

A CIDADE VISTA

Mercadorias e cultura urbana

Beatriz Sarlo

Tradução: Monica Stahel

Revisão técnica: Ana Luiza Nobre

Prefácio à edição brasileira: Adrián Gorelik



wmf martinsfontes

SÃO PAULO 2014

mercadoria turística, o restaurante resiste ao pitoresco e nega-se a prosperar na cidade dos visitantes vindos de fora.

III. A CIDADE CULTURAL

A "era da Cultura". Otilia Arantes escreve:

De fato, nunca se falou tanto da Cultura e seus derivados como nos dias de hoje. É bem possível que só em inglês – a língua geral do planeta – o número de revistas especializadas em questões ditas culturais tenha alcançado cifras inflacionárias. A tradicional casa editora Routledge lança atualmente uma média de dois ou três títulos por semana sobre o assunto. Sem falar na ciranda internacional de colóquios e similares. Mau negócio é que não há de ser o eixo em torno do qual parece girar a tal Era da Cultura em que supostamente vivemos. Uma idade em que a noção de cultura se expandiu a ponto de abarcar praticamente todas as dimensões da vida social. Não há experiência ou artefato que não se apresente investido de um significado cultural qualquer. [...] Tudo é passível de associações simbólicas, tudo possui referências a práticas e tradições locais – valores esquecidos e reativados por essa nova voga cultural que parece querer a todo custo devolver aos cidadãos cada vez mais diminuídos nos seus direitos, materialmente aviltados e socialmente divididos, sua "identidade" [...], mediante o reconhecimento de suas *diferenças "imateriais"*. Tudo se passa como se o reino do espírito triunfasse finalmente sobre a matéria, empurrando um mundo dividido na direção pacificada de uma reconciliação global, ao menos no plano da imaterialidade, a começar pela dimensão predominante videoeletrônica. Ao mesmo tempo, uma tal acumulação de "capital simbólico" redundava numa expansão das instituições e num retorno material nada desprezível para os produtores culturais. [...] Os megaeventos se sucedem cá e lá. Não se consomem mais obras, mas "pacotes" destinados a ativar o turismo cultural, inclusive sem que as pessoas sejam obrigadas a se deslocar, pois mostras e cursos passaram a ser itinerantes, a se reproduzir tal qual o cinema, como ocorre, aliás, com quase tudo, desde que adequadamente planejado para se transformar em imagem eletrônica.¹⁶

Cultura, religião urbana e cívica. No final do século XX e início do XXI, um pouco de brincadeira, quem saía de Buenos Aires rumo

ao sul, atravessando Avellaneda de trem ou de carro, observava gigantescas instalações que já haviam começado a se oxidar: os galpões das fábricas fechadas, vedados com chapas com ou sem suas máquinas no interior, sucatas. Um pouco por brincadeira, com o sarcasmo próprio das situações desesperadas, podia-se dizer: "Amanhã serão centros culturais."¹⁷ Isso não aconteceu porque naturalmente a grande Buenos Aires é uma região situada na Argentina e não na Catalunha, mas o sarcasmo provinha de uma ideia: o que a indústria deixa o mercado imobiliário toma e transforma. Ou, pior ainda, fica dizimado pela ação conjunta da desolação paisagística e da miséria. Onde havia fábricas modernas nos anos 1960, hoje acontecem festivais de poesia e vídeo, instalações, teatro comunitário para desempregados ou subempregados, hiperatuais também, o *cutting edge* da sempre renovada utopia vanguardista de unir arte e vida, que volta na era pós, quando menos se esperava.

A conversão do espaço público em território inseguro de passagem e a deterioração de edificações anteriores, onde se desenvolveram processos produtivos que caducaram ou se transferiram para outras regiões, deixam extensões devastadas e edifícios em decomposição, que, com frequência, a cultura ocupa compensando simbolicamente uma autonomia que é improvável pelo caminho da política. As fábricas recuperadas por trabalhadores, depois de processos de quebra ou esvaziamento desde o final da década de 1990 até o início da seguinte, buscaram formas de combinar nova cultura juvenil com velha cultura de resistência operária e centros da esquerda política. IMPA é a sede de um centro para o qual se escolheu o nome de La Fábrica Ciudad Cultural, articulando nessa denominação o lado produtivo e o lado urbano, que é, por outro modo, incontornável porque fica num bairro do coração de Buenos Aires: Almagro. O discurso que, a partir do exterior, sustenta a Ciudad Cultural inclui descrições como a seguinte: "Os operários que recuperaram para sua cooperativa a fábrica de alumínio e papel quebrada e abandonada por seus proprietários, e agora organizada em forma de cooperativa, com paciência e amabilidade levam a passear os turistas culturais e os artistas, os produtores em busca de

cenários para *spots* publicitários e os militantes." Para quem descreve essa dinâmica de comunicação entre frações sociais velhas e novas (do *design* às indústrias culturais, que incluem o turismo europeu de esquerda), o IMPA é uma "provocação cultural e um projeto político, um momento feliz de conjunção de saberes e gerações, em que se produz arte e se faz arte da produção. Certamente irrepetível como modelo, a Fábrica Ciudad Cultural é ao mesmo tempo utopia de uma sociedade melhor (em que a alegria do trabalho seja ao mesmo tempo a alegria da cultura) e legado pragmático de lutas, saberes e sonhos dos trabalhadores de Buenos Aires"¹⁸. Grisinópolis, outra das fábricas recuperadas, teve um centro cultural fugaz, descartado ao mesmo tempo que se decidiu que os grupos políticos começariam a fazer seu trabalho fora do prédio do estabelecimento, o que é uma coincidência significativa. A gráfica Chilavert, por outro lado, mantém seu centro cultural que, segundo um de seus dirigentes, faz parte da rede de apoio solidário criada com os moradores quando estes apoiaram os operários durante um conflito e ocupação.

A "fábrica-centro-cultural" é fundamentalmente um conceito: onde houve produção, os operários voltam a controlá-la conforme os ideais cooperativos de uma direção tão horizontal quanto permita o processo de trabalho, e a essa tentativa de reorganização do trabalho (provocada não como busca de autonomia, mas como reação às crises econômicas que os donos não enfrentaram) soma-se a ideia de uma aliança entre o cultural e o produtivo que faz parte da imaginação socialista ou libertária. Não se transforma a fábrica em centro cultural porque a base de edificação industrial oferece uma cenografia atraente para as atividades artísticas (como o caso da Ciudad Cultural Konex), mas porque o trabalho intelectual e o manual, separados pelas formas capitalistas de produção, podem encontrar numa ilha urbana novas modalidades de combinação. Como se fosse possível revitalizar uma figura de operário que estreita a mão do artista, que várias vezes pareceu se romper no século XX, começando pelos infelizes avatares da revolução na Rússia.

No entanto, o que acontece nesse movimento de confluência de cultura e trabalho (que também conflui à maneira pós-van-

guardista *cool* na Eloísa Cartonera) é também a crise do trabalho e a crise da política. Os que permanecem nas fábricas ocupadas são, segundo testemunhos e informações, os operários mais velhos, que não estão em condições de voltar ao mercado de trabalho e se recolocar; até se aumentasse a oferta, por vários motivos eles seriam rechaçados. São acompanhados pelos militantes dos pequenos partidos de esquerda, pelos jovens, pelos turistas estrangeiros, pelos artistas: a lista é tão variada quanto a realidade que pretende captar. Nesse clima ocorre a conversão dos espaços fabris ou seu uso duplo (produção / espetáculo; aprendizagem de técnicas artísticas e artesanais / aprendizagem na gestão de uma fábrica). A fábrica cultural é um instante reconciliado da relação entre operários e camadas médias, ocorrido numa época em que a "culturalização" é um estilo e uma onda.

Quando em 2004 começaram os trabalhos de reconversão de um velho prédio industrial na Ciudad Cultural Konex (todo edifício quer se chamar "cidade", seja Konex ou IMPA), enquanto Clorindo Testa realizava o projeto, Diana Saiegh era curadora de outro que tinha o inevitável nome de "Transabasto": "A ideia adotada por Saiegh é a de que cada artista participante se aproprie de um território na velha fábrica e de que, com os elementos existentes, transvase esse conceito industrial desaparecido, que deixou de funcionar há muito tempo, numa obra de arte."¹⁹ Parece brincadeira, mas é assim: com os restos dos meios de produção, que eram justamente o símbolo da crise que levou a Argentina a um estado quase final, façamos cultura: a cultura repara. A cultura repara?

Sem se isentar totalmente de suas promessas, já durante a crise, a cultura deu outra oportunidade a Buenos Aires, apoiada pela inesperada ajuda do valor do dólar, pelo chamado *boom* imobiliário²⁰, pelo *revival* do tango e pela opção das vocações juvenis pelo *design* de imagem e som, sustentada pela universidade pública e centenas de centros privados, vocações que se fortalecem e se prolongam para além da adolescência porque a cultura é mercado de trabalho. Uma terceirização cultivada corre paralelamente com os dizimados dos anos 1990. Tendências nacionais e internacionais se cruzam na virada do século.

Buenos Aires é hoje uma cidade cultural-turística. Um destino que no início do século XX ela acreditou que lhe pertencia por uma arrogância de superioridade alardeada diante do resto do país e da América Latina, hoje se revela como saída "vocacional" e econômica. O que foi equivocado destino manifesto (que sempre é equivocado) passou a ser opção de mercado apoiada pelo jornalismo e pela política, como se um florescimento cultural devolvesse à cidade não o que ela foi mas o que devia ter sido, justamente no momento em que o país deixava de ser o que tinha sido.

Será preciso falar do Faena District como o lugar em que o mercado se expressa em termos que para qualquer outro seriam utópicos? E, por outro lado, se em Londres os trabalhadores descobriram há poucos anos que um terço dos trabalhadores pertencia aos serviços culturais, por que não em Buenos Aires?

A cidade como fábrica cultural, uma vez que baixou a cortina sobre a política moderna. O novo da cidade provoca a "amnésia territorial e nos obriga a viver em lugares indiferentes, cujo papel se limita a servir de suporte às funções de uma sociedade instantânea... O desenraizamento da arquitetura e dos diferentes estabelecimentos humanos, separados de seu solo, de seu clima, da luz que os banha e de sua história, parece o desenraizamento que rompe 'a harmonia das flores cortadas' evocada por Jung"²¹. O modelo não se estende apenas às cidades que pertencem a nações em que se viveu uma crise:

Barcelona nos oferece um exemplo do poder simbólico que as políticas urbanas atribuem à noção fetiche de cultura. Em nível geral, a "cultura" está se transformando em uma mercadoria gerada em termos industriais que suscita à sua volta um negócio cada vez mais próspero, mas sobretudo é um valor-refúgio seguro para as políticas de promoção urbana, na medida em que é um dos elementos que aportam mais singularidade funcional nas dinâmicas de tematização e espetacularização que as cidades adotam em face de sua própria desindustrialização. Todas as grandes iniciativas político-imobiliárias que ocorreram em regiões da cidade têm como eixo articulador, nas últimas décadas, a proliferação de grandes instalações destinadas à Arte e ao Saber, sempre confiadas a arquitetos de prestígio internacional. Pois bem, nas intenções apa-

rentemente benfeitoras de seus promotores políticos é fácil descobrir o objetivo último tão pouco artístico-cultural como é o de investir em prestígio em face da própria cidadania e dissimular pela via ornamental grandes operações urbanísticas de reconversão de velhas zonas industriais ou de reabilitação – e, portanto, de revalorização – de centros históricos deteriorados. A crescente museificação dos velhos centros e a incorporação de macroinstalações culturais não podem ser desvinculadas do papel que o turismo chamado "cultural" exerce cada vez mais nas economias urbanas. Esses processos consistem paradoxalmente em expulsar a história da vida das cidades historizadas, pois são mostradas como terminadas, encerradas num pretérito perfeito em que são paradigma imóvel e inamovível, sempre a serviço de uma refuncionalização do espaço urbano a partir de critérios de puro mercado.²²

Bairros culturais. Em Buenos Aires, Palermo é um "bairro cultural"²³. Reúne condições suficientes e não foi necessária uma *gentrificação* traumática, mas uma operação imobiliária, com características de certa espontaneidade, que se desenvolveu durante mais de duas décadas.

As velhas casas proporcionam uma boa base para uma reciclagem cujo objetivo são as atmosferas originais, que se diferenciem dos lugares-comuns do mercado; casas *chorizo**, cujas paredes internas foram derrubadas, cujas coberturas de tijolos foram deixadas à vista, cujas molduras e vigas foram conservadas, cujos muros branqueados permitem que se destaque o desenho de objetos e roupas. A tendência é um ambiente *cool*, que segue as mesmas linhas da reciclagem das casas, em que os traços de seu passado não são todos apagados, mas acomodados como citações e reminiscências sem fixidez, móveis, como se fossem partes cenográficas que se abrem para a rua através de vitrais que lembram, em alguma característica preservada, que antes foram janelas altas e estreitas. As casas recicladas como negócios ou como novas residências perderam os traços mais definidos do que foram, porém essas qualidades pretéritas tam-

* Casas comuns em certos bairros de Buenos Aires, em geral resultantes da divisão de uma casa maior pela metade, no início do século XX. Compõem-se de ambientes enfileirados que se comunicam internamente um com o outro, cada um deles tendo uma porta que dá para um pátio ou alpendre lateral. (N. da T.)

bém não se haviam mantido intactas mas, ao longo de cinquenta anos, haviam sido cobertas por revestimentos alheios, modificações nas aberturas para a rua, divisões e reparos.

Palermo recicla sobre modificações anteriores, e a novidade é o fato de reciclar com uma ideia programada do que o bairro é atualmente. A ideia é, além do mais, bem-sucedida: todo o mundo gosta do Palermo que adapta às camadas médias profissionais, aos visitantes de fim de semana e aos turistas a utopia de estar no meio de tudo e, além disso, num bairro "amável", "sensível", como o definiram os moradores que desde os anos 1980 se moveram na atmosfera do tempo futuro e não, como julgavam, na da conservação.

A experiência de rua produz também uma sensação de familiaridade que não se deveria qualificar como falsa: os bares de Palermo reatualizam a velha ideia do bar em que se conhecem os clientes e em que há frequentadores notáveis (escritores, diretores de cinema, *designers*, artistas). Palermo permite sentir-se parte de um espaço urbano, algo que se tornou impossível para as camadas médias no centro decadente da cidade. Em Palermo integra-se um "agito" urbano bem-sucedido. A palavra "agito"* é a mais adequada para designar o ímpeto do bairro que está literalmente em sua fase *big bang*. Palermo se move para fora de Palermo, cruza a avenida Juan B. Justo, chega à *calle* Córdoba, passa pela Villa Crespo e Dorrego, atinge Las Cañitas por um lado e Chacarita pelo outro: uma exorbitância só unificada pelo nome e seus diferentes aditamentos.

Palermo é o paraíso urbano das camadas médias, e elas sempre deram o tom a Buenos Aires. Os consumos de camadas médias dão a Palermo seu estilo de "bairro cultural", que não depende só da presença, num extremo, do Malba e, no outro, do museu Xul Solar, nem de alguns teatros do *off*, mas de uma forma do ócio e da circulação. Palermo não se parece com SOHO nem com East Village; no entanto, nessas comparações irrelevantes há algo que poderia aproximá-los: bairros em que circulam não só os que moram neles, mas também (como acontecia

* No original, *movida*. (N. da T.)

antes com o velho centro da cidade) os que vão passear lá. Conseguir isso implica um mínimo de condições, e a primeira é a de que haja "verdadeiros" moradores e não só estabelecimentos comerciais. Ou seja, que se mantenha a condição de bairro, ao passo que o velho centro da cidade não foi pensado como bairro mas como puro espaço público (administrativo, de diversões, gastronômico), embora tivesse efetivamente moradores radicados, cortiços e pensões. E, se os moradores têm que viver em torres que contradizem a imagem do bairro, são as novas torres, no entanto, que dão a Palermo seus moradores necessários quando os donos das casas antigas consideram, acertadamente, que lhes convêm vendê-las para que lá funcionem lojas e restaurantes.

Palermo, para ser Palermo, necessita dos Vecinos Sensibles de Palermo* (a quem se deveria reconhecer a primeira patente do invento que depois se aperfeiçoa). Os Sensibles defendiam o bairro como "moradores", e realmente o eram. Seu triunfo implica, entre outras coisas, que os "moradores" hoje sejam uma minoria indispensável. Um "bairro cultural" também precisa dos "habituais".

Entre os "habituais" incluem-se os donos "reconhecíveis" dos estabelecimentos comerciais (*designers*, livreiros, *chefs*), a gama variada de gente das artes e das letras, e naturalmente os moradores. Esse elenco não tem de se mostrar necessariamente o tempo todo, mas (como as celebridades) os "outros" devem saber que estão lá, porque um "bairro cultural" é um lugar "da moda". Diferentemente do público de fim de semana na *plaza* Francia e na Recoleta, para o "bairro cultural" conflui um público que aspira a se parecer com os "moradores" e "habituais", e provavelmente se parece com eles em sua definição sociológica. Por outro lado, ninguém que chegue no ônibus 92 à Recoleta pode achar que se parece com os moradores das *calles* Posadas ou Schiaffino que, unanimemente, desaparecem de lá no fim de semana. Embora muitos "moradores" e "habituais" de Palermo declarem que não passeiam por seu bairro a partir de sexta-feira à noite, não importa a verdade empírica, mas o que de

* Moradores Sensíveis de Palermo. (N. da T.)

verdadeiro essa afirmação transmite: a incessante necessidade de se diferenciar. De todo modo, chegam suas réplicas, já que a maioria dos visitantes compra, come e passeia nos mesmos lugares que os locais. Os turistas são um círculo mais exterior, mas também necessário: o olhar a partir de fora reafirma o que o bairro é para os de dentro.

"Habituais", visitantes e turistas reforçam a nova "identidade" do bairro, mesmo no desenvolvimento de seus conflitos, como quando os moradores quiseram expulsar os artesãos da *plaza Cortázar*, em cujas esquinas ficam os bares pioneiros e emblemáticos, "Malas Artes" e "El taller". Esses artesãos já não eram necessários para a produção do efeito "cultural" de Palermo, mas pareciam uma sobrevivência do passado ou um enxerto mais apropriado a outros lugares menos *cool*, porque os artesãos deixaram de sê-lo. Houve conflitos não só com as autoridades da cidade, mas também com os que se identificaram como moradores do bairro²⁴.

A lógica de Palermo é *gentil*: mais lenta que no resto da cidade, com um uso do tempo mais distendido (exceto para quem trabalha nos estabelecimentos comerciais), uma forma atual da boemia, que exclui a deterioração e as carências e que se define pelo êxito, e não, como as velhas boemias do século XX, pela resistência ou pelo fracasso. *Gentil* é *cool*, o que supõe a abertura, a ausência de contradições fortes e de dureza, a disposição hedonista não menosprezada, mas subscrita como estilo da vida cotidiana. Palermo é, usarei adjetivos bem contemporâneos, *vi-vível e pra cima*.

Diferencia-se de outros *clusters* culturais, que não chegam a definir um bairro, mas que lá subsistem. Como as bancas do Parque Rivadavia, no próprio âmago das camadas médias no ambiente *cool* de Buenos Aires. Juan Terranova escreve:

No Parque Rivadavia ainda se conserva uma lógica *punk*. Não há tantos vinis como antes nem tantos caixotes com livros velhos para remexer, e os fanzines agora estão na internet. Mas a era digital encheu as bancas de piratas que copiam músicas e programas, que vendem filmes em DVD antes que eles cheguem aos cinemas e trocam jogos para PlayStation. A autonomia, a livre circulação de informações, a ilegalidade, toda essa trama mantém o parque vivo.²⁵

A "lógica *punk*" seria destrutiva em Palermo, do mesmo modo como o East Side nova-iorquino teve que expulsar os *junkies* para que se estabelecessem os restaurantes étnicos e as casas de *design*. A "lógica *punk*" é um excesso que desordena. E os "bairros culturais" se atêm a um ordenamento inclusive de seus excessos (salvo em termos de mercado imobiliário, naturalmente). A "lógica *punk*" tem um elemento plebeu (socialmente, culturalmente) que não cabe em Palermo. Cerca de 3.500 estabelecimentos comerciais não propiciam uma transformação dessa lógica²⁶.

IV. A CIBERCIDADE

Academias de ginástica. Foucault disse que a heterotopia "tem o poder de justapor, em um só lugar real, múltiplos espaços, múltiplos locais que são em si mesmos incompatíveis"²⁷. Para Foucault, os jardins, e certamente os mais antigos, são espaços heterotópicos; na cidade atual, as academias de ginástica hipertecnológicas são a última construção heterotópica. Nelas, como nos jardins sagrados, acredita-se que o corpo possa alcançar uma ascese já não transcendente, mas um salto a um lugar "outro", o do bem-estar no meio de uma cidade contaminada; o da abolição dos grandes espaços para que homens e mulheres possam concentrar-se em espaços íntimos (embora não exista uma intimidade mais desconhecida do que a do corpo), em meio a dezenas de outros homens e mulheres que correm atrás dessa mesma ilusão.

As igrejas têm essa qualidade heterotópica para seus fiéis, na medida em que, durante alguns instantes, e só para aqueles capazes de crer intensamente, dois mundos se intersectam: o humano e o divino tornam-se, fugazmente, um. A academia de ginástica também oferece uma promessa heterotópica, porque lá o espaço é (cito Foucault) "tão perfeito, tão meticuloso, tão bem ordenado quanto o nosso é desordenado, mal administrado e embolado". Na academia de ginástica hipertecnológica, o corpo e o desejo do corpo tornam-se, fugazmente, um, por intermediação de uma mística física e discursiva. A academia de ginástica hipertecnológica modifica radicalmente as condições