
CIDADE, CULTURA E PRODUÇÃO DE SENTIDOS *



Bruna Santana de Souza **

O livro *Cidade e Cultura: Rebatimentos no Espaço Público* é um compilado de artigos de diversos autores e autoras, que trazem discussões importantes sobre tipologias de espaços urbanos, agenciamentos de políticas culturais em cidades e formas de relações e negociações ocorridas no cotidiano do meio urbano.

Esses temas estão dispostos ao longo de três eixos que formatam as seções do livro. A primeira parte é intitulada “Espaços e espaço público”, e traz reflexões sobre os tipos de espaços sociais, sejam eles físicos ou digitais, mostrando como os acontecimentos nesses lugares acabam reproduzindo diferentes culturas urbanas. Já a segunda seção, “A cultura e suas políticas”, analisa como a ideia de cultura urbana é, eventualmente, operacionalizada pelo Estado para despertar a memória afetiva das

* Resenha do livro SILVA, Regina Helena Alves da; ZIVIANI, Paula (Orgs.) *Cidade e Cultura: Rebatimentos no Espaço Público*. Belo Horizonte: Autêntica, 2016.

** SILVA, Regina Helena Alves da & ZIVIANI, Paula (Orgs.) *Cidade e Cultura: Rebatimentos no Espaço Público*. Belo Horizonte: Autêntica, 2016.

peças, funcionando como artifício político para mercantilizar a cidade e influenciar as decisões do Estado-Nacional, que passam a expressar as políticas globais no âmbito local. A última seção “Cidade: comum x incomum”, trata da maneira como o espaço público emerge como meio através do qual o direito à cidadania é colocado em prática, sobretudo por parte de movimentos reivindicatórios que conferem novos usos e contra-usos ao espaço da cidade. Como um todo, o livro evidencia em que medida a cultura se projeta no espaço da cidade, a partir da mídia, das negociações sociais e das políticas estatais, tendo como efeito a produção de sentido sobre o urbano.

Ao falar de cidade, se faz necessário definir o entendimento que se tem de espaço, e dentro desse entendimento não pode faltar as diversas maneiras através das quais as pessoas que nele estão inseridas produzem cultura. Essa lógica está presente em todos os artigos que integram o livro, que é atravessado, implícita ou explicitamente, pelas discussões sobre o espaço tomando por referencial a definição clássica dada por Henri Lefebvre (1974), que o entende como lugar concebido a partir das relações humanas que ali ocorrem, responsáveis por produzi-lo socioculturalmente. Essa noção é reforçada repetidamente no livro, ao se tratar do espaço público como um espaço de produção de sentidos, na medida em que ele se torna o meio através do qual a população atribui significados à sua vivência, mediante interações e relações tecidas em um lugar físico.

Entretanto, é importante dizer que uma contribuição que se destaca no livro é a proposta de um outro espaço analisado sob essa lógica: o ciberespaço ou o espaço digital. No artigo “Tipologia do Espaço Virtual”, de Priscila Borges e Natália Cortez, o ciberespaço é colocado como lugar dinâmico e em construção contínua, tal qual a noção de Lefebvre sobre o espaço socialmente produzido; mas esse espaço, para as autoras, possui uma característica singular: a de amplificar interações presentes no espaço físico. Com isso, os modos de agir, sentir e viver, que antes eram comuns só nas interações tradicionais, presenciais, face-a-face, acabam sendo ampliadas pelo ciberespaço, modificando e multiplicando processos culturais. Uma das formas de reivindicar presença e de ser incluído no tecido social é estar “co-presente” em ambientes digitais, sem que com isso se perca o lastro com o urbano. “O espaço virtual é em si mesmo um espaço de possibilidades no qual relações de vários tipos podem configurar-se” (p. 82). Esse espaço tem o potencial de criar “bolsas de resistência”, na medida em que se apresenta como “uma ferramenta contra o meio imperial” (LINK, 2015, p.19), que rege as lógicas mercantis das cidades, ainda que grandes empresas a usem para coletar dados e para influenciar o consumo de produtos específicos, justamente por ser um espaço aberto.

Sendo assim, é nesse contexto de conectividade, por exemplo, que fenômenos como o coletivo brasileiro Canal Motoboy e a “A Praia da Estação”, movimentos culturais urbanos ligados às bandeiras de direito à cidade ou de cidadania cultural, conseguem publicizar as suas demandas. Priscila Borges e Natália Cortez apontam que "estar online é, certamente, participar do espaço digital, mesmo que as pessoas não estejam agindo nesse espaço. [...] Conectar-se à internet é compartilhar características do espaço virtual" (p. 84). Ou seja, estar dentro desse universo de co-presença é participar da produção de sentidos dos espaços sociais, pois o ciberespaço se apresenta como um ambiente de interação que dá continuidade a processos que ocorrem no espaço físico da cidade, mantendo registrado acontecimentos que refletem e repercutem os processos culturais.

É esse também o sentido que as autoras Geane Alzamora, Raquel Utsch e Carolina Abreu Albuquerque apresentam a partir de um estudo do coletivo Canal do Motoboy e o movimento “A Praia da Estação”. O coletivo foi responsável por publicizar a reivindicação feita por motoboys de São Paulo, a partir da produção de relatos multimidiáticos onde eles relatavam problemas enfrentados pelos motoqueiros na cidade. Já o movimento “A Praia da Estação” diz respeito a protestos ocorridos em Belo Horizonte, em 2010, na Praça da Estação, espaço público que teve seu uso limitado por um decreto da prefeitura que proibia a realização de eventos na praça recém reformada. Ambos os fenômenos tiveram as redes sociais como aliadas em suas demandas urbanas, fazendo desse ambiente um espaço de atuação política. Assim, mídias sociais como: o site megafone.net, blogs, lista de e-mails no Google Grupos e o Twitter, foram uma forma de dar maior visibilidade a questões populares, reforçando a ideia de que as redes sociais agem como amplificadores de acontecimentos, gerando produção de sentido.

Ao tornar evidente as questões cotidianas, nota-se que essa, também, viabiliza a criação de produtos a partir das tendências que aparecem na sociedade. Com isso, o cotidiano e as ideias se tornam nichos de mercado lucrativo. Partindo dessa função mercantilizadora, o artigo "A agenda transnacional da UNESCO e as políticas públicas de cultura do MINC (2003-2010)", de Regina Helena Alves da Silva e Roger Andrade Dutra, apresenta como manifestações culturais são mobilizadas pelo Estado para vender e destacar os espaços. No texto, a cultura é colocada como marca do país e das cidades, fazendo dos fatos do cotidiano um meio consistente pelo qual a cidade é mostrada e vendida para fora. Os autores apontam que o governo recorre, eventualmente, à cultura como um artifício para criar na imaginação popular a noção de “identidade nacional”. Isso tem como efeito uma homogeneização dos processos culturais e o reforço de uma

visão dualista de cultura, onde existe uma cultura considerada superior (“alta cultura”), passível de ser imitada, e outra inferior (“cultura popular”), destinada ao rechaço.

Na visão sócio-anropológica, cultura é algo que se expressa de múltiplas formas. Desse modo, não existe uma cultura, mas sim “culturas”, que podem ser separadas, para um melhor entendimento, em dois conjuntos, tal como faz Manuela Carneiro da Cunha (2009), diferenciando cultura e "cultura", com aspas. A primeira refere-se aos costumes diários, aquilo que se é praticado ordinariamente, de forma inconsciente. Já a "cultura", com aspas, é algo que é produzido enquanto repertório de sentidos para ser mostrado a outras pessoas, ou até mesmo o que é mobilizado para reivindicar determinado espaço, demanda ou direito. Assim, o segundo modo de expressão da cultura se refere à uma versão mais performática, digamos assim, que se baseia na síntese do agir cotidiano.

Essa "cultura" é, inclusive, a adotada pelas políticas culturais, o que pode acabar gerando massificação dos objetos culturais e, às vezes, a invisibilização de movimentos locais:

Essa “nova indústria cultural”, no entanto, não traduzia a dinâmica local-global como uma relação multipolar descentralizadas, em que os diferentes produtos têm o mesmo estatuto; ao contrário, ela cresceu conservando o acento colonialista e eurocêntrico herdado do século 20. Embora nela a mercadoria cultural não subsista como um simples *commodity*, tende-se a atribuir valor globalizado somente às que expressem intensamente 'etnicidade' ou 'exotismo'" (p. 141).

A produção do espaço público em Portugal, presente no capítulo de Carlos Fortuna, “Espaços públicos e zonas de intermediação cultural”, exemplifica como a cultura tem sido usada para tornar o país europeu compatível com o padrão estabelecido pela União Europeia. Para isso ser viável, houve uma mudança nos usos atribuídos aos espaços das cidades. Antes, as ruas e as praças eram usadas pelos residentes locais como um meio para se encontrar e conversar amenidades, ou até mesmo para fazer alguma reclamação sobre problemas típicos do espaço urbano. Hoje, no entanto, esses espaços tornaram-se locais mercantilizados, voltados para atender turistas, locais apenas de passagem para os cidadãos, raramente de uso efetivo.

O autor atribui essa mudança à ação dos arquitetos, urbanistas e até mesmo dos produtores culturais, que são aqueles intermediários responsáveis por colocar em prática as demandas imaginativas propostas pelo governo e suas secretarias de turismo. São, portanto, as pessoas que "atualizam" a cultura local e tentam adequar os espaços aos padrões globais. Desse modo, é possível visualizar "a emergência da chamada era global e as políticas ditas transnacionais" (p. 159), onde são notáveis as transformações dos

espaços e as criações de novos modos de agir, pensar, sentir, viver e se organizar, que, por sua vez, são influenciadas por políticas externas. Isto é, os países, considerados centrais, acabam ditando o padrão de organização do espaço nacional de outros países.

No entanto, a tentativa de homogeneizar e deixar o repertório cultural de uma cidade com uma “aparência global”, mesmo que superficialmente, como acontece nas revitalizações de espaços urbanos, tem como resultado a formação de “terceiras culturas”. Ao tentar implantar ou atualizar uma cultura urbana, esta entra em conflito com as já existentes, o que cria o fenômeno que o sociólogo português chama de “zona de contato”. São nesses espaços, nas fronteiras e nos entremeios das culturas urbanas, que os produtores culturais, bem como outros profissionais do mundo da arte, exercem um papel duplo. De um lado, são promotores da diversidade cultural, promovendo e respeitando as culturas locais pelo que elas são, vale dizer, modos de viver o cotidiano e de conferir sentido ao espaço. De outro, transformam a cultura local à medida que tentam atender aos padrões e demandas do mercado cultural mais globalizado, sendo responsáveis, portanto, por "atualizar" e tornar um produto cultural rentável, enquadrando-o em um padrão universal de consumo. O produtor cultural aparece, então, como intermediário entre a cultura global e local, isto é, "entre a cultura e o mercado consumidor capitalista" (p.149).

Tendo isso em vista, em alguns artigos do livro, os produtores culturais são colocados como parte constituinte do Estado, facilitando um processo de gentrificação das cidades, na medida em que aparecem como profissionais que mediam a mercantilização da cultura urbana. No artigo do Fortuna, em particular, isso aparece na requalificação dos espaços públicos de cidades portuguesas, feitos com o objetivo de enquadrar o país nos modelos de cidades da União Europeia. No capítulo, o sociólogo ainda mostra como arquitetos e urbanistas podem ser vistos como produtores culturais, visto que a partir das mudanças realizadas na paisagem urbana modificam os hábitos das pessoas que circulam por esses espaços, produzindo, portanto, outros sentidos.

Para Livia De Tommasi, no artigo "Ações culturais nas periferias da cidade", os produtores culturais agem, também, muitas vezes, como "curadores", que na definição da socióloga são sujeitos que tiveram acesso ao nível superior e, geralmente pertencentes a classe média, que ditam o que é arte e o que não é. Nesse sentido, esses profissionais atuam como transformadores, cuja função é "retirar um produto do seu meio, transformando-o num produto estético, pinçar um artista do seu contexto e projetá-lo na cena nacional" (p.435). Essa função, por vezes, está vinculada às políticas culturais produzidas pelo Estado, que transfere a responsabilidade de solucionar problemas sociais

para os projetos artísticos. Essa lógica é semelhante àquela que apareceu no texto já citado de Regina Helena Alves da Silva e Roger Andrade Dutra: "o jovem pobre, residente de áreas de elevado risco social, não por acaso, é o alvo mais frequente dos projetos culturais, encorajado a almejar uma visibilidade temporária no mercado dos produtos culturais exóticos" (p. 139). As políticas culturais, para as pessoas que as usufruem, são um meio de circular no centro. Para De Tommasi, isso mostra que, além dos editais ofertados pelo governo, existem aqueles profissionais que, também, agem de forma local, tentando fazer a periferia ultrapassar as fronteiras locais. Se o centro não vai até a periferia, a periferia vai até o centro – tal é a demanda de muitos sujeitos coletivos. A autora aponta que isso é feito a partir de saraus, rodas de samba e batalhas de hip hop¹, e outras ações culturais consideradas periféricas que atraem visibilidade para esses espaços.

Desse modo, os profissionais da “terceira cultura” podem ser aqueles que levam o conhecimento do "entre", da fronteira, da margem, para fora. De Tommasi argumenta que, "no lugar de esperar que produtores culturais do ‘centro’ valorizassem e colocassem no mercado suas produções, os artistas periféricos viraram produtores de si mesmos: produzem e vendem livros, organizam saraus e outros eventos para difundir suas obras" (p. 427). Portanto, os jovens das periferias reivindicam, a partir da sua arte, o espaço em que estão vivendo, assim como fazem essa vivência atravessar as fronteiras urbanas.

O livro *Cidade e Cultura: Rebatimentos no Espaço Público*, através de um diálogo entre sociologia urbana e sociologia da cultura, consegue tratar o espaço como lugar que vai além do território físico, que tem uma dimensão cultural, sociocomunicacional e midiaticizada; isto é, que tem seus processos ampliados pelo ciberespaço e conta com a colaboração de profissionais de terceiras culturas para ter as suas multiplicidades expressas. Isso permite que o leitor e a leitora tenham noção de como o espaço, seja ele digital ou físico, produz sentidos sobre o que é feito no cotidiano. E a mídia tem um papel importante na produção dessas culturas urbanas, pois é no ambiente digital que ela, além de ser produzida, é reproduzida e reapropriada. Com isso, o ambiente digital torna-se, também, um dos agentes que possibilitam a transnacionalização de informações, criando conteúdos em escala global.

¹ As batalhas de hip hop, ou de rima, são encontros onde interlocutores, os MC's (Mestres de cerimônia), trocam rimas improvisadas como uma forma de duelo. Essa cena cultural, geralmente, protagonizada por jovens de região periférica, surge como uma atividade cultural de empoderamento, expressão artística e protesto.

Por fim, eu diria que, ao tratar de cidade e cultura – e, portanto, de cultura urbana –, os autores do livro abarcam as várias dimensões no que diz respeito à produção de sentido nas/das cidades. Seja falando sobre como os patrimônios públicos são usados pelo Estado para despertar uma memória ou como jovens da periferia escrevem e produzem arte partindo de realidades situadas, o livro sintetiza estudos interessantes sobre o papel da cultura em projetos políticos e sociais em cidades contemporâneas. Com isso, dão materialidade a processos de construção cultural do espaço, conferindo visibilidade a realidades que, de um lado, são fruto da memória coletiva, resgatando o passado para construir o presente, e, de outro, são marginalizadas culturalmente.

REFERÊNCIAS

CUNHA, Manuela Carneiro da. *Cultura com aspas*. São Paulo: Cosac & Naify, 2009.

LEFEBVRE, Henri, *La production de l'espace*, Paris: Anthropos, 1974.

LINK, Daniel. *Como se lê e outras intervenções críticas*. Chapecó: Argos, 2002.