O Boletim de Conjuntura (BOCA) publica ensaios, artigos de revisão, artigos teóricos e empíricos, resenhas e vídeos relacionados às temáticas de políticas públicas.

O periódico tem como escopo a publicação de trabalhos inéditos e originais, nacionais ou internacionais que versem sobre Políticas Públicas, resultantes de pesquisas científicas e reflexões teóricas e empíricas.

Esta revista oferece acesso livre imediato ao seu conteúdo, seguindo o princípio de que disponibilizar gratuitamente o conhecimento científico ao público proporciona maior democratizacão mundial do conhecimento.



BOLETIM DE CONJUNTURA

BOCA

Ano V | Volume 15 | Nº 43 | Boa Vista | 2023

http://www.ioles.com.br/boca

ISSN: 2675-1488

https://doi.org/10.5281/zenodo.8200288

BOLETIM DE CONJUNTURA

www.ioles.com.br/boca

GLOBALIZAÇÃO E CULTURALIZAÇÃO NAS CIDADES CONTEMPORÂNEAS: AS NOVAS MATIZES DO PLANEJAMENTO URBANO[1]

Conceição Belfort Carvalho[2]

Karoliny Diniz Carvalho[3]

Ilza Galvão Cutrim[4]

Kláutenys Guedes Cutrim[5]

Rozuila Neves Lima[6]

Resumo

O tema deste ensaio trata dos novos matizes do planejamento urbano e das feições que as cidades contemporâneas adquirem a partir da maior intensificação das relações entre o local e o global, do empresariamento urbano e de um crescente processo de culturalização da vida urbana. O objetivo consiste em compreender, com base em teorias sobre as cidades, o conjunto de transformações decorrentes do capitalismo pós-industrial ou pós-moderno e a forma como ele se reflete nas novas dinâmicas de organização e consumo dos espaços urbanos. Quanto à metodologia, trata-se de um estudo bibliográfico sobre a globalização e a culturalização nas cidades, a partir de vários autores que abordam essa temática. Os resultados permitem ponderar a necessidade de um olhar crítico e reflexivo sobre planejamento urbano, o *city marketing* e a culturalização da vida urbana sobre as ações humanas que incorporam novas racionalidades nos modos de organização, produção e consumo dos espaços urbanos no cenário contemporâneo. Concluímos que, nos processos de recuperação urbana de base cultural, aspectos como o modelo de cidades criativas e o trabalho de profissionais que atuam na indústria cultural promovem inovações, atraem investimentos e modificam as cidades pós-industriais em cidades-espetáculos e cidades-mercadoria.

Palavras-chave: Cidade; Globalização; Mercadorização; Planejamento Estratégico; Regeneração Urbana.

Abstract

The theme of this essay delas with the new nuances of urban planning ande the features that contemporary cities acquire from the increased intensification of relations between local and global, urban entrepreneurship and a growing process of culturalization of urban life. The aim is to understand, based on theories about cities, the set of transformations resulting from post-industrial or post-modern capitalism, and how it is reflected in the new dynamics of organization and consumption of urban spaces. As for the methodology, it is a bibliographical study on globalization and culturalization in cities, based on several authors who address this theme. The results allow to ponder the need for a critical and reflective look at about urban planning, city marketing and the culturalization of urban life on human actions that incorporate new rationalities in the modes of organization, production and consumption of spaces in the contemporary scenario. We conclude that, in culturally based urban recovery processes, aspects such as the creative cities model and the work of professionals working in the cultural industry.

Keywords: City; Commodification; Globalization; Strategic Planning; Urban Regeneration.

[1] O presente trabalho contou com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), Código de Financiamento 001.

[2] Professora da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Doutora em Linguística e Língua Portuguesa pela Universidade Estadual Paulista (UNESP). E-mail: conbelfort@gmail.com

[3] Professora da Universidade Federal do Maranhão. Doutoranda em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). E-mail: karolinydiniz@gmail.com

[4] Professora da Universidade Federal do Maranhão. Doutora em Linguística e Língua Portuguesa pela Universidade Estadual Paulista (UNESP). E-mail: ilza.galvao@ufma.br

[5] Professora da Universidade Federal do Maranhão. Doutora em Linguística e Língua Portuguesa pela Universidade Estadual Paulista (UNESP). E-mail: klautenys.guedes@ufma.br

[6] Professora da Universidade Federal do Maranhão. Doutora em Filologia e Língua Portuguesa pela Universidade Estadual Paulista (UNESP). E-mail: rozuila.lima@ufma.br

INTRODUÇÃO

As estratégias de regeneração e de revitalização urbanas que se delineiam ao longo do século XX constituem um mecanismo de manutenção de determinadas porções do espaço urbano. Elas se refletem em formas de acumulação do capital econômico através da produção de novos cenários, com a articulação entre a tradição e a modernidade, preservação e mudança. Associado à globalização econômica e às novas tecnologias da informação e comunicação, o aumento da competitividade entre as cidades resulta na transformação de locais degradados ou decadentes em territórios ou polos de lazer, comércio e consumo cultural a partir da década de 1990, em países como Austrália e Reino Unido. Novas estratégias de regeneração urbana, baseadas numa crescente culturalização das cidades, deram contorno às denominadas cidades criativas (FLORIDA, 2011), estruturadas em um planejamento estratégico que tenciona maior visibilidade e retorno financeiro, submetendo as cidades às lógicas do capitalismo pós-industrial, baseado no setor de serviços.

A temática deste ensaio gira em torno das novas matizes do planejamento urbano, por meio de uma reflexão sobre as feições que as cidades contemporâneas adquirem após intensificação das relações entre o local e o global, após intensificação do empresariamento urbano e de um crescente processo de culturalização da vida urbana. O objetivo consiste em compreender, a partir de teorias sobre as cidades, o conjunto de transformações decorrentes do capitalismo pós-industrial ou pós-moderno e a forma como ele se reflete nas novas dinâmicas de organização e consumo dos espaços urbanos. Para tanto, empregamos, metodologicamente, uma análise bibliográfica que se ancora em teorias sobre a cidade, segundo os estudos de Carlos *et al*. (2018), Harvey (2006; 2014), Castells (2009), Vainer (2007), Mongin (2009), entre outros. Justificamos este estudo considerando a importância de pensar a cidade como categoria analítica que comporta a existência humana, a práxis social e o exercício do poder político. Nessa concepção, o urbano, os lugares e os territórios configuram um campo de forças e embates entre as práticas dos atores sociais que tecem a dinâmica local e os atores hegemônicos que impõem uma lógica totalizadora e excludente.

Na seção que segue, este ensaio se propõe a pensar os espaços urbanos consoante as novas relações geradas pelo modo de produção capitalista, observando como o planejamento urbano acionou novos formatos com vistas a regeneração de áreas e zonas urbanas, seguindo a perspectiva empresarial. Nas considerações finais, ressaltamos o modelo de cidades criativas e a atuação de profissionais das indústrias culturais como exemplos dos processos de regeneração urbana que têm gerado inovações e atraído investimentos para as cidades.

REPENSANDO O ESPAÇO URBANO EM TEMPOS DE TRANSFORMAÇÕES

As cidades constituem um sistema integrado e complexo de rupturas e continuidades, mudanças e transformações (LEFEBVRE, 2011; SANTOS, 2008). Para além das especificidades geográficas ou econômicas que definem o crescimento, a tipologia e as funções de uma cidade existe um elemento subjetivo central que vem sendo considerado nas abordagens sobre os espaços urbanos: a capacidade de criação e invenção humana. Conforme observa Carlos *et al*. (2018, p. 121), o espaço urbano, antes visto como "palco da atividade humana passa a ser analisado enquanto produto histórico e social, desigual e contraditório, lugar privilegiado das lutas de classes e movimentos sociais."

A autora advoga a necessidade de pensar os atores/sujeitos que produzem o urbano como agentes do processo de produção de uma identidade, da sua materialidade espacial e condições de existência. Seus apontamentos indicam a existência de uma dialética na relação homem-espaço; há um vínculo estreito entre os agentes produtores e o espaço. Essa perspectiva encontra sustentação na obra de Lefebvre (2013), cujas análises nos direcionam ao entendimento de que o espaço urbano é formado por objetos materiais e pelas relações sociais, ou seja, pela prática social, sendo fruto das ações humanas e resultado dos processos históricos e sociais:

> [...] El espacio es un *producto social*. No se plantea pues como mero hecho de la naturaliza modificada ni como resultado de una cultura, sino del *producto* de una segunda naturaliza (la sociedad urbana) que es y ala nuestra - y como producto no hace referencia a un simple objeto o cosa, sino a un conjunto de relaciones" (LEFEBVRE, 2013, p. 47).

Nas suas teorizações sobre a cidade, o autor aborda a tríade vivido-percebido-concebido como dimensões intrínsecas ao espaço urbano, buscando a partir dela o entendimento acerca da complexidade da dinâmica urbana, em termos do movimento dialético e dos tensionamentos existentes entre esses espaços. Ressaltamos o olhar marxista e dialético que Lefebvre (2013) adota ao examinar a complexidade da cidade, o qual nos traz importantes reflexões no que se refere à divisão social do trabalho, às contradições e desigualdades que são inerentes às formas de uso, apropriação e ocupação dos espaços.

Visão semelhante pode ser encontrada em Mongin (2009), quando trata de espaço em termos das experiências coletivas; nesta visão, o espaço é praticado, vivido e dinâmico, moldado a partir dos interesses e das intencionalidades dos diversos atores sociais. Viver o urbano remete, segundo o autor, à experiência da pluralidade, mas também a da política, participação, igualdade e conflitos. Já Castells e Borja (1996) pensam a cidade como território que concentra ao mesmo tempo um agrupamento humano (lócus concentrador de diversas atividades) – espaço simbiótico entre o poder político e a sociedade civil

– e simbólico, que integra culturalmente, confere sentido de identidade coletiva e possui valor de marca, abrigo de respostas possíveis em termos econômicos, políticos e culturais, o que nos leva a concordar com Alves *et al*. (2022, p. 120), para quem "o espaço urbano deve ser pensado enquanto constituinte de sentidos e cultura".

Desse modo, e com base também nas concepções de espaço geográfico e território alinhavadas por Milton Santos (2008), podemos pensar os espaços urbanos tanto pelos seus elementos fixos, estacionários, que formam a paisagem e a ambiência urbana – monumentos, equipamentos urbanos, estruturas de bens e serviços – quanto pelos elementos móveis, uma vez que por meio e através deles observam-se constantes fluxos de relações sociais e culturais, circulação de bens simbólicos, trânsito de visitantes e manifestações culturais. Esse conjunto de elementos convive dialeticamente tornando o espaço urbano dinâmico e polissêmico.

No final do século XX, sucessivas transformações ocasionaram o aumento do intercâmbio de informações em virtude das inovações tecnológicas e de uma maior interdependência econômica entre as estruturas locais/regionais e globais, com reflexos no planejamento e gestão urbanos (BORJA; CASTELLS, 1997). A globalização da economia e o paradigma informacional implicaram novas relações e novos fluxos, processos de conexão das cidades nos circuitos de comunicação e o adensamento de atividades nos setores de comércio e de serviços.

Conforme enuncia Hall (1995, p. 24), as cidades mundiais ou globais:

> [...] são cidades que os negócios consistem principalmente na produção especializada de serviços informacionais, tais como serviços financeiros, serviços de mídia, serviços em educação e saúde e turismo, incluindo negócios de turismo [...] também realizam funções de baixa ordem em áreas mais restritas, notavelmente no nível nacional. Elas também perderam certas funções durante os anos 1970 e 1980, uma ou outra para sua própria periferia ou para o exterior; consequentemente, elas têm exibido o paradoxo da perda substancial de empregos em setores tradicionais como manufatura, manejo de mercadorias e serviços rotineiros, e reúne amplamente outros como serviços financeiros e serviços especializados de negócios.

De acordo com Castells (2009), o aumento da internacionalização da economia inseriu as diversas regiões numa lógica de espaços de fluxos. A economia que emerge no último quartel do século XX é simultaneamente informacional e global. Informacional porque a produtividade e a competitividade dependem da capacidade dos agentes de aplicar a informação para gerar conhecimentos; global posto que há o predomínio das atividades de consumo e circulação em escala global e se estrutura por meio de redes empresariais.

Nas suas análises, a economia informacional não suplantou a economia industrial, mas constitui um novo paradigma tecnológico no qual o capital se torna cada vez mais móvel, fluido. Harvey (2006)

já havia assinalado que nesse momento histórico há a passagem do fordismo para uma acumulação flexível do capital, com repercussões nas formas de produção e organização das cidades.

Essa visão aproxima-se também de Brenner (2018), para quem os fluxos acelerados de pessoas, mercadorias, capitais e identidades ocasionam processos de desterritorialização, nos quais as relações sociais estão cada vez mais descentradas dos lugares e territórios e passam a operar numa escala sub e supranacionais. Para o referido autor, a globalização constitui um processo dialético contraditório e ambivalente, numa compressão espaço-tempo que não está isenta de conflitos.

Esse período, considerado por muitos teóricos como pós-industrial ou pós-moderno, "celebra a diferença, a efemeridade, o espetáculo, a moda e a mercadificação de formas culturais" (HARVEY, 2006, p. 148). Uma destas engrenagens diz respeito à competitividade urbana. O acirramento da concorrência e da competitividade estende-se dos países e empresas e passa a abranger os lugares. Consequentemente, novas formas de planejamento e de gestão urbana florescem com a denominação de planejamento estratégico voltado para as demandas do mercado globalizado.

Hall (1995) situa a década de 1970 como o momento histórico no qual o urbanismo adotou uma nova vertente, substituindo o controle do crescimento urbano para encorajá-lo como sinônimo de produção de riquezas. A falência da política keynesiana desencadeou uma severa crise econômica, tanto nos Estados Unidos quanto na Inglaterra, o que culminou em uma abertura das práticas urbanísticas junto às forças do mercado. A partir da experiência norte-americana em cidades como Boston e Baltimore, o termo revitalização urbana passou a circular nos centros políticos de decisão, orientando as estratégias de regeneração econômica de áreas decadentes.

Desse modo, áreas degradadas cederam lugar a espaços de efervescência cultural, com equipamentos culturais e atividades específicas, tais como lazer, compras e habitação, promovidas pelo setor público em parceria com a iniciativa privada. Assim, o planejador urbano adquire funções típicas do empreendedor, "[...] o guarda-caça transformava-se em caçador furtivo" (HALL, 1995, p. 407) e a cidade industrial, decadente, tornou-se, a partir de então, uma "cidade-palco", ou nas palavras de Brenner (2018), "cidades abertas". Implica dizer que a cidade está inserida em um processo complexo e numa teia de relações bastante diversa (MARQUES, 2023).

A partir das análises de Hall (1995), constatamos que no cenário pós moderno, a cultura ganhou centralidade nas propostas urbanísticas, articulada ao capital econômico e financeiro globalmente disseminado. Os elementos culturais tornam-se valores estratégicos utilizados pelo *city marketing* na promoção das cidades e para a projeção de seus atributos socioculturais e ambientais.

Vale ressaltar, ainda, que

> In recent decades, many cities have changed and adapted to the new times and governance trends. In this space, which has always been a meeting place for old and new paradigms, historical ideologies have determined urban functions and representations according to the intentions of the different rulers. [...] In contemporary urban spaces, actors of different nature (public and private) coexist, competing in a continuous promotion of the city in line with what is required by the glocal ideology. On the other hand, culture (and its multiple expressions) has taken centre stage and has become one of the decisive elements for urban economic and social development and identity. In this way, cultural policies have taken hold, contributing to a local and entrepreneurial turn in the urban context (LOPEZ, 2022, p. 32).

Tomando por base esse novo delineamento, observamos que potencializaram-se as iniciativas de regeneração, renovação e revitalização das áreas centrais das cidades, tanto em nível internacional, como nacional. Os tecidos urbanos considerados decadentes, mas que possuíam uma localização privilegiada e dotada de infraestrutura, poderiam ser revigorados, dinamizando a oferta de renda e emprego no sentido de criar uma fonte de recursos adicionais para as cidades, além de ser parte integrante das estratégias de valorização da identidade do lugar.

Em decorrência, os planos estratégicos, programas e projetos implicaram processos de gentrificação de áreas degradadas como alternativas para dinamizar a economia e elevar a qualidade de vida e o bem-estar das populações. Tal modelo vem sendo disseminado na América Latina e no Brasil tendo como exemplo a experiência de Barcelona (CASTELLS; BORJA, 1996; VAINER, 2007).

Castells e Borja (1996) chamam a atenção para o fato de que neste momento as cidades transformam-se em atores políticos, engendrando negociações e articulações entre os diversos agentes econômicos urbanos com o objetivo de inserir-se em espaços globais e solucionar as demandas sociais diversas, tais como a renovação da base econômica, infraestrutura urbana, qualidade de vida e integração social.

Nessas articulações protagonizadas por cidades europeias e latino-americanas, o planejamento estratégico abrangeu a captação de eventos como os Jogos Olímpicos de 1994 em Barcelona (Espanha) e a obtenção de títulos de destaque, a exemplo de capital cultural europeia, concedida a Lisboa (Portugal), no ano de 1994. Outras cidades como Glasgow (Escócia) e Manchester (Estados Unidos) direcionaram as estratégias de modernização das suas infraestruturas com base na oferta cultural, como exposições, festivais, e como sedes de importantes eventos em nível internacional (CASTELLS; BORJA, 1996).

Os projetos de transformação urbana, conforme defendem os autores, revelam-se num somatório de três fatores: i) a sensação de crise aguda pela conscientização da globalização da economia; ii) a negociação entre os atores urbanos, públicos e privados, e a geração de liderança local (política e cívica); e iii) a vontade conjunta e o consenso público para que a cidade dê um salto adiante, tanto do ponto de vista físico como econômico, social e cultural (CASTELLS; BORJA, 1996, p. 156).

Os modelos de renovação ou de revitalização urbana adotados nos países ditos subdesenvolvidos que se acentuam a partir da década de 1990 atendem a um anseio neoliberal (VAINER, 2007) fundamentado no conceito tradicional de desenvolvimento predominantemente econômico, escapando aos benefícios e oportunidades sociais de forma igualitária para as comunidades que vivem nos espaços urbanos e para além deles. Este mecanismo mantém muitos locais atrelados a lógica periférica, como do capitalismo, submetidos às perspectivas neoliberais.

Inserido neste contexto, o modelo de cidades criativas, por exemplo, articula a cultura e a economia como vetores estratégicos para o desenvolvimento urbano e se baseia no estímulo ao empreendedorismo criativo tendo em vista a oferta de produtos e serviços de alta rentabilidade mercadológica, atração de investimentos e de profissionais que possam fortalecer a imagem da cidade e conferir-lhe níveis de competitividade crescente. Assim, podemos dizer que the creative city is shaped by many factors, including the combined capacity to be economically efficient and emotionally appealing (MONTALTO *et al*., 2023). Nas palavras de Harvey (2006, p. 55), "acima de tudo, a cidade tem que parecer como lugar inovador, excitante, criativo e seguro para viver, visitar, para jogar ou consumir".

Nas sociedades globalizadas e informacionais, ocorre um deslocamento do foco da produção econômica das atividades tradicionais relacionadas às indústrias para as atividades associadas ao conhecimento, à criatividade, às capacidades e habilidades empreendedoras e às capacidades de gerar inovações. As atividades que carregam conteúdos culturais e simbólicos deram ênfase nas indústrias culturais e criativas (FLORIDA, 2011).

Em linhas gerais, no campo da economia criativa convergem, transitam e dialogam diferentes atores sociais: gestores públicos e privados, *designers*, produtores culturais, artistas, arquitetos, sendo assim, sua dinâmica envolve diversos elementos relacionados à cultura, ao comércio e a tecnologia. No que concerne ao planejamento urbano, a crescente valorização da cultura como vetor de vitalidade e regeneração de porções do território origina o conceito de cidades criativas, caracterizadas por aglutinar atividades e práticas culturais e artísticas diversificadas, destacando-se a publicidade, as artes, a arquitetura, o *desing,* a moda, o artesanato, o cinema, a música, entre outros.

Na concepção de Florida (2011, p. 21), "[...] nossa vida e sociedade passaram a ecoar um 'éthos' criativo". Éthos é "o espírito ou natureza fundamental de uma cultura. É o nosso compromisso com a criatividade em suas múltiplas facetas que forja o espírito da nossa era", ressaltando a importância da criatividade como importante insumo criador de valor para as economias. Diante da recuperação de bairros e zonas decadentes, os setores criativos passaram a ser valorizados devido ao seu potencial de

captação de investimentos transnacionais, tornando-se o alicerce dos processos de renovação urbana, notadamente nos anos 1990.

Nesse percurso, Florida (2011) argumenta que uma cidade cosmopolita torna-se capaz de atrair indivíduos criativos, tais como cientistas, engenheiros, artistas, músicos, designers, profissionais das áreas de saúde e de direito. Por meio da classe criativa, ocorre um entrelaçamento entre economia e espaço urbano, na medida em que ela promove a interação de culturas e ideias. Essa classe criativa gera inovações e desenvolvimento socioeconômico, tendo por base três condições essenciais: tecnologia, talento (classe criativa) e tolerância (abertura à diversidade) – os denominados 3Ts.

A disseminação de *cases* ou modelos de sucesso torna as cidades criativas importantes referências para o planejamento urbano contemporâneo, cada vez mais associado ao planejamento estratégico. Esse movimento trouxe também novas relações entre o centro e a periferia das cidades. A consolidação deste modelo implica novas formas de apropriação da cidade a partir da perspectiva empresarial e globalizada, orquestrada por agências e instituições multilaterais, o que pressupõe a atenuação de conflitos e das formas de exercício da cidadania.

Nessa concepção, a cidade adquire a forma de mercadoria, cidade-objeto, empresa, e enquanto tal possui objetivos explícitos: competir pelo investimento de capital, tecnologia e competência gerencial; atrair novas indústrias e negócios; adquirir competitividade em termos de preço e qualidade dos serviços e dispor de potencial de captação e retenção de uma força de trabalho adequadamente qualificada.

Seguindo esse direcionamento "[...] *A parceria público-privada* assegurará que os sinais e interesses do mercado estarão adequadamente presentes, representados, no processo de planejamento e de decisão (VAINER, 2007, p. 87, destaque do autor). Assim, na prática, as intervenções que se seguem transformam os lugares e os territórios em produtos para fins de atração de empresários, investidores e de turistas/visitantes interessados nas experiências que a cidade-empresa poderá proporcionar.

Ainda segundo Vainer (2007), redefinem-se os conceitos de poder público e cidade, na medida em que a cidade se transforma em sujeito/ator econômico, negando a sua condição de espaço político; as suas dinâmicas passam a operar numa nova racionalidade mediante a associação com grupos empresariais privados, excetuando-se os "segmentos de escassa relevância estratégica", nesse caso, os moradores de regiões revitalizadas.

Arantes (2007) observa que esses processos caracterizam-se por trocas desiguais simbólicas, tais como a manipulação de linguagens simbólicas de exclusão e habilitação *(entitlement)*, a promessa de empregos e negócios promovidas pela habilidade dos *"place entrepeneurs"* e a aliança com o Terceiro Setor. Na maioria dos modelos de regeneração urbana com base cultural, as populações desfavorecidas

são alijadas do processo, sendo remanejadas para outros locais como medidas de higienização dos espaços.

Promovem-se, desta forma, uma segregação espacial e a demarcação de áreas para o deleite ou desfrute de determinados grupos sociais. Além da valorização do aspecto visual e estético dos bairros e zonas que se requalificaram como espaços criativos, fenômeno denominado de gentrificação ou enobrecimento, destacamos o aumento da especulação imobiliária como parte integrante desse processo.

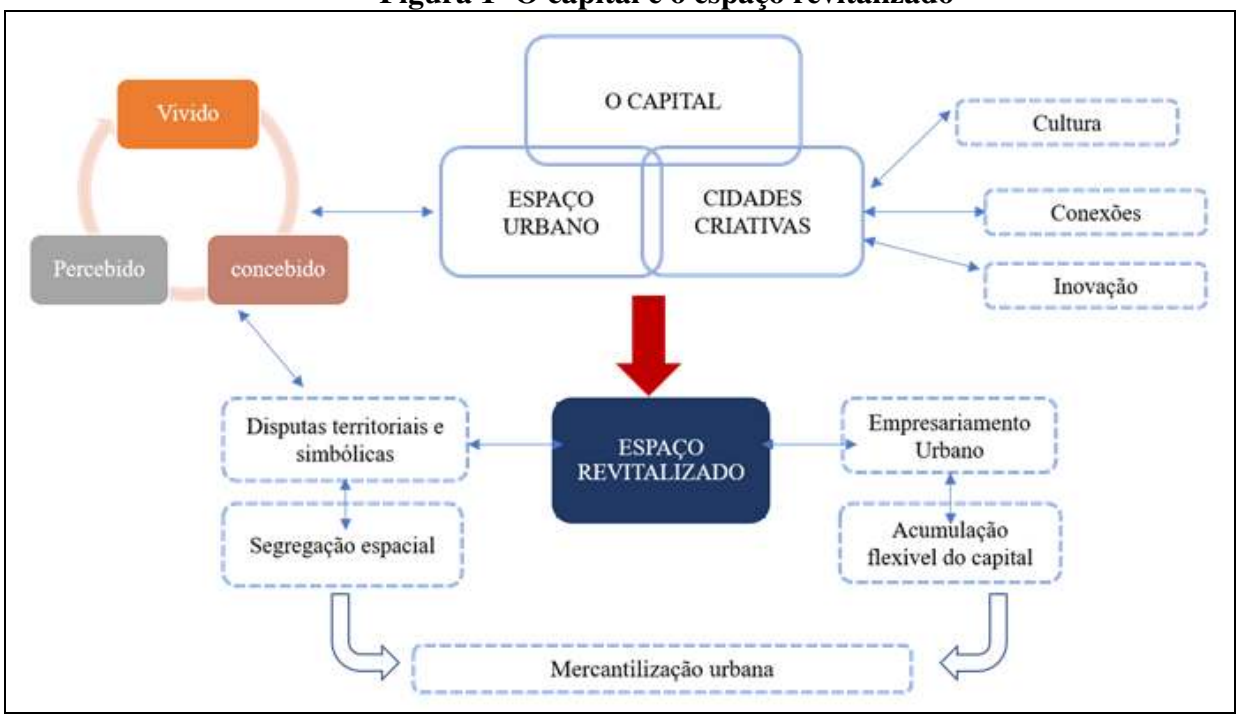
Nessa direção, podemos inferir, com base nas considerações de Harvey (2006) sobre a aceleração do tempo-espaço e a acumulação do capital nos territórios, que as cidades contemporâneas promovem projetos urbanos com o objetivo de disseminar uma imagem positiva no mercado e que a arquitetura assume um caráter espetacularizado no intuito de atrair capital e pessoas:

> O resultado, naturalmente, é dar a impressão de que a cidade do futuro será uma cidade apenas de atividades de controle e comando, uma cidade informacional, uma cidade pós-industrial, em que a exportação de serviços (financeiros, informacionais, produção de conhecimento) se torna a base econômica para a sobrevivência urbana (HARVEY, 2006, p. 177).

Evidenciamos que a aceleração do tempo e do espaço é operacionalizada a partir de investimentos públicos e privados em determinados fatores de produção – infraestrutura urbana, alocação de equipamentos culturais e de lazer, entre outros – que tornam possível a apropriação dos espaços e a criação de uma ambiência que gera valor a ser distribuído no mercado. O retorno ao passado perdido, propagado pelo marketing institucional e turístico, o remanejamento da população empobrecida que habita essas áreas para localidades mais distantes e a possibilidade de manutenção do *status quo* daqueles que transitam no espaço renovado pelo capitalismo são alguns dos fatores que colaboram para a lógica empreendedora que culmina na mercantilização dos espaços. Tais relações foram esquematizadas na figura 1, esta que é apresentada na página seguinte.

Observamos, a partir da discussão proposta pelos autores, que os modelos cooptados por agências e investidores internacionais mantêm os locais atrelados à periferia do capitalismo com a adaptação de modelos que não contemplam as realidades e dinâmicas locais, como por exemplo os modelos de cidades criativas, cidades inteligentes, cidades sustentáveis, entre outros. Ressaltamos que o turismo, conforme apontam Harvey (2006) e Britton (1982), faz parte dessa engrenagem, contribuindo para a reprodução do modelo, tal como o de cidades criativas que se espalhou pelas regiões do Brasil a partir da década de 1990.

Figura 1- O capital e o espaço revitalizado



Fonte: Elaboração própria.

Diante da crescente articulação entre o processo de globalização, a dinâmica das cidades e as estratégias para a manutenção da reprodução do capital, a inserção das cidades orientadas no mercado de competição interurbana e orientada ao empresariamento urbano negligenciam a resolução dos problemas locais e voltam-se para a engrenagem global de reprodução do sistema capitalista na medida em que:

> [...] O que está em jogo é o poder do capital simbólico coletivo, isto é, o poder dos marcos especiais de distinção vinculados a algum lugar, dotados de um poder de atração importante em relação aos fluxos de capital de modo mais geral (HARVEY, 2006, p. 233).

Ampliando a discussão e evocando o direito à cidade de Henri Lefebvre (2011), Brenner (2018, p. 197) argumenta que os megaprojetos urbanos de *place-making* legitimam as contradições sociais e espaciais das cidades do século XXI e não contribuem para a emergência de um urbanismo efetivamente orgânico, genuíno, democrático e alinhado às demandas sociais de acesso ao espaço público:

> [...] A "cidade aberta" se transforma, assim, numa ideologia que mascara, ou que talvez simplesmente suavize as abordagens *top-down* do planejamento urbano, a governança orientada pelo mercado, a exclusão e as remoções em jogo durante e após o redesenho desses espaços supostamente "revitalizados" (BRENNER, 2018, p. 197).

Partimos de uma compreensão ampla sobre o planejamento e renovação de áreas urbanas, aqui entendidos como um conjunto de ações e estratégias de revigoramento e de busca pela vitalidade das

cidades, contemplando aspectos sociais, econômicos, culturais e físico-territoriais, através de variados mecanismos de controle e fomento dos processos urbanos. A revitalização não se refere apenas à manutenção de áreas consideradas relevantes ao tecido social, conservando sua integridade física, mas atua, sobretudo, no sentido de inseri-las na dinamicidade urbana, revestindo-as de novos valores e possibilitando a sua incorporação à vida contemporânea.

É importante refletir sobre o fato de que las políticas de regeneración creativa tienen por objetivos la creación de distritos culturales como promotores centrales del desarrollo económico, cultural y social en las zonas más relegadas de las ciudades (ZARLENGA, 2022, p. 13).

Neste caso, a revitalização articula-se ao direito à cidade numa perspectiva mais ampla, entendido como "esforço coletivo da sociedade e a formação de direitos políticos ao redor de solidariedades sociais" (HARVEY, 2006, p. 10). O autor entende que o direito à cidade se revela numa proposta de mudanças e de reinvenção dos espaços urbanos, à semelhança do que havia proposto Lefebvre (2011), ao argumentar que o direito à cidade "só pode ser formulado como direito à vida urbana transformada, renovada" (LEFEBVRE, 2011, p. 118).

Inspiramo-nos também nas reflexões propostas por Castells e Borja (1996) ao tratarem de processos participativos e da pactuação urbana com amplo consenso social, os quais devem direcionar os Projetos de Cidade ou de região baseados num Planejamento Estratégico. O maior impacto da integração entre os agentes públicos e privados seria a reconstrução do sentido de cidade e do território diante da perda de consciência dos limites, da falência de ideologias que engendram projetos coletivos, e da necessidade de se reestabelecer os nossos sistemas de convivência.

Seguimos o entendimento de Harvey (2006), ao enfatizar que quando pensamos o tipo de cidade que queremos, esta não pode estar destituída dos laços sociais, da relação com a natureza, dos estilos de vida, tecnologias e valores estéticos. Com isso, o autor reitera que o direito à cidade se pauta na coletividade, participação social e cidadania.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente ensaio teórico consistiu num esforço analítico para se pensar os espaços urbanos diante das novas relações engendradas pelo modo de produção capitalista. Procuramos discutir a forma como o planejamento urbano incorporou, ao longo do século XX, novos ditames nos processos de regeneração de áreas e zonas urbanas, seguindo a perspectiva empresarial.

Em face destes objetivos, as nossas análises foram construídas a partir das contribuições de autores pertencentes a diferentes escolas de pensamento, mas que convergem no sentido de buscar

soluções e respostas para as novas demandas de produção e consumo dos espaços no interior das redes globais que caracterizam o cenário pós-industrial ou pós-moderno. Assim, iniciamos o nosso percurso pelo entendimento da categoria espaço urbano, tecendo um diálogo entre a perspectiva geográfica e a materialista-dialética. Ambas as perspectivas concordam que as cidades devem ser problematizadas tendo em vista as relações sociais, a *práxis* humana, a articulação entre as estruturas espaciais e os fluxos promovidos por diferentes atores sociais.

Em seguida, abordamos como a globalização econômica impactou o gerenciamento das cidades no contexto da pós-modernidade, considerando a proeminência do setor de prestação de serviços, a importância da informação e o conhecimento para as sociedades que emergiram no século XX. Neste trabalho, demos ênfase ao denominado planejamento estratégico, iniciado nos Estados Unidos, que se difundiu para as diversas regiões, promovendo o empresariamentto urbano e, consequentemente, a reorganização dos espaços citadinos sob a lógica do capitalismo neoliberal.

Como exemplos recentes dos processos de regeneração urbana de base cultural, destacamos o modelo de cidades criativas, a atuação dos profissionais das indústrias culturais que geram inovações e atraem investimentos para as localidades, transformando as cidades pós-industriais em cidades-espetáculo e cidades-mercadoria. Trouxemos ainda uma breve reflexão sobre os impactos decorrentes destas intervenções e a necessidade de garantir aos cidadãos oportunidades de se beneficiarem dos espaços revitalizados.

Pretendemos contribuir para o aumento dos debates sobre o planejamento urbano, o *city marketing* e a culturalização da vida urbana segundo um olhar crítico e reflexivo sobre as ações humanas que incorporam novas racionalidades nos modos de organização, produção e consumo dos espaços no cenário contemporâneo.

REFERÊNCIAS

ARANTES, O. B. F. “Uma estratégia fatal – A cultura nas novas gestões urbanas”. *In*: ARANTES, O. B. F.; VAINER, C. V.; MARICATO, E. (orgs.). **A cidade do pensamento único**: desmanchando consensos. Petrópolis: Editora Vozes, 2007.

ALVES, A. F. S. *et al*. “´Diz em que cidade que você se encaixa, cidade alta ou cidade baixa?´: gentrificação e a população em situação de rua de Salvador/BA”. **Boletim de Conjuntura (BOCA)**, vol. 4, n. 12, 2022.

BORJA, J; CASTELLS, M. **Local y Global**: La Gestión de las Ciudades en la Era de la Información. Madrid: Taurus, 1997.

BRENNER, N. **Espaços de Urbanização**: o urbano a partir da Teoria Crítica. Rio de Janeiro: Editora Letra Capital, 2018.

BRITTON, S. "The Political Economy of Tourism in the Third World". **Annals of Tourism Research**, vol. 9, n. 3, 1982.

CARLOS, A. F. A. *et al*. (orgs.). **Geografia Urbana Crítica**: Teoria e Método. São Paulo: Editora Contexto, 2018.

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 2009.

CASTELLS, M; BORJA, J. "As cidades como atores políticos". **Novos Estudos CEBRAP**, n. 45, 1996.

FLORIDA, R. **A ascensão da classe criativa**. Porto Alegre: Editora LP&M, 2011.

HALL, P. **Cidades do amanhã**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1995.

HARVEY, D. **Produção Capitalista do Espaço**. São Paulo: Editora Annablume, 2006.

HARVEY, D. **Cidades Rebeldes**: Do direito à cidade à revolução urbana. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2014.

LEFEBVRE, H. **Direito à Cidade**. São Paulo: Editora Centauro, 2011.

LEFEBVRE, H. **La Producción del espacio**. Madrid: Capitán Swing, 2013.

LOPEZ. L. "The City of Culture: a chronicle of change foretold". **Il Capitale Culturale: Studies on the Value of Cultural Heritage**, n. 25, 2022.

MARQUES, W. R. "A metamorfose espacial da ilha de São Luís do Maranhão: olhares da sociologia urbana sobre a cidade". **Boletim de Conjuntura (BOCA)**, vol. 14, n. 40, 2023.

MONGIN, O. **A Condição Urbana**: A cidade na era da globalização. São Paulo: Editora Estação Liberdade, 2009.

MONTALTO, V. *et al*. "Are cultural cities always creative? An empirical analysis of culture-led development in 190 European cities". **Habitat International**, vol. 132, 2023.

SANTOS, M. **Manual de Geografia Urbana**. São Paulo: Editora da USP, 2008.

VAINER, C. B. "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: Editora Vozes, 2007.

ZARLENGA, M. "Políticas de regeneración urbana a través de la cultura en ciudades latino-americanas". **Eure**, vol 48, n. 144, 2022.



BOLETIM DE CONJUNTURA (BOCA)

Ano V | Volume 15 | Nº 43| Boa Vista |2023

http://www.ioles.com.br/boca

Editor chefe:

Elói Martins Senhoras

Conselho Editorial

Antonio Ozai da Silva, Universidade Estadual de Maringá

Vitor Stuart Gabriel de Pieri, Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Charles Pennaforte, Universidade Federal de Pelotas

Elói Martins Senhoras, Universidade Federal de Roraima

Julio Burdman, Universidad de Buenos Aires, Argentina

Patrícia Nasser de Carvalho, Universidade Federal de Minas Gerais

Conselho Científico

Claudete de Castro Silva Vitte, Universidade Estadual de Campinas

Fabiano de Araújo Moreira, Universidade de São Paulo

Flávia Carolina de Resende Fagundes, Universidade Feevale

Hudson do Vale de Oliveira, Instituto Federal de Roraima

Laodicéia Amorim Weersma, Universidade de Fortaleza

Marcos Antônio Fávaro Martins, Universidade Paulista

Marcos Leandro Mondardo, Universidade Federal da Grande Dourados

Reinaldo Miranda de Sá Teles, Universidade de São Paulo

Rozane Pereira Ignácio, Universidade Estadual de Roraima