



SESSÃO - 03

3. POLÍTICAS CULTURAIS NA PRODUÇÃO DO CENTRO DA METRÓPOLE LATINO-AMERICANA: SÃO PAULO, BUENOS AIRES E RIO DE JANEIRO EM PERSPECTIVA COMPARADA

*Julio Cesar Ferreira Santos**
*Francisco Aragão Azeredo***

Resumo

A (re)produção das metrópoles para a venda no mercado mundial ocorre através da produção de novas formas espaciais associadas à urbanização contemporânea. Neste movimento, realizam-se reestruturações urbanas de acordo com novas estratégias que apontam para a produção do centro urbano, ora em deterioração, como “nova” centralidade. Na prática, políticas públicas voltadas à revitalização de centros urbanos atuam sob o discurso culturalista, aparecendo como instrumentos articulados pelo Estado para a superação das barreiras existentes à valorização do valor e à circulação do capital. Nosso objetivo é discutir os termos nos quais o processo de (re)produção do espaço urbano ocorre atualmente nos centros metropolitanos em foco. Temos então como hipótese o seguinte: esses empreendimentos apoiados em um “álibi” cultural – que criam marcos nas novas paisagens de poder e de dinheiro que se constituem em São Paulo, em Buenos Aires e no Rio de Janeiro – são elementos-chave para decifrar a mudança estrutural pela qual passamos atualmente e, particularmente, um novo momento da urbanização latino-americana.

Palavras chave: Políticas culturais; Estado; Centro; Metrópole; Revitalização urbana

Resumen

La (re)producción de las metrópolis para la venta en el mercado mundial tiene lugar a través de la producción de nuevas formas espaciales asociadas con la urbanización contemporánea. En este movimiento, se realizan reestructuraciones urbanas celebradas en conformidad con las nuevas estrategias que están destinadas a producir el centro urbano, ahora en deterioro, como “nueva” centralidad. En la práctica, políticas gubernamentales orientadas a la revitalización de centros urbanos operan bajo el discurso culturalista para superar las barreras existentes a la apreciación del valor y la circulación del capital. Nuestro objetivo es discutir las condiciones en que el proceso de (re)producción del espacio urbano se encuentra actualmente en los centros metropolitanos en el enfoque. A continuación, la hipótesis de que: los proyectos apoyados por una “coartada” cultural – que crean puntos de referencia en los nuevos paisajes de poder y dinero que están en Sao Paulo, Buenos Aires y Río de Janeiro – son la clave para descifrar el actual cambio estructural, y en particular una nueva era en la urbanización latinoamericana.

Palabras clave: Políticas culturales; Estado; Centro; Metrópoli; Revitalización urbana

* Mestre em Geografia Humana (USP) e Professor dos cursos de Geografia, História e Publicidade e Propaganda da Universidade de Santo Amaro (UNISA).

** Mestre em Geografia (UERJ) e Professor do Instituto Federal do Rio de Janeiro (IFRJ).



Cultura, Política e Economia na América Latina no contexto da Globalização

Introdução

O espaço é fundamental como possibilidade de reprodução do capital, das relações sociais de produção e de realização das estratégias do Estado, resultando em uma prática social produzida com base em processos contraditórios. Neste sentido, o capital possui capacidade de atenuar (ou mesmo resolver) suas contradições internas produzindo o espaço, pois este é hoje força produtiva capaz de realizar a acumulação de capital por meio de sua produção.

Logo, a metrópole capitalista só pode se expandir através da reprodução econômica e espacial. Contudo, há óbices a essa reprodução. Nas áreas centrais, por exemplo, a propriedade privada torna-se um impeditivo revelando, então, uma contradição, posto que a propriedade é, igualmente, condição e obstáculo à reprodução. O fenômeno da “raridade do espaço” aparece como produto do processo de reprodução do espaço ao mesmo tempo em que o espaço se torna obstáculo à sua própria reprodução (CARLOS, 2000), levando o capital a criar alternativas dentro da reprodução através da produção de novos espaços. É o mecanismo que produz a raridade que aumenta os lucros. Consideramos que a produção de uma mercadoria interessa apenas pelo trabalho que se tem em produzi-la, ou seja, toda raridade é

programada. Produzida intencionalmente, a raridade mantém o espaço valioso. A reprodução do espaço urbano revelaria o movimento contraditório da reprodução da lógica do capital.

Fato é que a necessidade de expansão da imobilização de capital contrasta de modo inequívoco com a densa ocupação do solo urbano tipificada na área central. Há que se produzir novos espaços para a realização dos novos setores da economia contemporânea, como o terciário moderno, com destaque para a financeirização do mercado imobiliário. A desvalorização (esvaziamento da centralidade) de parcelas do centro da cidade (e sua “necessidade de revitalização”), bem como o surgimento de centralidades pelo espaço urbano (funcionalmente especializadas) aparecem como produções deste momento. O processo responde, então, pela transformação de fragmentos da cidade de modo a produzir novas centralidades. Estas são produzidas no seio da constituição de uma economia financeira, cujos fluxos acompanham e reproduzem a globalização.

A Revitalização Urbana no Processo de Reprodução do Espaço

Diante das novas necessidades da reprodução do capital, as novas formas criadas dizem respeito à flexibilização da imobilidade da propriedade (MIELE, 2007; VOLOCHKO, 2007), assim como





Cultura, Política e Economia na América Latina no contexto da Globalização

à refuncionalização de antigas áreas da metrópole através de projetos de revitalização urbana (para o consumo turístico, residencial, “cultural”, etc). Essas iniciativas representam momentos distintos da (re)valorização do espaço, condensando no âmago do processo o desenvolvimento do espaço como mercadoria, fragmentando a metrópole e elevando algumas parcelas a produtos vendidos em um mercado mundial (SÁNCHEZ, 2003). Para que esse movimento se realize, uma nova relação entre o espaço e o Estado favorece a valorização e a produção de infraestrutura necessária à reprodução do capital. Aqui reaparece a questão do papel do Estado na superação dos obstáculos à reprodução econômica.

Propomos, assim, aprofundar a análise da relação entre o Político e o econômico para a reprodução do espaço urbano. Como um dos pontos de partida, buscamos expor o momento da reprodução do espaço hoje, refletindo estratégias comuns aplicadas a alguns fragmentos das áreas centrais metropolitanas a fim de encontrar *novas* contradições no que tange ao fenômeno da deterioração nas áreas centrais e as tentativas de revitalizá-las. Deparamo-nos, assim, com o par contraditório deterioração-revitalização inserido no processo histórico-geográfico valorização – desvalorização – revalorização. Articular a contradição ao referido processo em uma perspectiva de análise tornou-se desafio fundamental para as

descobertas e conclusões deste trabalho.

Nesta análise, consideramos o movimento de desvalorização *relativa* do espaço como produto da lógica do capital de deslocamento igualmente *relativo* das funções centrais da cidade. Aqui, apontamos o movimento de deterioração-revitalização como uma contradição e não como desequilíbrio.

Diante da generalização da propriedade privada no espaço e da consolidação de uma paisagem construída pelo capital como coleção de valores de uso balizadores da acumulação, torna-se fundamental a realização do capital através do processo de trabalho na produção do espaço. Isso garante a realização de relações que permitam a circulação do capital imobilizado, desfazendo restrições físicas à reprodução econômica. Assim, o capital não-realizado se destaca e será justamente através do entendimento da distinção entre destruição de capital, valorização/desvalorização e deterioração que encontraremos a valorização do valor e a particularidade da produção do espaço-mercadoria. Compreender como os capitalistas e o Estado atuam no sentido de superar as barreiras à realização do capital está posto aqui, incluindo a construção de discurso mercantil. Para isso, indicamos a revitalização urbana como momento importante para o desenvolvimento capitalista e superação de contradições.





Cultura, Política e Economia na América Latina no contexto da Globalização

Articulada pelo Estado, a revitalização urbana realiza-se no plano do pensamento abstrato como ideologia; como prática social, realiza-se através da estratégia em movimento em direção à produção de um espaço que nega o anterior (às vezes parcialmente). Na área central, essa estratégia é levada a cabo por alguns projetos de revitalização que possuem como fundamentação a “cultura” como argumento responsável pela revalorização.

A instrumentalização da cultura como lógica e produto passível de consumo se realiza como o argumento oficial para a instalação de equipamentos urbanos relacionados ao setor terciário moderno da economia, bem como a recuperação da forma-aparência para o turismo (na forma de “patrimônio histórico”). Assim, revela-se o sentido do espaço hoje diante da especialização dos lugares da metrópole, reelaborados ideologicamente e materialmente para a reprodução do capital. Esse processo responde pela produção de novas morfologias espaciais que impõem novas práticas sociais.

Formulamos então como *hipótese* o seguinte: empreendimentos apoiados em um “álibi” cultural – que criam marcos nas novas paisagens de poder e de dinheiro que se constituem em São Paulo, Buenos Aires e no Rio de Janeiro – são elementos-chave para decifrar a mudança estrutural pela qual passamos atualmente e, particularmente, um novo momento

da urbanização latino-americana.

Assim, o *objeto* de nossa pesquisa consiste no estudo das revitalizações de centros urbanos, sob o discurso mercadológico culturalista, como instrumentos articulados pelo Estado e pelo capital para a superação das barreiras existentes à valorização do valor e à circulação do capital. Neste sentido, aponta-se a relação entre o Político e o econômico no processo de produção de novos espaços, utilizando-se de ideologias que ganham materialidade nas novas formas e relações engendradas na área central da metrópole.

Dessa forma, o *objetivo* é discutir os termos nos quais o processo de (re)produção do espaço urbano levado a cabo pelo Estado e pelo capital ocorre atualmente nos centros metropolitanos. Empiricamente, realiza tal objetivo através de uma comparação entre as três maiores metrópoles latino-americanas (São Paulo, Buenos Aires e, em particular, Rio de Janeiro) a partir dos fragmentos representados pelas suas respectivas áreas centrais em revitalização.

No âmbito dos projetos de revitalização propriamente ditos, procuramos entendê-los em um quadro que inclua a gentrificação e o redesenvolvimento, nos termos de SMITH (1988), como consequências possíveis a partir das iniciativas, vistas no contexto do estudo de três pro-





Cultura, Política e Economia na América Latina no contexto da Globalização

jetos de intervenção urbana: a Operação Urbana Centro (em São Paulo), a revitalização de Puerto Madero (em Buenos Aires) e o Projeto Corredor Cultural (no Rio de Janeiro). Pensamos ser relevante um estudo comparativo dessas três metrópoles a partir de suas áreas centrais, posto que se constatem semelhanças nas pautas para a gestão pública dos centros das mesmas.

As novas formas de relacionamento entre o Estado e o setor privado em prol da atração de recursos e pela potencialização da competitividade dessas cidades no mercado mundial possuem familiaridade com aquelas construídas em cidades dos Estados Unidos e da Europa. Sob esta perspectiva, as áreas centrais de importantes cidades dessas regiões apresentam notáveis exemplos de como transformações via projetos urbanos em diferentes escalas atuam de forma contundente no processo de revitalização urbana com o objetivo de promover o “espetáculo urbano”, ou seja, uma valorização exacerbada das formas arquitetônicas e dos eventos; um “cenário” marcado pela efemeridade e pela sensação de brilho excessivamente artificial.

Percebemos que se esboçava nas três metrópoles estudadas uma tendência à revalorização das áreas centrais apoiadas na generalização de um discurso culturalista. Essa tendência mostra-se mais ou menos efetivada na *prática so-*

cioespacial de acordo com a metrópole analisada; no caso de São Paulo, por exemplo, apontamos uma estratégia ainda em gestação/execução pela Prefeitura, enquanto que, no Rio de Janeiro, já há elementos cotidianos que apontam para a confirmação de nossas hipóteses, assim como em Buenos Aires. A capital porteña articula justamente a financeirização da urbanização contemporânea ao turismo cultural ensejando a constituição de um grande espaço onde se reproduz uma estratégia de venda da cidade a partir da particularidade do antigo Porto, que aparece como o catalisador de investimentos.

Consideramos as Áreas Centrais das três metrópoles como lugares em que há um pensamento abstrato acerca da cidade (realizado como ideologia) e como prática (através de uma estratégia em movimento). Essa reflexão reuniria teoria e prática no estudo dos projetos de revitalização urbana que possuem a cultura como “álibi” para sua execução. Há aqui a totalização pelo Estado, agente articulador das políticas. Desta forma, os projetos em perspectiva convergem para um ponto de união no que se refere à formulação de uma política urbana para a constituição de espaços globais.

Nas cidades, a valorização da terra pode ser tomada como expressão do conteúdo histórico da ocupação, em que se combinam um processo geral de valo-





Cultura, Política e Economia na América Latina no contexto da Globalização

rização da terra com as particularidades de cada localização específica. Localizar as especificidades através da história urbana dessas cidades nos apresentou a particularidade de uma urbanização calçada no poder político da função capital do Império, sediado no Rio de Janeiro, e o caráter dessa experiência. Da mesma forma, a especificidade do processo de industrialização em São Paulo expõe outros conteúdos. Buenos Aires diante de sua hegemonia no contexto da peculiar rede urbana argentina indica outra significação, distinta das cidades brasileiras. Localizar as intersecções através das quais Rio de Janeiro, Buenos Aires e São Paulo se encontram, como a reprodução urbana pelo modelo automobilista durante o século XX, ensaia uma aproximação em torno de uma lógica comum. A produção de novos espaços para a reprodução econômica nos coloca a orientação da urbanização capitalista em um movimento em busca da universalização de um processo.

No caso de Buenos Aires, os edifícios que compunham o antigo Puerto Madero foram refuncionalizados para abrigar atividades habitacionais, empresariais e de entretenimento próprias às necessidades da globalização. Há uma vinculação do projeto à criação de espaços destinados às empresas e aos turistas globais. A revitalização de Puerto Madero coloca-se, na década de 1990, em um processo de inserção da Argentina no

mercado mundial através da contração de empréstimos com a banca internacional e a implantação de monumentais assinadas por grandes nomes da arquitetura, por exemplo.

No caso do Rio de Janeiro, desde o início da década de 1980, executa-se uma política pública articulada institucionalmente visando à preservação de amplos espaços em pleno Centro da cidade, no escopo da defesa do “Patrimônio Histórico”. Trata-se do projeto Corredor Cultural, que cria um circuito de consumo cultural animado pelos fluxos de turistas e passantes usuários dos diversos serviços que ocupam o antigo casario oitocentista. Neste sentido, o Corredor Cultural aponta para a valorização do espaço justamente porque a induz diante da raridade do espaço que o próprio projeto garante diante da impossibilidade de alteração da forma urbana.

Para São Paulo, uma proposta de condão semelhante está sendo executada, ao menos no que se refere à relação consumidor-espaço. O circuito de estabelecimentos e atividades ligados à “Cultura” parte da Avenida Paulista (centros culturais privados ligados a bancos e subvencionados por Lei de incentivo), seguindo pela rua Augusta, Praça Roosevelt (teatros), Viaduto do Chá (Teatro Municipal, Praça das Artes), vale do Anhangabaú, São Bento e o eixo da NovaLuz, denominação para o que ainda é conhecido





Cultura, Política e Economia na América Latina no contexto da Globalização

como a “Cracolândia”, tradicional ponto de tráfico de *crack* na capital. Os elementos que apontam para a internacionalização e para a financeirização do processo (investimentos do Banco Mundial e do *BankBoston*) nos conduzem aos projetos relacionados à museificação (Pinacoteca, Museu da Língua Portuguesa), Tecnologia (editais para a atração de sedes de empresas de alta tecnologia, como a Microsoft) e “Arte” (Sala de Dança e Sala São Paulo, casa de concertos). Marcante é o fato que nos coloca perante a reprodução de modelo semelhante ao caso porteño, visto que a arquitetura de grife também está aqui neste processo no design do edifício da Sala de Dança.

A Cultura produzida como Mercadoria no Interior da Reprodução do Espaço

Em nossa análise, como momento de reflexão, apontamos um problema: a ideologia “culturalista” redundante em uma cisão, posto que instrumentalize a “cultura” como um fragmento autonomizado no âmbito das relações sociais, implicando em um produto. Trata-se de uma concepção a-histórica de cultura.

Assim, no Centro da cidade, os espaços valorizados ou em vias de valorização seriam os “lugares culturais”, recebendo atenção e investimentos prioritários porque serviriam a um propósito maior: autonomizados em relação ao contexto em que estão inseridos (a

metrópole) são elevados a uma posição “superior”, postos como “síntese” da cidade. Essa é a cidade-espetáculo. Essa é a cidade-mercadoria. Essa é a cultura-mercadoria. Tudo tornado mercadoria. Assim, através dos lugares culturais (que, por extensão, são logo alçados a lugares globais), o Estado e o capital alcançariam para São Paulo, Buenos Aires e para o Rio de Janeiro o “estatuto” de *ciudades globais*. Autonomizando lugares da cidade, no limite, autonomiza-se a própria cidade, considerada no movimento global-local como um sujeito (que negocia, que disputa, que faz guerra) e como objeto (que é vendido, que é comprado, que é trocado).

A reflexão acima nos conduz a uma outra, que julgamos a mais importante. Sabe-se que, entre os princípios atualmente propalados no contexto do debate ideologizado do “direito à cidade”, o direito à cultura aparece como um dos mais fundamentais. De fato, na medida em que a “cultura” é colocada exteriormente à sociedade, essa mesma “cultura” serve para justificar determinadas práticas políticas. Sendo a produção de cultura inata aos homens em sociedade, como delimitar o que é ou não especificamente, *objetivamente*, “cultural”? Para o Estado e o capital, essa cisão é produzida com a desconsideração da produção das classes sociais de baixo poder aquisitivo ou sua própria delimitação também em espaços específicos, que não





Cultura, Política e Economia na América Latina no contexto da Globalização

são aqueles da “cultura” aqui analisada. Ao mesmo tempo em que despolitiza, a mistificação da “cultura” contribui para a domesticação das classes médias cultas ao reafirmar a fronteira que as separa das classes populares.

Na medida em que se afirma a produção social da cultura como coletiva, afirma-se por isso mesmo que todos são igualmente aptos a produzir cultura. Ora, essa aptidão depende das relações sociais produzidas e, sendo estas mediadas pelo capital, contêm cisões no âmbito dessa produção. Neste sentido, o “direito à cultura”, sendo universal, distingue-se do interesse, pois este é sempre particular. Ora, qual o problema?

Na sociedade capitalista, a produção do espaço é hegemonicamente capitalista e, portanto, rendida aos interesses de mercado; por conseguinte, estes não são propícios às necessidades sociais, colocando para os “cidadãos” uma verdadeira contradição, pois operam como meio de acesso à “cultura”, mas esse meio é regido por imperativos privados. Em outras palavras, estamos diante de um campo público de direitos regido por campos de interesses privados. Daí o estranhamento diante da vivência parcial da cidade onde se habita, pois as relações e a memória desde já aparecem como objetivadas como “patrimônio”, participante de um sistema de trocas. Não é possível compreender a complexidade desta

abordagem da cultura sem esse jogo da diferença e da identidade objetivante.

A palavra “Cultura”, no singular e com letra maiúscula, evoca uma espécie de religiosidade baseada na Obra de Arte, que aparece como sinônimo de arte burguesa. A redução da cultura à arte representa uma violência teórico-prática.

Seguindo este raciocínio, se “cultura” significa tão somente “Arte”, então prática sindical, as lutas das minorias, o feminismo, o campesinato, a favela, etc., não fazem mais parte da cultura. Neste sentido, cultura e política estabelecem entre si uma relação de mútua exclusão. Esta (des)associação é forjada no bojo da inflexão ao neoliberalismo desde a década de 1980. A “Cultura” – com letra maiúscula, reduzida à Arte – foi transformada em bandeira econômica, subsumindo o cultural e o político: a cultura administrada substituiu a ação política (ARANTES, 1992).

Nas grandes metrópoles, paulatinamente, a Cultura foi elevada como objeto retórico, peça de discurso do Político e do Econômico em prol da reprodução em novos patamares. Sendo a política a afirmação do conflito, não haveria lugar na metrópole para a ação questionadora: a cidade-pátria era construída concomitantemente à dissolução da política na “Cultura”, da mesma forma dissolvida no econômico (VAINER, 2002). Esse





Cultura, Política e Economia na América Latina no contexto da Globalização

processo guarda uma generalização sob o império da marca (para Rio, Buenos Aires e São Paulo, respectivamente, neste caso, Lapa, Puerto Madero e NovaLuz).

“Profundamente” ideologizados, os lugares culturais escamoteiam a intenção mercadológica de venda da cidade através de uma mística: o *encantamento* da “cultura” (incluindo a “Arte”) como a improdutividade. Dotada de um *histrionismo* fundado no *city marketing*, a cultura-mercadoria não é vista como tal, é tomada como “espontânea”, quase “natural”. A economia se realizaria em espaços específicos, nos outros espaços que não sejam os “lugares culturais”. Espaços produtivos não se coadunam com a idéia do lúdico por trás da cultura/arte, o improdutivo por excelência. A “inocência” que sustenta a idéia da cultura/arte se perderia caso o pecado original da acumulação fosse revelado.

A fórmula dessa nova estratégia urbanística vale-se do marketing de cidades, da exploração dos bens culturais, da potencialização dos indicadores de qualidade de vida, das intervenções urbanas pontuais e espetacularizadas, produzindo uma construção imagética carregada de positividade.

Assim, as estratégias em voga apontam para a recuperação de áreas urbanas degradadas ou abandonadas pela indústria, de modo a trazer de

volta aos centros ou outras áreas em vias de revitalização as classes sociais com maior poder aquisitivo. Em nossa análise, consideramos essas iniciativas como estratégias que visam a eliminar a periferia (como lugar da cidade, mas também condição social) que se reproduz no Centro. Por isso, neste momento, a cultura é apropriada como produto e lógica potencializada por uma ideologia desenvolvimentista, reflexão que vai ao encontro de ARANTES (2002, p.31), quando afirma que a:

“rentabilidade e patrimônio arquitetônico-cultural se dão as mãos, nesse processo de ‘revalorização urbana’ – sempre, evidentemente, em nome de um alegado civismo (como contestar?...). E para entrar neste universo dos negócios, a senha mais prestigiosa – a que ponto chegamos! (de sofisticação?) – é a Cultura. Essa é a nova grife do mundo ‘fashion’, da sociedade afluente dos altos serviços a que todos aspiram”.

Para OLIVEIRA (2005, p.80),

“cada vez mais, a cultura é valorizada por sua capacidade de gerar empregos, de agregar valor às mercadorias, de contribuir para o incremento do turismo; cada vez menos como parte da vida do espírito. Um dos resultados desse processo é a incorporação, no próprio discurso oficial, do conceito de indústria cultural – agora destituído de qualquer função crítica, de qualquer negatividade”.

De acordo com David HARVEY (2005), a cultura se transformou em um gênero de mercadoria no movimento da globalização capitalista combinada a





Cultura, Política e Economia na América Latina no contexto da Globalização

desenvolvimentos político-econômicos locais e uma mudança dos valores estéticos.

A cultura, através da obra de arte, da festa programada, das comemorações, da arquitetura, tem uma renda auferida em função da exclusividade de sua manifestação, uma renda com base no poder monopolista de proprietários privados. O poder monopolista serve para assegurar as “alegações de singularidade e autenticidade [...] articuladas enquanto alegações culturais distintivas e irreplicáveis” (HARVEY, 2005, p.227). Parece-nos claro que tais alegações de singularidade, autenticidade, particularidade, especialidade são construídas fundamentadas em poderosos discursos ideológicos reproduzidos pelo Estado, pelos grupos privados e por organizações da sociedade civil voltadas ao “empreendedorismo urbano”. A aceitação do discurso pelos movimentos sociais facilita sobremaneira a realização da estratégia.

Consideramos as ideologias não como discursos autônomos, separados da realidade econômica, mas como uma prática discursiva colada à mercadoria (uma forma mundializada e mundializante). Daí que, a ideologia acaba não aparecendo como ideologia, pois a “racionalidade” do mundo da apropriação privada torna-se “natural”. Ideologia, então, não seria apenas discurso, mas uma vida cotidiana regulada, cujos significados são apresen-

tados de modo “invertido”. Instala-se, nos dias de hoje, uma “nova” ideologia, que proclama que todo consenso é bom e que todo o conflito é danoso e, então, deve-se negá-lo, evitá-lo ou superá-lo de qualquer maneira. VAINER (2002, p.91) escreve que:

“Na verdade, esta condição está como que pressuposta desde o início, pois o discurso, a todo tempo, tratou a cidade como uma unidade: a cidade *compete*, a cidade *deseja*, a cidade *necessita*. Enquanto se discute se as cidades competem ou não, e o que elas desejam, aceita-se, como natural, a instauração da cidade com o sujeito – sujeito simples, coeso, sem qualificação. Por um ato de nomeação, como diria Bourdieu, pretende-se instaurar socialmente a existência daquilo que no discurso, a priori, se supôs existente” (grifos do autor)

A possibilidade de conflitos é vista como uma ameaça à sobrevivência da sociedade e, assim, o consenso a todo preço será usado como pretexto para isolar o “conflituoso” ou obrigá-lo a negociar e aceitar a solução que se impõe quando contraria interesses.

Sob a globalização, a “cultura”, assim, apareceria como um aspecto presente em todos os âmbitos da vida. Frente à cotidianidade produzida, observamos que diferentes sujeitos se valem de práticas materiais e simbólicas para afirmar-se e reivindicar um “lugar no mundo”. Neste contexto, as abordagens que analisam a “cultura” como um nível autônomo mostram-se muito limitadas





Cultura, Política e Economia na América Latina no contexto da Globalização

para entender de que forma a cultura entraria no movimento da realidade.

Hoje, em uma época em que tudo se autonomiza, o capital autonomiza a Cultura e a utiliza como “álibi” para sua reprodução. O econômico dissolve-se no cultural – e o cultural no econômico – através da mediação do Político para a reprodução do capital. Para JAMESON (2002, p.22), “a produção das mercadorias é agora um fenômeno cultural, no qual se compram os produtos tanto por sua imagem quanto por seu uso imediato”, orientada por um consumo estético. Já a política, esta já desapareceu igualmente dissolvida no cultural.

Investigamos, assim, um movimento que aponta para uma *desterritorialização da identidade e da cultura*, produzidas abstratamente, ao mesmo tempo em que ocorre uma *territorialização da mercadoria* (uma mercadoria “cultural”). Com efeito, o movimento que transforma a cultura em mercadoria no bojo do processo de produção do espaço aponta para uma cultura autonomizada, uma *cultura-mercadoria*, baseada em identidades forjadas pelo mercado (os desejos aparecendo como necessidades sociais), territorializada no Centro da Metrópole.



Referências bibliográficas

- ARANTES, O. *Arquitetura Simulada e Outros Estudos sobre a Ideologia Arquitectônica Contemporânea*. Tese de Livre-Docência. São Paulo: FFLCH-USP, 1992.
- _____. *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, 2002, pp.11-74.
- CARLOS, A. F. A. *Espaço-Tempo da Vida Cotidiana na Metrópole*. Tese de Livre-Docência. São Paulo: FFLCH-USP, 2000.
- HARVEY, D. *A Produção Capitalista do Espaço*. São Paulo: Annablume, 2005.
- JAMESON, F. *A Cultura do Dinheiro: Ensaio sobre a Globalização*. Petrópolis: Vozes, 2002.
- MIELE, S. A. F. *O Movimento da Economia Financeira na Dinâmica Imobiliária de São Paulo*. Dissertação de Mestrado. São Paulo: FFLCH-USP, 2007.
- OLIVEIRA, M. B. *Ciência: Força Produtiva ou Mercadoria?* in: *Crítica Marxista*. n° 25, 2005.
- SÁNCHEZ, F. *A Reinvenção das Cidades para um Mercado Mundial*. Chapecó: Argos, 2003.
- SMITH, N. *Desenvolvimento Desigual: Natureza, Capital e a Produção do Espaço*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1988.
- VAINER, C. B. *Pátria, Empresa e Mercadoria* in: ARANTES, O; VAINER, C.; MARICATO, E. *A Cidade do Pensamento Único: Desmanchando Consensos*. Petrópolis: Vozes, 2002, pp. 75-103.





Sessão de Comunicações Coordenadas 03

Cultura, Política e Economia na América Latina no contexto da Globalização

VOLOCHKO, D. *A Produção do Espaço e as Estratégias Reprodutivas do Capital: Negócios Imobiliários e Financeiros em São Paulo*. Dissertação de Mestrado. São Paulo: FFLCH-USP, 2007.

