ

Com o esgotamento do modelo fordista do modo de produção capitalista e o subsequente desencadeamento dos modelos de cidade pensados para se adequarem à este molde fordista, que trazia a lógica da produção fabril para âmbitos além do chão de fábrica chegando até a afetar o cotidiano dos indivíduos, as formas de (re)produção do espaço tiveram de ser repensadas. Neste aspecto a busca de modelos alternativos aos modelos do urbanismo modernista ganhou fôlego. Dentre os substitutos para os planos modernizantes, a corrente com mais força foi, talvez, a dos planejamentos estratégicos² para que as cidades se adequassem com grande êxito a uma economia globalizada. Sobre os planos estratégicos Güell afirma que:

os planos estratégicos propõem atuações integradas a longo prazo, dirigidas à execução de grandes projetos que combinam objetivos de crescimento econômico e desenvolvimento urbano, com um sistema de tomada de decisões que comporta riscos, com a identificação de cursos de ação específicos, formulação de indicadores de seguimento e envolvimento de agentes sociais e econômicos ao longo do processo. (GÜELL, 1997 *apud* SÁNCHEZ, 1999, p. 115)

Sendo assim, para que as cidades consigam se adaptar à economia global e inserirem-se de modo competitivo nela precisariam de projetos que viabilizassem esta competitividade e ajudassem as cidades nesta busca por maior desenvolvimento econômico. Claro que, como afirma Güell, os planos trazem consigo uma consciência dos riscos de tais projetos ou de tais empreitadas na busca pela inserção competitiva global, porém, este é um preço a se pagar, traçar metas para o local – como dito por Güell, o desenvolvimento urbano e o crescimento econômico - e ir atrás destas metas, mesmo não sabendo ao certo se é possível que tais metas sejam efetivamente alcançadas.

Referindo-se às dinâmicas geográficas da atualidade, Sassen afirma que vivemos um momento de dispersão das atividades econômicas e de centralização territorial das funções de comando e controle. Sobre isto ela diz:

The geography of globalization contains both a dynamic of dispersal and of centralization. The massive trend towards the spatial dispersal of economic activities at the metropolitan, national and global level

² É importante ressaltar que para autores como Maricato (2000) e Ferreira (2004 e 2007), o papel do planejamento estratégico em cidades como São Paulo, Rio de Janeiro, entre outras cidades, que não estão inseridas na realidade de países do centro capitalista, não podem ser entendidos como nas cidades europeias ou norte-americanas, muitas vezes não passando do campo do discurso ideológico, podemos dizer que, na realidade e dentro das especificidades brasileira, são mais uma das facetas do “plano-discurso” (Villaza *apud* Maricato, 2000). Carvalho (2000, p. 79) afirma, comparando o planejamento estratégico de Barcelona com a cidade de São Paulo que: “A dificuldade de transpor o planejamento estratégico para metrópoles como São Paulo é que, se em Barcelona o processo de periferização era até então desconhecido, aqui ele é o principal elemento estruturador da organização do espaço”.

which we associate with globalization has contributed to a demand for *new forms of territorial centralization of top-level management and control functions*. Insofar as these functions benefit from agglomeration economies, even in the face of telematic integration of a firm's globally dispersed manufacturing and service operations, they tend to locate in cities. This raises a question as to why they should benefit from agglomeration economies, especially since globalized economic sectors tend to be intensive users of the new telecommunications and computer technologies, *and increasingly produce a partly dematerialized output such as financial instruments and specialized services*. There is growing evidence that business networks are a crucial variable that is to be distinguished from technical networks. Such business networks were crucial long before the current technologies were developed. Business networks benefit from agglomeration economies and hence thrive in cities, even today, when simultaneous global communication is possible. (2002, p. 15) [Grifo nosso]

Continuando, Sassen mostra então, que a concentração espacial das atividades econômicas, mesmo em tempos de grande avanço tecnológico e grande facilidade de comunicação, acontece por conta das redes de negócios (business networks) que, para ela, são um ponto chave, pois as aglomerações permitem que estas redes de negócios prosperem e cresçam.

Nesta nova fase do modo de produção capitalista, o Estado-Nação perde cada vez mais o papel econômico central e as cidades ganham cada vez mais espaço para serem competitivas em um mundo onde a produção fabril não mais indica o caminho total do sucesso, mas um mundo onde a crescente financeirização e as atividades do terciário avançado tornam-se cada vez mais importantes para o destaque e sucesso do local na economia global, mesmo que o local acabe destoando do regional e/ou nacional. Sobre isso Sassen afirma que:

... the pronounced orientation to the world markets evident in many of these cities raises questions about the *articulation with their nation-states, their regions, and the larger economic and social structure in such cities*. Cities have typically been deeply embedded in the economies of their region, indeed often reflecting the characteristics of the latter; and they still do. *But cities that are strategic sites in the global economy tend, in part, to disconnect from their region*. This conflicts with a key proposition in traditional scholarship about urban systems, namely, that these systems promote the territorial integration of regional and national economies. (2002, p.21) [Grifo nosso]

Sendo assim, o desenvolvimento, crescimento e sucesso de uma cidade não significam que o desenvolvimento, crescimento e sucesso de uma nação ou de outras regiões dentro desta nação acompanhem o do local. Apesar de afirmar que as cidades costumam estar integradas e incorporadas às economias regionais e, assim, refletirem suas características, Sassen reconhece que as cidades que são "locais estratégicos" na economia global tendem a se desconectar parcialmente de suas regiões.

Continuando a analisar este contexto de adaptações das cidades ao novo contexto econômico, além da mudança do poder local, o papel dos governantes muda, como afirma Harvey, mostrando o forte consenso formado em um colóquio realizado em Nova Orleans: "os governos urbanos tinham que ser muito mais inovadores e empreendedores, abertos para explorar diferentes meios para aliviar suas condições miseráveis e assim assegurar um futuro melhor para suas populações" (1996, p.49).

Na busca por esta inovação para que o local – ou a cidade – ganhasse notoriedade, o próprio papel dado à cidade muda. Esta começa a se tornar, cada vez mais, uma mercadoria. A capacidade de "vender" a

cidade, ou melhor, a imagem e o discurso da cidade, passa a ser papel primordial do governo local. Sendo uma mercadoria que tem como objetivo sua compra, ou a compra de sua imagem, a busca por maiores investimentos e, de certa forma, até uma certa especulação, nada mais apropriado para propagandear esta nova mercadoria do que as técnicas de marketing aplicadas ao espaço urbano local. Deste modo, surge ao lado do planejamento estratégico o *marketing urbano* ou o *city marketing* como um meio para a objetivação de lucros e investimentos crescentes através da nova função da cidade, agora uma mercadoria. Para Vainer, o marketing urbano é a chave para o entendimento do novo comportamento dos prefeitos, ele afirma: “Aí – no marketing urbano – encontraríamos as bases para entender o comportamento de muitos prefeitos, que mais parecem vendedores ambulantes que dirigentes políticos.” (2000a, p. 78) Isso fica mais evidente quando da busca pelos investimentos ou eventos que trazem consigo grandes investimentos e exposição para as cidades. No Brasil, o caso mais recente é o do Prefeito do Rio de Janeiro Eduardo Paes em tempos de mega-eventos esportivos.

Para Sánchez, o marketing urbano – e conseqüentemente a nova função dos prefeitos das cidades – consegue tomar um ar de neutralidade, trazendo consigo uma despolitização destes processos pelo qual as municipalidades passam. Ela afirma: “É fácil perceber que o *marketing* da cidade vem se convertendo nos últimos anos numa das funções básicas do poder local. A cidade é interpretada como espaço a ser submetido a uma lógica da competição e da gestão, o que muitas vezes leva a uma despolitização do espaço social” (1999, p.118). Esta despolitização do espaço é acompanhada da criação de consensos sobre os projetos propostos para a cidade - para que as barreiras e conflitos a tais projetos sejam as menores possíveis e para que os projetos e políticas tomem certa forma de neutralidade - e da “despolitização” do papel dos prefeitos. Tais pontos serão discutidos mais adiante neste texto.

Ao tratar deste processo onde o caráter da cidade muda e dos governos locais também, David Harvey afirma que houve uma mudança “do gerenciamento – da cidade – para o empresariamento”, título de um texto de grande importância e relevância acadêmica de Harvey. Neste contexto de novas dinâmicas espaciais, cada cidade utiliza de suas especificidades como um ímã para atrair os mais diversos tipos de investimento - investimentos estes que vão desde a atração de negócios, especialmente os internacionais, a turistas e novos moradores – e funcionam, assim como um ímã, também para repelir os tipos de situações que não agradam aos interesses locais. As estratégias utilizadas pelo Rio de Janeiro e por São Paulo para atrair os investimentos são diferentes, porém, embora usem de diferentes estratégias de acordo com as especificidades locais, ainda somos capazes de encontrar elementos genéricos nestes processos de marketing urbano e planejamento estratégico. Harvey (1996) elenca “três afirmações gerais” que, segundo ele, ocorreram em seu estudo de caso – a cidade de Baltimore, EUA - e que podem ser transpassados para a realidade de outras cidades. São elas: 1 – as parcerias público-privadas, sendo que para Harvey está é uma característica central; 2 – como uma atividade empresarial, a tentativa de “ascensão” local traz consigo uma esfera especulativa dentro destas parcerias público-privadas; e

3 – um maior foco de atenção na economia política do local do que no território. Harvey explica como estas três afirmações funcionam da seguinte forma:

O novo empresariamento urbano se caracteriza, então, principalmente pela parceria público-privada tendo como objetivo político e econômico imediato (se bem que, de forma nenhuma exclusivo) muito mais o investimento e o desenvolvimento econômico através de empreendimentos imobiliários pontuais e especulativos do que a melhoria das condições em um âmbito específico. (1996, p.53)

Segundo Harvey então, o grande objetivo vindo do empresariamento das cidades é a chance de desenvolvimento econômico através de empreendimentos imobiliários, muitos dos quais se utilizam – ou impulsionam - da especulação imobiliária destes locais. Dentro deste novo caráter da governabilidade municipal, como já afirmado antes, o prefeito assume um novo papel, deixando o rótulo político em segundo plano e assumindo um papel de empresário, técnico capaz de gerir os projetos que a cidade necessita em tempos de economia flexível. A respeito disso, Sánchez afirma:

... contribui a cuidadosa construção da identidade pública deles [os prefeitos], baseadas num perfil aparentemente mais técnico do que político, identidade que vai de encontro do protótipo do administrador público ideal (...) para desencadear, com sucesso, ambiciosos projetos de reestruturação urbana (1999, p.126)

Nesta nova conjuntura, onde o prefeito se torna um representante da cidade-mercadoria – ou melhor, da imagem da cidade - parte importante do seu papel como um “novo” gestor municipal é conseguir a criação de consensos para que os projetos planejados sejam concretizados com o máximo apoio e a menor resistência possível. Para Vainer, o consenso é construído *a priori* e somente instaurado através do discurso. Ele diz que “Despolitizado e despolitizador, ele [o planejamento estratégico] constrói o consenso porque o supõe como instaurado previamente. Na verdade, não se trata de construí-lo no processo político, mas simplesmente de reconhecê-lo, identificá-lo e enunciá-lo” (2000b, p.118). Sendo assim, a (re)produção da cidade e dos projetos pensados para transformar a cidade estão ligados à formação dos consensos por uma minoria que tenta atingir seus interesses através dos consensos de que tais projetos e/ou obras seriam uma unanimidade. Para objetivar e enunciar o consenso, os meios de comunicação tem um papel importante. Sánchez fala que:

os meios de comunicação e informação que (...) têm sido utilizados como veículos construtores de determinadas leituras da cidade, intervêm decisivamente na criação de valores culturais e de representações sociais que, por sua vez, promovem determinados comportamentos e formas de utilização dos espaços públicos. (1999, p.127)

Com certeza, além de difundir modelos de comportamento os meios de comunicação difundem ideias em massa³, que começam a ser transmitidas sem necessariamente serem verdadeiras⁴. Como exemplo

³ Podemos entender estas “ideias em massa” como “ideologias” ou “processos ideológicos”, para os quais compartilhamos da visão de Villaça que afirma que tais processos ideológicos são meios “dos quais a classe dominante produz e difunde ideias que visam esconder os processos reais de produção do espaço urbano desigual” (2011, p. 48). Tal concepção será a que utilizaremos em todo este artigo em aspectos referentes a ideologia.

podemos citar a ideia da “falta de vida” no centro de São Paulo, trataremos deste assunto mais adiante neste artigo. Por enquanto, vale ressaltar que na busca por uma imagem de cidade competitiva na economia globalizada, o conceito de “cidade global”, difundido principalmente por Saskia Sassen foi de grande importância. Tal conceito foi aceito como uma unanimidade e nenhuma cidade no Brasil melhor do que São Paulo para tomar seu posto como cidade global⁵, lembrando que, mesmo sendo considerada por alguns como uma das cidades globais, São Paulo não ocupa um posto nas mais altas hierarquias deste conceito.

1.1 – São Paulo como “cidade-global”

Antes de tentarmos entender mais a fundo como que a ideia de São Paulo como cidade-global se reflete em diversos meios, vamos aprofundar um pouco mais no entendimento deste conceito. Ferreira explica brevemente o que significa o conceito de cidade-global para sua maior promotora, Saskia Sassen, ele diz:

A ideia central é a de que no atual mundo globalizado, cujo paradigma é o da competitividade econômica, as cidades que se mantêm na liderança do cenário econômico são aquelas que conseguem apresentar vantagens comparativas para atrair empresas transnacionais e os fluxos internacionais de capital financeiro, mantendo-se assim em evidência na economia globalizada. (2004, p.2)

A fim de ser mais competitiva no mercado global, uma cidade tem de ser capaz de atrair investidores para o local. Para tal, a imagem da cidade é decisiva. Levando em conta a cidade de São Paulo, os arredores da “Berrini” (Avenida Engenheiro Luís Carlos Berrini) são a vitrine – quase - perfeita mostrando uma cidade alinhada à economia global, com seus luxuosos hotéis, centros de convenções e modernos escritórios, prontos para os turistas de negócios que desejam utilizar a cidade como *locus* de suas negociações, porém, o centro da cidade destoa desta imagem competitiva. O centro – histórico - de São Paulo então é visto como território que deve ser requalificado para que possa ficar de acordo com esta proposta imagética para a cidade.

É interessante pensar em como surgiu o conceito de cidade-global. Carvalho (2000) divide a origem do conceito em dois momentos diferentes, um primeiro, entre meados da década de 80 e início da de 90, em que diversos estudos foram feitos como tentativa de apreender o momento das mudanças das dinâmicas econômicas da globalização, desencadeadas a partir do final dos anos 70, que mudaram o papel das cidades de Primeiro Mundo. Tais metrópoles perderam o controle sobre as atividades industriais e em substituição a estas atividades, começaram a abrigar empresas de serviços altamente especializados, serviços estes fortemente, ligados ao setor financeiro e da informação. Carvalho diz ainda, que esta mudança “Não se tratava, portanto, da perda de sua centralidade econômica, mas de sua re-significação no interior do sistema produtivo internacional.” (2000, p.

⁴ Um exemplo desta formação de ideias e consenso que encontramos em nossa pesquisa é a generalização em torno dos arredores da Luz, em especial da área do Projeto Nova Luz, como a Cracolândia. Este discurso, tanto por parte do Governo, quanto pela mídia é uma forma de denegrir a imagem local e, deste modo, facilitar a implantação das ideias de “revitalização” do Centro da cidade.

⁵ Especialmente após a afirmação, em 1995, do então Presidente da República Fernando Henrique Cardoso em um encontro promovido pela Associação Viva o Centro onde dizia que: “São Paulo será, talvez, no Brasil, a principal candidata a cidade mundial”. (apud FERREIRA, 2003; apud FRUGOLI JR., 2006; apud KARA-JOSÉ, 2007)

Nesta primeira onda de estudos, as metrópoles analisadas eram as dos países de “Primeiro Mundo”, sendo assim, cidades como São Paulo ainda não eram vistas como possíveis cidades-globais. Esta situação muda no final da década de 90, quando uma segunda geração de estudos transpõe o conceito de cidade-global para metrópoles de segunda ordem de grandeza.

Para o professor João Sette Whitaker Ferreira (2004), houve uma grande aceitação do conceito de cidade-global para a cidade de São Paulo. Ele reconhece essa grande aceitação em, pelo menos quatro esferas, seriam elas: a academia, a mídia – que como já foi apontado acima, tem como um de seus papéis a difusão de ideias-, o mercado imobiliário e o poder público. Para ele cada umas das esferas teve razões particulares para a adoção, aceitação e difusão do conceito de São Paulo como cidade-global, porém, sua tese de doutorado mostra, através da análise de dados empíricos, que nenhuma das teses das conceitualizações das cidades-globais se encaixam com o contexto da cidade de São Paulo. Daí surge o título de sua tese de doutoramento: “São Paulo: o mito da cidade-global”.

Qual seria então o motivo da difusão da ideia – ou do mito, seguindo a teoria de Ferreira – de São Paulo como cidade-global, mesmo após a confirmação feita por ele de que a cidade não se encaixaria nestas classificações? Sobre esta pergunta Ferreira diz que:

Se vimos que São Paulo não pode ser cunhada como “global”, após uma análise empírica mais cuidadosa, interessa então saber porque esse discurso ganhou tanta importância nos últimos anos. A resposta a essa questão é uma só: porque a imagem da “cidade-global” interessa aos investidores imobiliários e às elites fundiárias locais. E tal interesse ocorre, para além do *glamour* da imagem da cidade-global, porque a promoção da “cidade-global” legitima junto aos paulistanos a canalização de recursos públicos para promover a valorização fundiária e imobiliária desses *business districts*, e exacerbar as taxas de lucro resultantes desses empreendimentos. Por isso, a consolidação da imagem da “cidade-global” tornou-se uma questão ideológica: trata-se de fazer crer à população que os benefícios da “globalização” da cidade são imprescindíveis para sua “modernização” e sua “inserção econômica”, legitimando os esforços para construir a cidade-global, e garantindo a aceitação do fato de que vultosos recursos públicos são canalizados para regiões da cidade já ultra-privilegiadas. (2004, p. 16)

Levando em conta os pontos apresentados por David Harvey anteriormente, vemos então que o discurso da cidade-global para São Paulo caminha juntamente com uma das premissas levantadas por este autor, aquela das parcerias público-privada, que neste caso, vão além dos grandiosos investimentos e recursos públicos aplicados em localidades já valorizadas da cidade chegando até a construção de um consenso ao redor da utilização destes recursos, através da imagem de cidade-global e da necessidade de aplicação destes recursos na busca pela competitividade almejada.

Para Carvalho, o que acontece na verdade é:

uma associação entre poder público e poder privado na constituição da cidade-mercadoria, ou, dito de outra forma, o desenvolvimento de obras de infraestrutura urbana como forma de estímulo à especulação imobiliária e não à democratização da cidade. (2000, p. 79)

Esta associação do poder público com o poder privado a que se refere Carvalho, pode ser entendida como as parcerias público privadas já debatidas no texto. Supostamente, tais parcerias fomentariam o desenvolvimento territorial sem afetar os cofres públicos, porém, a própria pesquisa de Ferreira mostra o contrário disto no caso da Operação Urbana Faria Lima em São Paulo que custou mais de meio bilhão aos cofres públicos municipais (2004, p. 18-19).

Então, mesmo com “novas centralidades” surgindo na cidade (a Avenida Paulista e, mais recentemente, a Avenida Faria Lima chegando até os arredores da “Berrini”) e a concentração das classes mais ricas continuarem no quadrante sudoeste, exatamente áreas de grande concentração de investimentos dos recursos públicos, não podemos considerar que o “centro histórico” da cidade não tenha mais importância, mesmo na “cidade-global”. É isto que discutiremos adiante neste artigo.

1.2 A decadência do centro e a cultura como ressurreição do centro

No caso do centro da cidade de São Paulo, a ideologia do planejamento estratégico vem de encontro com a ideia de uma parte da cidade que precisa de uma “nova vida”. Apesar de ser um local com as mais diversas atividades ao longo das vinte e quatro horas do dia, vemos que a imagem do centro de São Paulo é, ainda assim, a de um local que precisa passar por um processo de “revitalização”. A respeito da “falta de vida” e da “decadência” do centro, Villaça afirma:

A ideia dominante é: o centro da cidade está se "*deteriorando*". A deterioração, ou apodrecimento, é um processo natural que só ocorre com os seres vivos. Essa ideia pretende esconder o processo real rotulado de "decadência!" e que é de responsabilidade da classe dominante, mas que não quer assumi-lo. A verdade é que a chamada "decadência" decorreu do fato de essa classe ter abandonado o centro, dele retirando suas lojas, escritórios, cinemas etc., e mesmo suas moradias, como as da Av. São Luís. Justamente a partir do momento em que o centro deixa de ser patrocinado pelas elites e passa a ser patrocinado pela maioria popular, cria-se a ideia de que ele está se *deteriorando*. Mais ainda. Justamente quando a maioria toma conta do centro, cria-se a ideia de que esse não é mais o centro *da cidade*, e que essa teria um *novo* centro. (2011, p. 48)

Portanto, Villaça esclarece que a ideologia por trás de uma suposta deterioração do centro da cidade é criada e desenvolvida exatamente quando o centro da cidade não faz mais parte dos lugares de convívio das classes dominantes da cidade, a partir do momento que o centro da cidade se populariza, começa-se a ter um discurso de sua decadência.

1.2.1. Um breve histórico sobre a “decadência” do centro

O Centro de São Paulo serviu como residência, além de lugar de negócios, comércio, atividades de lazer e política, para uma aristocracia local por muitos anos. A partir do final do século XIX, porém com maior ênfase após os anos 30 do século passado, por conta da maior mobilidade proporcionada pelos automóveis e vias construídas no centro da cidade, esta aristocracia começa a deixar o centro da cidade em direção a outras áreas que eram vetores de desenvolvimento imobiliário na cidade. Tal desenvolvimento seguia em direção à Avenida Paulista, Jardins, e depois outros bairros da cidade. Com a desocupação destes imóveis nos bairros centrais, grupos de mais baixa renda começaram a utilizar-se do centro da cidade como local de moradia e trabalho. Com a consolidação da Paulista, nas décadas de 50 e 60, como o “novo centro” das elites, uma crescente popularização do centro acontece (NOBRE, 2009). Este processo de saída dos moradores de mais alta renda do centro, de seus locais de compra, diversão e de seus escritórios, é chamado de “degradação” ou “decadência” do centro. Tanto estes dois termos, como a ideia de um centro “sem vida” são expressões com grande peso ideológico que até hoje são usadas em referência ao centro da cidade. Esta situação, que foi impulsionada após os anos 30, continuou até este século com um contínuo processo de redução populacional – e dos valores dos imóveis – e popularização do centro. Lembrando a afirmação acima de Villaça que, somente enquanto a maioria da população, aquela que não pertence à elite, e de origem mais popular está convivendo no centro é que existe uma ideia de “decadência” ou a necessidade de uma “revitalização”.

De qualquer modo, o discurso de um centro “morto” permanece e a tal “revitalização” do centro da cidade é muito apoiada na ideia de que para que uma cidade seja realmente competitiva na atração de investimentos, ela tenha um centro à altura da sua pretensão perante os investidores globais. O centro histórico tem um papel estratégico neste contexto discursivo-imagético. Quando estive em São Paulo, em dezembro de 1994, para um encontro promovido pela “Associação Viva o Centro” (AVC), Jordi Borja, um dos maiores consultores para as cidades que almejam serem inseridas competitivamente na economia flexível globalizada, afirmou o seguinte a respeito dos centros das cidades:

Num sistema de globalização da economia e da informação, é importante que as cidades apostem nas suas diferenças e se tornem competitivas (...) O que diferencia uma cidade da outra é o Centro. (...) [E continua] O argumento mais clássico e mais econômico é o de que não se pode perder a infraestrutura e o patrimônio do Centro. Não é um argumento suficiente. Por que não se pode construir uma nova região central? Acredito que não se pode abrir mão da área não tanto por razões econômicas, mas por razões culturais e simbólicas. (apud KARA-JOSÉ, 2007, p.104)

Fica claro o papel central que os centros das cidades assumem como parte do “pacote de vantagens” a ser propagandeado pelos prefeitos-empresários que buscam investimentos para as cidades que gestam. Assim como em outras cidades ao redor do globo, São Paulo aproveita-se da importância histórico-cultural do centro da

cidade para, através de políticas culturais, levar adiante transformações que podem ser capazes de trazer a vida de volta para o centro.

1.2.2. As políticas culturais como fênix para a ressurreição do centro

A fórmula da utilização da “cultura” como impulsionadora de políticas e projetos de requalificação urbana já foi muito debatida por diversos autores (entre eles podemos citar: Vaz e Jacques, 2003; Vaz, 2004; Arantes, 2000 e 2012; Kara-José; 2007 e 2009) , sabe-se que a cultura é uma ótima maneira de se buscar o consenso entre os diversos agentes que planejam, investem e especulam a/na cidade e a população como um todo. Arantes (2000, p. 15) diz que, nos tempos atuais, há um “reencontro glamouroso da Cultura com o Capital” para fins de *gentrificação*, ou, como aponta ela, “revitalização urbana” para os promotores destas práticas. Para Davis (2009), a “cultura é a grande vedete das renovações urbanas”. Através dela pode-se buscar uma harmonia que faz com que as práticas de revalorização e especulação imobiliária sejam escamoteadas. Vaz e Jacques explicam que as intervenções culturais costumam se encaixar em - pelo menos - uma destas diversas categorias:

As políticas culturais articuladas às políticas urbanas geraram diversos tipos de processos de renovação urbana, procurando reverter ciclos de decadência urbana. Englobam-se neste rol desde a tradicional reabilitação de centros antigos com a preservação do patrimônio histórico; passando pela renovação de áreas degradadas nas quais incorporadores se utilizavam de museus e equipamentos de lazer para aumentar os valores imobiliários; pela reabilitação de áreas centrais que se tornaram quase que shoppings a céu aberto; pela recuperação de centros históricos que se tornam vastos museus; pela requalificação de ambientes históricos que evocam cenários padrão *disneyland*; até a promoção de nova imagem local apoiada em novos ícones arquitetônicos. (2003, p. 132)

É importante ressaltar que para Kara-José, a utilização de equipamentos culturais para a transformação do centro da cidade só foi possível por conta de duas razões, são elas: a- a difusão da ideia de São Paulo como cidade-global, e b- as políticas federais de apoio a cultura. Ela diz:

A ideia de utilizar equipamentos culturais como instrumento para modificar a imagem da área central surgiu da articulação de um conjunto de fatores estruturados em paralelo. Um dos fatores se criou junto com a disseminação da ideia de São Paulo como “cidade mundial emergente”: para alcançar tal posto, era preciso mudar a imagem de seu centro tradicional, e capacitá-lo segundo os modelos urbanísticos mais recentes. Essa vertente teve como protagonista de destaque a Associação Viva o Centro, fundada em 1991, por grupos da iniciativa privada. Outro fator remete ao âmbito das políticas federais de cultura, mais especificamente à criação de um “sistema financeiro da cultura”, e à assinatura do Programa Monumenta BID. O estímulo à participação da iniciativa privada nos projetos, através das leis de incentivo fiscal, e o financiamento do BID colaboraram na viabilidade financeira dos projetos. (2009, p. 67)

As “transformações culturais” são uma fórmula aplicada em diversas cidades ao redor do globo. Um exemplo emblemático deste tipo de ação foi a adoção de equipamentos culturais como indutores da requalificação urbana na antiga cidade industrial de Bilbao. A requalificação urbana de Bilbao incluía diversos projetos de renomados arquitetos, projetos estes, que iam de praças e calçadões a pontes, mas que tem na

construção de um museu em forma de barco - o mundialmente famoso Museu Guggenheim - o seu mais emblemático símbolo de requalificação.

Além de Bilbao muitas outras cidades utilizaram-se deste “receituário de sucesso”, lembrando que parte importante deste receituário inclui as parcerias público-privadas. Até a “grande cidade-global”, a cidade de Nova York, utilizou-se dos projetos culturais para conseguir mudar os arredores da “decaída” *Times Square*. O impulso inicial para a transformação local foi dado em uma parceria entre o governo e a Walt Disney Corporation que, para a realização de seu primeiro musical na *Broadway*, reformou o New Amsterdam Theater e aceitou realizar a reforma sob a condição de que o governo municipal atraísse para a área dois outros inquilinos voltados ao entretenimento. A cidade cumpriu sua parte do contrato, porém a Disney, barganhou um empréstimo de 26 milhões de dólares a juros baixos, tendo que investir 8 milhões de dólares de seu caixa para concluir a reforma. Sassen e Roost (2001, p. 78) afirmam que após a chegada e o sucesso da parceria com a Disney um “efeito bola de neve” se desencadeou e vários outros investidores apostaram na área.

O caso de requalificação urbana da “grande cidade-global” teve a participação de grandes grupos transnacionais relacionados ao setor do entretenimento para que fosse levado adiante. Os projetos não contavam com a restauração de prédios do patrimônio histórico local no sentido das estruturas antigas de arquitetura clássica. A ideia, neste caso, era requalificar o lugar, utilizando-se da arquitetura como forma de evidenciar os novos rumos tomados para a utilização do espaço.

Voltemos, pois, ao caso de São Paulo e dos projetos culturais como instrumento de incentivo à requalificação urbana do centro. Em 1996, dois concursos foram promovidos e realizados pela Associação Viva o Centro (AVC) a fim de incentivar projetos de requalificação urbana no centro, já com o eixo cultural como aspecto básico destes projetos, o “Concurso de Ideias para o Centro” e o “Concurso Centro Cultural dos Correios”, patrocinados pelo BankBoston. De acordo com Kara-José,

A proposta de restauração do antigo edifício dos Correios e sua transformação em centro cultural é um marco da entrada do tema da cultura na pauta da requalificação do Centro, aqui já unindo recuperação de patrimônio histórico e implantação de equipamento cultural. A este projeto logo viriam se unir outros do tipo, como a instalação de uma filial do Museu de Arte de São Paulo (MASP) na galeria Prestes Maia, a ser reformada para sediar o acervo de obras de arte, e a previsão de instalação de um centro cultural na cobertura do Shopping Light. Em 1997 tais equipamentos, somados ao Teatro Municipal e à Biblioteca Mário de Andrade, já eram apontados como futuro “polo de cultura e entretenimento”, capaz de provocar “uma rápida requalificação da região do Vale do Anhangabaú”. *Apesar de precursoras da ideologia construída sobre a requalificação do Centro através do investimento em cultura, estas iniciativas ainda não eram estruturadas pela abordagem da cultura como meio de revalorização urbana, como as intervenções que começavam a ocorrer na região do bairro da Luz, nas quais a AVC figurava como parceira do governo do estado na criação de grandes projetos estratégicos.* (2007, p. 118) [Grifo nosso]

Muitos dos investimentos da iniciativa privada feitos em projetos culturais, sendo estes, restaurações de edifícios do patrimônio histórico, foram conseguidos por meio da “Operação Urbana Centro”. Esta Operação

Urbana garantia contrapartidas - financeiras ou de direitos de uso do solo em zonas restritas - aos investidores que executassem projetos de restauração e recuperação do patrimônio e investimentos imobiliários nas áreas determinadas para tais intervenções. A lei de Operação Urbana do Centro fornecia vantagens para a obtenção de altos coeficientes de aproveitamento, o estímulo a demolições, ao remembramento de lotes e a transferência de potencial construtivo, sendo que, até 1999 o potencial construtivo - dependendo do caso - poderia ser transferido para quaisquer áreas da cidade, sem nenhuma análise de possíveis impactos.

Voltando-nos para a citação acima de Kara-José, vemos que as iniciativas culturais anteriores não tinham como foco a revalorização do espaço urbano. Isso começa a tomar outro rumo, quando dos projetos culturais para os arredores da Luz. No caso dos arredores da Luz, a requalificação urbana toma novos rumos, pois além de existir a recuperação urbana e a restauração de patrimônios arquitetônicos, esta se trata de uma área de Z8-200 (zona de preservação de imóveis de caráter histórico, artístico, cultural e paisagístico) e que tem grandes especificidades socioespaciais. Apesar de abrigar um grande conjunto patrimonial, os arredores da Luz, em especial a “Cracolândia”, é um lugar conhecido pelas grandes disparidades sociais.

Os arredores da Luz já haviam sido foco de diversas tentativas do poder público e da iniciativa privada para um forte processo de “revitalização”, contudo, tais projetos não surtiram muito efeito. A partir de 1995 (Gestão Covas), o então secretário de cultura do estado de São Paulo Marcos Mendonça, leva adiante uma série de projetos culturais de intervenção na Luz. Entre eles, a reforma da Pinacoteca do Estado; instalação do Complexo Cultural Estação Júlio Prestes e Sala São Paulo; restauração do Mosteiro da Luz e ampliação do Museu de Arte Sacra; recuperação do Jardim da Luz; restauro da Igreja de São Cristovão; restauro e reforma do antigo edifício do DOPS (Departamento de Ordem Política e Social); restauro e reforma do antigo Hotel Flórida, para sediar a Universidade Livre de Música; implantação do Museu de Energia/Núcleo de São Paulo no casarão que foi de Santos Dumont e restauração da Estação da Luz, com a instalação do Museu da Língua Portuguesa. Em 2001, o Projeto Monumenta do IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico Artístico Nacional) e financiado pelo BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento), também se envolve no processo de recuperação da Luz realizando diversas intervenções em seus arredores.

De acordo com Wisnik *et alli*,

Posto em prática em São Paulo, o “Monumenta” não apenas pretende recuperar edifícios históricos, mas funcionar como “alavanca” para investimentos do setor privado e da valorização imobiliária. Segundo avaliação dos técnicos do BID, “cada dólar investido pelo poder público atrai outros cinco da iniciativa privada”, produzindo um “efeito dominó”. (2001, p. 18)

Aparentemente, as ações públicas para a revalorização do espaço urbano do centro estão indo de acordo com o proposto pelo poder público, pela iniciativa privada e por órgãos como o BID. Podemos considerar as Operações Urbanas do Centro como iniciais deste processo, sendo que a iniciativa privada “assumiu os

riscos” dos primeiros gastos. Não podemos porém, nos esquecer de todas as compensações oferecidas pelo Estado.

É provável que, de todas as intervenções feitas no centro da cidade, a Sala São Paulo – inaugurada em 1999 - seja a mais simbólica destas políticas de requalificação pelo viés dos projetos culturais. A Sala São Paulo foi considerada uma sala de concerto comparável a salas de países desenvolvidos. O discurso reproduzido pelo poder público e pela iniciativa privada interessada no projeto era o de que seria um bem para todos. De certo modo, este é o grande atributo do viés cultural nas requalificações urbanas, afinal, quem se oporá à cultura? Wisnik *et alli* afirma que;

A cultura, ao mesmo tempo que “ancora” os negócios privados, aparece como um investimento democrático e universal (não classista), e assim altamente consensual. Se mesmo a oposição às novas avenidas e túneis é dificultada pelo seu aparente caráter modernizante, síntese da ideia americana de “progresso”, quem seria contra uma sala de concertos, um museu ou um centro cultural? “Quanto mais melhor”, diz a Vejinha, ou nas palavras do maestro Neschling: “Afinal, quanto custa uma ópera? Um centímetro de túnel?”. (2001, p. 21)

Fica aparente nas palavras de Wisnik *et alli*, como a cultura serve de perfeito impulsionador para as políticas de renovação urbana, em especial pela facilidade pela qual os consensos conseguem ser criados para que tais transformações aconteçam.

A importância da Sala São Paulo no contexto da requalificação dos arredores da Luz é tanta que Kara-José (2009, p. 72) considera-a, juntamente com outros dois projetos como as três âncoras⁶ culturais da requalificação local. As duas outras âncoras seriam a reforma da Pinacoteca do Estado – inaugurada em 1995 - e a restauração da Estação da Luz/Museus da Língua Portuguesa – finalizada em 2006. Ela encontra três semelhanças nas âncoras culturais da Luz: em primeiro lugar, o fato de serem transformações onde a restauração do patrimônio foi aliada à implantação de equipamento cultural; segundo, os três projetos receberam incumbência de modificar a imagem local e desencadear a revitalização do entorno; e, em terceiro lugar, as três obras foram financiadas pelo poder público em conjunto com a iniciativa privada.

Vale apontar ainda que a Sala São Paulo foi “aclamada como bastião da transformação urbana”, tornou-se também a “principal ‘alavanca’ para consolidação da ideia de polo cultural”(Kara-José, 2009, p. 72). Nas próprias palavras do então governador Mário Covas, em um discurso, a Sala São Paulo deveria, além de democratizar o acesso:

[...] aos tesouros da música erudita, [...] irradiar uma onda de renovação urbana e integração cultural em grande parte do Centro de São Paulo, recuperando o orgulho dos seus habitantes por um dos núcleos históricos da cidade” (1997 apud KARA-JOSÉ, 2009, p. 72).

⁶ Âncoras seriam os projetos principais capazes de desencadear as transformações nas áreas degradadas.

Podemos ver, portanto, o papel imputado as âncoras culturais, neste caso, a Sala São Paulo, como guias e impulsionadoras das transformações no processo de recuperação de um local degradado. A cultura aí é quem tornaria viável a “ressurreição” do centro da cidade de São Paulo, Kara-José encontra um simbolismo entre o processo proposto à cidade e a inauguração da Sala, ela diz:

A Sala foi inaugurada com grande pompa, em julho de 1999, noticiada pela imprensa com manchetes do tipo: “A 'ressurreição' do centro” (O Estado de São Paulo, 1999), ou “Sala São Paulo: esse monumento agora é do público” (Moura, 1999). A ideia de “ressurreição” não esteve apenas nas manchetes, mas também dentro da sala, na qual os 1,5 mil convidados, entre eles alguns ministros, o Governador do Estado e o Presidente da República, ouviram a “Sinfonia da Ressurreição”, de Gustav Mahler. (2009, p. 72)

Entretanto, mesmo com a maior facilidade de aceitação para os projetos culturais, as âncoras culturais receberam algumas críticas, entre elas a de que houvesse uma descaracterização do patrimônio tombado por conta dos projetos culturais, a de que o Estado pudesse ceder muito espaço para a tomada de decisões pela iniciativa privada para os rumos das transformações (KARA-JOSÉ, 2009). Além destas, outras críticas se fazem aos grandes projetos como a do esvaziamento do conceito de cultura que regem os projetos. A homogeneização dos projetos tira da cultura seu caráter identitário (VAZ e JACQUES, 2003).

Esta última crítica apresentada, talvez seja o aspecto mais relevante a respeito das transformações culturais, o de que as cidades inseridas em um contexto de competitividade entre os lugares e onde as fórmulas do planejamento estratégico são aplicadas quase que hermeticamente, onde hábitos de consumo e a cultura de massa difundem-se globalmente, não são capazes de destacarem as especificidades do local e da cultura local. Vaz (2004) vê na cultura local a principal forma de diferenciação entre os lugares em tempos de standardização e homogeneidade, uma forma de individualização e acentuação da identidade do local.

Talvez a grande questão então seja entender que a mudança esperada para o centro – e de certa forma podemos dizer que este sim é um consenso, partindo da população mais pobre da cidade chegando às elites, todos esperam alguma mudança do centro de São Paulo – pode e deve acontecer, porém não com fórmulas de grandiosidade que ostentam “arquiteturas monumentais, intimidadoras (...) expondo arte erudita, na maior parte das vezes sem uma programação educacional competente para os leigos” (VAZ e JACQUES, 2003, p. 133), mas que a transformação da cidade através da cultura acontecerá quando a população e a cultura local foram mantidas e respeitadas. Neste aspecto podemos dizer que compactuamos com Vaz e Jacques quando afirmam:

Entendemos que uma verdadeira revitalização urbana através da cultura, seria aquela que não provoque a gentrificação, seja ela urbana ou cultural. Seria, portanto, reinstaurar nova vitalidade tanto urbana quanto cultural à área de intervenção, através das mais diversas iniciativas culturais, não necessariamente grandes projetos ou obras, mas que, no entanto, incorporem também a população e a cultura local. (2003, p. 134)

Os projetos de requalificação para o centro de São Paulo são guiados pela mudança do perfil populacional, através da revalorização local, mesmo que tal revalorização e mudança de perfil populacional apareçam escamoteadas em um primeiro momento. Vaz e Jacques afirmam que as políticas culturais em colaboração com as políticas urbanas provocam um processo de “gentrificação cultural”, que elas definem como “um enobrecimento, ou emburguesamento das atividades culturais urbanas através da criação de equipamentos mediáticos porém elitistas.” (2003, p. 133) e continuam dizendo que a gentrificação cultural “serve como âncora para o processo de gentrificação urbana.”.

Vemos, portanto, que apesar da uniformização das fórmulas de sucesso para as cidades, a cultura é o aspecto da realidade que permite, efetivamente, surgirem as diferenças entre o local e o global e, deste modo, reproduz a identidade local. Mais uma vez compactuamos com Vaz e Jacques quando dizem:

A globalização atual de mercados culturais não quer dizer necessariamente uma globalização da cultura, no sentido nobre e completo do termo. Felizmente a humanidade continua sendo uma máquina de produzir diferenças e, se por um lado, a globalização uniformiza os mercados culturais, por outro, ela causa a exclusão de uma grande parte da população mundial desses mercados e, assim, acaba indiretamente fomentando diferenças culturais e identidades próprias localizadas. (2003, p. 133)

Podemos ter então na cultura a esperança do fomento de novas espacialidades e novas interações entre os indivíduos e os territórios. A cultura aliada à diversidade social permite o surgimento de novos ânimos ao local sem ter os efeitos da gentrificação. Vale aqui partilhar o estudo de caso de Vaz e Jacques que falam da revitalização da Lapa, no Rio de Janeiro. A Lapa é um antigo bairro residencial e que tem na boemia uma de suas facetas, localizado entre a zona sul e a zona norte do Rio, o bairro é marcado pela grande diversidade de usos e de grupos sociais. Uma série de pequenas intervenções locais, algumas com discreto apoio do Poder Público, incluindo grupos de teatro, de dança, bares, antiquários, etc., trouxeram uma profusão de usuários, na sua maioria jovens que “produzem e consomem principalmente a tradicional música popular brasileira” (2003, p. 136). As autoras relatam que

Se hoje se observa um processo de renascimento com intensa revitalização, o fato de ter sido deixado à margem, de não ter passado por processos de homogeneização funcional e social contribui de alguma forma para a multiplicidade de atividades e grupos presentes, potencializadores de sua vitalidade. (2003, p. 135)

É importante atentar para a diversidade pregada pelas autoras, pois é esta diversidade que permitiu as transformações na Lapa e são essenciais de serem consideradas em qualquer política cultural, para elas a Lapa é “onde os dois lados do Rio se encontram, onde a cidade partida se recompõe” (2003, p. 136).

Assim como na Lapa, acreditamos que a diversidade local e a cultura popular não podem ser esquecidas quando pensamos em novos rumos – ou em uma revitalização – do centro da cidade de São Paulo, afinal, o centro, em especial os arredores da Luz, é um local de grande diversidade de usos e grupos sociais e qualquer

mudança que acontecesse e excluísse algum destes grupos seria uma perda em uma cidade onde a diversidade – em todos os seus aspectos – é uma de suas “marcas”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este texto tinha como pretensão apresentar muito superficialmente as novas dinâmicas de produção do espaço urbano em tempos de economia flexível. Nestas novas dinâmicas o papel da cidade muda, deixando de ser lócus da produção industrial, passando a ser, cada vez mais, um centro de aglomeração de serviços especializados e de finanças. Estas metrópoles passam a ser “nós” em um contexto de economia globalizada, onde as cidades mais ligadas ao exterior e de maior relevância nacional passam a ser chamadas de “cidade-global”. Além do papel das cidades mudarem, as formas de planejamento mudam com a utilização das técnicas de planejamento estratégico voltadas à produção do espaço.

Neste contexto de disputa pela apropriação do espaço urbano, a cultura é tida como um novo meio de requalificação dos lugares. Acreditamos que a cultura deva ser utilizada como meio para os projetos de requalificação urbana, porém, como apontado por Vaz e Jacques (2003) a cultura quando fomentada pelas características locais e pela participação da população consegue tornar estes projetos muito mais eficazes no sentido de proporcionarem novas interações entre os mais diversos grupos de pessoas e não uma forma de cultura exterior a elas. Pensamos que a necessidade de uma nova utilização do centro da cidade de São Paulo seja o desejo de todos, mas não necessariamente a criação de uma vitrine de espetáculos que seja exterior ao contexto da cidade, neste aspecto a participação popular – e a cultura popular – tornam-se elementos-chave para a reconstrução do lugar.

Para terminar, podemos nos apoiar nas palavras de Milton Santos que via na globalização⁷ a esperança e o embrião de um processo de mudança, ou seja, de uma nova globalização. Para Santos, a cultura de massa tinha um papel importante no próprio fortalecimento da cultura popular, ele afirma:

Mas há também – e felizmente – a possibilidade, cada vez mais frequente, de uma revanche da cultura popular sobre a cultura de massa, quando, por exemplo, ela se difunde mediante o uso dos instrumentos que na origem são próprios da cultura de massas. Nesse caso, a cultura popular exerce sua qualidade de discurso dos “de baixo”, pondo em relevo o cotidiano dos pobres, das minorias, dos excluídos, por meio da exaltação da vida de todos os dias. (...)

No fundo, a questão da escassez aparece outra vez como central. Os “de baixo” não dispõem de meios (materiais e outros) para participar plenamente da cultura moderna de massas. Mas sua cultura, por ser

⁷ Sobre a globalização ou mundialização, Benko afirma: “Ressalte-se ainda que a mundialização *não* é o ponto final, intransponível, do aprofundamento histórico-geográfico da divisão capitalista do trabalho. Ela não representaria, em razão da sua própria estrutura, o ‘estádio supremo do capitalismo’, depois do qual se deveria esperar o socialismo (ou a catástrofe). (...). Considerar que o momento atual do desenvolvimento capitalista é o seu momento supremo, ou mesmo *final*, equivale a hipotecar as surpresas que o futuro nos reserva.” (2002, p. 43). Ao mesmo tempo em que compactuamos com ele na ideia de que a globalização ou mundialização não seria a fase final do capitalismo, acreditamos que devemos buscar um mundo mais justo e igualitário e que a cultura assume um papel de libertação neste contexto.

baseada no território, no trabalho e no cotidiano, ganha a força necessária para deformar, ali mesmo, o impacto da cultura de massas. Gente junta cria cultura e, paralelamente, cria uma economia territorializada, uma cultura territorializada, um discurso territorializado, um política territorializada. (2008, p. 144)

Devemos pois, mais do que nunca, colocar nossa esperança na possibilidade de uma nova territorialidade e espacialidade, uma espacialidade onde o popular e a cultura popular não sejam mais o “degradado”, mas sejam visto como expressão de um grupo e possibilidade de nova convivência e cidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARANTES, O. “Uma estratégia fatal: A cultura nas novas gestões urbanas”. In ARANTES, O.; VAINER, C.; MARICATO, E. *A Cidade do Pensamento Único: Desmanchando consensos*. Petrópolis: Vozes, 2000.
- _____. *Berlim e Barcelona: duas imagens estratégicas*. São Paulo: Annablume, 2012.
- BENKO, G. *Economia, Espaço e Globalização: na aurora do século XXI*. São Paulo: Hucitec. 2002.
- BIDOU-ZACHARIASEN, C (org.) *De Volta à Cidade: Dos processos de gentrificação às políticas de “revitalização” dos centros urbanos*. São Paulo: Annablume, 2006.
- CARVALHO, M. “Cidade global: anotações críticas sobre um conceito.” *São Paulo em Perspectiva*. São Paulo, v. 14, n. 4, 2000.
- COMPANS, R. “O Paradigma das Global Cities nas estratégia de desenvolvimento local”. *Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais*, n.1, 1999.
- DAVIS, M. *Cidade de Quartzos*. São Paulo: Boitempo, 2009.
- FERREIRA, J. S. W. O mito da cidade-global: o papel da ideologia na produção do espaço terciário em São Paulo. In *Revista do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da FAU/USP*. São Paulo: 2004. No prelo.
- _____. *O Mito da Cidade-Global: O papel da ideologia na produção do espaço urbano*. São Paulo: Editora UNESP, 2007
- FIX, M. *São Paulo Cidade Global: fundamentos financeiros de uma miragem*. São Paulo: Boitempo, 2007.
- FRÚGOLI JR., H. *Centralidade em São Paulo: Trajetórias, conflitos e negociações na metrópole*. São Paulo: EDUSP, 2006.
- HARVEY, D. “Do gerenciamento ao empresariamento: a transformação da administração urbana no capitalismo tardio”. *Espaço e Debates*. São Paulo: ano XVI, n.39, 1996.
- _____. *Condição Pós-Moderna*. São Paulo: Edições Loyola, 2010
- KARA-JOSÉ, B. *Políticas Culturais e Negócios Urbanos: A instrumentalização da cultura na revitalização do centro de São Paulo (1975-2000)*. São Paulo: Annablume, 2007
- _____. “A associação entre cultura e política urbana na produção de desigualdades sócio-espaciais no centro de São Paulo”. In: Marcio Moraes Valença; Gilene Moura Cavalcante. (Org.). *Globalização & Marginalidade*. Natal: v.1, 2009.
- MARICATO, E. “As ideias fora do lugar e o lugar fora das ideias: Planejamento urbano no Brasil” In ARANTES, O.; VAINER, C.; MARICATO, E. *A Cidade do Pensamento Único: Desmanchando consensos*. Petrópolis: Vozes, 2000
- NOBRE, E. A. C. “Políticas urbanas para o centro de São Paulo: renovação ou reabilitação? Avaliação das propostas do município de São Paulo de 1970 a 2004”. In *Pós. Revista do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da FAU/USP*. São Paulo: v. 25, 2009.
- SÁNCHEZ, F. “Políticas Urbanas em Renovação: Uma leitura crítica dos modelos emergentes”. *Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais*, n.1, 1999.
- SANTOS, M. *Por Uma Outra Globalização: do pensamento único à consciência universal*. Rio de Janeiro: Record, 2008.
- SASSEN, S.; ROOST, F. A Cidade: Local estratégico para a indústria global do entretenimento, In *Revista Espaço e Debates – Aliança e competição entre cidades*, São Paulo, nº41, Ano XVII, 2001

- SASSEN, S. "A cidade global". In LAVINAS, L., CARLEIAL, L., NABUCO, M. R. *Reestruturação do Espaço Urbano e Regional no Brasil*. São Paulo: Hucitec, 1993.
- _____. "Locating cities on global circuits". *Environment & Urbanization*. v. 14, n. 1, 2002.
- SMITH, N. "Gentrificação, a fronteira e a reestruturação do espaço urbano". *Revista GEOUSP Espaço e Tempo*, São Paulo: nº21, 2007
- VAINER, C. "Pátria, empresa e mercadoria: Notas sobre a estratégia discursiva do Planejamento Estratégico Urbano". In ARANTES, O.; VAINER, C.; MARICATO, E. *A Cidade do Pensamento Único: Desmanchando consensos*. Petrópolis: Vozes, 2000^a
- _____. "Os liberais também fazer planejamento urbano? Glosas ao 'Plano Estratégico da Cidade do Rio de Janeiro' " In ARANTES, O.; VAINER, C.; MARICATO, E. *A Cidade do Pensamento Único: Desmanchando consensos*. Petrópolis: Vozes, 2000^b
- VAZ, L. F.; JACQUES, P. B. "A Cultura na Revitalização Urbana: Espetáculo ou participação?". *Espaço e Debates*. São Paulo: v.23, 2003.
- VAZ, L. F. "A 'culturalização' do planejamento e da cidade: novos modelos?". *Cadernos PPG-AU/UFBA*, v.3, 2004.
- VILLAÇA, F. *A responsabilidade das elites e a decadência dos centros do Rio e de São Paulo*. Em: <<http://www.flaviovillaca.arq.br/pdf/centro96.pdf>>.
- _____. *Espaço Intra-Urbano no Brasil*. São Paulo: Studio Nobel, 2009.
- _____. São Paulo: segregação urbana e desigualdade. *Estudos Avançados*, v. 25, n. 71, São Paulo, 2011.
- WISNIK, G.; FIX, M.; LEITE, J. G. P.; ANDRADE, J. P.; ARANTES, P. "Notas sobre a Sala São Paulo e a nova fronteira urbana da cultura". *Revista do programa de pós-graduação em arquitetura e urbanismo da FAUUSP.*, São Paulo, 2001.