

(*) *Alain Chenevez* e *Doutor em Sociologia*, Professor na Universidade de Bourgogne (UB) e Professor-pesquisador responsável pelo Mestrado em Engenharia das profissões da cultura na UB @ - alainchenevez@gmail.com *Kadma Marques* é *Doutora em Sociologia* e *Professora do Mestrado Acadêmico em Políticas Públicas e Sociedade (MAPPS)*, da Universidade Estadual do Ceará (UECE) @ - kadmamarques@yahoo.com.br

O patrimônio no espaço urbano:

metropolização, estética e formas comunicacionais do Rio de Janeiro

Le patrimoine dans l'espace urbain: métropolisation, esthétique et formes communicationnelles

Alain Chenevez *

Kadma Marques *

RESUMO: Aliada ao processo de metropolização mundial, a inflação patrimonial tem se mostrado útil à construção real e simbólica do espaço público. Assim, a noção de patrimônio ultrapassa o tradicional aspecto da preservação do legado material do segmento social economicamente dominante. No processo de construção da urbanidade, ela corresponde, por um lado, a um projeto político que favorece o consumo estético e o marketing territorial urbano, envolvendo mesmo a qualificação de habitações populares. Por outro, a atribuição de títulos voltados ao fortalecimento da relação concorrencial entre cidades propicia o crescimento do patrimônio via estética, convertendo-o em ferramenta política de distinção entre grupos sociais. Assim, ele representa, ao mesmo tempo, um eufemismo das desigualdades materiais e espaciais que configuram as cidades, mas também o espaço de conflito e possível resistência dos segmentos populares.

Palavras-chave: Patrimônio, urbano, metropolização, estética, projeto político.

I Introdução

O patrimônio cultural tornou-se um desafio maior no que concerne ao reforço do poder de atração das cidades. Não trataremos do desenvolvimento de monumentos, tais como placas ou estátuas, nem mesmo de monumentos históricos, que supõem a proteção de elementos suscetíveis de inventar uma história nacional ou regional, mas antes de construções patrimoniais estéticas mais difusas e menos jurídicas, as quais permitem a valorização de agregados urbanos.

O desenvolvimento de títulos que aparentam proteção e valorização, tal como a lista do patrimônio mundial da UNESCO, a partir de agora consagra a tendência à valorização patrimonial. Assim, teríamos passado da cidade circunscrita e limitada ao urbano generalizado e extensível, mas hierarquizado, segregativo, o qual conhece numerosos processos de valorização patrimonial que permitem responder, em um contexto de desindustrialização, ao consumismo e às necessidades de brilho das metrópoles em competição.

Nossa hipótese é que esta recrudescência qualitativa e quantitativa de objetos patrimoniais na metrópole ocidental é útil à construção de valores reais e simbólicos no *espaço público*¹, e à fabricação de representações e de imaginários, sobretudo voltados para atrair investidores e desenvolver o turismo. Dito de outro modo, criamos a partir de agora uma herança coletiva que favorece principalmente o consumo estético e responde à economia patrimonial e cultural². Nesta perspectiva, as cidades-metrópoles tornam-se objeto de cuidado na organização, valorização, proteção total, por meio de títulos voltados ao reconhecimento do valor da arquitetura, da paisagem, de projetos e de planos de conservação. Deste modo, assistimos a um importante crescimento da estética e do patrimônio no processo de reformulação permanente do urbano.

O patrimônio mundial da UNESCO tornou-se um rótulo muito disputado, o qual deve acompanhar e consagrar este processo de *comunicação estética*. Porém, este processo é desigual e não toca os espaços urbanos da mesma maneira, pois, os excluídos urbanos e os bairros de exílio continuam a existir. Sendo assim, o processo difuso de valorização patrimonial ocorre paralelamente ao desenvolvimento de uma oferta cultural renovada e à criação de eventos festivos no espaço público. Este fenômeno não para de crescer há cerca de três décadas.

1 “Espaço público” é entendido aqui como espaço concreto e acessível ao público, bem como, lugar de produção de imaginários e de representações sociais.

2 Françoise Benhamou, *Économie du patrimoine culturel*, Paris, La Découverte, coll. « Repères / Culture et communication », 2012.

3 Alain Chenevez. “Cités culturelles”, episódio 1 – *L’expérience du Musée Urbain Tony Garnier*. Museu Gadagne (cidade de Lyon) e Museu Urbano Tony Garnier, janeiro de 2005. Disponível online: <http://vimeo.com/56252190>

À primeira vista nada mais parece resistir à inflação patrimonial e à oferta estética; certos bairros de habitação popular parecem mesmo tocados por esse fenômeno³. A instrumentalização política é crescente, nada mais deve escapar ao olho do urbanizador e tudo deve pôr-se a serviço do esplendor metropolitano. A cultura e o patrimônio convertem-se então em objetos privilegiados no conjunto de engrenagens que movimenta a renovação das cidades; neste contexto, processos comunicacionais adéquam-se à criação de *imaginários urbanos* que sejam úteis também à eficiência da rentabilidade econômica e imobiliária.

Universalização do urbano: novas centralidades e reconfiguração do mundo rural

Atualmente, o processo de urbanização constitui um fenômeno universal. Hoje, um homem sobre dois é um cidadão em escala planetária e em 2030,

60% da população mundial viverá em zonas urbanas. A cidade singular, bem delimitada e funcional, cede cada vez mais lugar a um urbano generalizado e sem limites claros. Os contornos geográficos e administrativos da cidade dispersam-se e espalham-se, o fenômeno “periurbano” desenvolve-se em numerosos países europeus. Em um país como a França, mais de 40% da população vive no espaço periurbano, no entorno de cada metrópole, onde grandes áreas destes municípios periféricos têm sido ocupadas notadamente pelas “classes médias”⁴.

Assim, as pequenas cidades que constituem as periferias urbanas conhecem, desde o início de 1980, uma forte taxa de desenvolvimento. Em seguida ao êxodo rural da primeira fase da industrialização, configurou-se o retorno ao “campo” para uma parte da população. Seu objetivo era encontrar mais espaço ou tipos de habitações mais adaptadas, para não sofrer o atrito provocado por diferenças sociais e/ou étnicas⁵. Quanto aos centros urbanos, estes se desenvolvem e se reconfiguram, se renovam, frequentemente se estetizam e reencontram muito da atratividade por meio da cultura e do patrimônio. Mas, sobre este ponto retornaremos adiante.

Paralelamente, novas centralidades aparecem em torno de vastos centros comerciais nas periferias dos centros urbanos. De Grenoble à Barcelona, de Lyon à Sofia, passando por Viena na Áustria, ou ainda Fortaleza no Brasil, os mesmos “shoppings malls” saem da terra, sob a forma de hangares climatizados, com grandes estacionamentos adaptados ao veículo individual, mas também à rede internet, uniformizando e marcando o território com um consumismo triunfante e estruturante. Assim, o modelo de desenvolvimento urbano revela-se como aquele da mancha de óleo sobre a água, representando centralidades que se justapõem e se reconfiguram continuamente.

Quanto ao mundo rural, ele se vê reduzido ao regime da remuneração básica, integrando-se progressivamente a um “urbano genérico” que caracteriza as sociedades globalizadas como aquelas em que o Homo urbanus⁶ é levado a viver e a sobreviver. Como nos faz acreditar o geógrafo Michel Lussault, nós podemos então estimar o mundo rural de modo a que ele não se perpetue mais como espaço com existência específica, como modo de organização e de funcionamento distinto e identificável⁷. Hoje, a ruralidade e o rural são categorias evidentemente utilizadas e sempre disponíveis no nosso vocabulário, porém, como uma abstração de discurso, uma realidade administrativa ou acadêmica, e não mais como uma ordem e uma entidade antropológica específica. Frequentemente, os espaços rurais são artificialmente preservados por meio de um discurso patrimonial e/ou nostálgico e mesmo como suporte de um discurso socioetnológico e científico de preservação.

4 Jacques Donzelot et Olivier Morgin, *Tous périurbains, tous urbains*, revue Esprit, n° 393, março-abril de 2013.

5 Raphaëlle Rérolle, *Le Français, cette “Homo periurbanus”*, Le Monde, supplément « culture et idées », 31 de maio de 2012.

6 Thierry Paquot, *Homo urbanus – Essais sur l’urbanisation du monde et des moeurs*, Ed. Du félin, Paris, 1990.

7 Michel Lussault, *De la lutte des classes à la lutte des places*, Grasset, Paris, 2009.

8 François Cusin, *Le logement, facteur de sécurisation pour les classes moyennes fragilisées ?*, revista *Espaces et sociétés*, l'espace des classes moyennes, n° 148-149, 2012.

9 Hervé Glevarec, Guy Saez, *Le patrimoine saisi par les associations*, DEPS, La documentation française, 2002.

10 Bénédicte Lefebvre, Michel Tautenberg, *Utopies et mythologies urbaines à Villeneuve d'Ascq*, PU du Septentrion, coll. « Le regard sociologique », 2010, 221 p.

11 Eric Charmes, *La ville émettée. Essai sur la clubbisation de l'avie urbaine*, 2011, PUF, Paris.

12 Thierry Link, *La ruralité em miettes? Globalisation et fragmentation des territoires et sociétés rurales du Mexique*, In GASTELLU JEAN-MARC. *La ruralité dans les pays du Sud à la fin du vingtième siècle*, Paris, Orstrom, 1997.

13 Gilles Antier, *Les stratégies de grandes métropoles : enjeux, pouvoirs et aménagement*, Armand Colin, Paris, 2005.

14 Saskia Sassen, *The global city*, New-York, London, Tokyo, Princeton University Press, 2001.

15 Marc Dumont e Laurent Devisme, *Les métamorphoses du marketing urbain*. *EspacesTemps*.

As pequenas cidades periféricas redescobertas são postas em evidência por novos habitantes que desejam assim reconstruir formas de relações urbanas que de fato jamais existiram nesse espaço assim “sonhado”⁸. A reivindicação social por patrimônio é muito presente entre os *neorrurais*, o que não é mais do que uma manifestação desta evolução antropológica maior que constitui a urbanização do mundo. Nesta perspectiva, a campanha estetizada, a natureza *patrimonializada*, o patrimônio industrial valorizado são construções semânticas inscritas em estratégias de reconquistas residenciais, econômicas e políticas⁹.

Os *neorrurais* são cidadãos por suas práticas, eles justificam suas escolhas inscrevendo-se em uma espécie de mito urbano, aquele do campo, da ruralidade, de uma urbanidade reencontrada ou fantasiada¹⁰, caracterizando-se também por um pacto sociológico, a apropriação, inscrita entre *clubbização* e *segregação espacial*¹. Mas estes “rurourbanos” estão perfeitamente integrados aos conjuntos urbanos, eles aí trabalham e são os principais usuários de centros comerciais que estruturam atualmente as periferias dos centros urbanos. Os agricultores que, a partir de agora, não representam a não ser uma porção minoritária dessa população, reinventam seu meio profissional e a *paisagem rural* em função de regras e procedimentos que respondem antes de tudo a problemáticas urbanas¹².

Na Europa ocidental, políticas públicas ambiciosas trabalham para reforçar o brilho internacional destes agregados urbanos e sua competitividade, incitando fortemente as regiões europeias a formalizar estratégias de metropolização via noções tais como “inteligência territorial”¹³, englobando a partir de agora cidade e campo em um urbano estendido. Deste modo, um fenômeno se desenvolve – aquele da concentração de indivíduos, de poderes e de riquezas em aglomerações sempre maiores e mais englobantes.

A competição entre metrópoles é encorajada neste contexto, tendendo a substituir aquela entre nações, ocorrida no último século. Desenvolvem-se assim metrópoles esplendorosas impulsionadas a se comparar e a se diferenciar, a entrar em competição em uma perspectiva mundial¹⁴. De fato, esta concorrência tem sido percebida por inúmeros políticos e legisladores como uma sã relação.

Este fenômeno de urbanização e de metropolização produz e é produzido pelo *marketing territorial* que tudo uniformiza ao mesmo tempo em que tenta singularizar os agregados urbanos patrimonializados¹⁵. Neste processo ligado à globalização e à idade do capitalismo artista¹⁶, cada cidade-metrópole possui a partir de agora as mesmas estruturas comerciais, os mesmos lugares culturais, os mesmos eventos festivos, a mesma comunicação cultural, mas paradoxalmente tenta sempre se singularizar, se diferenciar.

Assim, cada metrópole define objetivos de desenvolvimento, constrói e põe em prática um plano frequentemente encampado pelos agentes locais. É assim que intervêm as coletividades territoriais, as câmaras de comércio ou os representantes do Estado, os organismos profissionais e especializados tais como os comitês de turismo, os polos de competitividade, as agências de desenvolvimento ou de urbanismo, por exemplo.

Neste processo de distinção urbana no qual cada um encontra-se em relação de rivalidade em um mercado mundial, a cultura, a estética e o patrimônio são instrumentos úteis e mesmo, essenciais. Nos anos 1960-70, as políticas culturais e mais globalmente a estética tinha por objetivo a coesão social. Ela devia educar os cidadãos e, em parte, nos fazer escapar das indústrias culturais por meio de políticas de democratização / democracia cultural¹⁷. Então, os Estados desenvolveram inúmeras instituições ligadas à cultura as quais deviam difundir e dar suporte à criatividade cultural a exemplo de teatros, museus de associações profissionais e equipamentos culturais públicos ou privados.

Daquele momento em diante, as políticas culturais seriam associadas à qualidade de vida urbana e, sobretudo, ao desenvolvimento socioeconômico de territórios urbanizados. A legitimidade da cultura e do patrimônio passa assim a ser cada vez mais apreciada devido às suas capacidades de construir a atratividade territorial e o esplendor internacional destinado a erigir uma *imagem comunicacional*.

As políticas de organização do território tentam favorecer a concentração de funções econômicas superiores, a pesquisa, a inovação, os aspectos financeiros, tendo como estratégia eficaz o desenvolvimento sem precedentes de eventos culturais e festivos no coração das cidades. A dança, a música, os festivais, mas também os eventos lúdicos passaram a conhecer há cerca de duas décadas uma grande expansão no espaço urbano¹⁸. Numerosas são as cidades que tentam favorecer a emergência de atividades cativantes em seu território. Este fenômeno está justamente ligado às necessidades de atratividade da metrópole-cidade, à concorrência por meio da imagem, a fim de seduzir o olhar dos empreendedores e de futuros habitantes, para favorecer a eficiência da renda imobiliária devida ao empreendedorismo.

Residência de artistas, instalações ou produção de obras, exposições, artes de rua, performances, mas também museus-totem (conferir: efeito museu Guggenheim de Bilbao, o qual permanece uma referência desejada em Metz, Lens, Lyon ou ainda Marseille, com o Mucem), desenvolvem-se em um território urbano ou ainda um bairro dedicado à criação, como em Nantes. A arte contemporânea cresce de maneira difusa e transcende as definições

net, Mensuelles, 2006:
<http://espacestems.net/document1831.html>

16 Gilles Lipovetski, Jean Serroy, *L'esthétisation du monde: vivre à l'âge du capitalisme artiste*, Gallimard, Paris, 2013.

17 Fabrice Raffin, *Culture, cohésion sociale et conflits*, Revue Ecartés d'Identité, n° 119, 2011.

18 Maria Gravari-Barbas. *La "ville-festive" ou construire la ville contemporaine par l'événement*, sob a direção de Edith Fagnoni e de Jérôme Lageiste, pp. 279-290.

tradicional do termo. A partir de agora ela se faz presente em quase todos os bairros, no tratamento do urbanismo, do conjunto imobiliário urbano, do design e da sinalização na cidade.

No entanto, este desenvolvimento estético produz-se com a *neutralização crítica* da produção cultural e artística. A título de exemplo, Serge Chaumier sublinha como as artes de rua presentes no coração do espaço público desenvolveram-se consideravelmente nos últimos dez anos em consequência da inibição de toda a sua dimensão crítica. Os aspectos festivos, os elementos pirotécnicos e o lúdico que encanta, são privilegiados porque eles subjagam, alucinam e eliminam os elementos que exigem reflexão e abstração¹⁹. O consenso permite o desenvolvimento turístico e urbano. Neste território idealizado, todos se reencontram em um mesmo patamar: artistas, políticos, comerciantes, empresas, consumidores, público...

Re-encantamento urbano: cidades criativas e estética patrimonial

Nas últimas décadas, o simbólico, a comunicação e o marketing cultural têm contribuído para reforçar a atratividade de agregados urbanos e, de todo modo, cativar grupos sociais que capitaneiam o processo de metropolização. Por sua presença, as famosas *classes criativas* seriam no Ocidente as grandes vencedoras do processo de mundialização e de desenvolvimento do capitalismo financeiro²⁰. Mais frequentemente fantasiado do que realizado, este segmento de classe converte-se em objeto de uma atenção toda particular dos poderes públicos. Não se trata mais para os legisladores de dar resposta à questão social, aos operários e aos patrões, como fora na primeira fase da industrialização mecânica da pós-primeira guerra mundial, a exemplo da construção de habitações a custo popular (*habitation bon marché* – HBM) e a materialização de formas de organização funcionais e higiênicas.

Trata-se, de agora em diante, de favorecer a chegada ou o reforço em cada metrópole de grupos sociais que justifiquem o novo espírito do capitalismo²¹, isto é o âmbito da produção, os engenheiros, os atores da pesquisa e do ensino, os empreendedores do terceiro setor e da cultura, os juristas e os advogados especializados em direito comercial, as profissões artísticas e os melhores estudantes, todos sempre ávidos por práticas culturais ecléticas e distinção social (Pierre Bourdieu²²).

A nova metrópole ocidental não tem como objetivo somente propor um polo de atratividade de produções, intercâmbios, consumo, assim como universidades de “excelência” capazes de rivalizar em pesquisa a nível mundial. Ela deve

19 Serge Chaumier, *Arts de la rue: la faute à Rousseau*, Nouvelles études anthropologiques, Paris, 2007.

20 Richard Florida, *A ascensão da classe criativa*. Porto Alegre, RS: L&PM, 2011.

21 Luc Boltanski, Eve Chiapello, *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, 1999.

22 Pierre Bourdieu, *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2008.

propor uma dimensão cultural e patrimonial dinâmica e singular; a partir de agora indispensável à competição entre territórios pelo desenvolvimento econômico. Assim, a cultura e o patrimônio cultural são ferramentas comunicacionais essenciais para construir representações positivas, do sentido, dos mitos mobilizadores²³ úteis ao desenvolvimento e à qualificação territorial.

Neste contexto, os representantes do Estado são patrões que trabalham para reforçar a atratividade de suas cidades. É a era do desempenho dos projetos urbanos e da *cidade criativa*, no âmbito dos quais determinados títulos são muito disputados, a exemplo daquele de *capital europeia da cultura*. Os políticos imaginam assim conter o declínio industrial e/ou reencontrar a atratividade que daria sustentabilidade a projetos ligando lojas da moda, arquiteturas inovadoras, patrimônio e renovação urbana, eventos festivos, arte contemporânea e nova economia criativa²⁴. *Clusters* fundindo ciência e indústria, imaginação, criação, comunicação, design, artes do espetáculo, arquitetura, artes visuais, tudo a serviço do desenvolvimento da metrópole.

Assim, o espaço urbano deve oferecer as condições de um meio ambiente cultural propício ao desabrochar de uma economia local dinâmica, atraindo migrantes diplomados e criativos. De todo modo, mesmo as minorias étnicas e os excluídos do mercado de trabalho são *conclamados ao trabalho* nas grandes festas urbanas e populares que encenam reiteradamente a ideia do viver juntos, apoiando-nos em valores da diversidade social. Neste contexto, o princípio de solidariedade e de ajuda mútua tem sido instrumentalizado em proveito da representação de um urbano seguro e atrativo, cosmopolita e pacificado²⁵.

Festas populares e artes de rua, *happening e street art*, edificações antes industriais e hoje artísticas, residência de artistas, qualidade arquitetural e design urbano, todos trabalham juntos para a eficiência do marketing territorial e do desenvolvimento do espaço público urbano contemporâneo. Parece óbvio que as zonas urbanas devem se tornar cada vez mais atrativas e confortáveis. Elas passam a ser percebidas como *cool* e propícias à *criatividade*, o que tem como consequência converter o conjunto imobiliário e os aluguéis de espaços os mais procurados e cada vez mais caros²⁶. De agora em diante, o capital torna o mundo inabitável para muitos e provoca novos processos de segregação.

Jacques Donzelot concebe a cidade contemporânea segundo três dinâmicas: 1) zonas de *gentrificação (aburguesamento)* para os centros urbanos com ilhas de habitação popular; 2) ponto de partida das classes médias para as zonas de alojamentos uniformemente modestos em territórios do entorno urbano; 3) e zonas de exílio em periferia coletiva para os mais desfavorecidos e as novas classes perigosas²⁷.

23 Alain Chenevez. Diretor da série “Cités Culturelles”, episódio 2 – *Gerland: metamorfoses d’une Cité industrielle*, les Écoles Normales Supérieures. Museu Gadagne (cidade de Lyon) e Museu Urbano Tony Garnier, março de 2008. Disponível online: <http://vimeo.com/57888698>

24 Alain Chenevez. Diretor da série “Cités culturelles”, episódio 4 – *Confluence: le rêve métropolitain*. Museu Gadagne (cidade de Lyon) e Anexos 8, 2011. Disponível online: http://www.youtube.com/watch?v=bFA_mtE_9Bw

25 Lionel Arnaud (2008), *Réinventer la ville. Artistes, minorités ethniques et militants au service de politiques de développement urbain : une comparaison franco-britannique*, coleção « Res Publica », Rennes, Imprensa Universitária de Rennes, 2008.

26 Jean-Paul Dollé, *L’inhabitable capital: crise mondiale et expropriation*, Nouvelles éditions lignes, Paris, 2010.

27 Jacques Donzelot, *La ville à trois vitesses*, Paris, Editions de la villette, 2010.

As políticas urbanas almejam valorizar todos estes espaços e permitir o aumento da mais-valia imobiliária. Elas buscam tirar o máximo proveito de todas as populações a fim de reforçar a atratividade territorial. No contexto no qual, se acreditarmos em Jacques Donzelot, o problema não é mais aquele da resolução de uma questão social associada à lógica do conflito, mas o de constituir a sociedade para refrear a lógica de separação espacial, a festa e mais amplamente a cultura e o patrimônio permitem oportunamente erigir o mito da reconciliação social, posta a serviço do desenvolvimento urbano e do dinamismo econômico.

Assim, os diferentes grupos sociais podem ser acalmados, por exemplo, por meio de atividades artísticas vistas como terapêuticas, mas igualmente estimuladas pela valorização de seu patrimônio ou encorajadas pelo trabalho de criação posto a serviço do desenvolvimento econômico das cidades.

A cidade é de certo modo *re-encantada* e estetizada principalmente para promover estratégias socioeconômicas. Os trabalhos de Yves Winkin questionam estes momentos de embriaguez e de êxtase coletivos propostos a partir de agora pelos profissionais do encantamento²⁸. A organização de festas, da valorização do patrimônio, projeta os visitantes em mediações urbanas lúdicas que são menos elaboradas para questionar do que para transportar, cativar e seduzir. Trata-se de se deixar levar, de superar nossa desconfiança ordinária para nos inscrever em uma dimensão real, mas mais eufórica e inacreditável, a qual deve transformar de maneira efêmera nossa relação com a cidade, anulando, ou antes, amenizando as relações sociais conflituosas.

Na fabricação do urbano, a estética e o lúdico substituem a ética na criação de vínculos sociais e da democratização cultural, mas, sobretudo, no desenvolvimento do esplendor nacional e internacional. Assim, uma imagem harmoniosa e atraente do território se desenvolve, enquanto a singularidade territorial se cria e alimenta a competição entre cidades.

28 Yves Winkin, « *Le touriste et son double. Eléments pour une anthropologie de l'enchantement* », em Ossman (Susan), *Miroirs maghrébins. Itinéraires de soi et paysages de rencontre*, Paris, Edições CNRS, 1998, p. 133-143.

O patrimônio cultural conhece nesse contexto geral uma forte inflação, uma extensão sem limites ligada ao processo de urbanização e de metropolização²⁹. Os serviços do Estado e as instâncias internacionais, sob a pressão do setor associativo e de coletividades territoriais, protegem e designam cada vez mais objetos, sítios, setores urbanos, com potencial para valorização.

O patrimônio torna-se também mais modesto e cotidiano (abandono da dimensão monumental), passando do conceito jurídico de monumento histórico a um espírito de responsabilidade generalizado mais prosaico, material e imaterial, menos hierárquico, mais democrático e menos respeitoso

29 Françoise Benhamou, op. Cite.

em relação à autenticidade. O patrimônio deve servir não mais à fabricação dos Estados-Nação, mas, sobretudo à atratividade urbana, ao vínculo social, à prosperidade do comércio, ao desenvolvimento do turismo e do consumo.

Além disso, é cada vez menos provável defini-lo, sendo o patrimônio uma noção pouco precisa, permitindo todos os tipos de usos, públicos e privados, jurídicos ou pragmáticos. A cada um sua versão do patrimônio. Esta é uma das razões de sua generalização, de seu alargamento, “da catedral à colherzinha”. Tudo pode de agora em diante converter-se em patrimônio, desde que ele assim seja considerado.

Neste artigo, nosso interesse é o de apreender as razões e o papel do entusiasmo que ele provoca, compreendendo como e por que recentemente a alegoria patrimonial tem sido instrumentalizada por atores institucionais, associativos e mesmo por indivíduos. A admiração incitada é sem precedentes e o patrimônio ultrapassa em muito o serviço de Monumentos Históricos ou aqueles ligados ao inventário, para enfim tornar-se uma espécie de *espírito*, uma dimensão política do tempo que designa e constrói aquilo que temos de preservar ou aquilo de que é preciso *cuidar*³⁰.

Inúmeras são as análises que explicam a extensão da ideologia patrimonial pelo medo da perda, do desaparecimento, da destruição, por uma nova relação com o tempo, ligada a uma sociedade que destrói e que polui. A generalização do patrimônio está ligada a uma sociedade que tenta encontrar segurança em valores do passado e deseja acompanhar transformações sociais excessivamente rápidas. Protegemos nosso ambiente para resistir ao caráter cinestésico de um mundo cuja obsolescência se acelera em função de uma inovação cada vez mais veloz³¹. Antecipemos a ideia de que são antes e, sobretudo, as novas funções ligadas à sua instrumentalização política para a urbanização do mundo e a emergência de novos atores que explicam a proliferação patrimonial.

Há dois séculos, o Estado determina o que constitui patrimônio, por meio de um conjunto de agentes, os inspetores de monumentos históricos ou aqueles do Inventário. Por meio de estudos sistemáticos sobre o patrimônio, eles inventariam e designam aquilo que deve representar a herança coletiva nacional. Assim, práticas científicas constroem o olhar patrimonial³² na história, seguindo formas e modalidades que diferem segundo períodos e lugares. Trata-se principalmente de um dispositivo ideológico da memória para erigir Estados-Nações e alimentar o sentimento nacional.

Ora, há aproximadamente três décadas, o patrimônio se descentraliza e se democratiza. Ele é apreendido por novos atores, notadamente o movimento

30 Jean-Louis Tornatore, *L'esprit de patrimoine*, Revista Terrain, n° 55, Transmettre, setembro de 2010.

31 Henri Pierre Jeudy, *La machinerie patrimoniale*, Sens e Tonka, 2001.

32 Nathalie Heinich, *La fabrique du patrimoine: de la cathédrale à la petite cuillère*, Maison des sciences de l'Homme, Coleção Ethnologie de la France, Paris, 2009.

associativo, as coletividades territoriais e instâncias internacionais que desenvolvem uma multiplicidade de títulos e superam mesmo as noções de proteção jurídica. Os atores se renovam, a semântica e os modos de legitimidade se deslocam. O patrimônio se apresenta mais discreto, mas mais difuso.

No meio associativo, no mundo turístico ou comercial, as comunas contribuem não mais para valorizar as personalidades emblemáticas, as grandes vitórias da Nação; nem o fim do universo produtivo da usina ou do patrimônio etnológico (abandonado pelos especialistas em função da noção de patrimônio cultural imaterial), mas de elementos mais pragmáticos, mais quotidianos, tais como a urbanidade de nossas metrópoles³³, perdida ou suposta. Mas se concordarmos com Françoise Benhamou, “por todo lado, onde reina o fetichismo patrimonial, o comércio prospera”³⁴.

Inflação patrimonial: práticas inesperadas em um projeto político em reconfiguração?

Por que constituímos patrimônio hoje? Para se singularizar, para se distinguir, para especular, para assegurar o desenvolvimento econômico, para dinamizar o turismo em um processo de globalização econômica³⁵. Em um contexto de desindustrialização, o patrimônio é uma espécie de renda conjuntural para *vender* a paisagem e o autêntico, mas também para estetizar agregados urbanos.

O patrimônio não é mais percebido como uma coerção necessária, uma dívida que a grande nação teria com a história, uma herança excepcional a transmitir. Ele é uma vantagem simbólica e econômica para qualificar lugares, sítios e espaços sociais, tornando-se como o desenvolvimento da cultura no espaço público, uma espécie de instrumento jurídico e, sobretudo, conceitual o qual permite estetizar a cena urbana para incrementar o consumo e a imagem comunicacional das metrópoles.

Mas a proliferação patrimonial não é objetiva e igualitária, ela não deixa de comportar desafios políticos e sociais. Este artigo pretende mostrar que o processo de inflação patrimonial não é igual no conjunto das zonas urbanas, mas bem seletivo e ideológico³⁶. Considerando isto e sob uma mesma perspectiva, a análise de geógrafos tais como Vincent Veschambre e sociólogos como de Monique Charlot e Michel Pinçon convergem. Por exemplo, eles assinalam o quanto o poder de grupos sociais dominantes é também um poder sobre o espaço. Graças às subvenções do Estado, do setor privado e do mecenato, certos grupos sociais fazem reconhecer seu modo de vida como universal, distinto de outros, eles o valorizam e lhe conferem importância por suas ações³⁷.

33 Michel Rautenberg, *Quelles patrimonialisations de l'urbain? Vers la patrimonialisation de l'urbanité* – Internationale de l'Imaginaire n° 27 : Le patrimoine, oui, mais quel patrimoine ? 2012.

34 Françoise Benhamou, Op. Cité.

35 Maria Gravari-Barbas, *Habiter le Patrimoine: Enjeux, Approches, Vécu*, Imprensa Universitária de Rennes, Coleção Géographie Sociale, 760p, 2005.

36 Vincent Veschambre, *Traces et mémoires urbaines, enjeux sociaux de la patrimonialisation et de la démolition*, Imprensa Universitária de Rennes, 2008.

37 Monique Pinçon-Charlot e Michel Pinçon. *Châteaux et châtelains. Les siècles demeurent, le symbole demeure*, Paris, Anne Carrière, 2005. *Les Ghettos du Gotha*, Paris Seuil, 2007.

O patrimônio é assim um processo de singularização pelo qual certos espaços sociais, muito além de todo valor de antiguidade ou de uso, convertem-se em objeto de políticas de valorização e de preservação, enquanto que outros são simplesmente destruídos e esquecidos. Por esta razão o patrimônio cultural foi *tradicionalmente* encarnado por velhas habitações aristocráticas, castelos, bairros socialmente valorizados, hotéis privados. De fato, mais de 50% do patrimônio preservado na França é privado e pertence a famílias frequentemente afortunadas.

De vez que o patrimônio se constrói socialmente e não se impõe naturalmente a nós, não é o passado que exige que nos ocupemos dele, pois, ele é antes uma seleção do presente para definir aquilo que representa nosso patrimônio. Dito de outro modo, trata-se bem de uma escolha (in)consciente de valores que uma sociedade distingue em um dado momento para fundamentar um projeto político quer ele seja nacionalista ou socioeconômico. É uma escolha daquilo que é considerado importante e deve ser transmitido; um ato de criação para fazer perdurar aquilo a que nós devemos dirigir nossa atenção, e nosso dinheiro. Trata-se então de uma *filiação inversa* a fim de escolher aquilo que deve nos representar³⁸. Mas é também e, sobretudo, um processo de construção política com atores, relações, relatórios, que qualificam o elemento designado, dão-lhe sentido e inscrevem-no em um repertório singular.

Assim, o patrimônio é uma espécie de trabalho militante. É preciso convencer, afastar os concorrentes, distinguir-se dos outros e construir, de todo modo, um *valor patrimonial*, aquele que corresponde a uma *grandeza* original que insiste sobre os valores de autenticidade ou de singularidade, do bem comum e/ou da preservação de comunidades, por exemplo. É um ato de qualificação de discursos e objetos, de espaços e de pessoas, de relações e de dispositivos, de saber-fazer e de modos de conhecimento, com seus valores e modos de justificação que variam segundo os contextos históricos e antropológicos.

É então um projeto político por meio do qual os valores do bem comum e da preservação são instrumentalizados de maneira arbitrária para qualificar espaços e os grupos sociais que a eles pertencem. O olhar dos inspetores de monumentos históricos e de atores do patrimônio não é exterior à esfera política, respondendo em grande parte a interesses políticos e a uma demanda social concreta. Esta provém muito frequentemente de categorias superiores ou de classes médias que, deste modo, conferem a si mesmas valor e pátina, fazendo reconhecer seu modo de vida como patrimônio.

Além disso, observamos frequentemente processos de *gentrificação* de antigos bairros operários e territórios industriais. Recém-chegados e determinados

38 Jean Davallon, *Le patrimoine: « une filiation inversée ? »*, Espaces Temps, Volume 74, n° 74-75, 2000.

grupos sociais utilizam a alegoria patrimonial para requalificar os lugares, provocam o reconhecimento do Estado, assim como a alta do mercado imobiliário e, com o passar do tempo, a transformação sociológica da área urbana assim designada e o controle do espaço³⁹.

Este militantismo patrimonial na área urbana é antes encabeçado por certos grupos sociais: professores e membros do setor público e privado, pesquisadores, assistentes sociais, profissionais da comunicação que desenvolvem certa sensibilidade ao patrimônio e à estetização de seu modo de vida. Instalando-se em zonas urbanas periféricas de metrópoles, estas classes médias contribuem muito fortemente para fabricar patrimônio restaurando, a exemplo do caso francês, lavanderias públicas desativadas, valorizando antigas habitações e revestindo-as de certa aura patrimonial, via universo associativo e/ou inscrevendo-as na Direção Regional dos Serviços Culturais. Este processo ativo é ligado à necessidade de se recriar raízes e de mostrar certo valor social pela estetização de seu modo de vida sob uma dimensão patrimonial. Ele serve também para demarcar um território e, de todo modo, de se apropriar dele.

Dito isto, certas zonas periféricas e imóveis destinados à habitação popular têm sido igualmente convertidos em objeto de valorização, inscrevendo-se em uma lógica de preservação patrimonial. A originalidade do processo provoca interrogações. As habitações populares são, no senso comum, associadas à exclusão ou decadência. Certamente, elas têm sido alvo de grandes projetos para a cidade, de renovação em conexão com a política municipal, mas a habitação popular gera frequentemente apreciações negativas, estigmas depreciativos, associados à precariedade e/ou às violências urbanas, às classes perigosas. Assim, as zonas de habitação popular servem de alavanca simbólica e têm encarnado as numerosas destruições e reestruturações pelas quais têm passado as cidades desde a metade dos anos 1980.

A questão do patrimônio das habitações populares foi colocada há vários anos em regiões como a de Paris, ou a de Lyon. Neste caso, projetos de valorização têm sido amplamente midiaticizados a exemplo de Villetaneuse (Cité Renaudie) ou Pantin com o conjunto de imóveis do Serpentin (Emile Aillaud), pois estes opuseram defensores do patrimônio e gestores de conjuntos habitacionais populares (Habitation à Loyer Moderé – HLM). Dispositivos de preservação de sítios emblemáticos na região entre Lyon e Saint-Etienne foram concretizados, por meio do título *Patrimônio do século XXI* ou ainda por aquele de *Utopias Realizadas* (Cité Tony Garnier, em Lyon, designada pela UNESCO por ocasião da Década Mundial do Desenvolvimento, em 1991; Cité de habitação de Firminy Vert; Les Étoiles,

39 Patrice Melé, *Habitants mobilisés et devenir d'un espace patrimonial?* Volume 79/3, 2004. Disponível online : <http://geocarrefour.revues.org/734>

em Givors; assim como os arranha-céus de Villeurbanne). Neste contexto, intervenções de artistas contemporâneos no espaço urbano têm permitido sublinhar uma história que se anuncia como singular (Lyon, 8º artigo).

Assim, habitações populares conhecem processos de valorização patrimonial, sendo ocupadas por populações em situação de precariedade social ou em dificuldades econômicas, o que contradiria então a necessária *gentrificação* ligada a todo processo patrimonial. Este fenômeno permite ultrapassar a dimensão patrimonial vista como um processo de dominação de grupos sociais mais favorecidos, para compreendê-lo talvez como uma dentre as possibilidades de criação e de resistência popular no universo urbano. O patrimônio não é mais considerado como um processo de dominação a serviço dos dominantes, mas um modo jurídico e, sobretudo, conceitual para qualificar espaços, permitindo a certos grupos sociais se qualificar, conferindo valor a si mesmos.

Este processo de valorização patrimonial de habitações populares estaria ligado a uma nova configuração social? Em que medida isto simboliza mudanças sociais, culturais e econômicas de bairros populares e do processo de qualificação territorial? A que realmente atribuímos valor? À diversidade cultural? E o que dizer da interculturalidade? É possível observar uma variação de práticas nestes modos de patrimonialização, nos seus usos? Qual é realmente a participação de populações locais e quais são as formas de “consequências” locais? Podemos ver nisso modos de resistência à estigmatização negativa?

Formulemos a hipótese de que se um processo patrimonial se desenvolve de acordo com certos sítios de habitação popular, por exemplo, na Região Urbana de Lyon, é principalmente porque isto pode servir à atratividade territorial da metrópole. Estas experiências de valorização patrimonial de habitações populares modestas normalmente não constituem uma demanda da população, mas de técnicos, artistas, políticos, funcionários e permanecem restritas à dimensão de acompanhamento social.

O crédito e as subvenções públicas permanecem magros e as possibilidades de desenvolver todo projeto de modo perene ou colaborativo é, quase sempre, difícil, frágil e efêmero. A observação mostra que processos de reconhecimento simbólico de habitações populares necessitam de legitimação exterior e eliminação simbólica de certos segmentos de população, notadamente pela profissionalização de estruturas associativas que assumem os projetos de valorização patrimonial, como pudemos constatar com a experiência do Museu Urbano Tony Garnier.

Neste caso, a exclusão simbólica e socialmente objetiva de faixas de habitantes permitiu inscrever habitações populares em uma nova dimensão patrimonial, não mais por representar os habitantes como um todo e as condições de vida de operários e empregados que os caracterizaram no passado, mas por encarnar o gênio de um arquiteto e/ou “da mente por trás do conceito”. É por isso que atualmente certas áreas de habitações populares na região Rhône-Alpes representam sítios emblemáticos da arquitetura do século XX e encontram aliados entre atores da metropolização (associação Região Urbana de Lyon, Escritório oficial de turismo, Comitê regional de turismo, Missão sítios históricos da cidade de Lyon), conseguindo obter um reconhecimento patrimonial e tornando-se emblemas da metrópole. Assim, a legitimidade reivindicada por profissionais do turismo, políticos e universitários, permite em determinado prazo o reconhecimento institucional e o desenvolvimento de ações, autorizando tais projetos de valorização que se têm desenvolvido.

Até o momento, estas questões foram pouco tratadas por ações, estudos e pesquisas. Elas revelam dois desafios sociais ligados, os quais é preciso esclarecer. Por um lado, a consideração de processos de patrimonialização de “objetos contemporâneos”, as interações e os desafios que se constroem entre estes atores patrimoniais inesperados, *a priori* “ilegítimos”, revelam ou não uma diversidade cultural. Por outro lado, a interpretação sociológica desta patrimonialização necessita compreender os benefícios em termos de coesão social e de significações, de conflitos e de colaborações entre os atores. Poderíamos ver nisso formas paradoxais de resistência à estigmatização, própria ao processo de metropolização? Mais globalmente, a que damos destaque nos sítios e por quê?

Sem negar as relações de força, neste artigo avançamos um pouco mais a ideia de que o patrimônio cultural torna-se uma ferramenta política de distinção e de diferenciação entre os grupos sociais, a exemplo da estética, no coração da construção da cidade-metrópole e da urbanidade. Ele representa, ao mesmo tempo, os desafios urbanos contemporâneos e um eufemismo das desigualdades materiais e espaciais que configuram as cidades.

Assim, a noção de patrimônio passa a ultrapassar o simples aspecto da proteção e da preservação. Ele aparece hoje como um revelador pertinente da compreensão da construção do valor, dinamismos e hierarquias no seio do urbano em processo de metropolização. Neste momento, questionar o patrimônio na cidade, é colocar em escala densa a questão política do viver juntos pela consideração de conflitos e controversas, mas também da cadeia de colaborações e interações que se estabelece⁴⁰. O patrimônio é uma forma de legitimidade⁴¹ daquilo que deve contar no espaço público, daquilo que se deve transmitir à sociedade, daquilo em que devemos investir nosso tempo, mas também nosso interesse pecuniário e estético.

40 Howard Becker, *Les Mondes de l'art*, Paris, Flammarion, 1988.

41 Luc Boltanski, Laurent Thévenot, *De la justification, les économies de la grandeur*, Gallimard, 1991.

Résumé: Associée au processus de métropolisation mondiale, l'inflation patrimoniale s'est avérée utile à la construction réelle et symbolique de l'espace public. Ainsi, la notion de patrimoine dépasse le traditionnel aspect matériel légué par les couches sociales économiquement dominantes. Dans le processus de construction de l'urbanité, elle correspond, d'un côté, à un projet politique qui favorise la consommation esthétique et le marketing territorial urbain, allant jusqu'à intégrer la qualification des habitats populaires. D'un autre côté, l'attribution de titres servant à renforcer la relation de concurrence entre les villes profite à la croissance du patrimoine à travers l'esthétique, le transformant en instrument politique de distinction des groupes sociaux. Ainsi, il représente à la fois un euphémisme des inégalités matérielles et spatiales qui configurent les villes mais aussi l'espace de conflit et résistance possible des couches populaires.

Mots-clé:

Patrimoine, urbain, métropolisation, esthétique, projet politique.

Artigo

Recebido: 10/09/2013

Aprovado: 30/10/2013