

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE ARQUITETURA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PLANEJAMENTO URBANO E
REGIONAL**

**VALOR, ESPAÇO E CULTURA: A DIMENSÃO NÃO-QUANTITATIVA DA
VALORAÇÃO ECONÔMICA NA REABILITAÇÃO DOS CENTROS URBANOS**

LEANDRO VALIATI

Porto Alegre – RS – Brasil

2009

LEANDRO VALIATI

**VALOR, ESPAÇO E CULTURA: A DIMENSÃO NÃO-QUANTITATIVA DA
VALORAÇÃO ECONÔMICA NA REABILITAÇÃO DOS CENTROS URBANOS**

Dissertação apresentada como requisito parcial à obtenção do grau de mestre em Planejamento Urbano e Regional no Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional – PROPUR – da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS.

Orientador: Eber Pires Marzulo.

Porto Alegre – RS – Brasil

2009

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

V172v

Valiati, Leandro

Valor, espaço e cultura: a dimensão não-quantitativa da valoração econômica na reabilitação dos centros urbanos / Leandro Valiati.-- Porto Alegre : 2009.

115 f.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Arquitetura, Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional, Porto Alegre, 2009.

Orientador: Eber Pires Marzulo

1. Planejamento urbano. 2. Renovação urbana. 3. Espaços públicos - Conservação e restauração. 4. Patrimônio cultural – Aspectos econômicos.
I. Título.

CDU 711.4

AGRADECIMENTOS

Meus sinceros agradecimentos a:

professora Sandra Jatahy Pesavento (in memoriam), primeira orientadora,
responsável direta pela viabilização desse estudo

professor Eber Pires Marzulo, responsável direto pela conclusão desse
trabalho

à CAPES, pelo financiamento

a todos que fizeram e fazem parte da minha vida, acadêmica ou não, que
estão impressos naturalmente em tudo o que faço.

RESUMO

Essa dissertação propõe-se a definir e compreender a dimensão não-quantitativa da valoração econômica a partir de seus efeitos sobre bens e equipamentos culturais que contribuem para o processo de reabilitação de centros urbanos. Identificamos que esse processo resulta da formação de espaços praticados de consumo cultural nos centros das cidades, o que promove o referido processo de retomada dessa área. O exemplo do centro da cidade de Porto Alegre é trazido como estudo de caso na medida em que reúne características que indicam a valoração simbólica e não-quantitativa como protagonistas do processo de retomada. Como elementos explicativos do fenômeno identificado, este trabalho observa que alguns aspectos tornam o caso da reabilitação via cultura particular, na medida em que: a) tem como diferencial o foco na alteração do uso dos equipamentos urbanos, operando sem renovação física do estoque imobiliário da região; b) tem por saldo um processo de reabilitação da referida área da cidade e também um caráter de inclusão, a partir de táticas de agentes, o que mantém a amplitude de atores que praticam o determinado espaço; c) promove a formação simbólica de capital fixo, transferindo e absorvendo valor do entorno e eventos que ali se instalam, identificado a partir de instrumentos da economia da cultura, tais como externalidades e bens de mérito.

ABSTRACT

This dissertation proposes to define and understand the non-quantitative scale of economic assessment, from their effects on cultural goods and equipment which contribute to the process of urban centers rehabilitation. It was identified that this process results from the formation of the spaces practiced in cultural consumption in city centers, which promotes the taking procedure of this area. The example of Porto Alegre's downtown is brought as a case study when gather characteristics that indicate the symbolic and non-quantitative valuation as a protagonist of the resumed process. As explanatory elements of the identified phenomenon, this work notes that some aspects make the rehabilitation case via particular: a) It has as a differential focus on the change of urban equipments usage. b) It has as a balance rehabilitation process of the mentioned area of the city and also as a character of inclusion, from tactics agents, what keeps the range of actors that practice the certain space. c) To promote the symbolic formation of fixed capital, transferring the value to events that are installed there, identified from instruments of cultural economy, as well as externalities and goods of merit.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Curva de Indiferença	46
Gráfico 2: Diferentes cestas de consumo expressas por curvas de indiferença sem espaço.....	47
Gráfico 3: Distribuição da DAP.	87
Gráfico 4: Gráfico de evolução da DAP frente ao Nível de Renda dos indivíduos	88

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: movimentos urbanos no início do século XX.	64
Figura 2: trecho leste da “Rua da Praia” (rua dos Andradas), entre a Praça Dom Feliciano e a Praça da Alfândega (no horizonte), antigamente conhecida como rua da Graça.	67
Figura 3: trecho oeste da “Rua da Praia” (rua dos Andradas), próximo a Usina do Gasômetro, registrando os prédios históricos do exército.	68
Figura 4: Hotel Majestic na rua dos Andradas em 1935, Álbum de recordações de Porto Alegre.	70
Figura 5: Casa de Cultura Mário Quintana em 2008.	70
Figura 6: Usina de geração de energia, Acervo CRT, junho de 1930.	72
Figura 7: Centro Cultural Usina do Gasômetro, atualmente	72
Figura 8: Agência central dos Correios, Acervo MHJC, Doação Voluntária, 1941	73
Figura 9: Memorial do Rio Grande do Sul, atualmente.	73
Figura 10: Delegacia Regional da Receita Fiscal, ao fundo, em 1922.	74
Figura 11: Museu de Arte do Rio Grande do Sul (MARGS), atualmente.	74
Figura 12: Banco Nacional do Comércio, 1930 Álbum Porto Alegre: Biografia de uma cidade.....	75
Figura 13: Santander Cultural	75
Figura 14	77
Figura 15	100

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Distribuição DAP em (%).	87
Tabela 2	96
Tabela 3	97
Tabela 4	97
Tabela 5	97
Tabela 6	97
Tabela 7	98
Tabela 8	98

SUMARIO

INTRODUÇÃO	10
1 LUGAR, ESPAÇO E VALOR NO CONTEXTO DA ECONOMIA DA CULTURA .	22
1.1 LUGAR E ESPAÇO	22
1.2 A DIMENSÃO SIMBÓLICA DAS TROCAS ECONÔMICAS E A ECONOMIA DA CULTURA	31
2 VALOR ECONÔMICO NÃO-QUANTITATIVO E A ECONOMIA DA CULTURA .	38
2.1 REPASSANDO A TEORIA: O VALOR ECONÔMICO EM SENTIDO AMPLO...38	
2.2 O VALOR ECONÔMICO NEOCLÁSSICO PARA A ECONOMIA URBANA E AS CONTRIBUIÇÕES CRÍTICAS DA ECONOMIA DA CULTURA PARA OS CENTROS	45
3 CENTROS URBANOS, VALOR E REABILITAÇÃO A PARTIR DA CULTURA NO CENTRO DE PORTO ALEGRE	54
3.1 GENTRIFICAÇÃO E REABILITAÇÃO VIA CULTURA: UMA PROPOSTA DE LEITURA DO FENÔMENO	54
3.2 EFEITOS DOS EQUIPAMENTOS URBANOS CONVERTIDOS EM EQUIPAMENTOS CULTURAIS COMO FENÔMENO DE REVITALIZAÇÃO URBANA NO CASO DE PORTO ALEGRE.....	60
3.3 AGÊNCIA CENTRAL DOS CORREIOS E TELÉGRAFOS – MEMORIAL DO RIO GRANDE DO SUL.....	73
3.4 DELEGACIA REGIONAL DA RECEITA FISCAL – MUSEU DE ARTE DO RIO GRANDE DO SUL.....	74
3.5 ANTIGA AGÊNCIA CENTRAL DO BANCO MERIDIONAL – SANTANDER CULTURAL	76
4 AVALIAÇÃO DE VALOR SIMBÓLICO NOS CENTROS E A ECONOMIA DA CULTURA: CONTRIBUIÇÕES PARA A CONSTRUÇÃO DE UM MÉTODO	79
4.1 O MÉTODO DE VALORAÇÃO CONTINGENTE APLICADO A UM EQUIPAMENTO URBANO-CULTURAL (CASA DE CULTURA MÁRIO QUINTANA)	80
4.2 UMA PESQUISA DE CAMPO: O COMÉRCIO INFORMAL DE BENS CULTURAIS	90

CONCLUSÃO: VALOR SIMBÓLICO E TRANSFORMAÇÃO: NOVO PARADIGMA PARA OS CENTROS	102
REFERENCIAS.....	108

INTRODUÇÃO

O objetivo dessa dissertação é identificar um problema específico: a particularidade de centros urbanos reabilitarem-se a partir da instalação de equipamentos e fluxos de bens culturais, em termos de apropriação de valores não-monetários que não se encontram explicitamente expressos nas tradicionais leituras de impactos econômicos.

Identificamos que a referida reabilitação é fruto de um processo de conversão da forma de utilização de equipamentos e espaços dos centros urbanos em direção a práticas de cultura. Tais práticas aqui são consideradas como aquelas associadas ao consumo e execução de teatro, cinema, literatura, museus, comercialização formal ou informal de bens e serviços culturais, assim como a instalação de equipamentos culturais em prédios urbanos de valor histórico. Essa conjunção de ações dá origem a estoques (os equipamentos culturais) e fluxos (as ações sobre a estrutura instalada e propagação de valores em sentido amplo) de valor cultural que convergem para a valoração dos centros urbanos de forma ampla. A valorização sobre a qual focamos esse estudo é a que está associada a efeitos não-capturados pelos modelos de impacto tradicionais, na medida em que está situada para além da valoração imobiliária e do solo.

Os estoques culturais de que tratamos podem ser identificados em termos de capital fixo (HARVEY, 1989), tendo em vista a transferência de valor simbólico que exercem sobre as atividades realizadas nas suas dependências e no seu entorno. Já os fluxos culturais dizem respeito às operações sobre esse estoque e como os agentes apropriam-se dos valores irradiados retro-alimentados pela própria consolidação dos fluxos e estabelecimentos dos referido estoques. Consideramos como fluxos também o valor impresso pela forma como se dá a apropriação dos espaços formados a partir dos lugares em que as práticas culturais se consolidam.

Como estamos tratando do conceito de valor em uma abordagem que se propõe inovadora quando aplicada à observação do valor proveniente da abordagem da economia da cultura ao espaço urbano, entendemos como necessário exercitar uma análise sobre a evolução teórica desse elemento crucial dentro do arcabouço teórico da ciência econômica.

O valor é tratado pelo *mainstream* da economia como a expressão da disposição de sacrifício humano para alcançar o bem-estar individual. O referido sacrifício tem por referência parâmetros monetários, os quais, submetidos a uma ordenação lógica de preferências, determinam a própria escala de valores individual, como atributo que confere aos bens materiais a condição de possuidores de um mercado constituído. Assim se moldam as bases da teoria do valor-utilidade. A lógica descrita é a que fundamenta a tradicional abordagem da economia urbana, no que toca a teoria da valorização do solo, ordenações locacionais e seus efeitos, a qual, todavia, tem poder explicativo pouco eficiente para compreender a valoração produzida pelos bens culturais no espaço urbano, particularmente pela necessidade de se levar em conta aspectos não monetários e não quantitativos associados à percepção individual na consecução desse valor.

Quando tratamos de valor econômico em um contexto amplo, temos que a teoria do valor trabalho historicamente focou sua atenção nos aspectos sociais da produção e troca de mercadorias, à medida que a teoria do valor-utilidade concentra-se nos aspectos individuais da troca. No final do século XIX, a chamada Revolução Marginalista em economia veio a substituir as teorias do valor baseadas nos custos de produção pelo modelo de comportamento econômico baseado nas utilidades individuais (valor-utilidade). A utilidade individual corresponde ao conceito criado por Bentham (1843), que se refere às propriedades intrínsecas de uma mercadoria que produz benefícios, valores pessoais, prazer e felicidade; tal conceito foi aprofundado pelo autor para a noção de prazer associado com o ato de consumir determinada mercadoria.

No caso da Economia da Cultura, a condição que o marginalismo estabelece para a execução do modelo de valor tem por base a clara definição das preferências individuais, no sentido de que os agentes têm preferências bem definidas e intenções de consumo pré-estabelecidas. A origem deste desejo (se biológica, cultural, psicológica, espiritual) não é objeto de análise para essa escola, o que restringe os mecanismos de compreensão do valor econômico de bens culturais, tendo em vista que esses elementos têm forte relevância na sua definição.

Partindo dessa suposição sobre a natureza das ordens de preferências, associada à suposição de que a utilidade marginal é decrescente (diminui conforme aumenta o consumo de um bem, a partir do princípio da saciabilidade), é construída

a derivação de uma teoria de demanda empiricamente comprovável, estabelecendo um modelo de determinação de preços nos mercados competitivos.

A principal necessidade de complementação que pode ser feita a esta abordagem para os bens culturais é a de que o valor, nesse caso, é um fenômeno socialmente estabelecido que sofre influência do valor simbólico e não monetário; logo, a determinação do mesmo não pode estar descolada do contexto sócio-cultural em que se dá esse processo.

Assim, os instrumentos analíticos que aqui utilizaremos para descrever o valor econômico partem como elemento fundamental das construções teóricas associadas à abordagem da Economia da Cultura. Para compreender o valor econômico vinculado aos bens e equipamentos culturais, associamos ao valor proveniente da disposição de sacrifício e preferências qualificadores ligadas à existência de externalidades¹, constituição de bens públicos², formação de bens meritórios³ e formas de acumulação de capital simbólico⁴, que poderão contribuir para além dos aspectos monetários da compreensão do fenômeno de formação do valor econômico.

Como outro elemento explicativo do valor aparece as referências formadas pelo sentimento de pertencimento que, nesse trabalho, são consideradas como aquelas provenientes da formação de lugares a partir da prática de espaços motivada pelo consumo e práticas culturais. A ocupação do espaço cria vínculos de pertencimento que agregam valor ao tecido urbano, particularmente, no presente caso, a partir dos locais voltados à prática de cultura como signo de reconhecimento dos agentes que ali transitam em relação ao espaço praticado.

¹ Externalidades podem ser entendidas como os efeitos indiretos de atividades econômicas para os quais não há um mercado constituído, não sendo incorporados às decisões de produção. No caso das positivas, as quais estão intimamente ligadas aos bens públicos devem ser incentivadas pelo Estado em função do acréscimo de bem-estar à coletividade. Por exemplo, a beleza de um monumento restaurado para uso de entorno turístico, é uma externalidade positiva, na medida em que não há mercado formal constituído para a beleza no conjunto da realidade urbana.

² Bens de uso comum, por definição de consumo não rival e não excludente.

³ Bens de mérito são bens de satisfação aconselhável (cultura, escolaridade básica, vacinação, habitação social, etc), dos quais o Estado assume a produção e fornecimento, mesmo que não haja um mercado constituído. Normalmente, os bens de mérito estão associados aos bens públicos por produzirem externalidades positivas. De acordo com Musgrave (1976), dada uma situação em que o consumidor tem informações incompletas, pode se tornar desejável a imposição temporária de um padrão de consumo, como parte de um processo de aprendizado, que permitirá, no futuro, decisões mais inteligentes, e, além disso, os indivíduos podem necessitar serem guiados, por não saberem das consequências de certas decisões de consumo.

⁴ De acordo com Harvey (1989)

Para Certeau (1994), as táticas de formação de espaços, a partir do lugar praticado, determinam a formação de elementos identitários, sendo que, quando tratamos de espaços em que a cultura é protagonista, esse efeito revela-se de forma acentuada e repercute na atribuição de valor a determinado espaço. Esse valor, proveniente da formação de reconhecimentos identitários engendrados, de acordo com Haesbaerth (2007), é configurado tanto em relação ao passado, em termos de valor histórico proveniente da memória e imaginação, quanto do presente que é representado diretamente pelo entorno espacial vivido. É possível observar que, a partir da valoração instalada, há a consequente reabilitação do citado espaço a partir da orientação para o consumo cultural com a implantação de bens urbano-culturais.

Para melhor definir o termo, aqui tratamos como bens urbano-culturais as apropriações de equipamentos urbanos de valor simbólico/histórico como equipamentos de consumo e práticas culturais, particularmente nos centros urbanos. A partir disso, esse estudo propõe-se a compreender alguns elementos estruturantes do fenômeno de construção de espaços de práticas e consumo cultural nos centros de cidades, que se tornam elementos-chave de processo de reabilitação urbana a partir do valor proveniente de bens urbano-culturais, aqui considerados como um alargamento do conceito de gentrificação.

O conceito de gentrificação tem abordagens teóricas diversas, sendo apropriado por pelo menos duas correntes com análises distintas. Uma delas, conforme SMITH (2006), representada pela formulação de Glass em 1963, entende esse processo como um fenômeno localizado no tempo e limitado a algumas cidades anglo-saxônicas, na medida em que estaria restrito ao processo a partir do qual famílias de classe média inglesa passaram a ocupar o centro de Londres na contramão da ocupação dos subúrbios (típica da época pela expansão geográfica da acumulação material e facilidades viárias), culminando em uma reabilitação e apropriação de um estoque de moradias populares, alterando o perfil residencial dessa área.

Essa abordagem trata a gentrificação como um elemento indissociável da transformação da composição social dos residentes de determinada localidade, havendo inevitável substituição de classe ocupante do espaço. Assim, limita no tempo o fenômeno e de certa forma restringe sua leitura de efeitos sobre o estoque imobiliário.

Entretanto, por outro lado, há outra abordagem que compreende o fenômeno a partir de um alargamento de efeitos e significados, amparado pela definição da gentrificação como um processo ou conjunto de processos específicos, de caráter físico, social e cultural, de acordo com Hamnet (1984).

Para Bidou (2006), podemos contar com duas tendências explicativas do processo, quais sejam: a) *estrutural*: peso econômico da promoção imobiliária a partir da renda diferencial (*rent gap*) proveniente da valorização do solo; b) *estratégia de atores (grupos ou indivíduos)*: atração de modos de vida ou consumo alteração das formas familiares e individualização das formas de vida, ascensão das classes médias superiores (*service class*).

A gentrificação, a partir da estratégia de atores, pode então aparecer como um fenômeno simultaneamente físico, econômico, social e cultural, particularmente a partir de transformações simbólicas dos centros das cidades (BIDOU, 2006). É nessa perspectiva de entendimento que se situa o presente trabalho, compreendendo a gentrificação como um processo amplo e com interfaces aparentes com o capitalismo de nossa época.

Dessa forma, assumiremos a gentrificação a partir de uma conceituação ampla, tratada como reabilitação de centros urbanos, a partir das transformações físicas, sociais, culturais e econômicas abrangentes, ressaltando que apenas um desses elementos pode servir como catalisador para os demais. Assim, é o processo de renovação de áreas urbana em termos da formação de valor econômico não-monetário, proveniente de práticas e consumo cultural, o que entendemos como definidor do processo de reabilitação urbana via cultura.

Esse processo pode ser descrito também pela reconstrução da relação de agentes com determinado espaço para além de mudanças no estoque imobiliário ou de oferta de moradia. Nesse sentido, conforme Villaça (2001):

O simples registro de transformações espaciais não é suficiente para caracterizar a estruturação ou reestruturação. É preciso mostrar como mudanças em um elemento das estruturas provocam mudanças em outros elementos (2001, p. 13).

A reabilitação a partir de valores culturais aparece então como uma mudança que vai além da estrutura física, mobilizando claramente valores amplos e benefícios externos à materialidade constituída, ou seja, prescinde de profundas alterações na

estrutura dos equipamentos urbanos ou mesmo de mudanças em termos estéticos de certas áreas.

Dado o exposto, em termos gerais, essa dissertação parte de uma construção teórica que implica em compreender a prática de espaços (em termos econômicos e identitários) nos centros das cidades a partir dos elementos atinentes ao valor. Esse valor tem origem nas caracterizações expressas pela economia pautada pela abordagem particular da economia da cultura. Mais precisamente, em termos de efeitos não contemplados pelo *mainstream* da teoria da localização urbana, tendo em vista a necessidade que percebemos, para ampliar o escopo da análise, de foco na formação de bens meritórios⁵ e valores de associados à apropriação de espaços por agentes diversos.

Particularmente, observaremos como referencial de análise o caso de Porto Alegre, atentando para o processo específico de reabilitação urbana a partir do estabelecimento de equipamentos culturais, tendo por efeito a formação de valor econômico não-monetário. Ressaltamos que o aludido processo encontra-se em curso, não significando um fenômeno concluído, o que implica na incipiência de alguns dos aspectos aqui levantados.

O caso da cidade de Porto Alegre está associado a alguns elementos estruturais que permitem a caracterização do mesmo como processo representativo da reabilitação de centros urbanos em curso a partir de práticas e consumo cultural aqui referenciada, pois: a) ocorre de forma análoga ao processo de gentrificação em diversas cidades mundiais tendo como diferencial o foco na reabilitação pela alteração do uso; b) tem por saldo um processo de revitalização da referida área da cidade e também um caráter de inclusão, a partir de táticas cotidianas, conforme expresso por Certeau (2004); c) Promove a formação simbólica de capital fixo, transferindo valor ao entorno e a eventos que ali se instalam.

Ainda, a acumulação de capital simbólico, como referido por Bourdieu (2006), ampara estes valores de representação repercutidos no que se define por comunidade simbólica de sentido, partilhados enquanto valor de pertencimento e legitimação, tendo em vista que, se um grupo de pessoas toma determinados equipamentos urbanos como referência em sua observação do centro de Porto Alegre, o sentido partilhado é base do valor comum.

⁵ Bens que possuem relevância em termos de valor e que, ainda assim, não possuem mercado constituído, subvertendo a lógica neoclássica.

Assim, a reabilitação urbana via cultura será aqui considerada como uma forma particular do fenômeno de gentrificação. A partir do fenômeno da reabilitação dos centros urbanos com base em instalação de equipamentos culturais, observamos que o caso da reabilitação via cultura é particular, pois: a) tem como diferencial o foco na alteração do uso; b) tem por saldo um processo de reabilitação da referida área da cidade e também um caráter de inclusão, a partir de táticas de agentes, o que mantém a amplitude de atores que praticam o determinado espaço; c) promove a formação simbólica de capital fixo, de acordo com o proposto por Harvey (1982), transferindo valor ao entorno e a eventos que ali se instalam, identificado a partir de instrumentos da economia da cultura, tais como externalidades e bens de mérito.

O capital fixo, que é uma categoria do capital da economia clássica, é parte do capital produtivo apropriado por Marx (1868) como a parcela do capital constante que serve como meio de produção. Esta forma de capital, não entrando materialmente no produto, mantém sua forma original pelo que somente circula sobre a forma de valor transmitido para a mercadoria em forma de valor monetário.

Segundo Marx, ser ou não capital fixo depende exclusivamente do uso que é conferido aos objetos, particularmente quando os mesmos são utilizados para a produção de mais-valia. Aqui estabelecemos a constituição do instrumento de análise que objetivamos: na leitura de Harvey (1982), os objetos acabam por assumir a condição de capital fixo pelo seu uso e não somente por suas características materiais. Seria possível então criar capital fixo a partir da alteração do uso de coisas existentes.

Um equipamento urbano com alteração de função tem seus efeitos de difusão de valor como capital constante alterados, passando a ser meio de produção de valor cultural, tendo em vista o fato de que sua conversão em equipamento cultural acaba por transferir valor ao estoque de bens e atividades culturais ali contidas dentro de um espaço urbano delimitado.

Neste sentido, para Harvey (2005), o conceito de capital fixo, que é sobretudo aplicável a prédios e instalações que são palco de processos produtivos (além de máquinas e instrumentos de trabalho), pode ter seu sentido ampliado para fora do processo produtivo material⁶, no que se refere a outras instalações que relegam

⁶ Assim como Marx o estabeleceu nas pré-condições gerais para a produção

valor ao subproduto de seu consumo, isto é, no caso específico, às obras de arte em processo de valorização em um estoque cultural.

Dessa forma, o conceito trata das pré-condições estabelecidas para o processo de consumo, na forma de capital fixo independente. Nesse caso, os equipamentos culturais não são consumidos diretamente, mas servem como molduras agregadoras de valor para o consumo. Inclusive, nesse particular, possuem efeito legitimador que transfere valor às obras de seu acervo e exposições.

Quando tratamos desse valor transferido às obras, necessariamente tocamos nas questões atinentes à conceituação do próprio valor econômico, pelo que pretendemos que o estudo do mesmo seja traçado como uma das estruturas teóricas dessa pesquisa. Isso porque o campo da Economia da Cultura tem inscrito seus estudos a partir do conceito utilitarista⁷, atribuindo às particularidades dos bens de mérito e de externalidades à construção do valor de exceção que possuem bens econômicos de valor cultural universal.

Assim, os elementos centrais em discussão nesse trabalho são: o arranjo de formação de valores entre os recortes dados pelo valor simbólico de bens urbano-culturais e formação de lugares e a economia urbana da cultura, no que se refere à reabilitação de centros urbanos através da constituição de bens e serviços culturais; do estudo relativo à expressão dos valores econômicos não-monetários e simbólicos impressos nos centros urbanos; descrição particular do fenômeno da gentrificação, passando à reabilitação a partir do valor cultural; um estudo de caso considerando a cidade de Porto Alegre, trazendo dois breves estudos de caso com certa empiria que sustentam o fenômeno aqui descrito de reabilitação como forma de gentrificação que está em curso sem os tradicionais efeitos de exclusão social, propondo a ideia de um modelo de análise e compreensão do fenômeno.

Dessa forma, essa dissertação estrutura-se em quatro capítulos. O primeiro ocupar-se-á em descrever as relações estabelecidas entre espaço e territorialidade em termos de valores simbólicos nos centros das cidades, a partir de Certau, Auge e Bourdieu, tendo como referência as respectivas categorias analíticas criadas pelos autores.

Para Certeau (1994), o *lugar* é a forma de ordenação que tomam os elementos nas relações coexistentes, indicando uma “*configuração instantânea de*

⁷ A teoria utilitarista leva a concepção do valor-utilidade, ou seja, o valor é formado na esfera do consumo pela expectativa e satisfação dos agentes.

posições". Já o espaço está relacionado aos movimentos que se desdobram a partir da configuração dada, produzidos como efeito das operações que o orientam (dotados de poder que o circunstancia e temporaliza). Segundo o autor, o "*espaço estaria para o lugar como a palavra quando falada*", o que confere às práticas humanas a constituição espaço. Na acepção de Certeau, as táticas que promovem uma reinvenção da construção do cotidiano são elementos que formam o lugar, estabelecendo o conceito de *lugar como espaço praticado*.

O valor simbólico da cultura nos centros das cidades tem a capacidade de permitir esse eixo de representação que repercute no processo de prática e valorização daqueles espaços.

O segundo capítulo aborda a revisão das contribuições fundamentais da Economia Urbana para o tema da localização residencial, a partir da análise de seus marcos teóricos em perspectiva do que é tratado pela Economia da Cultura enquanto formação de valor. Isto implicará necessariamente na revisão da literatura mais relevante acerca do valor econômico, abrangendo os principais marcos teóricos, a partir das teorias de Smith, Ricardo, Marx, e Benthan, passando dos clássicos até o utilitarismo em uma escala histórica de evolução da teoria.

Posteriormente, traremos a contribuição da produção atual sobre valor no campo da economia da cultura, a partir de alguns dos seus principais autores, enfocando a inserção dos expedientes de valoração imaterial, assim como os efeitos típicos da criatividade (elemento inerente à cultura e ao simbólico) na construção do entorno urbano de prática cultural.

Particularmente, avaliamos a dimensão de neutralidade que é conferida ao espaço pela abordagem neoclássica, o que encerra certa controvérsia com o tema do valor de representação, na medida em que as acumulações simbólicas pressupõem certos pré-requisitos ao acesso, particularmente rompidos por táticas de agentes, independente de sua classe de renda. Para Bourdieu (2007), as diferentes regiões do espaço social transformado em coisa (mercadológica) têm seu valor definido pela distribuição de agentes e bens neste espaço, o que implica em, por um lado, o mercado e por outro os agentes e suas táticas, atuando no rompimento dessa teórica neutralidade do espaço.

O terceiro capítulo, em um contexto amplo, a partir da compreensão do fenômeno em termos teóricos centra sua análise na discussão sobre o processo de gentrificação e, no caso de Porto Alegre, a partir da conversão de equipamentos

urbanos de valor simbólico em equipamentos culturais nos centros das cidades. Dessa forma, colocaremos em evidência o fenômeno estabelecido da reabilitação a partir da cultura como um complexo fenômeno social, construindo base teórica para sustentar nossa proposição de uma reabilitação que inclui diversas categorias de agentes a partir de consumo e práticas culturais. Isto nos remete ao quarto capítulo, que articula a explicação das consequências dos fenômenos aqui estudados, construindo um estudo de caso com duas pesquisas para a cidade de Porto Alegre, tendo por objetivo a tentativa de formalização de indicadores que, somados, articulam elementos que possam explicar o fenômeno aqui estudado. São eles:

- pesquisa de valoração econômica do imaterial, a partir do método econômico de valoração contingente (MVC) que captura o valor simbólico a partir de técnica que será aqui descrita em linhas gerais, que indica a forma pela qual os agentes valoram o ambiente associado aos equipamentos culturais do centro, fundamentalmente a partir da expressão do seu bem-estar, partindo da teoria da utilidade.
- pesquisa de campo com um vendedor informal de produto cultural no espaço estudado, do qual podemos depreender os expedientes de legitimação fornecidos pelo entorno dos equipamentos culturais, além de táticas cotidianas (CERTAU, 1994). Esse processo indica, por um lado, a irradiação de valores e, por outro, um efeito indireto positivo do chamado corredor cultural do centro.

Essas duas pesquisas são de forte relevância para a compreensão do fenômeno da reabilitação urbana a partir da prática e consumo cultural, da forma como aqui pretendemos, de maneira a explicitar meios de compreender a difusão de valores a partir da economia da cultura dentro do contexto da cidade, na medida em que a expressão de valor simbólico se dá: a) por meio de expedientes econômicos de expressão das utilidades individuais que valora o equipamento para além de seu valor em termos de estrutura material (valoração contingente), ou seja, indicando que existe um valor proveniente das externalidades, expresso em termos não-monetários, que pode ser capturado; b) a partir de prática de espaços e inclusão de agentes de diversas classes de renda, típica de táticas de agentes que se sentem legitimados a operar em um setor de maior aceitação social, ainda que ilegal do

ponto de vista contratualístico (de acordo com a experiência com o vendedor informal de produtos culturais)

Em análise semelhante para o bairro do Recife Antigo, na cidade do Recife, contudo sem empreender as pesquisas aqui efetivadas, Leite (2005) identifica que, no contexto da gentrificação a partir de bens culturais, há duas dimensões do consumo: i. dimensão econômica da troca (apropriação das mercadorias e estoque monetário); ii. significados culturais do ato simbólico de consumir (consumo para demarcar relações sociais). Essa abordagem coloca uma questão relevante ao nosso caso, considerando que se estruturam sociabilidades públicas marcadas pela sócio-especialização das diferenças a partir das distintas formas de consumir os bens culturais.

Pode-se depreender que o sentido do consumo cultural é prática que ultrapassa a racionalidade do ato de comprar produtos, remetendo-se à economia dos bens simbólicos tratada por Bourdieu (2001). Assim como a dimensão econômica do consumo restringe a interação, o consumo cultural (associados à ampliação do conceito dos usos), ao contrário de concorrer para o esvaziamento dos espaços públicos, pode nutrir certa permanência que se nutre dos usos e consumos dos lugares a partir de táticas do cotidiano, conforme Certeau (1994).

Dado o exposto, fica estabelecida a linha fundamental desse estudo; a idéia de que um novo tipo de reabilitação urbana, dentro do contexto do conceito de gentrificação como um fenômeno econômico, cultural e social, pode ser estabelecido a partir dos expedientes da economia da cultura; particularmente, no caso de Porto Alegre, quando tratamos de recuperação de equipamentos urbanos dos centros das cidades para conversão em equipamentos culturais.

Essa reabilitação está fortemente vinculada à expressão de valores simbólicos provenientes das formas de consumo dos bens e equipamentos culturais, que aqui descrevemos a partir dos valores simbólicos da economia e da construção de mecanismos de apropriação do espaço. A formação de valor simbólico estabelecida é em grande parte alimentada pelo uso dado aos prédios anteriormente à sua condição de equipamento cultural, os quais, transformados, revitalizam e constroem novas possibilidades de consumo social que não estão totalmente descoladas, em âmbito de referência imaginária, da função anterior.

Sobretudo, ao final dessa análise, a maior contribuição possível e aqui intentada é delimitar algumas operações da Economia da Cultura sobre o espaço

urbano, utilizando seu instrumental analítico para compreender o processo de reabilitação de áreas centrais a partir da instalação de equipamentos culturais. Ressaltamos que trata-se o presente estudo de abordagem inovadora, com todos os avanços e riscos atinentes a essa iniciativa. Essa abordagem não está amparada em nenhum *background* teórico específico, sendo formada pela junção multidisciplinar de distintas formas de analisar os elementos aqui trazidos. Dessa forma, chamamos atenção para a necessidade do escopo desse estudo ser aprofundado e conduzido à condição de efetivo modelo explicativo.

1 LUGAR, ESPAÇO E VALOR NO CONTEXTO DA ECONOMIA DA CULTURA

1.1 LUGAR E ESPAÇO

Praticado, sociabilizado e identificado. É a forma natural com que se apresenta o centro da cidade, sobretudo quando pensamos nos agentes que se utilizam desse espaço, referencialmente de todos, patrimônio inegável do tecido urbano de uma cidade. Agentes de todas as classes o praticam, seja como lugar de passagem, lugar de trabalho, lugar de consumo, eixo de deslocamento para outros bairros, local de práticas sociais. Particularmente, esses agentes têm no centro referências, que orientam a sua identificação forma ampla, permitindo a prática desse espaço de forma a criar nexos identitários.

Como consequência do consumo dos centros urbanos voltados às práticas culturais, os agentes que o consomem de forma intensa (em significado ou quantidade) acabam por exercer diversos níveis de interação com este, refletindo um processo de reconhecimento, pessoal ou coletivo, e a consequente atribuição de valor ao elemento analisado. Valor esse expresso em nível não-monetário (utilidades) para a economia, capturado em sincronia com os elementos que formam as identidades espaciais.

Os estudos ligados à formação de lugares com valores identitários associados a consumo de espaços urbanos compreendem abordagens distintas. Em termos das dimensões simbólicas das trocas econômicas, quando tratamos de economia da cultura e apropriações de espaços, encontram respaldo em termos de racionalidades a partir de certos valores endógenos e exógenos aos indivíduos. Endógenos na medida em que a formação do hábito (gosto) para o consumo cultural dá-se por um processo de acumulação dinâmica de capital cultural, alterando de forma definitiva (estrutural) as preferências. Exógenos enquanto sistema de legitimação de práticas sociais que respaldam e condicionam certos comportamentos econômicos repletos de sentido simbólico que estão presentes nos lugares formados por esse fenômeno.

Assim, em um nível sócio-econômico, a espacialização das relações sociais que objetivam práticas de consumo cultural está fortemente relacionada ao conceito

de lugar. O lugar, conforme Auge (1994), constitui um elemento de sentido para quem nele habita e contribui para a capacidade interpretativa dos seus observadores, o que encaminha a constituição das características fundamentais associadas aos lugares para o autor: pretenderem-se identitários, relacionais e históricos.

Este observa o lugar a partir de certa geometria, consistindo em três formas espaciais simples: a linha, a intersecção das linhas e o ponto de intersecção. A linha refere-se ao itinerário (traçado por elas mesmas) que tomam as pessoas ao se deslocarem de um lugar a outro; esses caminhos cruzam-se para, basicamente, satisfazer as necessidades individuais em trocas econômicas⁸, e que, por fim, acabam por constituir centros de organização sociais/político/religiosas, que delimitam espaços e fronteiras para além das quais os demais se tornam outros, o que se forma a partir da intersecção e do ponto de intersecção.

Assim, para Auge, o lugar é formado a partir do espaço (urbanístico ou geográfico) praticado. Esse lugar, inclusive, para além daquele proveniente da fixação em certo espaço, constituindo elementos relacionais, que expressam as raízes do valor simbólico, também se configura no que é tratado por “não-lugar” (AUGE, 1994), ou seja, lugares de trânsito (aeroportos, por exemplo) ou de valor universal (centros históricos) que são reconhecidos como possuidores de valor, ainda que não praticado diretamente pelos agentes.

O conceito guarda relação com o que é conhecido por bem de mérito para a ciência econômica, isto é, bens que são valorados por agentes que não praticam diretamente seu consumo e, portanto, não reconhecem seu valor em termos de disposição de pagamento.

Assim, é factível engendrar-se no centro reconfigurado pelas práticas culturais um lugar de passagem que transborda valor para os agentes que ali transitam, ainda que estes não pratiquem diretamente o consumo. Para a ciência econômica, a existência de bens de mérito tem como efeito a formação do que é tratado como externalidade positiva, o que aparece na teoria como efeitos indiretos da atividade econômica, ou seja, agentes que não tomam parte diretamente da ação econômica sendo beneficiados pela mesma.

⁸ Base da conceituação do que definiremos como bem-estar econômico.

Desse modo, ainda que um agente não frequente um equipamento cultural do centro histórico reabilitado para o consumo cultural, o mesmo é beneficiado pela existência do mesmo, seja em termos materiais (melhora na segurança pública, ambiente, sustentabilidade em termos de valor cultural legado a gerações futuras, etc) ou mesmo pela constatação de que transita em um ambiente de estoque de valor histórico e simbólico.

A relação estabelecida entre a formação do lugar de passagem com o trânsito de pessoas objetivando o consumo e/ou práticas culturais representa um componente de relevância para a observação dos efeitos do aumento do fluxo de agentes no entorno urbano reabilitado por equipamentos culturais, o que promove a formação de lugares, gerando valor econômico a partir da utilização e disponibilização dos mesmos.

Esse fluxo tem diferentes origens. Por um lado há aqueles que se deslocam até os aparelhos culturais com o objetivo pré-concebido de consumi-los; por outro, há os que os praticam como se houvesse uma intervenção em seu itinerário, praticando o consumo cultural no caminho para o trabalho ou casa, ou ainda que não exista o consumo direto, desfrutando do ambiente em seu entorno pela oferta de bens culturais. Esses elementos de consumo reiterados acabam por formar fluxos de consumo do espaço que, reiterados, repercutem na formação de estoques de valor cultural, no caso analisado. Esses estoques de valor, em nível de auto-reconhecimento e de demarcação de referências no espaço aludido, acabam por formar identidades que retro-alimentam o valor econômico em questão.

Para Haesbaerth (2007), a configuração da identidade é construída a partir da dimensão histórica (memória, imaginário) e também geográfica (entorno espacial), de maneira híbrida. O autor estabelece que “*há um elo indissociável entre território e cultura*” e ainda que “*não há território sem algum tipo de identificação e valoração simbólica*”. Assim, a valoração econômica em termos não-monetários depende da valoração simbólica simultâneas.

O debate atual sobre identidade leva em conta duas facetas desse processo: as relações identitárias mais fechadas, típica das fronteiras dos territórios geográficos e as mais flexíveis, que parte de interações culturais que tornam fluidos os sistemas de auto-reconhecimento. A partir desse tipo de reconhecimento e de elementos relacionais que se estabelece o núcleo duro da relação entre identidade e

território, pelo que, segundo o autor, também o território político passa pelos conceitos de região, paisagem e, sobretudo, lugar.

Assim, no elo entre identidade e território, mais precisamente os processos de re-significação (ou re-identificação) estão fortemente influenciados pelas relações de poder e, por isso, são objetos de constantes disputas e formas de dominação entre os que detêm o poder de estabelecer tais qualificações. Mas essa disputa nem sempre é vencida pelas figuras dominantes, havendo processos de resistência, que vão de sutis micro-táticas do cotidiano a grandes movimentos de resistência. A complexidade atinente a essas relações de poder passa a ser elemento indissociável da formação do território, que por sua vez fica demarcado pela complexidade do mesmo.

Quando tratamos de bens urbano-culturais, a ocorrência destas referidas táticas cotidianas de consumo e demarcação de espaços em que se estabelecem relações identitárias serve como base para a compreensão do valor econômico em termos de bem-estar, ou seja, não-quantitativo. Essa forma de valor, no caso específico, pode ser apropriada a partir de um mercado formal, ou a partir das táticas de agentes que se elevam à condição de consumidores dos bens e espaço.

Esse elemento nos remete a Certeau (1994), incorporando o argumento de que o lugar é a forma de ordenação que toma os elementos nas relações coexistentes, indicando uma configuração imediata de posições. Ou seja, fisicamente, é impossível que dois corpos ocupem o mesmo lugar no espaço, ocorrendo apropriação feita pelos corpos físicos de seu lugar específico em uma configuração espacial. Assim, como por um lado Auge considera os deslocamentos para a formação dos lugares, por outro Certeau incorpora esses deslocamentos como elementos que formam o espaço como efeito do conjunto de movimentos de vetores como direção, quantidades de velocidade e tempo. Então, o espaço está relacionado aos movimentos que se desdobram a partir da configuração dada, produzidos como efeito das operações que o orientam (dotados de poder que determinam as circunstâncias e temporalidades expressas).

Segundo Certeau (1994, p. 202), o “*espaço estaria para o lugar como a palavra quando falada*”, o que confere às práticas humanas a constituição do espaço, ou seja, o espaço aparece como decorrência da prática de lugares, assim como a rua ocupada por agentes que se apropriam dela ou uma palavra que é escrita pela apropriação de signos linguísticos pré-existentes. O sentido dessas

práticas é fundamentado por dois elementos de determinação: por um lado o que o autor define pelo “*estar-aí*” (p. 203) de um corpo inerte, seja ele uma pedra, um cadáver ou uma árvore; por outro, a partir das operações que, atribuídas aos sujeitos inertes, traduzem-se em espaços a partir da forma como atuam os sujeitos da história. Para o autor:

Entre essas duas determinações existem passagens, como o assassinato (ou a transformação em paisagem) dos heróis transgressores de fronteiras e que, culpados de terem atentado contra a lei do lugar, restauram-no por seu túmulo (CERTEAU, 1994, p. 203)

Desse modo, o movimento de reconfiguração da forma pela qual se apropriam os agentes do lugar aqui estudado, assim como a própria transformação do centro histórico em espaço para práticas e consumo cultural, expressa uma operação de sujeitos históricos sobre o cotidiano. Isso gera valor, pois a operação cotidiana vem ao encontro do consumo simbólico dos centros e também material, antes configurado para um consumo elitizado nessas duas faces. Assim, as táticas expressam caminhos que levam à formação do valor econômico, quando tratado como bem-estar e não apenas como elementos monetários.

Na acepção de Certeau (1994), essas táticas que promovem uma reinvenção da construção do cotidiano são elementos que formam o lugar, revelando assim o conceito de lugar como espaço praticado. O elemento temporal de formação dessas práticas é o cotidiano, com suas particularidades e táticas que podem burlar a uniformização de um lugar, subvertendo as formas de consumo de massa determinadas por modelos impostos pela maneira como os lugares estruturam-se. Para o autor, tratam-se das “*astúcias, muitas vezes minúsculas da disciplina*” (p.208), que se configuram enquanto procedimentos que não se submetem à ordem dos fatores sem estarem excluídos do campo onde a referida disciplina é exercida.

Essa demarcação, conforme o autor, associada a bens culturais e, sobretudo a seu sistema de produção e reprodução, não figura de forma restrita ao mapa estatístico da reprodução para o consumo, assim como aos efeitos econômicos disso, eis que os usuários que os praticam têm operações próprias sobre os mesmos. Assim, revela-se o valor simbólico que é buscado a partir dessas táticas.

Para o autor, há que se estabelecer uma diferenciação entre estratégias e táticas. As estratégias dizem respeito à mensuração das relações de força que se

estabelecem a partir do momento em que um sujeito de uma ação pode ser isolado um *próprio*, ou seja, lugar do poder e querer próprios, transformando um ambiente.

Já as táticas aparecem como ações calculadas na ausência de um próprio. Assim, aqueles agentes que capitalizam ações de oferta e consumo de bens culturais, legitimado por sua posição no contexto do mercado cultural, é um próprio, que opera no ambiente. As estratégias, nesse sentido, elaboram lugares teóricos (discursos e sistemas práticos de organização social) sustentados por um lugar de poder (o fato de existir um próprio constituído) que acabam por refletir na constituição de lugares físicos. As táticas, por sua vez, são as armas dos não estabelecidos para o consumo e transformação do espaço em um lugar particular, gerando e se apropriando de valor em termos imateriais e materiais.

Dessa forma, o lugar formado pelos equipamentos culturais no centro histórico de Porto Alegre é próprio das elites culturais, mas também apropriados por táticas de agentes que reconhecem esse espaço como elemento de valor e o consomem por táticas do cotidiano, em um típico efeito de atração pelo lugar estabelecido.

Essas táticas e estratégias estabelecidas para a formação do lugar são tratadas também por Bourdieu (2007). O autor incorpora o conceito de efeitos de lugar articulando uma análise sobre espaço físico e espaço social, em suas extensões e ligações. Para o autor, seria impossível ao analisar os lugares, fugir de uma análise profunda das relações entre o espaço físico e o social. Determina o lugar como “*o ponto do espaço físico onde um agente ou uma coisa se encontra situado, tem lugar, existe*” (p. 156), ou seja, a extensão, a superfície e o volume que um indivíduo ou uma coisa ocupa no espaço físico. Nesse sentido, os agentes encontram-se situados num lugar do espaço social que se pode caracterizar por sua posição relativa aos outros lugares e pela distância que os separa. Bourdieu evidencia a definição dos dois tipos de espaço:

Como o espaço físico é definido pela exterioridade mútua das partes, o espaço social é definido pela exclusão mútua (ou a distinção) das posições que o constituem, isto é, como estrutura de justaposição de posições sociais (BOURDIEU, 2007, p. 160)

O espaço social infiltra-se, então, no espaço físico; este funcionando como uma espécie de simbolização do espaço social. Contudo, as maneiras dessa

infiltração variam, mas nunca constituem um reflexo perfeito, pois, para o autor, todos os espaços existentes em uma sociedade hierarquizada exprimem as distâncias sociais explicitada em diversos níveis, com maiores ou menores distâncias.

Essa hierarquia se estabelece, em termos de teoria econômica, através do consumo do espaço, permitindo que se estabeleça um equilíbrio regulado pelas forças de mercado. Atingindo-se a situação de equilíbrio, ou seja, o ponto conhecido por ótimo de Pareto⁹, não seria possível modificar a realidade sem causar prejuízos de utilidade e satisfação para os agentes envolvidos que, normalmente, estão refletidos num processo de expulsão de classes de renda de certa localidade.

Assumindo que o espaço social é reificado, enquanto mercadoria, o mesmo é apresentado por Bourdieu (2007) como “*a distribuição no espaço físico das espécies de bens ou de serviços e também de agentes individuais e de grupos fisicamente localizados*”, o que nos leva a concluir que o valor das diferentes regiões é definido pela configuração do espaço social.

Bourdieu chama de propriedades positivas ou negativas os fatores que advêm da infiltração do espectro social no espaço físico e que são capazes de atrair ou repelir determinados consumidores de espaço. Percebem-se as mudanças de classe social dos indivíduos pela sua crescente proximidade ou seu contínuo afastamento dos pólos de propriedades positivas como as capitais econômicas e políticas.

O autor explora ainda outro aspecto relacionado à posição urbana dos indivíduos que é tema largamente analisado pelos economistas neoclássicos: os ganhos de localização e de ocupação. Define que os ganhos de localização, de posição ou de classe advêm da proximidade aos pólos de propriedades positivos, enquanto ganhos de ocupação caracterizam-se pela apropriação de espaço física (parques, grandes apartamentos etc.), constituindo, possivelmente, um meio de manter à distância os indesejáveis. O autor infere que é o capital que se possui o fator habilitador para a posse de espaço e a obtenção de ganhos de localização:

⁹ Para a teoria microeconômica, em situação de equilíbrio, o ótimo de Pareto se dá no momento em que um agente só pode melhorar a sua situação com a consequente piora da situação de outro agente.

O capital permite manter à distância as pessoas e as coisas indesejáveis e ao mesmo tempo aproximar-se pessoas e coisas desejáveis. A posse de capital assegura, além disso, a quase ubiquidade que torna possível o domínio econômico e simbólico dos meios de transporte e de comunicação (BOURDIEU, 2007, p. 164).

O sucesso dos indivíduos na disputa por uma localização residencial, determinada pelos mecanismos do mercado, é inevitavelmente garantido pelo capital acumulado. No entanto, é importante ressaltar, conforme sustentado por Bourdieu, que classes descapitalizadas para habitar determinados locais acabam por frequentá-los por hábitos provenientes de diversificados canais de aproximação com o mundo do qual são excluídos. Nessa categoria entram os vendedores ambulantes, os guardadores de carros, as diaristas, os porteiros e zeladores e outros tantos indivíduos envolvidos em trânsitos pendulares entre as áreas periféricas, normalmente dotadas de predominância de propriedades negativas, e as regiões centrais.

Há, ainda, em relação à dinâmica residencial urbana, o que Bourdieu chamou de efeito de clube: ao penetrar em determinado espaço, os indivíduos devem cumprir as condições que ele exige de seus ocupantes, quase sempre associadas à posse de capital, em suas variadas espécies. O autor sintetiza esses desdobramentos:

Eles [os espaços] proporcionam capital social e capital simbólico, pelo efeito de clube que resulta da associação durável de pessoas e de coisas que, sendo diferentes da grande maioria, têm em comum não serem comuns, isto é, na medida em que elas excluem, em direito todos os que não apresentam todas as propriedades desejadas ou que apresentam uma (pelo menos) das propriedades indesejadas (BOURDIEU, 2007, p. 165).

Nesse quesito, aparece o que é conhecido como capital cultural como requisito para adentrar em determinados espaços. Para Bourdieu, “pode ser a posse de um certo capital cultural, cuja ausência pode impedir a apropriação real dos bens ditos públicos ou a própria intenção de se apropriar deles.” (BOURDIEU, 2007). Portanto, o efeito de clube coincide com o conceito definido pelos economistas heterodoxos como externalidades de vizinhança, fenômeno no qual propriedades e indivíduos são valorizados simbolicamente por encontrarem-se em determinada localização.

Ao trabalhar no âmbito da economia urbana, a noção de espaço evidencia-se como essencial para analisar os desdobramentos e consequências do comportamento dos agentes¹⁰ na escolha de sua localização residencial.

De Certeau (2005, p. 123), ao analisar a produção de Bourdieu sobre o espaço, observa que as práticas espaciais desdobradas em táticas e estratégias respondem ao que ele compreende como uma “*economia do lugar próprio*” em que surgem dois elementos de grande importância: a) a maximização de lucros e capital que se estabelece por um lado como objetivo fundamental da teoria da firma para a economia e por outro lado como o *patrimônio*; b) o corpo individual e coletivo, que gera perpetuidade (ou *duração*, na terminologia utilizada pelo autor) em função da fecundidade e espaço (a partir dos movimentos empreendidos por este corpo). Dessa forma, a estruturação econômica passa a se dar a partir desses dois organismos distintos e complementares que juntos constroem essa economia.

Dado o exposto, as operações sobre o espaço são protagonizadas de maneira mais clara por agentes conectados a lugares *próprios* (DE CERTAU, 1994) enquanto estabelecidos, via patrimônio ou pertencimento, em patamares de legitimação mais altos. Contudo, a apropriação do espaço por movimentos subterrâneos, ou seja, de apropriação por agentes não-estabelecidos que também consomem o espaço – ou lugar – formado a partir de estratégias e táticas cotidianas. É importante ressaltar que, quando tratamos de bens e equipamentos culturais, pelo aqui exposto, a apropriação e consequente formação do aludido valor não-quantitativo faz-se presente de forma dupla. Ou seja, os agentes que transitam de forma estabelecida, legitimados por condição financeira ou social, agregam valor ao centro urbano, assim como os agentes que se apropriam do espaço para exercer outro tipo de práticas e consumo, com menores canais de legitimação social ou formal.

Contudo, esses dois movimentos que exprimem valoração, somados, dão a dimensão estabelecida da capacidade de reabilitação aos centros urbanos. Particularmente, há que se considerar então que o contato da sociedade em geral com seus centros urbanos reabilitados a partir do valor cultural é claramente abrangente em termos de formação de valor e inclusão de agentes de classes de

¹⁰ Tratados pela síntese neoclássica da economia urbana como “Homens microeconômicos racionais”.

renda diversas, promovendo um saldo mais efetivo em termos de acumulação de valor a partir da dimensão simbólica das trocas econômicas.

1.2 A DIMENSÃO SIMBÓLICA DAS TROCAS ECONÔMICAS E A ECONOMIA DA CULTURA

A partir do que se conceitua como mercado em economia, pressupõem-se trocas realizadas entre agentes envolvendo tanto elementos econômicos racionais quanto valores simbólicos intrínsecos aos bens culturais.

Mauss (1999) analisa os aspectos mais importantes das trocas estudando as instituições que governam os agrupamentos humanos ainda em estágios primitivos de desenvolvimento social. O modelo de trocas descrito por Mauss (2001), o *potlatch*, insere-se no que o autor chamou de sistema de prestações totais, sendo demarcado por seu caráter usurário: quando um clã entrega um presente a outro, o recebedor contrai uma dívida e deve retribuir com um presente de valor superior. Todavia, não é possível reduzir essa instituição a um fenômeno exclusivamente econômico, visto que ele interfere em todas as esferas sociais, tais como a religiosa, política, artística e jurídica.

O *potlatch* pode ser considerado, então, uma forma de contrato primitivo que associa grupos inteiros, estando ligado à organização e à oposição das fratrias. A partir dessa construção de Mauss, podemos perceber a importância dos elementos simbólicos envolvidos em trocas que, a primeira vista, parecem puramente econômicas, sendo necessário notar que tais transações possuem um peso significativo em todos os aspectos da vida dos indivíduos envolvidos (ou não envolvidos diretamente, no caso das externalidades). Esse aspecto simbólico torna-se consideravelmente mais importante e notável quando tratamos de bens que possuem um valor econômico (ou monetário) que não reflete, obrigatoriamente, os custos dos componentes necessários para sua produção, e nessa categoria encaixam-se os produtos culturais.

Portanto, assumindo que os bens culturais possuem um elemento simbólico relativamente mais significativo, precisamos compreender a origem e os desdobramentos dessa característica no mercado cultural, sem perder de vista a

importância dos comportamentos dos agentes, tanto do consumidor quanto do produtor.

Para Bourdieu (2004), os bens de valor simbólico são responsáveis por toda a história da vida intelectual e artística das sociedades europeias, sendo a mesma demarcada pelas transformações no sistema de produção desses bens. O autor expõe claramente desde a Revolução Industrial a maneira de produzir tais bens simbólicos alterou-se profundamente. A mecanização e expansão dos mercados consumidores trouxeram uma nova perspectiva aos bens culturais forçando que eles deixassem de ser vistos, pelo grande público, apenas por um significado simbólico e ganhassem um sentido de mercadoria.

Esse processo foi concomitante ao desenvolvimento das relações individualizadas advindas do capitalismo industrial em frenética expansão e ao surgimento de um público numeroso de compradores de produtos culturais. Nesse sentido, Bourdieu (2004) considera a divisão do mercado de bens simbólicos em duas esferas interdependentes. O primeiro, campo de produção erudita, caracteriza-se como sistema no qual o objetivo da produção é, pelo menos no curto prazo, outros agentes que produzem bens culturais. Esse setor produtor rompe então com as ditas frações não-intelectuais das classes dominantes, criando suas próprias regras de produção e critérios de avaliação.

Só é possível obter reconhecimento através da avaliação de outros produtores que são, ao mesmo tempo, clientes privilegiados e concorrentes. Dessa maneira, estabelece-se um regime de concorrência no qual o objetivo a ser maximizado não é o lucro econômico, mas sim a significação simbólica do produtor, como artista, ou do conjunto de suas obras, assim como o reconhecimento da validade das técnicas e estilos que ele aplica.

A criação e o fechamento do campo evidenciam-se como fenômenos simultâneos, permitindo a reversibilidade das relações de produção e de consumo culturais. O segundo setor produtor, no entanto, não possui essa circularidade fechada. Bourdieu (2007) o define como a indústria cultural, setor que visa produzir bens culturais para o consumo dos não-produtores, adaptando seus níveis de produção, técnicas e estilos à demanda previamente estabelecida.

A produção erudita, por outro lado, depende profundamente de uma procura que só é formada após o surgimento da oferta, gerando, portanto, uma defasagem

estrutural entre oferta e demanda, onde a última constitui-se após a consagração artística e simbólica da obra e do autor já terem sido atingidas.

O campo erudito depende de uma demanda formada por indivíduos de alta escolaridade e advindos de famílias aculturadas, dotados de gosto adquirido em relação à arte. Nesse sentido, as escolas e a educação específica para a arte representam, ao mesmo tempo, o papel de mecanismo decifrador das obras eruditas e o papel de preservadoras e perpetuadoras dessas obras. O mercado erudito possui seus fundamentos nas instâncias de conservação do seu capital simbólico, como os museus, bibliotecas e escolas, e de perpetuação do gosto pela arte.

A indústria cultural não depende de maneira tão significativa das instâncias de conservação porque o reconhecimento de suas obras encontra sua origem na aceitação popular refletida nas estatísticas de consumo. Contudo, os produtores e artistas possuem uma relação de subordinação e dependência em relação aos detentores dos instrumentos de produção e difusão, obedecendo fundamentalmente os imperativos da concorrência pela conquista do mercado.

Essa formalização vai ao encontro do definido por Benhamou (2008) ao afirmar que as indústrias culturais são, especificamente, a fonográfica a cinematográfica e a de edição de livros, ou seja, os três setores culturais mais mecanizados e submetidos aos efeitos da inovação tecnológica e com cadeias produtivas tradicionais. Bourdieu (2007), no entanto, estende a definição de indústria cultural a questões de conteúdo, ou seja, a qualquer produto cultural direcionado ao grande público da classe dominante, a chamada arte burguesa, opondo-se, então, à arte erudita produzida para as frações intelectuais da classe dominante.

Para Bourdieu (2007), então, a natureza do valor simbólico dos produtos culturais assim se define em função de seu grau de legitimidade e a partir disso de seu poder de distinção ou discriminação. Dessa forma, o mais relevante indicador da hierarquia dos valores encontrados nas diversas áreas da cultura está associado ao que o autor define como lucro simbólico que a prática fornece para as classes, ou frações dessas, nas diversas formas de troca simbólica.

Essa acumulação de capital simbólico é o que permite uma significação e uma valorização das obras desenvolvidas por aquele produtor, sendo que o valor dos produtos culturais não é determinado pelas forças de mercado expressas na concorrência entre os agentes, mas sim pelos esforços incessantes para fundamentar o valor simbólico das obras.

Bourdieu (2007) considera essa valoração simbólica um efeito assinatura pelo qual um produto obtém um valor completamente diferente pela simples obtenção da informação de sua origem, de crença. Isso infere que o valor simbólico encontra suas origens especificamente na fé emanada dos consumidores, na crença que eles possuem de que os objetos produzidos em determinado local, por determinado indivíduo, ou em alguma condição excepcional possuem um valor naturalmente superior aos outros.

Além disso, a acumulação de capital simbólico fornece o crédito ao artista, que se assemelha em muitos aspectos ao crédito financeiro. É esse capital simbólico acumulado que permite a futura e contínua acumulação de capital monetário pelo autor (que denega os princípios econômicos e racionais motivadores de lucro, na maioria dos casos) e pelo seu banqueiro simbólico (que procura maximizar seu lucro econômico através da promoção simbólica dos artistas e produtos culturais).

A racionalidade do mercado dos bens simbólicos então é de muitas formas diferentes daquela encontrada em outros nichos capitalistas, mantendo, contudo, um setor que age sobre incentivos econômicos similares aos tradicionais, o da indústria cultural adpta de um modelo de negócios de ciclo curto de produção.

O valor simbólico dos bens culturais possui uma influência considerável sobre as decisões de consumo e de produção, destoando, em certo grau, dos princípios racionais estabelecidos para o homem econômico pelos economistas neoclássicos. Também, em outros mercados, onde o elemento simbólico possui grande força, ele exerce a mesma importância.

No caso específico da escolha localização, tratada nesse capítulo, o valor simbólico pode causar distorções nos modelos neoclássicos de alocação residencial. A transformação do padrão de alocação torna-se especialmente importante para explicar porque a revitalização do centro e de seu patrimônio histórico-cultural possui um poder de atração para a classe média urbana, agindo como um fator de redescobrimto cultural dos indivíduos em relação a sua cidade e valorização simbólica de regiões antes degradadas e esquecidas. Assim, um padrão de racionalidade particular é instalado.

Segundo Godelier (1979), existem duas racionalidades: uma intencional, expressa pelos indivíduos; outra não-intencional, relativa aos sistemas e ao espaço que garante a racionalidade intencional. O autor propõe a partir dessa definição uma

questão: “de onde vem o princípio geral da ação racional”? (GODELIER, 1979, p. 25). O princípio da racionalidade seria “um dado invariável da natureza humana, como um fato cotidiano e banal de experiência que remete a um a priori não histórico ou trans-histórico” (GODELIER, 1979, p. 25).

A partir do modo de produção capitalista, a racionalidade expande-se e amadurece, invadindo outros aspectos da vida social, como a cultura, a política e, como afirma Santos (2004), também o espaço físico. No entanto, segundo Godelier (1979), a sua racionalidade proposta para o sistema econômico capitalista é limitada, sobretudo porque em termos teóricos opera em um contexto de maximização específica, deformado a partir do caráter antagonista das relações de produção capitalista que supõe maximização de lucros empresariais baseada na exploração da classe operária.

Mas, segundo o autor, em termos amplos, quando a maximização remonta a ações humanas para o bem-estar, aparece a efetiva racionalidade, que figura para além do sistema de trocas e acumulação. Assim, comportamento maximizador pode ser racional ainda que não confirme o conceito utilitarista tradicional de que as preferências são monotônicas, ou seja, de que os indivíduos preferem inexoravelmente mais a menos. É o caso típico do valor não-monetário impresso nos bens culturais dentro do contexto urbano.

Polanyi (2000), em seus estudos sobre povos tribais primitivos, conclui que nem sempre as sociedades humanas alocaram recursos escassos para incrementar eficiência no processo produtivo, sendo que na maioria dos casos a subsistência era garantida por laços de parentesco, religião ou outras práticas culturais. O autor, a partir disso, questiona a universalidade da teoria econômica para explicar o comportamento de indivíduos não-maximizadores das sociedades pré-capitalistas. Assim expressa:

A economia e seus derivados, como a troca e o escambo, nunca foram os determinantes da vida social, mas sim a necessidade de manter a sociedade enquanto tal que levou os homens a se organizarem, também, economicamente. Independente da forma de organização da sociedade, o sistema econômico será sempre dirigido por motivos não-econômicos (POLANYI, 2000, p. 316)

Dessa forma, no caso aqui analisado, é perceptível uma valoração *ex-ante* no processo de consumo, particularmente pela vinculação dos agentes aos valores de

legitimação impressos nos prédios recuperados para o consumo cultural. Esse é o sentido do que Lange (1985) deduz: para poder maximizar a satisfação, restringida pela renda, o consumidor deve ter consciência da utilidade de cada bem antes de decidir pelo consumo.

Essa suposição é simplificadora da realidade, visto que os consumidores não possuem geralmente todas as preferências estabelecidas, antes do ato de consumir. Assim as escalas de preferência do consumidor são não-contínuas e não se ordenam numa escala única. Sem uma escala contínua com opções transitórias, a maximização de satisfações pode torna-se impossível. Godelier (1979) argumenta que:

A racionalidade do comportamento econômico dos indivíduos surge como um aspecto de uma racionalidade mais ampla, social, baseada na relação interna das estruturas econômicas e não-econômicas nos diversos tipos de sociedades. Não há racionalidade econômica 'em si' nem forma 'definitiva' de racionalidade econômica (GODELIER, 1979, p. 60-61)

A racionalidade dos consumidores de bens culturais parte, então, de duas frentes: uma emana explicitamente das preferências dos próprios indivíduos, enquanto a outra surge implicitamente da estrutura e da natureza do sistema capitalista no qual eles agem. Retoma-se, aqui, a ideia inicial de Godelier (1979) sobre as duas formas de racionalidade, intencional e não intencional.

Dessa forma, as práticas de ocupação de espaços, sejam elas por fixação de moradia ou mesmo por atração econômica para oferta ou demanda, proveniente de um espaço urbano de práticas e consumo cultural, denotam um tipo de racionalidade que desloca o eixo teórico para valores individuais meritórios, independente das características específicas de convexidade que se remetem à comparação binária entre bens (espaço e distância, por exemplo) como assumido pela economia urbana.

Assim, quando da instalação de equipamentos culturais para um novo tipo de consumo nos espaços centrais, a opção de consumo deixa de ser exclusivamente por serviços que poderiam estar disponíveis próximos à moradia (portanto, ofereceriam mais tempo para a opção de consumo em detrimento a menos, revelando a monotonicidade), passando à valoração do entorno em que os mesmos são oferecidos. Dessa forma, do ponto de vista das utilidades individuais, praticar consumo de cultura em um centro histórico e, no caso específico, em equipamentos

urbanos com revelado valor histórico, qualifica e legitima o consumo em termos de valor não-monetário para além da racionalidade restrita a dois bens compostos.

A valoração prévia ao ato de consumir, pelo valor econômico não-monetário, é elemento de especial relevância no contexto dessa análise. Essa variável se, por um lado, distorce o processo de valoração utilitarista, por outro, implica na identificação de nova categoria de valorização de espaços urbanos e, por consequência, de reabilitação dos mesmos. Ainda que a expressão da valoração não implique diretamente em uma pressão de preços pelo estabelecimento de novas demandas diretas, há a possibilidade de se capturar o processo de formação de valor pela identificação de transformação dos espaços e valoração proveniente da legitimação identitária por agentes que o praticam.

Em suma, dentro do processo de reabilitação por formação de valores não monetários, a economia da cultura no contexto urbano tem condições de orientar sua abordagem para esses elementos indiretos que operam na formação do contexto de transformação do centro levantado nesse estudo.

2 VALOR ECONÔMICO NÃO-QUANTITATIVO E A ECONOMIA DA CULTURA

2.1 REPASSANDO A TEORIA: O VALOR ECONÔMICO EM SENTIDO AMPLO

Esse estudo lida de forma ampla com o conceito de valor para a economia e particularmente com o conceito de valor em sua face não quantitativa, pelo que a fim de compreendermos as principais abordagens teóricas sobre o tema, nos ocupamos de descrever a trajetória das mesmas e o trânsito para o *mainstream* em termos de construção conceitual sobre o valor econômico.

O sistema econômico tradicionalmente é objeto de análises positivas ou normativas motivando uma questão que surge com premência entre os economistas: de que forma o sistema instalado adquire condições de satisfazer as necessidades humanas, gerando harmonia distributiva, para a análise normativa heterodoxa, ou equilíbrio, para a análise positiva ortodoxa. É importante ressaltar que um sistema econômico historicamente é fundamentado por um contexto de formação de valores, que traduzem as relações entre utilidades individuais e disponibilidade de bens, por um lado e relações sociais de produção, por outro.

No contexto do sistema capitalista, o valor econômico é dado por duas razões que se estabelecem distintamente. Em um primeiro plano, os bens econômicos têm seu valor medido a partir de certas características físicas particulares, que permitem a utilização dos mesmos para satisfação das necessidades humanas. Esse tipo de medida de valor é o que identifica o valor de uso. Em um plano distinto, os referidos bens também passam a ter valor na medida em que possuem um mercado, que permite a reversão dos mesmos em moeda, a qual, por sua vez, permite a satisfação de necessidades a partir da sua troca por outras mercadorias.

Esse é o ciclo constituidor do valor de troca. Para Hunt (1981), na produção capitalista de mercadorias, a atividade produtiva de uma pessoa não tem qualquer ligação direta com seu consumo, ambos devendo tomar como elemento intermediário o mercado. Essa ordem de trocas gera interdependências e inter-relações econômicas bastante complexas, contudo sem a associação pessoal direta. Assim, a dependência que se coloca para a satisfação das necessidades é relativa ao mercado, condicionada pelas forças de oferta e demanda. Como elementos

balizadores dessa ação no mercado, está o pressuposto essencial para o modelo de que os indivíduos que compõem o sistema são maximizadores e individualistas, formando preços a partir dos mecanismos de satisfação de necessidades individuais.

O mercado urbano aqui tratado tem sua consolidação a partir do aprimoramento da tecnologia agrícola e do transporte, o que fundou as bases que permitiram a supressão do sistema feudal, fragilizado pela pequena formação de excedentes sociais. Particularmente, por volta do século XI da Idade Média, a implantação do sistema de três campos¹¹ (em que a rotatividade das culturas permitia um solo constantemente fértil) e a inserção do cavalo como fonte de energia para a agricultura (facilitado pela terça parte ociosa do campo), além da implantação das carroças de dois eixos, ampliaram o nível geral de produtividade, construindo os excedentes. Esse processo propiciou importantes mudanças: o aumento da população e um aumento da concentração da população em cidades¹².

Assim como o Feudalismo é o sistema do campo, o Capitalismo que nesse período forma-se é naturalmente urbano, dado que depende de realização de seus excedentes em um mercado constituído, que é algo fundamentalmente concretizado em mercados urbanos. Esse mercado constitui-se primeiramente pelas feiras¹³ típicas do mercantilismo ultramarino (entre os séculos XII e XIV) e evoluíram até serem substituídas por mercados permanentes nas cidades comerciais.

A população urbana, que já estava em ascensão, é definitivamente constituída a partir dos cercamentos, processo iniciado no século XIII que decretou efetivamente a ruína do sistema feudal, em que as terras comuns foram cercadas pelos senhores a fim de praticar a criação de ovelhas, motivados pela demanda dela da indústria têxtil (de cidades industriais), expulsando os trabalhadores dessa região que se direcionaram às cidades em busca de sustento.

Já em um contexto mais urbano da formação de valor, para os Mercantilistas¹⁴, o valor encontrava-se na esfera da troca e não na produção. Para eles, três condições construía a noção de valor: o valor natural das mercadorias

¹¹ Mecanismos em que o campo utilizado era dividido em três partes, estando uma parte sempre em repouso e as outras com plantação alternada de centeio/trigo e aveia/ervilha (HUNT, 1981)

¹² Segundo Hunt (1981), a população da Europa dobra entre 1000 e 1300 dc.

¹³ Realizadas em cidades européias com duração de uma a algumas semanas.

¹⁴ Doutrina econômica que caracteriza o período histórico da revolução comercial (séc. XVI a XVIII).

era o seu preço real de mercado; o preço de mercado (por vezes descolado do valor real) era condicionado pela relação entre oferta e demanda; o valor intrínseco era a expressão do valor de uso e constituía-se no fator de maior relevância na determinação da demanda, e por consequência, do valor de mercado.

Essas construções formam conceito mercantilista de que o lucro era originário basicamente do ato da troca, sendo fundamentado pelo *rent gap*, ou ganhos de arbitragem, na medida em que os mercadores compravam as mercadorias em locais em que ela fosse relativamente barata e vendiam naqueles em que a mesma era mais bem avaliada.

Essa forma de lucro começa a se desmaterializar a partir da difusão do comércio e da concorrência que, associado à ascensão do conceito filosófico do individualismo, lançaram as bases para a formulação da ideia de que o valor era formado também dentro do processo produtivo, não dependendo exclusivamente das leis de oferta e demanda. Esse contexto inicia as bases para a construção da ideia clássica de valor na esfera material da produção, criada por Smith.

Adam Smith (1981) passou a observar a diferenciação entre valor de uso (capacidade de satisfazer as necessidades humanas) e valor de troca (quantidade de outros bens e serviços equivalentes a uma unidade do bem), apresentando também parte considerável do que é conhecido como teoria do valor medido pelos custos. Essa acepção constrói a teoria do valor baseada nos custos de produção, a qual indica que o valor de um bem é definido a partir dos insumos incorporados em seu processo produtivo. Esse autor reconhece que, em todas as sociedades, o processo produtivo corresponde a uma série de esforços humanos. Para Smith (1981), *“o trabalho era o primeiro preço, o dinheiro da compra inicial que era pago por todas as coisas. Não foi com outro nem prata, mas sim com trabalho, que toda a riqueza do mundo foi comprada”*(p 25).

Smith, a exemplo dos mercantilistas, parte do pressuposto de que duas categorias de valor (todas elas partindo do nível de trabalho incorporado) são expressas: o valor de mercado, regulado pela relação oferta/demanda, representado pelo efetivo preço de uma mercadoria em determinados momento e mercado; e o valor natural, correspondente ao preço ao qual a receita de venda fosse suficiente para atender as necessidades de remuneração dos fatores produtivos (aluguéis, lucros e salários). A ligação entre preço de mercado e o preço natural era o que constituía o preço de equilíbrio; este transitando em torno do preço natural a partir

das leis de oferta e demanda. A maior crítica que pode ser feita a essa teoria é a de que o preço estaria sendo explicado por outros preços, tais como aluguéis, lucros e salários.

Ao refletir acerca do valor econômico, Smith formulou a clássica relação água-diamante, refutando a ideia do valor de uso como determinante dos preços:

A palavra valor – deve-se observar – tem dois significados diferentes e, às vezes, expressa a utilidade de determinado objeto e, outras vezes, o poder de comprar outros bens, conferido pela posse desse objeto. Um deles pode ser chamado de ‘valor de uso’ e outro de ‘valor de troca’. As coisas que tem mais valor de uso têm, quase sempre, pouco ou nenhum valor de troca; ao contrário, as coisas que tem mais valor de troca têm, frequentemente, pouco ou nenhum valor de uso. Nada mais útil do que água, contudo, ela compra muito pouca coisa; quase nada pode ser obtido em troca de água. Um diamante, pelo contrário, tem pouco valor de uso, mas pode ser, quase sempre, trocado por uma grande quantidade de outros bens (SMITH, 1981)

Para o autor, essa relação expressa o arranjo estabelecido entre as relações de utilidade e valor incorporado à materialidade da troca, em termos do encontro das ofertas e demandas constituídas. Especificamente, quando o valor aparece como expressão do bem-estar associado à utilidade, leva em conta aspectos não quantificáveis que podem ser expressos por características típicas do consumo de bens culturais, tais como o gosto, hábito e reprodução de valores de reconhecimento.

Avançando a partir da construção teórica clássica de Smith, no século XIX, Ricardo e Marx¹⁵ propuseram a formulação da teoria do valor-trabalho, associando a quantidade de trabalho incorporada na produção de um bem a seu valor. Para Ricardo, ainda que todas as mercadorias que tivessem um mercado fossem dotadas de utilidade (caso contrário, não possuiriam esta propriedade), esta não definia o valor.

De acordo com seus Princípios de Economia de 1817, Ricardo (1985) estabelecia que o valor era provido às mercadorias a partir de duas características: a escassez e a quantidade de trabalho incorporada em sua execução. Contudo, uma ressalva do autor torna perceptível uma preocupação nuclear desse estudo: a escassez, por sua vez, era importante apenas para aquelas mercadorias que não

¹⁵ Para Marx, qualquer outro tipo de remuneração a fatores que não o trabalho correspondia à apropriação de mais-valia.

pudessem ser reproduzidas livremente, tais como, “estátuas e quadros raros, livros, moedas raras e vinhos de determinada qualidade” (RICARDO, 1985). Estes tinham um valor independente da quantidade de trabalho empregada inicialmente, variando de acordo com a riqueza e gostos daqueles que desejassem possuí-los.

A teoria do valor trabalho, construída por Smith e assumida por Ricardo, indica que a quantidade de trabalho incorporada a uma mercadoria determina seu valor de troca. Haveria, então, uma correlação imediata entre preços e trabalho incorporado, sendo tal assertiva válida para simples economias mais rudimentares tanto quanto para o sistema capitalista. No entanto, para Ricardo, em economias de organização complexa (tal como a capitalista), a proporcionalidade entre esses dois fatores não seria tão direta, dado que alguns elementos se colocam entre as referidas instâncias.

Paralelamente a essa ideia de valor, fomentou-se a teoria de valor econômico natural, o qual se constituía em reflexo das forças naturais (oferta e demanda) que determinariam os preços de maneira ordenada. Relacionado a este conceito está o que pode ser tratado como valor absoluto ou intrínseco, definido por medida que se associa a um bem, independentemente das forças de oferta e demanda, e que estaria tão fortemente incorporada que se manteria invariável com o passar dos tempos.

Esse pode ser considerado o momento em que a história econômica começa a apresentar subsídios mais consistentes para a análise de bens culturais. Tanto que, para Throsby (2001), a ideia de que o valor de um bem com valor cultural fosse determinado por padrões de mercado e medido em termos monetários seria uma transgressão aos princípios do valor intrínseco, em especial quando se refere a objetos de arte.

Por outro lado, tampouco a teoria do valor trabalho seria adequada a este tipo de valoração, tendo em vista de que o trabalho artístico incorporado na produção de uma mercadoria poderia ter a capacidade de conferir valor intrínseco a um quadro ou a uma escultura, não medido pelos expedientes analíticos da esfera da produção.

Essa relação torna-se um paradoxo quando a teoria do valor-utilidade é trazida à tona. A teoria do valor-utilidade, de acordo com o traçado por Ricardo (1985), presta-se a explicar de maneira eficiente os preços dos produtos de luxo não-reprodutíveis (ainda que, segundo o mesmo, não é eficiente ao explicar o valor dos bens de livre reprodução). Pelo exposto, a teoria do valor trabalho foca sua

atenção nos aspectos sociais da produção e troca de mercadorias, à medida que a teoria do valor-utilidade concentra-se nos aspectos individuais da troca, sendo assim constituída a base para a guinada teórica conhecida por revolução marginalista.

No final do século XIX, a chamada revolução marginalista em economia veio a substituir enquanto corrente principal as teorias do valor baseadas nos custos de produção pelo modelo de comportamento econômico baseado nas utilidades individuais (valor-utilidade). A utilidade individual corresponde ao conceito criado por Bentham (HUNT, 1981), que se refere às propriedades intrínsecas de uma mercadoria que produz benefícios, valores pessoais, prazer e felicidade; tal conceito foi aprofundado pelo autor para a noção de prazer associado com o ato de consumo de determinada mercadoria.

O marginalismo tem por base a clara definição das preferências individuais, assumindo que os agentes têm preferências bem definidas e intenções de consumo pré-estabelecidas e a origem deste desejo (se biológica, cultural, psicológica, espiritual, etc) não deveria integrar o modelo. Partindo dessa suposição sobre a natureza das ordens de preferências, associada à suposição de que a utilidade marginal é decrescente (diminui conforme aumenta o consumo de um bem), é construída a derivação de uma teoria de demanda empiricamente comprovável, estabelecendo um modelo de determinação de preços nos mercados competitivos. A principal crítica heterodoxa feita a esta abordagem é a de que o valor é um fenômeno socialmente estabelecido e logo, a determinação do valor não pode estar descolada do contexto social em que se dá esse processo.

Dessa forma, a escola clássica, incluindo Smith, Ricardo e Marx, abrangia uma série de postulados que concebiam a formação do valor econômico tendo por base as relações entre classes sociais. Conforme Lenz (1995), “a noção de valor, no entanto, variava desde a diferença entre valor de uso e valor de troca para todos os autores, até a noção própria de valor do *labor commanded* de Smith até o *embodied labor* de Ricardo, chegando ao *trabalho pago e não pago (mais valia)* de Marx”.

Prevalencia então a análise da distribuição do excedente entre as categorias sociais, ou seja, o trabalhador, recebendo o salário de subsistência, a terra a renda da terra e o capital, o lucro encarado como resíduo do processo. O valor então estaria inserido na constituição da oferta (produção) e não na demanda (consumo), dado que a esta teria a propriedade de simplesmente definir quantidades.

Com o surgimento do marginalismo e o da escola neoclássica em economia, passa a ser baseada nos fatores de produção e não mais em classes sociais (BRUE, 2005). De acordo com esse autor, a intenção dos marginalistas era mostrar que um sistema de mercado era essencialmente um instrumento de integração através do qual os recursos à disposição da economia poderiam ser alocados aos usos sociais mais eficientes.

É inegável que a análise marginalista proporciona uma explicação razoável no que toca à formação de preços em mercados competitivos; contudo, quando nos referimos a elementos associados ao valor cultural, ordenar desejos, necessidades e realizações humanas é algo para além da disponibilidade de bens e regras de mercado. Disto depreendem-se as necessidades de incorporação de instrumentos que destoam da neutralidade assumida para os parâmetros que determinam as preferências, ou seja, elementos como a formação de capital cultural, valores simbólicos, valores de identidade, recortes de valorização histórica intertemporal e a influência de elementos de formação de hábitos de consumo.

Nesse sentido, a economia normativa opera na ideia de descrever os pressupostos dos mecanismos de formação das escolhas, e por consequência do valor, e não apenas os próprios mecanismos que é o foco principal das análises positivas neoclássicas.

A economia urbana neoclássica, fundamentada fortemente pelos princípios marginalistas, tem focado seus instrumentos considerando neutros e idênticos os mecanismos de escolhas dos agentes em relação ao espaço e elementos do espaço urbano. Contudo, quando tratamos de valores de ordem não-quantitativa em termos econômicos, essa suposição de neutralidade perde seus efeitos, na medida em que elementos exógenos, tais como a capacitação para o consumo cultural no espaço urbano e a troca de espaço por proximidade às práticas e consumo cultural, operam na estrutura de incentivos que forma a tomada de decisão desses agentes. Dessa forma, o próximo item desse capítulo propõe a abordagem a partir da qual a Economia da Cultura pode contribuir para a compreensão da formação do valor no contexto urbano.

2.2 O VALOR ECONÔMICO NEOCLÁSSICO PARA A ECONOMIA URBANA E AS CONTRIBUIÇÕES CRÍTICAS DA ECONOMIA DA CULTURA PARA OS CENTROS

A teoria neoclássica de localização residencial teve como seu primeiro passo aplicar a teoria da escolha individual e a teoria do consumidor para estabelecer, por construção racional, um universo onde tudo o que um indivíduo busca num objeto (nesse caso, a localização de sua residência) poderia ser resumido em diferentes graus de satisfação. Cada família ou indivíduo poderia escolher entre um conjunto de combinação de bens que lhe propiciasse um nível de satisfação, sendo cada uma dessas opções chamadas de cesta de consumo. Está dá conta do estoque de opções estabelecido na chamada curva de indiferença, ou seja, representação gráfica de grupos de bens para os quais não há variação de utilidade individual quando consumidos. A utilidade, enquanto conceito econômico, é a expressão racional do nível de bem-estar dos indivíduos.

No modelo neoclássico que busca explicar o valor atinente ao solo urbano, expresso pela localização residencial, diferentes tipos de bens compõem as cestas de consumo. De acordo com Abramo (2001), há três formas básicas a partir das quais se apresentam os atributos de valor dos bens econômicos urbanos: todos aqueles que não são diretamente ligados à dimensão espacial são agrupados em uma única variável chamada de bem composto (z); a dimensão espacial, por outro lado, é determinada por duas variáveis: a superfície do terreno ou o espaço ocupado (q); e a distância do domicílio ao centro da cidade (t). Os agentes deverão escolher entre inúmeras combinações desses três bens para satisfazerem sua função de utilidade, que pode ser descrita, segundo a referida corrente neoclássica como:

$$U = U(z, q, t)$$

Fórmula 1

Tendo em vista que o papel da variável (t), correspondente à distância do centro da cidade, no modelo que expressa as utilidades associadas à localização dos agentes, o centro ganha, então, um papel essencial na determinação locacional do espaço urbano, pela ótica neoclássica, partindo, sobretudo, da distância e do

deslocamento cotidiano entre o local de trabalho (localizado, em termos teóricos, no próprio centro) e a residência.

Assim, as cestas individuais de consumo, ou seja, a combinação dos três bens que compõem a função utilidade através das curvas de indiferença, mantendo-se um deles constante, pode ser expressa a partir da análise das variáveis aos pares, em que o acúmulo de uma delas compensa a perda de outra, em um típico *trade off* econômico, mantendo a utilidade constante. Para o caso aqui tratado, isso significa dizer que a maior distância dos centros, em termos de localização residencial, é compensada pelo ganho em termos de espaço.

Abaixo, reproduzimos o tradicional gráfico microeconômico das curvas de indiferença:

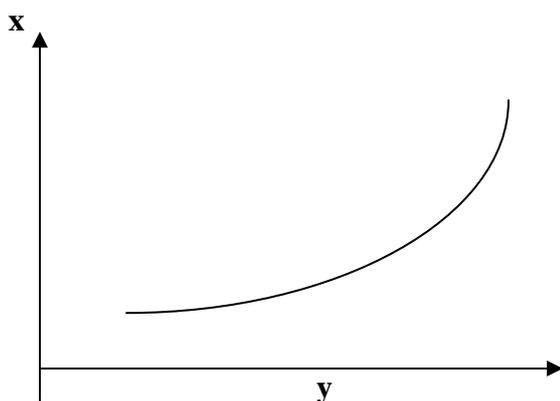


Gráfico 1: Curva de Indiferença
Fonte: elaboração própria

Nesse gráfico, x representa uma das opções de consumo e y a outra, que compensam mutuamente o nível geral de utilidade em cada arranjo dado, estabelecendo o equilíbrio nesse mercado.

Para fins de calibragem do modelo, considera-se o artifício teórico de que as demais variáveis dentro dessa esfera comparativa são neutras, a fim de seja possível comparar e compreender a relação entre duas variáveis. Logo, o arranjo de duas variáveis poderia, a partir das curvas de indiferença, ser estabelecido entre componentes do entorno urbano não ligados diretamente à dimensão de espaço (bem composto) e a distância do centro da cidade.

No caso da relação espaço ocupado e distância do centro, há um *trade off* estabelecido indicando que para a presença de um, necessariamente, termos a ausência de outro elemento. Assim forma-se o que é conhecido por desutilidades. Não é o que ocorre quando associamos os bens culturais (por definição, considerados compostos) e espaço, dado que os agentes tendem a consumir os dois tipos de bens até sua saturação, não havendo uma taxa de substituição explícita em termos de equilíbrio de utilidades individuais. Ou seja, a formação das novas cestas de consumo, enquanto expressão de níveis diversos de utilidade fornecida por outra curva de indiferença é dada por elementos exógenos ligados à formação de valores não-quantitativos e manutenção do consumo de espaços e cultura.

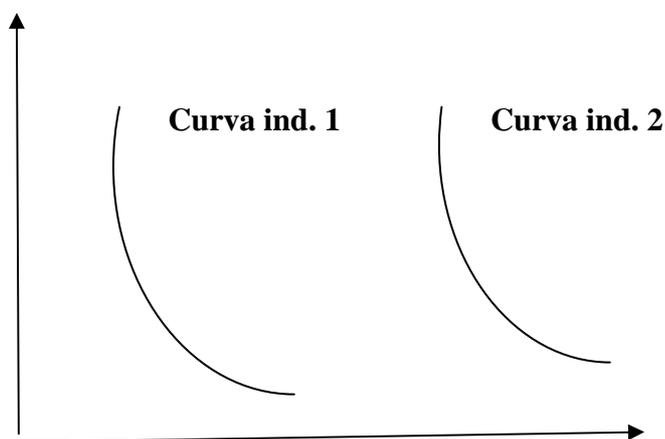


Gráfico 2: Diferentes cestas de consumo expressas por curvas de indiferença sem espaço
Fonte: Elaboração Própria

De acordo com o gráfico, quando tratamos de bens culturais com valor simbólico, a convexidade das curvas de indiferença é afetada, na medida em que a substituição obedece a limites mais rígidos em termos de transitividade. Isso vale também para as escolhas de moradia, em termos de utilização da subversão da relação espaço-proximidade ao centro, na medida em que a substituição deixa de ser perfeita, e, no limite, os referidos bens perdem a condição de substitutos perfeitos.

Dada a visão neoclássica da escolha e ordenação de preferências, a opção de localização residencial parte de hipóteses comportamentais gerais que são: a) famílias sendo capazes de classificar as possibilidades de combinação de bens, a partir de sua cesta de consumo formando uma relação de indiferença, sendo a

mesma calibrada a partir do estoque de renda e disponibilidade dos bens; b) universo de informação perfeita onde as escolhas intertemporais não se preocupam com eventual imprevisibilidade dos acontecimentos futuros; c) o indivíduo racional seria sempre coerente em suas escolhas de preferência, sempre preferindo mais a menos.

Decorre do pressuposto teórico da fixação clara das preferências o que é conhecido por convexidade das curvas de indiferença, pois se tomarmos os dois pontos das extremidades de uma curva de indiferença e, a partir disso, montarmos uma terceira cesta de consumo (ou, curva de indiferença) a partir da metade das curvas que representam cada um dos dois bens, convencionou-se que a mesma será a preferida em relação às outras. Assim, a tendência dos agentes racionais é obter uma mistura dos componentes da função utilidade, não havendo uma preferência absoluta de um elemento em detrimento dos demais.

Quando os bens compostos são tratados como amenidades urbanas não-espaciais, os elementos de consumo cultural poderiam ser incluídos nessa categoria. Uma leitura possível seria acerca de como o fato de existirem elementos de valor cultural dentro do espaço referido afetariam as cestas de consumo, interferindo nas utilidades individuais para além da distância ao centro/espço, sobretudo porque o ambiente de valor simbólico gerado é repleto de elementos como externalidades e bens meritórios. Esses elementos seriam responsáveis por afetar o pressuposto de neutralidade das decisões tomadas, particularmente no que se refere ao claro estabelecimento quantitativo das preferências.

Tradicionalmente a taxa a partir da qual há disposição para substituir o consumo de um bem por outro (em uma relação de equivalência entre estoque monetário despendido e bem-estar auferido), tratada por taxa marginal de substituição, pressupõe uma clara e hierarquizada definição das preferências. Contudo, as expressões individuais de utilidade quanto tratamos de bens culturais obedecem a lógica diferenciada.

A cultura pode ser considerada um bem semi-público, pois possui características de bens privados e de bens públicos. A teoria econômica indica que as características de bem-público implicam em falhas de mercado. De acordo com a teoria do bem-estar (*welfare economics*), sob certas condições, mercados competitivos geram uma alocação de recursos de tal forma que é impossível promover uma realocação em que um indivíduo melhore seu nível de satisfação sem

piorar a situação de outro indivíduo, sendo esta situação chamada de ótimo de Pareto, sendo imprescindíveis para a sua ocorrência os pré-requisitos de mercados atomizados em ambiente de concorrência perfeita e tecnologia constante.

Um mercado em ambiente pareto-ótimo não necessita de um planejador central. As circunstâncias que impedem a situação ótima de Pareto, justificando a condução estatal, são as chamadas falhas de mercado, sendo elas: a existência de bens públicos, os monopólios naturais, as externalidades, os mercados incompletos, as falhas de informação e a ocorrência de desemprego e inflação.

No mercado dos bens culturais, as falhas de mercado observáveis são a existência de bens públicos e as externalidades e, em alguns casos, mercados incompletos. Essas falhas implicam em uma oferta abaixo da ótima deste bem, justificando uma ação do Estado através de políticas de incentivo para melhorar o bem-estar da sociedade. Tratar o produto cultural como bem público justifica-se conceitualmente pelo fato dos mesmos terem consumo/uso indivisível (não rival), ou seja, o uso por um indivíduo não exclui a utilização por outro indivíduo e também seguem o princípio da não-exclusão; assim sendo, é difícil, ou até mesmo impossível impedir que um indivíduo beneficie-se de tal bem.

O princípio da “não-exclusão” torna a solução de mercado, na maioria dos casos, ineficiente para o setor cultural. Um exemplo possível seria o de um equipamento cultural de acesso amplo: não-rivalidade, pois uma vez ofertado, o custo de outra pessoa consumir é zero; não-exclusividade, pois o consumo de uma pessoa que não está disposta a pagar não pode ser impedida.

Outro fato determinante da ineficiência de mercado para esses tipos de bens é que o consumidor não precisa revelar suas preferências, podendo este consumir a mesma quantidade de outro consumidor, pagando o mesmo valor em impostos, mesmo que atribua ao bem um valor maior em termos de utilidade pessoal.

Além disso, é preciso levar em conta os aspectos relativos às externalidades. As mesmas dizem respeito aos efeitos indiretos de atividades econômicas que não são incorporados às decisões de mercado, podendo ser positivas ou negativas. A existência de externalidades justifica a atuação do Estado, através do incentivo às positivas e do desestímulo às negativas. No caso das externalidades positivas, o Estado pode produzir diretamente ou conceder subsídios para facilitar a geração destas, como é o caso dos bens culturais no contexto da cidade.

Uma externalidade ocorre quando um produtor ou consumidor influencia as atividades de produção ou consumo de outros, de maneira que não esteja diretamente refletida no mercado, sendo que as mesmas ocasionam um efeito de ineficiência alocativa no referido mercado, manifestado pela não-internalização de custos ou benefícios sociais na função de produção observada, o que determina uma quantidade produzida acima ou abaixo do desejado pelos consumidores.

Para Varian (2000), a principal característica das externalidades é que há bens com os quais as pessoas importam-se e que não são vendidos em mercados. Na presença de externalidades, o mecanismo de equilíbrio paretiano não existe, sendo a provisão de recursos insuficiente. De acordo com Pyndick (1998), quando as externalidades encontram-se presentes, o preço de uma mercadoria não necessariamente reflete seu valor social, sendo que, dessa forma, as empresas poderão vir a produzir quantidades excessivas (no caso das externalidades negativas) ou insuficientes (no caso das externalidades positivas). Dessa forma, o fornecimento desse tipo de bem pelo Estado justifica-se e é desejável do ponto de vista da gestão pública.

O bem cultural, fornecido a partir dos expedientes acima descritos, tem em seu íterim um caráter intrínseco de reprodutibilidade, em um processo assemelha-se com a produção científica, no que diz respeito à chamada economia das ideias de forma que a produção de uma obra cultural possui custo fixo de produção e custo marginal zero (ou próximo de), com retornos crescentes à escala.

Por exemplo, o esforço inicial para fazer a implantação de um equipamento cultural é alto, pois é necessária a inspiração primária para construí-lo (ideia) somada ao investimento financeiro para sua viabilização; contudo, o investimento para reproduzi-lo é extremamente baixo, constituindo um custo marginal próximo de zero com retornos crescentes na medida em que aumenta a reprodução em escala. Como o custo médio é alto em função dos elevados investimentos iniciais, o preço do ingresso (efetivo ou custo público se o equipamento tiver acessibilidade gratuita) não é dado pelo custo marginal e sim pelo médio, a confirmar os retornos positivos à escala.

Argumenta-se que o custo marginal pode ser diferente de zero, na medida em que existem custos para a reprodução do consumo do espaço (custeio, manutenção, etc), o que é admissível na ótica do encadeamento da produção. Digamos que

esses custos estão inseridos na fase rival da produção cultural, ou seja, a da comercialização.

O que se percebe, então, é que um aspecto que se pode denominar como lado real da economia da cultura opera de acordo com perspectivas econômicas tradicionais associadas à formação do valor de mercado, no que diz respeito à reprodução do bem. Contudo, o lado da criação endogeniza, no sistema produtivo cultural a inovação dada pela ideia, pela criação artística inicial, que transborda seus benefícios ao ambiente cultural, por vezes alterando definitivamente o *savoir-faire* de determinada prática cultural, transmitindo-o a sucessivas gerações de artistas e consumidores.

Note-se que o implemento tecnológico no setor pode fazer parte desta ideia, à parte da argumentação de Baumol (1966), que reputava como não aplicáveis os efeitos da tecnologia sobre os processos de produção de bens culturais; todavia, não é condição necessária para tanto. As ideias podem ser a construção de um novo equipamento urbano-cultural, mas podem também ser a simples recombinação de insumos e meios de produção pré-existentes em um arranjo diferente no caso específico, o novo uso dado aos prédios público criando valor atemporal. Assim, o foco é que, mesmo em um ambiente de certa exclusão em sua comercialização, os bens culturais, além de gerar efeitos multiplicadores fornecem um ambiente de acréscimo de bem-estar pela expansão do valor cultural.

Throsby (2001) descreve esse fenômeno como o impulso da produção cultural, o que na essência difere os bens culturais dos demais, sendo que esse referido impulso materializa-se pela criatividade humana. Criatividade, ideias, impulso da produção cultural são todas inovações agregadoras de bem-estar, o que em suma significa desenvolvimento cultural, humano, econômico e social. Valores que se formam a partir das citadas práticas de cultura.

Ainda, para o autor, o nível de bem-estar proporcionado pela produção dos bens culturais vai além dos efeitos multiplicadores da atividade cultural. Para além dos reflexos na demanda agregada do país, as externalidades positivas fazem-se fortemente presentes a partir da constituição do capital cultural, o que está ligado a um sistema de ideais, tradições e crenças de um grupo, que proporciona um componente de bem-estar ao indivíduo a partir da caracterização de um grau de identidade com seus companheiros. Além disso, os conceitos de valor simbólico e intrínseco são condicionantes do valor econômico imaterial neste caso específico.

Ao empreender a análise econômica do setor cultural, Hercovici (2001) identifica alguns pressupostos que devem ser adotados para tornar coesa a abordagem. Eles constituem-se basicamente em: o bem cultural só pode ser compreendido recolocada-se em seu contexto histórico e sociológico, dependendo da época e do grupo social considerado - de acordo com a época em questão, um mesmo objeto estético ser considerado arte ou não (não considerando a análise do valor intrínseco); o conjunto das racionalidades culturais assemelha-se à racionalidade extra-econômica, ou seja, à lógica dos fins; cada produto cultural, mesmo quando produzido industrialmente, aparece e é percebido como único - apesar do mecanismo de formação de preços no mercado, seu valor de uso é único e aleatório; no setor cultural, o modo de inserção do trabalho é diferente dos outros setores da economia - os produtos culturais são heterogêneos e essa característica determinará a natureza e a dinâmica dos mercados culturais; por fim, a função do produto cultural é produzir sentido: o valor simbólico é determinante e precede, obrigatoriamente, o valor econômico, assim como o capital cultural.

A literatura econômica identifica o capital cultural como um estoque de ativos culturais que intertemporalmente dão origem a serviços culturais, tendo como exemplo principal o patrimônio cultural. Este é definido a partir dos ativos culturais tangíveis e intangíveis herdados das gerações anteriores e que, se conservados, serão passados às seguintes (THROSBY, 2001).

Nesse sentido, tendo em vista sua reprodutibilidade, sistematizam-se três medidas de atividades culturais: o fluxo (atividades com início e fim determinados), o estoque (atividades que se elevam à condição de permanentes, tendo em vista ser produtos de fluxos reiterados) e o patrimônio (estoque com valorização intertemporal).

A existência de externalidades ou benefícios coletivos, para Heilbrun e Gray (2001), é resultado da existência de sentimentos que fazem com que as pessoas estejam dispostas a pagar para que seus descendentes possam desfrutar ao menos do mesmo nível de cultura que sua sociedade possui. A partir disso, o elemento de estoques urbanos de cultura e identificação verifica-se fortemente, pois os agentes têm incentivos, tais como: deixar um legado para as futuras gerações, o sentimento de identidade nacional e prestígio, benefícios para a economia local, melhora social dos consumidores de arte e inovações artísticas, entre outros.

Bens culturais que possuem um alto teor de externalidades positivas podem ser tratados como bens de mérito, o que implica na justificativa de seu fornecimento pelo ente público, ainda que desconectado de uma demanda consolidada. Bens de mérito, também, são aqueles bens que, pela existência de uma distribuição de renda injusta, devem ser fornecidos em quantidade acima da demanda revelada.

Esse então é um dos elementos que define a necessidade de orientar os estudos urbanos de economia da cultura a partir de elementos que contemplem valores exógenos aos modelos tradicionais, que representam uma extrapolação da teoria da localização urbana, sobretudo pela necessidade de contemplar estratégias de valoração que não estão necessariamente vinculadas a espaço e distância.

3 CENTROS URBANOS, VALOR E REABILITAÇÃO A PARTIR DA CULTURA NO CENTRO DE PORTO ALEGRE

3.1 GENTRIFICAÇÃO E REABILITAÇÃO VIA CULTURA: UMA PROPOSTA DE LEITURA DO FENÔMENO

A primeira utilização do conceito de gentrificação foi estabelecida por Ruth Glass (BIDOU, 2006), ao descrever o fenômeno pelo qual setores da classe média londrina alteram modelo de clássico de suburbanização para instalar-se no centro de Londres, revitalizando um estoque imobiliário em franca desvalorização, dados os movimentos de localização residencial que ascendiam na época. Esse conceito associa-se de imediato à transformação da composição social dos residentes do centro (substituição de classes ocupantes) com transformação do estoque imobiliário pelo investimento em moradias.

O fenômeno específico em questão limita-se no tempo e, de certa forma, teve seus efeitos restritos à alteração no estoque imobiliário; contudo, fenômenos mais recentes indicam que temos vivenciado um alargamento da abrangência do conceito de gentrificação, amparado pela definição desta como um processo ou conjunto de processos específicos de acordo com Hamnet (1984).

Para Bidou (2006), essa nova sinergia dos centros urbanos é perceptível em distintas cidades de países emergentes de forma muito aproximada com o que se operou em outros países do capitalismo avançado. Segundo a autora, esse processo tem efeitos para além de manifestações sobre o estoque imobiliário, tendo em sua composição um caráter físico, social, econômico e cultural.

A literatura atual expressa duas tendências explicativas do processo. São elas:

- estrutural (*rent gap*): proveniente do peso econômico da promoção imobiliária a partir da renda diferencial (especulativa, comprando na baixa e para vender na alta);

- estratégia de atores (grupos ou indivíduos): associada à atração de modos de vida ou consumo, alteração das formas familiares e individualização das formas de vida e, particularmente, à ascensão das classes médias superiores.

Outra abordagem indica que os fenômenos de gentrificação estão inseridos no contexto de um novo regime de acumulação do sistema capitalista atual; inclusive, promovendo um processo de acumulação primitiva de capital simbólico, no qual elementos imateriais de valoração permitem a acumulação e reprodução de capital. Nesse sentido, quando nos referimos a transformações que formam bens para consumo e práticas de cultura, de acordo com Harvey (1989), surgem:

- novos pólos de crescimento associados a espaços urbanos com condições de atrair camadas de consumo qualificado da *new middle class* (ofertas de equipamentos culturais, lazer, consumo e concentração de possibilidades de emprego vinculados a estes);
- grandes aglomerações urbanas que podem produzir novas sinergia de desenvolvimento a partir de serviços (bancos, seguros, turismo), novas tecnologias e produção de bens específicos (lazer, cultura, luxo).

Essa ocorrência é típica das grandes cidades globais atuais, que vivenciam um processo de se tornarem menos centro de serviços para as indústrias regionais e mais centros de controle e comando de grupos transnacionais (a partir de elementos como gestão, consultoria, seguros). A literatura atual traz Nova Iorque, Londres e Tóquio como exemplos de atração entre a *service class* e as cidades globais a partir da necessidade de proximidade física entre os diversos atores humanos dos serviços da nova economia mundial. O processo em parte é explicado pela necessidade de minimização das distâncias entre as facetas da vida cotidiana (trabalho, educação, saúde, cultura), favorecendo as dinâmicas da inovação econômica.

De acordo com a teoria, neste processo tem-se como inevitável que uma parte da população seja excluída a partir das novas dinâmicas culturais, particularmente os próprios moradores originais dos bairros gentrificados. Também, além de diferenças de classe, em geral a população original apresenta

diferenças étnicas e raciais com relação à nova população moradora (ZUKIN in BIDOU, 2006).

O fenômeno de reencontro dos centros tem certa contradição com a teoria espiral, que indica o movimento populacional como um elemento de movimento espiral (do centro para a periferia), buscando nos subúrbios áreas com mais espaço e lazer para a estrutura familiar, estruturando a definição do *trade-off* entre espaço e acessibilidade aos centros. A gentrificação implica na observação de uma classe média diferente da tradicional, com demandas particulares por moradia, a partir de incentivos que se estabelecem para além da relação entre espaço e distância aos centros.

Para Smith (2006), a articulação própria do sistema capitalista de mercado é a principal causa da gentrificação, argumentando que a mesma é um processo orientado pela oferta de imóveis. Esse padrão desenvolve-se a partir do momento em que imobiliárias tornam-se mais dispostas a trabalhar com velhas construções e suas reformas nos centros metropolitanos ao invés de investir em novas construções. Isso só poderia acontecer se os preços desses edifícios tivessem baixos. A diferença entre o valor real do aluguel após as melhoras e o valor potencial de aluguel que poderia ser cobrado pela propriedade se ela fosse melhorada cria o que ele chama de *rent gap*. O objetivo dos proprietários é minimizar essa diferença para maximizar seu lucro.

Para o autor, o conceito de classe social é central para a análise do fenômeno da gentrificação; contudo, seu foco do processo está no âmbito da produção e não do consumo. As preferências habitacionais seriam a partir desse modelo uma construção coletiva social, ou seja, a gentrificação aparecendo como um fenômeno social coletivo, fortemente associado à reconstrução social, econômica e política das cidades. Assim, o processo pode ser encarado como uma reprodução da divisão espacial internacional do trabalho, com a emergência das chamadas cidades globais.

Sob essa ótica, o indivíduo não tem um papel significativo e, de certa forma, segue as tendências do mercado, ainda que os gentrificadores operem como agentes centrais e necessários para que o processo ocorra, já que são eles os indivíduos particulares que compram, reformam ou desenvolvem e depois habitam o local. Dessa forma, há a presença de uma categoria individual o *occupier developer*, justamente para enfatizar o papel desse agente na transformação do local.

Sua crítica está em como o termo gentrificador que normalmente designa atores da classe média, cuja identidade está baseada no consumo e longe do processo de produção. O gentrificador raramente aparece como a figura daquele que torna a gentrificação possível no sentido material, ou seja, aquele que constrói e desenvolve toda a estrutura física necessária para que a transformação ocorra.

Para Hamnett (BIDOU,2006), a teoria do *rent gap* não explica a gentrificação e é simplesmente um dos fatores. Também não explica porque ocorre em algumas cidades e em outras não. O autor foca nas mudanças, nas divisões espaciais e sociais de trabalho, assim como o surgimento; porém, em pequena medida, de cidades orientadas pelo setor de serviços, assim como o surgimento de uma elite profissional e administrativa.

Para o autor, é importante enfatizar as mudanças de cultura e consumo, tornando as novas demandas habitacionais dessa elite pertinentes e importantes para formular uma teoria da gentrificação, na tentativa de identificar porque a gentrificação ocorre em alguns lugares e em outros não, apresentando ou não o *rent gap*. Mas é também importante para explicar o fenômeno, considerar o papel dos agentes como as imobiliárias, os proprietários, agências governamentais, corretores, agentes que fazem empréstimos, ou seja, levar em consideração também o papel dos produtores, assim como os consumidores de espaço.

Voltando às acepções conceituais do termo, para Furtado (2003), a construção do conceito de gentrificação (técnica e empírica) situa-se em dois campos: i. o que toma a gentrificação como um fenômeno isolado, associado ao seu restrito conceito original como fenômeno isolado; ii. o que entende o processo como resultado de um amplo espectro de reestruturação urbana, dando ao fenômeno maior poder explicativo.

A hipótese assumida nesta dissertação diz respeito à apropriação ampla do conceito, ou seja, a partir do estabelecimento de espaços de consumo e práticas culturais dentro de contexto de reabilitação dos centros, instala-se parte de um processo renovador associado a bens e serviços culturais. Esse é um fenômeno que, apropriado dessa forma, elabora-se tal qual expresso por Hamnet (BIDOU, 2006), ou seja, “ao mesmo tempo físico, econômico, social e cultural”, que envolve mudanças sociais (arranjos de classe e de ocupação), físicas (estoque de moradias), econômicas (mercado fundiário), culturais (formação de novas práticas de consumo cultural).

Quando observamos a gentrificação a partir da instalação de equipamentos e bens de valor cultural, para Leite (2005), há duas dimensões do consumo: i. dimensão econômica da troca (apropriação das mercadorias e estoque monetário) ii. significados culturais do ato simbólico de consumir (consumo para demarcar relações sociais). Dessa forma, o autor coloca uma questão que vai ao encontro do que aqui depreendemos um dos elementos estruturadores desse estudo: são formadas sociabilidades públicas marcadas pela sócio-espacialização das diferenças a partir das distintas formas de consumir os bens culturais no espaço reabilitado.

Disso pode-se depreender que o sentido do consumo cultural é prática que ultrapassa a racionalidade do ato de comprar produtos, remetendo-se à economia que leva em conta a formação de valores típicos de bens com um teor de representação simbólica. Assim como a dimensão econômica do consumo restringe a interação, o consumo cultural (associado à ampliação do conceito dos usos), ao contrário de concorrer para o esvaziamento dos espaços públicos, pode exercer certa permanência que se nutre dos usos e consumos dos lugares a partir de táticas do cotidiano.

O conceito da gentrificação tem um lado de reabilitação residencial que motiva conceituações que o limitam à revitalização do estoque físico existente. Contudo, entendemos que a mesma constitui um processo, qual seja: quando nos referimos aos centros históricos como espaços ligados à sociabilidade, incorporamos o argumento de que tais centros, quando gentrificados, são objeto de um processo que envolve políticas urbanas e culturais para, via (re)construção de um tipo específico de patrimônio cultural, tornar o mesmo passível de reapropriação por parte da população e capital. Isso se inscreve no que aqui conceituamos como reabilitação urbana via cultura.

Neste sentido, para Leite (2005),

as práticas de gentrificação não se referem apenas a empreendimentos econômicos que visam otimizar o potencial de investimentos em áreas centrais; referem-se sobretudo à afirmação simbólica do poder (p 136).

Mas, em que medida essa expressão do poder de certos valores é exclusivamente um mecanismo de exclusão de uma classe de menor renda para substituição por uma classe de maior renda é o que é levantado por Leite (2005). Para o autor, o processo de gentrificação procura readequar as tradições locais às

demandas globais do consumo cultural, sendo essa dimensão de consumo um elemento que atualiza os nexos entre cultura de consumo e produção de mercadorias na sociedade contemporânea.

Este consumo tem duas dimensões no contexto em que se insere, sendo a primeira associada ao lado material do valor econômico, ou seja, relativa à apropriação de mercadorias pautada pelo estoque financeiro do demandante e pelas condições da oferta a partir dos bens e serviços disponíveis. Já a segunda dimensão é constituída pelos significados culturais típicos da simbologia do ato de consumir, enquanto prática social que define gostos, padrões e estilos de vida.

Sobre isso discorre Featherstone (1995):

se é possível afirmar o funcionamento de uma 'lógica do capital' derivada da produção, talvez seja possível afirmar também uma 'lógica do consumo' que aponta para os modos socialmente estruturados para de usar os bens para as demarcações sociais (p. 128)

Dessa forma, o consumo cultural coloca-se como um elemento que extrapola a racionalidade do ato econômico de comprar. Quando o agente exerce a possibilidade de consumo, está adquirindo o bem a partir da composição do seu valor de troca, assim como em função da expressão de seus valores de uso, fortemente condicionados pela incorporação dos signos impressos no bem cultural por sua inserção em um contexto amplo de significados e expressões culturais, sejam essas impressões particulares e associadas ao histórico relacional do ofertante com o bem ou ao demandante e às condições que o levam a tal demanda.

Dado o exposto, o que essa dissertação assume como reabilitação dos centros via valor simbólico da cultura corresponde a uma das facetas do processo de gentrificação, quando estabelecido a partir dos elementos motivados pela reprodução de valores de representação e econômicos não-quantitativos. Esse processo inclui em termos de bem-estar econômico a produção de externalidades positivas e bens de mérito, ou mesmo, pela construção de espaços amplamente praticados e requalificados de forma a incorporar agentes variados.

Prosseguindo essa análise, trataremos no tópico seguinte da descrição do caso de Porto Alegre, em que o fenômeno da reabilitação dos centros urbanos está associado a bens urbano-culturais, transitando assim para o tema central desse estudo, que tem como protagonista a transformação de estoque de equipamentos

urbanos em equipamentos culturais e a formação de valor simbólico resultante desse processo.

3.2 EFEITOS DOS EQUIPAMENTOS URBANOS CONVERTIDOS EM EQUIPAMENTOS CULTURAIS COMO FENÔMENO DE REVITALIZAÇÃO URBANA NO CASO DE PORTO ALEGRE

Villaça (2001) sustenta que o transporte, determinado como o deslocamento em distância e tempo consumido, é “força dominante da estruturação espacial urbana”. A argumentação do autor é similar a dos economistas urbanos neoclássicos: ao lutar por controlar seu custo de deslocamento, as classes médias e altas, estabelecidas como as possuidoras de maior quantidade de capital, determinam as posições residenciais relativas de todos os habitantes urbanos:

De maneira geral, as camadas populares são mais prisioneiras do espaço do que as camadas de mais alta renda, pois a mobilidade dessas camadas é bem maior (VILLAÇA, 2001, p. 181)

Os agentes econômicos optam, como exposto pela economia urbana neoclássica, por uma localização privilegiada em relação ao centro, que lhe garantirá a maior variedade de bens disponíveis e um pequeno consumo de espaço ou por uma localização menos privilegiada e um maior consumo de espaço. Portanto, Villaça (2001) indica que essa demanda baseada nas preferências do consumidor permite o posicionamento das classes de maior renda nos locais dotados de maior capital simbólico, se este for o diferencial na escala de preferências desses agentes.

Sem dúvida, o valor simbólico de determinadas localidades é de extrema importância na determinação do espaço urbano, como apresentado em Villaça (2001) para o caso do Rio de Janeiro¹⁶. Isso remete ao poder do padrão habitacional na criação de ideologias, modos de vida e de uma estrutura social diferente. Com o

¹⁶ A explicação estaria na renda monopolista que os proprietários de terrenos litorâneos tinham sobre uma região de alto valor simbólico: a região da praia no Rio de Janeiro. Sendo a procura intensa e o espaço a ser ocupado reduzido, os proprietários atendem as exigências dos consumidores estabelecendo o padrão imobiliário verticalizado, com a prática do espaço da rua e da praia como elemento de atração. Essa é a base da formação do estilo de vida carioca.

preço elevado da terra próximo a pontos concentradores de aspectos positivos, ou seja, detentores de grande capital simbólico, os indivíduos habitam apartamentos menores que os motivam a sair para as ruas, forçando-os a utilizar o espaço público de uma maneira totalmente distinta daquela colocada em ação nas regiões periféricas esvaziadas de valor simbólico.

Estabelece-se então uma oposição entre o padrão contemporâneo de organização imobiliária, que procura vender o novo estilo de vida caracterizado pelos condomínios horizontais consumidores de espaço localizados na periferia e forma o padrão de que promove a mistura social e o intenso uso do espaço público.

No caso de Porto Alegre, o centro foi durante o século XIX e a primeira metade do século XX o eixo da vida urbana na cidade, tendo sua importância potencializada enquanto centralidade a partir do crescimento da cidade e seu entorno. Dessa relação entre centralidade e periferia e da evidente constatação de que a aglomeração total em um único ponto é impossível, estabelecendo a obrigatoriedade do afastamento de alguns indivíduos, aparece o dilema dos custos de deslocamento, aqueles que motivam a localização residencial dos agentes racionais habitantes da cidade e que determinarão o equilíbrio residencial considerado pela economia urbana. O valor material do centro encontra-se, então, profundamente ligado à necessidade de deslocamento até ele. É nessa riqueza material que o valor simbólico encontra parâmetros:

É a excepcional importância comunitária e social dos centros que faz com que eles passem a ser objeto de grande valorização simbólica. (...) esse valor será tão maior quanto mais penosas e custosas forem as condições de deslocamento predominantes na comunidade. Os desníveis de valor (portanto de preço, nas economias de mercado) serão também tão maiores quanto menos desenvolvidos forem os meios de deslocamento (VILLAÇA, 2001, p. 241-242)

Para o autor, o centro não é definido somente porque lá estão as atividades centrais da cidade, tais como as financeiras, políticas, comerciais e serviços públicos. A origem da centralidade encontra-se no ponto onde há possibilidade de minimizar o tempo e os custos de deslocamento espacial dos indivíduos, sendo tal deslocamento consequência direta do processo de crescimento responsável por conferir a centralidade ao centro.

Dotado de tantos aspectos positivos e atraentes, a região central torna-se alvo de disputa espacial entre as diferentes classes sociais (alta, média e baixa) e

entre os diferentes agentes econômicos (empresas e famílias). As distinções econômicas entre esses, no tocante à propriedade de capital e aos meios de locomoção, permite que o centro seja ocupado preferencialmente por uma determinada seção social, dependendo da infra-estrutura estabelecida (como o sistema de transporte, a constituição dos logradouros, a ordenação do trânsito etc.).

Dessa forma, a ocupação da região central deixa de ser apenas uma vantagem material e passa a representar o controle dos elementos simbólicos do município, transformando a centralidade num objeto de dominação e segregação social (VILLAÇA, 2001). Para o autor:

Os centros tradicionais de nossas metrópoles, apesar de suas notórias decadências, continuam sendo os focos irradiadores da organização espacial urbana. Continuam sendo a maior concentração de lojas, escritórios e serviço – e também de empregos – de nossas áreas metropolitanas. Atendem a mais população do que qualquer outro centro das metrópoles¹⁷, uma vez que atraem maior número de viagens (VILLAÇA, 2001, p. 246).

A afirmação acima se relaciona com a cidade de Porto Alegre, principalmente no tocante à estruturação dos bairros nobres e do sistema viário municipal e intermunicipal. Em Porto Alegre, a expansão municipal iniciou-se na orla do rio Guaíba, onde se instalaram os principais órgãos estatais no início da formação da cidade. A rua dos Andradas (rua da Praia) formou-se paralelamente à orla e consolidou-se, ainda no século XIX, como a mais importante da cidade, habitada e frequentada pela classe dominante e, posteriormente, ocupada pelos principais estabelecimentos comerciais.

O centro porto-alegrense é um caso particular entre as metrópoles brasileiras tendo em vista a quantidade que possui de elementos cívicos e religiosos, localizado na Praça Marechal Deodoro da Fonseca, ou Praça da Matriz, uma estrutura organizacional típica da cidade hispano-americana (VILLAÇA, 2001). Na Praça, encontramos, atualmente, o palácio do Governo do Estado, a Assembléia Legislativa Estadual, a Catedral Metropolitana, o Palácio da Justiça e o Palácio do Ministério Público, além de equipamentos culturais, como o Teatro São Pedro, a Casa de Cultura Mario Quintana, o Santander Cultural, a Biblioteca Pública Municipal, o Museu Júlio de Castilhos e o Solar dos Câmara.

¹⁷ Nesse ponto, Villaça (2001) refere-se aos subcentros formados nas regiões pericentrais, principalmente nos novos bairros ocupados pelas classes média e alta durante o século XX.

No passado, a praça abrigou a Câmara Municipal de Vereadores e outros pontos culturais como o primeiro auditório Araújo Viana. Essa reunião de atributos intensificou a acumulação simbólica pelo centro, atraindo ainda mais a classe de maior renda para as proximidades do Palácio Piratini (Palácio do Governo Estadual).

De acordo com Villaça (2001), a expansão do comércio nas ruas paralelas à orla e não transversalmente permitiu que a parte alta do centro continuasse como área residencial da classe dominante, como exposto acima. No entanto, durante o processo de crescimento demográfico e da própria área da cidade, no final do século XIX, as classes média e alta começaram a tomar dois rumos ocupacionais distintos: a continuação leste da rua dos Andradas em direção à atual avenida Independência, e a face sul em direção ao bairro Menino Deus onde se encontravam as chácaras e as casas de fim de semana das famílias de alta renda.

Assim, a acessibilidade ao centro determinou a região entorno da avenida Independência como o local de residência da elite social porto-alegrense e tendo em vista que esta é uma extensão da rua da Praia, contribuiu para que o centro mantivesse seus valores materiais e simbólicos, apesar da degradação ao longo das décadas de 60, 70 e, principalmente, 80.

A Figura 3 demonstra as tendências de deslocamento para o centro de Porto Alegre. A área sombreada determina exatamente as partes mais altas da região mapeada, evidenciando a preferência das classes média e alta pelas posições elevadas ao longo da av. Independência e de sua continuação, a rua Mostardeiro. Às classes populares resta ocupar a parte próxima ao cais na direção nordeste, onde não há acesso direto ao rio visto a presença das instalações portuárias, e as regiões internas a sul e sudeste, localizadas longe da orla. O mapa aponta também a distribuição dos equipamentos culturais instalados após a década de 90:

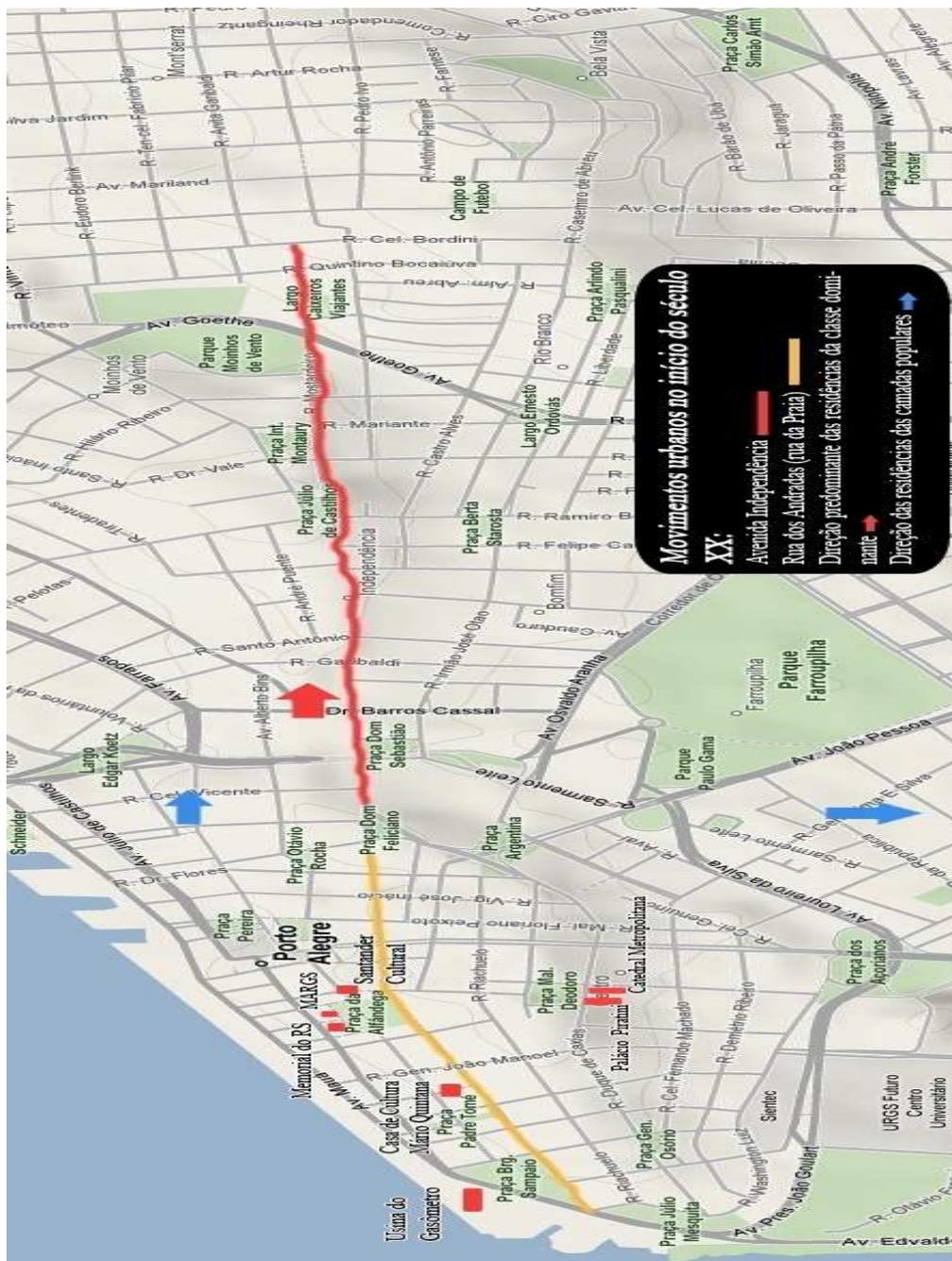


Figura 1: movimentos urbanos no início do século XX.
Fonte: Google Maps e livre adaptação do autor.

A área central de uma cidade acumula, como elemento histórico, os mais preciosos fatos que marcam a evolução de uma cidade, concentrando uma vasta riqueza de referências culturais que expressam os componentes estruturadores da memória política e social da região. O centro é dotado de um grande capital simbólico que cria nos habitantes sentimentos e reações em relação à cidade e sua história.

Por óbvio a manutenção e sustentabilidade dessa escala de valores, em termos de bens urbano-culturais, está bastante vinculada a expedientes de políticas públicas, as quais criam o ambiente legal-institucional que pauta o surgimento do ciclo de valoração indicado.

A história das ações públicas operadas no centro da cidade de Porto Alegre remonta à industrialização da cidade. Entre 1890 a 1945, período em que se acentuam os processos de desenvolvimento e estabelecimentos das indústrias na região, alguns planos urbanísticos surgem, particularmente vinculados a grandes obras de embelezamento e arruamentos interligando o centro com o restante da cidade nascente, o que é típico da acumulação capitalista, em que o acesso a áreas mais distantes via difusão do automóvel leva consigo serviços e opções de moradia.

Neste sentido, o Plano Geral de Melhoramentos de 1914, formulado por Maciel, já dizia respeito a um esquema viário de trânsito centro-periferia. Posteriormente, em 1937, o documento Contribuição ao Estudo de Urbanização de Porto Alegre, formulado por Pereira Paiva e Ubatuba de Faria, lança algumas linhas gerais a serem adotadas por um plano diretor para a cidade, fundamentalmente viário, trazendo como contribuições o traçado definitivo da Avenida Farrapos e o sistema de radiais e perimetrais. Em 1938, o Plano Gladosch operava em um ambiente de consolidação do uso de obras como o Cais do Porto, avenida Borges de Medeiros e Farrapos.

Contudo, à parte dessas iniciativas, efetivamente uma tentativa de formulação de plano diretor, principalmente por pensar a normatização de funções da cidade, dá-se em 1959 com o Expediente Urbano de Porto Alegre (Pereira Paiva e Demetrio Ribeiro), que propunha a normatização da cidade para 4 funções: habitação, trabalho, lazer e circulação.

Tendo como base essas ações prévias, a Lei Orgânica Municipal, de 1970, é provavelmente um dos primeiros instrumentos formais de gestão urbana que manifesta preocupação com o patrimônio cultural, a partir listagem de 59 bens públicos e privados a serem preservados, através de critérios artísticos, históricos e culturais. Já em 1979, o PDDU (Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano) arrola mais 2.000 imóveis para preservação em diversos bairros em 2 categorias: interesse sociocultural e adequação volumétrica

A década de 80, em um contexto amplo, esteve inserida na conjunção do período de degradação-reabilitação das áreas centrais das capitais brasileiras e,

nesse caso em particular, na de Porto Alegre. Fundamentalmente, a explicação para isso é a alteração das formas de habitação de residências familiares para unidades multi-familiares relacionadas à intensa valorização imobiliária nos primórdios do século XX. Disso decorre um processo de causa-efeito determinante da exploração abusiva da verticalização, que resulta em degradação, trânsito caótico, falta de segurança, falta de conforto, alto fluxo de pessoas durante o dia e restrito à noite.

Nessa mesma década, há uma reversão do esvaziamento das áreas centrais pela ocupação pelas classes populares das antigas moradias. Para a elite cultural, argumenta-se que esse processo pode ter representado a perda do espaço de sua memória. Afinal, a rua dos Andradas não é mais somente aquela dos cafés, do grande capital, do *footing*, mas sim um elemento de passagem ou consumo, renascendo como um novo arranjo urbano.

Com relação às ações locais de preservação, no ano de 1996, o Congresso Cidade Constituinte instituiu medidas de planejamento participativo¹⁸ para o centro. Tais decisões baseavam-se na eleição de corredores culturais para qualificação das áreas comerciais do centro, através do patrimônio arquitetônico e histórico-cultural; o que indica um trânsito caro a esse projeto no tocante à formação de interfaces entre o valor material e os símbolos adstritos à materialidade – ação conjunta de comerciantes, moradores, associações de preservação. Ainda, em 1999, o PDDUA da cidade promove a delimitação de Áreas Especiais de Interesse Cultural.

Nesse sentido, em 1997, a partir das iniciativas do Congresso citado acima, criou-se o programa Corredor Cultural, outro exemplo de ação de preservação do centro. As principais plataformas do programa eram:

- Redescoberta da Área Central de Porto Alegre e resgate do seu antigo prestígio, qualificando os seus espaços e possibilitando sua utilização por toda a população;
- Construção de uma cidade contemporânea que harmonize a preservação e o desenvolvimento em busca da melhoria da qualidade de vida do porto-alegrense.

¹⁸ Conceito esse que sofisticou a gestão orçamentária participativa – aplicada no município Porto Alegre desde 1989.

Esse programa baseou-se na rua dos Andradas, na medida em que considerou a mesma um catalisador de mudanças locais, um mecanismo de realocação do tecido urbano. As ações não tiveram cunho fiscal ou legal, lançando mão de instrumentos mais espontâneos e menos de regulação estatal. Dentre as estratégias utilizadas, destaca-se a de promover a coexistência de épocas, culturas, etnias e segmentos sociais no centro. Nesse sentido, as principais ações do programa eram: requalificar os espaços, restaurar os prédios, as praças e os monumentos, reverter a degradação física, reforçar segurança dos usuários, mas sem segregação, permitindo que todos tenham acesso ao pleno uso dos espaços.

Abaixo reproduzimos imagens de dois eixos da rua dos Andradas, o primeiro mais fortemente ligado ao comércio e o segundo ao patrimônio histórico:



Figura 2: trecho leste da “Rua da Praia” (rua dos Andradas), entre a Praça Dom Feliciano e a Praça da Alfândega (no horizonte), antigamente conhecida como rua da Graça.
Fonte: Wikipédia.



Figura 3: trecho oeste da “Rua da Praia” (rua dos Andradas), próximo a Usina do Gasômetro, registrando os prédios históricos do exército.
Fonte: Wikipédia

Nesse sentido, quatro eixos fundamentais são estabelecidos:

- Qualificação do espaço público: qualidade do espaço, recuperação das calçadas, alargamento dos passeios, restauro e conservação das praças, iluminação pública, otimizar localização equipamentos;
- Preservação do Patrimônio Cultural: preservação cultural (tombamentos, ações de preservação);
- Revitalização Econômica: fomento a atividades econômicas que contribuam para a revitalização e animação cultural¹⁹;
- Animação Cultural: fomento às ações culturais e aproximação do econômico com o cultural.

Nitidamente, há uma preocupação com o nível de democratização do acesso ao centro; todavia, quando se fala nesses aspectos culturais, é inegável também de que se tratam de práticas elitizadas, que dependem de certa legitimação social para serem utilizadas em seu lado mais visível.

¹⁹ Alvarás municipais para funcionamento comercial na rua dos Andradas seriam controlados pelo programa.

O centro de Porto Alegre fora objeto de sensíveis transformações na década de 90; em parte como consequência das políticas supra descritas e em outra como ações de agentes particulares motivadas pelo ambiente instalado. O corredor cultural, enquanto proposta a ser estabelecida na região da rua dos Andradas, especialmente no trecho que vai da praça da Alfândega até a rua Presidente João Goulart, culminando na Usina do Gasômetro, foi protagonista de uma ação que diz respeito à conversão de equipamentos urbanos em desuso em equipamentos culturais.

Comprovando o fenômeno, verificamos o surgimento, durante os anos 90, de elementos de revitalização do valor simbólico da região central a partir da conversão de prédios históricos em instalações de cultura (museus, centros culturais, cinemas, teatros). São eles: a) localizados na praça da Alfândega: o antigo prédio dos Correios, tombado em 1980 que passou a abrigar o Memorial do Rio Grande do Sul em 1998; o MARGS (Museu de Arte do Rio Grande do Sul), antigo prédio da Delegacia Central de Arrecadação Fiscal, convertido em museu em 1978 e completamente reformado na década de 90; a antiga sede do Banco Nacional do Comércio e, posteriormente, do Banco Sulbrasileiro e do Banco Meridional, construída em 1927, reformado no final da década de 90 para implantação do centro cultural Santander Cultural; b) ao longo da rua dos Andradas: o Hotel Majestic, luxuoso hotel, que teve seu apogeu entre as décadas de 30 e 50, recebendo chefes de estado e personalidades, reformado na década de 90 para acolher a Casa de Cultura Mário Quintana; no final da rua, já na orla do rio Guaíba, coloca-se também a usina do Gasômetro, antiga usina de geração de gás para energia, desativada na década de 70 e restaurada na década de 90 para a acolher um amplo centro cultural.

Neste sentido, após intervenções públicas e privadas, a reprodução material e simbólica de valores provenientes de elementos de identidade atinentes às práticas e consumos culturais confere novos sentidos a equipamentos urbanos tradicionais. Estes, ao receberem nova significância, a partir de sua utilização, transformam-se em equipamentos culturais, os quais, por sua vez, contribuem para a formação de espaços praticados, constituindo-se em lugares. Esse fenômeno, que é concentrado, tanto em espaço quanto em período temporal, teve alguns elementos centrais que passamos a descrever:

Hotel Majestic – Casa de Cultura Mario Quintana



Figura 4 Hotel Majestic na rua dos Andradas em 1935, Álbum de recordações de Porto Alegre.

Fonte: Museu de Comunicação HJC



Figura 5: Casa de Cultura Mário Quintana em 2008.

Fonte: Wikipédia.

O luxuoso Hotel Majestic, situado na Rua dos Andradas, constituído por dois blocos imponentes unidos por passarelas, teve seu auge nas décadas de 30, 40 e 50, hospedando grandes figuras da política brasileira como os presidentes João Goulart e Getúlio Vargas. O prédio projetado pelo arquiteto Theodor Wiederspahn, foi tombado em 1990, sendo então adaptado para tornar-se centro cultural.

O Majestic Hotel foi o primeiro grande edifício de Porto Alegre em que se utilizaram passarelas suspensas sobre a via pública, sendo concebido para ocupar os dois lados da Travessa Araújo Ribeiro. As obras iniciaram em 1916 e a última parte fora concluída em 1926.

O centro cultural, inaugurado na década de 90, abriga hoje a Biblioteca Lucília Minssen, os Acervos Elis Regina e Mário Quintana, a Discoteca Pública Natho Henn, as Galerias Xico Stockinger e Sotéro Cosme, os teatros Bruno Kiefer e Carlos Carvalho, além de três salas de cinema.

A principal causa do declínio do hotel relaciona-se diretamente com a problemática do presente trabalho, tendo em vista que a mudança do consumo de caráter simbólico do centro de Porto Alegre alterou por consequência os ares e a clientela do mesmo. Como afirmando anteriormente, a rua dos Andradas era o centralidade cultural da cidade nas primeiras décadas do século XX com uma vida noturna movimentada.

Nesse período, a localização do Majestic era considerada extremamente privilegiada e era através dela que a empresa obtinha grande parte dos seus rendimentos. A partir da década de 50, contudo, surgiram os grandes planos desenvolvimentistas do governo federal que objetivavam a completa modernização do Brasil e trouxeram aos brasileiros, especialmente os de classe média e alta, uma mobilidade urbana até então inédita em função da popularização dos meios de transporte.

Esse contexto permitiu o êxodo desses setores privilegiados da sociedade do centro e sua fixação de moradia nos bairros periféricos²⁰. O centro tornou-se, então, um ponto de serviços e comércio diurno sofrendo um esvaziamento após o expediente e nos fins de semana, hábito que acabou por destruir a vida cultural noturna da região. O centro perdeu seu papel simbólico de representante da vida urbana da elite cultural e passou a representar o caos urbano, um local extremamente movimentado durante o dia e deixado aos excluídos durante a noite.

Além das mudanças no caráter simbólico do centro, o Majestic foi afetado pela construção do muro na Avenida Mauá, na beira do rio Guaíba, iniciada como medida preventiva de enchentes como a 1941²¹. A competição com outros hotéis melhor localizados acabou contribuindo para que os quartos do hotel fossem preenchidos por solteiros, viúvos, boêmios e poetas solitários, como Mário Quintana, que se hospedou ali de 1968 a 1980.

Em 1980, o prédio foi comprado pelo Barrisul, repassando-o ao Estado. A partir de 1983, o prédio foi tombado como patrimônio histórico e teve uso desconexo pelo poder público, com a utilização para a alocação de departamentos administrativos da secretaria de cultura do estado. Somente em 1996, foi inaugurado como equipamento cultural aos moldes do que representa hoje.

²⁰ Não se restringindo à Independência ou ao Menino Deus.

²¹ Episódio em que o centro de Porto Alegre foi inundado pelas águas do rio nos meses de abril e maio daquele ano.

Atualmente, a Casa de Cultura Mário Quintana abriga, em seus sete andares, salas de cinema e de teatro, galerias para exposições artísticas, dois cafés, uma cinemateca, o Museu do Banrisul, o Instituto Estadual de Artes Visuais, uma sala para ensaios e oficinas, uma sala de convenções, o Acervo Mário Quintana, o Acervo Elis Regina, o Memorial Hotel Magestic, um espaço de estudos sobre cinema, três bibliotecas.

Usina de Geração de Energia Elétrica – Usina do Gasômetro



Figura 6: Usina de geração de energia, Acervo CRT, junho de 1930.
Fonte: Museu da Comunicação Hipólito José da Costa



Figura 7: Centro Cultural Usina do Gásometro, atualmente.
Fonte: Wikipédia.

Em 1928, a Companhia Energia Elétrica Riograndense (CEERG), empresa subsidiária da multinacional norte-americana Electric Bond & Share Company, assumiu o monopólio da produção e distribuição de energia elétrica no Rio Grande do Sul, substituindo as então usinas da Companhia Fiat Lux, Companhia Força e Luz Portoalegrense e a Usina Municipal. O contrato forjado na época explicitava que a nova empresa deveria manter em funcionamento as três usinas geradoras de eletricidade e erguer uma nova termoelétrica.

A nova usina, inaugurada no mesmo ano, localizava-se na margem do rio Guaíba e foi responsável por transtornos entre os moradores do centro portoalegrense. Ao utilizar carvão vegetal em suas caldeiras, a usina liberava nuvens de fuligem que suas duas chaminés eram incapazes de impedir que atingissem as residências próximas. Em 1937, ergueu-se a famosa chaminé de 107 metros que

hoje é cartão postal da cidade. A instalação foi desativada em 1974 devido à falta de condições de atender à demanda urbana. Tentativas de demolição foram realizadas nos anos seguintes, mas logo impedidas por protestos da sociedade.

Em 1982, a Eletrobrás, empresa operadora da Usina na época de seu fechamento, cede o uso do terreno para o governo municipal e, nesse mesmo ano, a construção é tombada pelo governo estadual e municipal como monumento histórico-cultural. Com essa transferência, iniciaram-se obras de revitalização e qualificação da Usina para receber diferentes atividades. Em 1991, ela é fixada como centro cultural abrigando sala de cinema e salas para exposições e eventos.

A usina, em sua função antiga, representa a ascensão e declínio de uma fase do capitalismo, com o processo de mecanização e industrialização promovendo a superação dos meios energéticos da época de sua desativação.

3.3 AGÊNCIA CENTRAL DOS CORREIOS E TELÉGRAFOS – MEMORIAL DO RIO GRANDE DO SUL



Figura 8: Agência central dos Correios, Acervo MHJC, Doação Voluntária, 1941



Figura 9: Memorial do Rio Grande do Sul, atualmente.

Fonte: Wikipédia.

A exemplo do hotel Majestic, o prédio, construído entre 1910 e 1913, teve seu desenho arquitetônico desenvolvido pelo alemão Theodor Wiedersphan,

responsável por outras construções no município no início do século XX, e as obras foram confiadas ao engenheiro Rodolfo Ahrons, dono de uma firma de engenharia sólida e representativa da comunidade alemã que se fixou fortemente na economia porto-alegrense naquele período.

Em 1980, o prédio foi tombado como patrimônio histórico-cultural, mas somente em 1998 foram iniciadas as obras para adequá-lo à forma de uma instalação cultural. A ideia de criar um centro onde a história do Rio Grande do Sul e a cultura do povo gaúcho se encontrassem expostas havia surgido concretizou-se em 1996 com um acordo entre os governos federal e estadual.

3.4 DELEGACIA REGIONAL DA RECEITA FISCAL – MUSEU DE ARTE DO RIO GRANDE DO SUL

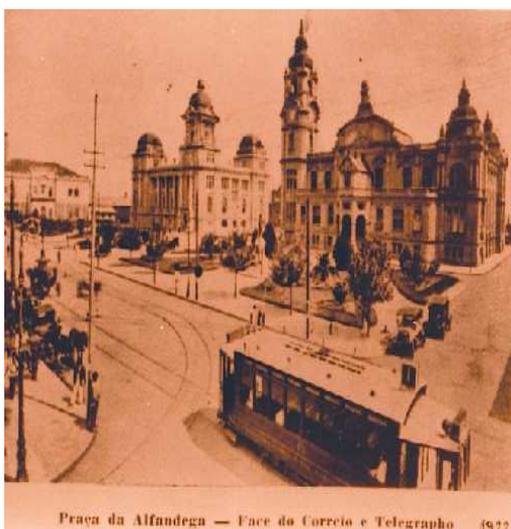


Figura 10: Delegacia Regional da Receita Fiscal, ao fundo, em 1922.
Fonte: Museu da UFRGS, Acerto de Fotos.



Figura 11: Museu de Arte do Rio Grande do Sul (MARGS), atualmente.
Fonte: Google Images.

Diferentemente dos outros equipamentos culturais, criados como tais nas décadas de 80 e 90, o MARGS foi fundado em 1954 após iniciativas semelhantes terem obtido sucesso em São Paulo²² e no Rio de Janeiro²³. A instituição, submetida

²² Museu de Arte de São Paulo (MASP) e o Museu de Arte Moderna de São Paulo (MAM-SP).

²³ Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (MAM-RJ).

à Secretaria da Cultura estadual, foi organizada pelo professor e artista paulista A do Malagoli, estabelecendo-se um compromisso com a formação cultural básica da sociedade.

O prédio onde o MARGS encontra-se atualmente foi construído por ordem de Rivadávia Corrêa, o então Ministro da Fazenda, para ser a Delegacia Fiscal, em virtude principalmente de sua localização próxima ao porto. O projeto foi obra da empresa de engenharia de Rodolfo Ahrons, sendo o desenho arquitetônico desenvolvido por Theo Wiederspahn. Em 1916, foi inaugurada precariamente para atender a arrecadação de tributos federais e, em 1922, deu-se a conclusão das obras. Em 1974, a instalação foi cedida pelo governo federal ao estadual.

O museu ocupou diferentes locais, como o Theatro São Pedro e dois andares do Edifício Paraguay, no centro de Porto Alegre. Em 1974, assinou-se o decreto de transferência do MARGS para sua sede atual, junto à Praça da Alfândega, mas a mudança só efetuou-se em 1978. O edifício foi incluído no rol de bens imóveis tombados pelos IPHAN (1981) e IPHAE (1985).

Ainda no final da década de 70 e início dos anos 80, a instalação recebeu as primeiras adaptações para abrigar o museu como luzes de espectro especial e filtros de raios ultravioletas nas janelas. No final da década de 90, entre 1995 e 1998, foi restaurado completamente e suas instalações foram adaptadas para fazer dele um museu para receber mostras de nível internacional. Hoje, além de um vasto acervo, abriga restaurante, café, livraria de arte e loja que comercializa artigos ligados ao museu.

3.5 ANTIGA AGÊNCIA CENTRAL DO BANCO MERIDIONAL – SANTANDER CULTURAL

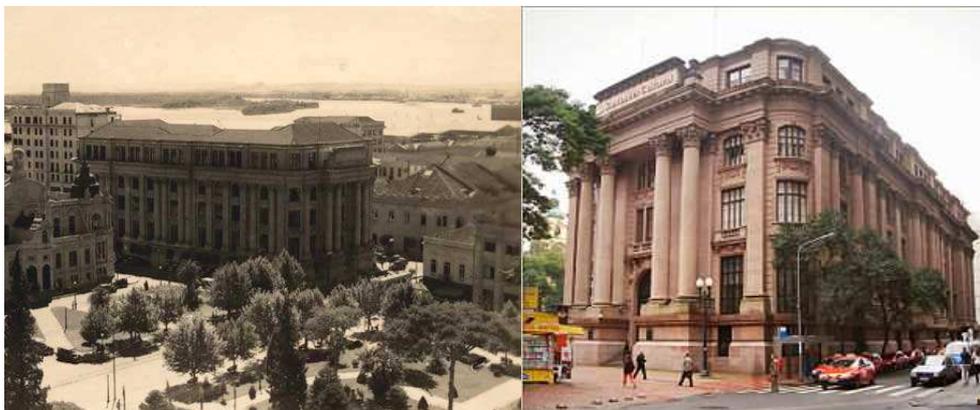


Figura 12: Banco Nacional do Comércio, 1930 Álbum Porto Alegre: Biografia de uma cidade

Figura 13: Santander Cultural
Fonte: Wikipedia 2007

Fonte: Museu de Comunicação HJC

O prédio foi inicialmente construído para abrigar o Banco Nacional do Comércio, segundo banco do Rio Grande do Sul e sucessor do Banco da Província, mas, posteriormente, abrigou os bancos Sulbrasileiro e Meridional. O Banco Meridional foi absorvido pelo multinacional Santander que iniciou, na década de 90, obras de adaptação e qualificação para abrigar exposições culturais. Recuperou-se a fachada externa e os espaços internos, incluindo os pisos de mármore e os impressionantes vitrais. O primeiro e segundo andar foram transformados em espaço de exposição, recebendo, principalmente, obras contemporâneas, enquanto o subsolo, local onde se encontravam os antigos cofres, abrigam hoje uma sala de cinema, um café e um restaurante, além de uma exposição permanente sobre a história dos bancos que ali opera.

A localização no centro da cidade dos equipamentos aqui referidos é dada por:

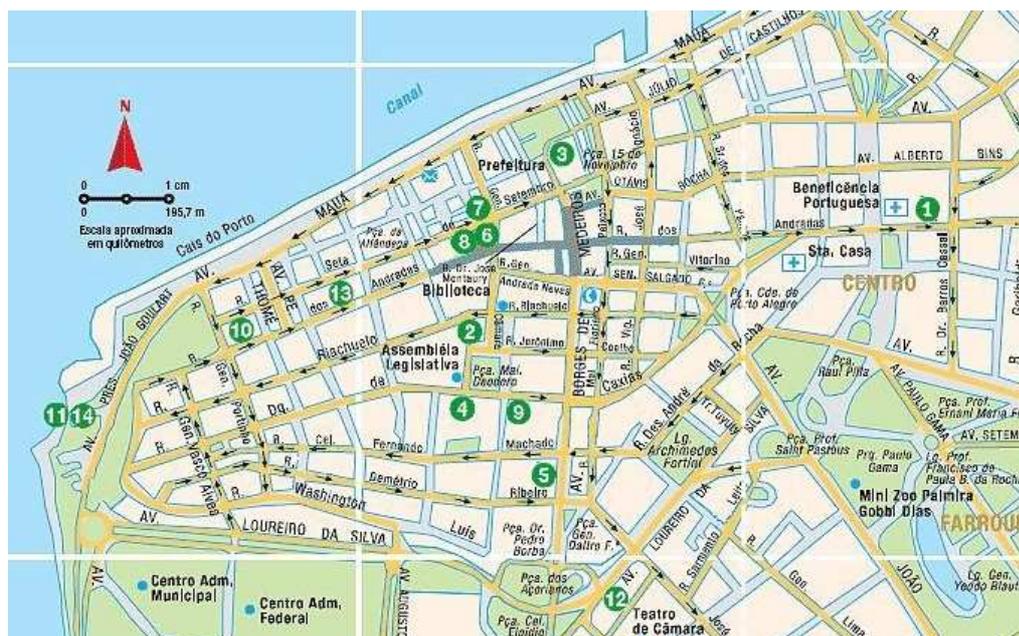


Figura 14
Fonte: Elaboração do autor

Equipamentos culturais identificados no Mapa

1	Centro Histórico Cultural Santa Casa (em instalação)
2	Teatro São Pedro
3	Mercado Público
4	Palácio Piratini
5	Capitólio
6	Memorial do Rio Grande do Sul
7	Santander Cultural
8	Margs
9	Museu Julio de Castilhos
10	Museu do Comando Militar
11	Passeio de Barco Guaíba-Jacuí
12	Linha de ônibus Turismo
13	Casa de Cultura Mário Quintana
14	Usina do Gasômetro

Quadro 1

A ocorrência desse fenômeno em um reduzido espaço de tempo e concentrado geograficamente, pode representar um processo de reabilitação urbana irradiada pela transformação em espaços de consumo e práticas culturais de prédios com reconhecido valor simbólico. Assim, é possível inferir que os habitantes de Porto Alegre receberam um novo centro da cidade após a segunda metade da década de 90; particularmente pela valorização de ativos de cultura e, sobretudo, pela ampliação dos meios de interação em termos de formação da acúmulos econômicos e sociais.

Esse é o caráter diferenciado do processo de Porto Alegre e, a nosso ver, está associado ao protagonismo dos equipamentos culturais de caráter de acesso universal (nesse sentido, consideramos que esse acesso independe do caráter público ou privado da propriedade dos mesmos). Fato é que, ao ocorrer a reabilitação do centro a partir do consumo de seus valores simbólicos, melhora o aspecto de segurança pública, de revitalização econômica, de qualificação do público frequentador em termos de capital humano acumulado, e com destaque especial esse estudo permite que esse ambiente reabilitado seja praticado por um contingente de pessoas diversificado.

A fim de compreender as interfaces explicativas do caso de gentrificação via consumo e práticas culturais, observaremos no capítulo seguinte algumas evidências empíricas associadas ao caso de Porto Alegre, que corroboram algumas características aqui descritas, além de representar uma tentativa primária de construção de indicadores que, somados, articulam capacidade explicativa em relação ao fenômeno observado, o que pode se configurar em um método para a compreensão ampla do fenômeno.

4 AVALIAÇÃO DE VALOR SIMBÓLICO NOS CENTROS E A ECONOMIA DA CULTURA: CONTRIBUIÇÕES PARA A CONSTRUÇÃO DE UM MÉTODO

O propósito dessa pesquisa, que está associado à compreensão dos elementos de valor não-monetário que interagem no processo de reabilitação dos centros urbanos a partir de práticas e consumo cultural, encontra alguns elementos empíricos que podem ser embrionários para a formulação de um possível modelo explicativo do fenômeno à luz dos instrumentos da economia; particularmente, a fim de orientar o planejamento urbano a tomar decisões nesse sentido e aproveitar certos resultados desse processo que são claramente positivos.

Ressaltamos que o objetivo desse capítulo é elencar algumas evidências empíricas que interagem com a teoria, sem ter a pretensão de formular um modelo, na medida em que há um longo caminho a ser percorrido para tanto.

Para a compreensão de como esse valor não-monetário, transita em centros urbanos que assumem as práticas de consumo cultural como protagonistas de suas vivências, construímos um estudo de caso com duas pesquisas que, somadas, têm a propriedade de nos fornecer instrumentos de avaliação para além da tradicional análise de impacto em termos de geração de emprego e renda a partir dos multiplicadores econômicos de emprego e renda. É indiscutível a relevância desse tipo de análise dos multiplicadores para a Economia; todavia, o que aqui pretendemos é compreender mecanismos que não podem ser expressos diretamente em termos de impacto econômico quantitativo.

O primeiro estudo de caso corresponde à aplicação no equipamento cultural Casa de Cultura Mário Quintana (CCMQ) do método econômico de valoração contingente (CVM). A CCMQ é protagonista do processo descrito no capítulo anterior de reabilitação do centro de Porto Alegre a partir da implantação de equipamentos culturais. O CVM dá conta da simulação de um mercado para bens que não possuem mercados; no caso específico, o valor não-monetário associado à existência ou não de um equipamento cultural em um dado espaço urbano. O método permite que os agentes valorem, tomando como referência sua disposição de sacrifício monetário individual, a existência de um bem coletivo.

O método de valoração contingente é largamente utilizado para a avaliação de externalidades associados a bens de meio-ambiente, tais como a

sustentabilidade ambiental e qualidade de vida gerada pela existência de riquezas ambientais. Nesse sentido, a sua utilização para a cultura é algo factível pela semelhança entre esses aspectos de valor intangível desses bens econômicos.

A síntese da contribuição do referido método para a explicação aqui pretendida diz respeito à possibilidade dos agentes transformarem em valor (expresso, em termos comparativos, em forma de estoque monetário) aspectos não-monetários que são apreendidos pelas utilidades e bem-estar individual, tais como: o valor histórico dos prédios, a relação afetiva individual com vivências no espaço, as externalidades positivas e a compreensão do papel de um bem de mérito.

O segundo elemento considerado foi uma pesquisa de campo com um agente econômico informal atraído pelo ambiente estabelecido pelos equipamentos culturais. Aqui consideramos como agentes econômicos informais vendedores de produtos culturais de maneira não reconhecida pelos órgãos públicos de fiscalização. Essa pesquisa de campo teve a importância para a descrição do fenômeno de formação de valor aqui observado, particularmente na medida em que percebemos um relevante grau de legitimação dado pela prática desse tipo de comércio - ilegal por origem de definição formal - quando praticado em um ambiente de consumo cultural e focado em produtos culturais.

Nesse aspecto, revelam-se de maneira bastante clara operações táticas (CERTEAU, 1994) tendo em vista a inserção desse tipo de economia no cotidiano a partir de elementos que subvertem o circuito formal de difusão de bens nesse mercado.

Nossa análise final sustenta que os reflexos os elementos aqui considerados somados podem contribuir para agregar recursos explicativos à forma de valor aqui considerada.

4.1 O MÉTODO DE VALORAÇÃO CONTINGENTE APLICADO A UM EQUIPAMENTO URBANO-CULTURAL (CASA DE CULTURA MÁRIO QUINTANA)

Alguns métodos são utilizados em trabalhos na área da Economia Urbana visando precificar equipamentos urbanos em função de variáveis explicativas tais

como sua localização relativa, seu tamanho e até mesmo de variáveis que capturem a presença de amenidades urbanas exógenas.

Uma forma de valoração nesse sentido, aqui apresentada no capítulo 2, é a conhecida teoria da localização residencial que entende a cidade como um produto de mercado (ABRAMO, 2001). O modelo define que a decisão dos indivíduos quanto à escolha de sua moradia se dá em termos de maximização de utilidade, isto é, o indivíduo é tido como agente econômico racional que visa maximizar seu bem-estar quando opta por sua residência. Essa teoria indica que as pessoas escolhem uma combinação ótima: menor distância até o centro da cidade com o menor nível de criminalidade e maior tamanho, sujeito à restrição orçamentária.

Contudo, quando tratamos de bens culturais, a citada teoria é restrita ao não incluir como variáveis decisórias as externalidades que compõem o ambiente onde se dará a locação do terreno. Por isso, tornou-se usual incluir o modelo de preços hedônicos formalizado por Rosen (1974), o qual consiste em definir um bem como heterogêneo, ou seja, como aquele que a partir de suas propriedades tem a sua utilidade definida. Assim, o bem, em si, não produz utilidade ao consumidor; ele possui características (mais de uma), e estas fazem surgir a utilidade.

Podemos fazer a relação deste método com Economia Urbana usando o preço dos imóveis como bem heterogêneo, composto por “n” variáveis, fatores estruturais de seus apartamentos- podendo ser expressos em termos de m² ou número de quartos (S)-, de sua acessibilidade ao centro (A) e de alguns fatores ambientais que são relativos à região R onde o imóvel se encontra (E). Mais especificamente temos:

$$P(s, e, a) = \beta_0 + \beta_1 S + \beta_2 E + \beta_3 A$$

Fórmula 1

sendo β_i os respectivos coeficientes(parâmetros).

Embora este método seja capaz de capturar algumas amenidades urbanas, certas externalidades não têm seu valor incluído nesta análise. É o caso do valor simbólico, que se faz presente ao estudar bens culturais- mais especificamente patrimônio cultural e/ou histórico no âmbito urbano. Para conseguirmos valorar

aqueles componentes do tecido urbano dotados de valor cultural utilizaremos, portanto, o Método de Valoração Contingente (MVC).

Ainda é particularmente importante compreender a atuação dos equipamentos culturais como capital fixo, o que também não é percebido pelos modelos tradicionais. O capital fixo, que é uma categoria do capital da economia clássica, é parte do capital produtivo apropriado por Marx como a parcela do capital constante que serve como meio de produção. Esta forma de capital, não entrando materialmente no produto, mantém sua forma original, pelo que somente circula sobre a forma de valor, transmitido para a mercadoria em forma de valor monetário. Segundo Marx, ser ou não capital fixo depende exclusivamente do uso que é conferido aos objetos, particularmente quando os mesmos são utilizados para a produção de mais valia.

Considerando a leitura de Harvey (1982), os objetos acabam por assumir a condição de capital fixo pelo seu uso e não pelas somente por suas características materiais, sendo possível criar capital fixo a partir da alteração do uso de coisas existentes. Assim, um equipamento urbano, convertido em museu, exerce o papel de capital fixo, transferindo valor ao estoque de obras de arte ali contido. Para Harvey, o conceito de capital fixo, que é aplicável a prédios e instalações que são palco de processos produtivos (além de máquinas e instrumentos de trabalho), pode ter seu sentido ampliado para fora do processo produtivo²⁴, no que se refere a outras instalações que relegam valor ao subproduto de seu consumo, isto é, no caso específico, aos bens culturais em processo de valorização em um estoque cultural.

Dessa forma, o conceito trata das pré-condições estabelecidas para o processo de consumo, na forma de capital fixo independente. O papel, nesse caso, é o de fundo de consumo, ou seja, os equipamentos culturais não são consumidos diretamente, mas servem como molduras para o consumo. Inclusive, nesse particular, possuem efeito legitimador que transfere valor às obras de seu acervo e exposições. Esse tipo de valoração conferido pelos agentes a equipamentos urbano-culturais também pode então ser capturado a partir da expressão desse valor na DAP individual, o que valida o método para o objetivo aqui proposto.

O paradigma econômico neoclássico pressupõe que, uma vez que os bens disponíveis para consumo na sociedade são finitos e escassos, cabe ao indivíduo

²⁴ Assim como Marx o estabeleceu nas pré-condições gerais para a produção.

fazer escolhas racionais que lhe tragam benefícios, isto é, tendo uma restrição orçamentária, o indivíduo tem de optar por quais bens consumir, dentre uma cesta ofertada, a fim de maximizar seu nível de bem-estar (utilidade).

Essa análise é operacionalizada em função do preço de cada bem e da utilidade que lhe é conferida particularmente, ou seja, se a utilidade que este tem para o indivíduo for maior que seu preço, ele optará por consumi-lo. Em termos de bens privados, esse preço é aquele de mercado, no qual demandantes e ofertantes determinam o preço de equilíbrio de seu mercado particular. Já os bens públicos²⁵, que é o caso de equipamentos urbanos que detêm alguma capacidade identitária, não possuem um mercado próprio que os transacione (e, portanto, deles não se pode derivar preço ou quantidade de equilíbrio), por isso seu valor a cada pessoa- e, portanto, seu valor agregado à sociedade- é desconhecido.

Esse valor vem a ser importante para que políticas públicas sejam eficientes ao moldar o tecido urbano, mantendo o sentido econômico, dado que os recursos públicos são escassos e se faz necessário que a gestão os empregue de maneira eficiente.

Por todas essas especificidades que são apresentadas e por se tratar de bens que não são transacionados em mercado, faz-se necessário, ao analisar equipamentos urbanos transformados para práticas culturais, o uso de um método que nos forneça algum artifício para estimar seus valores. Tal metodologia deve ser capaz de mensurar tanto valores econômicos da amenidade quanto aqueles que lhe são intrínsecos (esses detêm a identidade histórica e/ou cultural de um grupo em termos de valor não-monetário).

O Método de Valoração Contingente (MVC) supõe o mesmo critério neoclássico: os indivíduos são aqueles que melhor julgam seus próprios bem-estares. E mais, os consumidores têm preferências bem definidas por bens públicos e sua demanda pode ser mensurada como a quantidade de outras mercadorias ordinárias que eles estão dispostos a dispensar para que possam consumir uma unidade do bem em questão (tradicionalmente, a taxa marginal de substituição).

A diferença com relação à tradicional teoria da localização urbana é que o MVC nos permite criar um mercado hipotético para valores não-quantitativos, no

²⁵ Segundo Pyndick e Rubinfeld (1994) um bem é dito público se atende às características de não-rivalidade e não-exclusividade, isto é, “é denominado não-rival quando, para qualquer nível específico de produção, o custo marginal da sua produção é zero para um consumidor adicional” e é não-exclusivo “quando as pessoas não podem ser excluídas do seu consumo”.

qual os indivíduos possam revelar sua preferência pelo bem estudado. Isso é feito através do conceito econômico de disposição a pagar (DAC), ou seja, o nível de bem-estar é dado pela máxima quantia monetária que o consumidor está disposto a pagar pela mercadoria em questão. Formalmente, ainda podemos conceituar a DAP como o montante a ser retirado da renda(Y) para que a função de utilidade do indivíduo permaneça constante. Assim, o modelo é dado por:

$$v(P, Y - DAP, \gamma_1) = v(P, Y, \gamma_0)$$

Fórmula 2

Onde v representa a função utilidade indireta; P, o vetor preços e γ , níveis de quantidade ou qualidade do bem.

O valor capturado pelo MVC, segundo Pearce e Turner (1991), agrega tanto o valor de uso quanto o valor de não-uso (valor intrínseco ou de existência) do bem ou serviço. O primeiro consiste na utilidade que a amenidade pode gerar ao indivíduo pelo seu uso direto; o segundo é aquele valor que representa uma característica inerente do bem, que independe de seu consumo efetivo. Randall (1991) avança esses últimos conceitos para a sua subdivisão em:

- *Option Value*
- *Quase-option value*
- *Existence value*
- *Vicarious use*

O'Doherty (1998) e Nogueira e Medeiros(1997) discutem mais atentamente essas classificações de valor em seus trabalhos. Como o primeiro autor argumenta que a falta de definição precisa para cada valor e a inevitável dificuldade ao operacionalizar tal problemática torna a metodologia inviável (como será visto a seguir), toma-se, portanto, como *proxy* dessas utilidades o valor econômico total do bem ou serviço ambiental.

Sua operacionalização consiste em aplicar *surveys* que recriem a uma amostra populacional apropriada um mercado hipotético o qual seja capaz de transacionar o valor econômico total do bem público. Tais perguntas devem,

portanto, ser capazes de captar a máxima quantia monetária que cada indivíduo está disposto a pagar (Disposição a Pagar –DAP) para que uma melhoria ambiental seja implementada, ou mesmo para que se dê a conservação de um sítio histórico/cultural.

No domínio da Economia do Meio Ambiente, pode-se utilizar de tal método para analisar questões do tipo “Quanto você estaria disposto a pagar para preservar uma reserva ecológica ou um recurso natural?”; no caso da Economia da Cultura, por exemplo, podemos articular com: “Quanto você estaria disposto a aceitar de compensação para não usufruir de um bem urbano-cultural?”.

A Valoração Contingente é, segundo Mitchell e Carson (1989), um método direto e hipotético; direto, pois não há necessidade de inferir valor a partir de algum comportamento da pessoa entrevistada (*revealed preference*), a valoração é dada diretamente pelo indivíduo (*stated preference*). E ainda é classificada como hipotético por se tratar da criação de um cenário que se aproxime ao máximo de um mercado real para um bem que não é transacionado.

O cenário constitui-se em uma mudança ambiental, seja ela na quantidade ou qualidade do bem ou serviço público. Pode-se, por exemplo, inferir perguntas que façam o indivíduo determinar sua máxima disposição a pagar por um atributo (excedente compensatório) ou para evitar sua perda (excedente equivalente).

Dado que o mercado é criado a partir de questionários, Bateman (2002) argumenta que a parte mais delicada da aplicação do MVC é a formação do cenário para o qual as pessoas serão submetidas, isto é, as perguntas devem ser formuladas de modo que essas não induzam nenhum tipo de resposta ao entrevistado.

Mitchell e Carson (1989) propõem que um cenário para pesquisa de valoração contingente deve ser composto por 3 elementos:

- descrição detalhada de bens e serviços dentre os quais o entrevistado deve escolher;
- perguntas que devem estimar o valor atribuído pelo indivíduo ao bem em questão;
- características sócio-econômicas referentes ao entrevistado.

Por ser um dos expoentes do corredor cultural situado no centro de Porto Alegre, e um dos protagonistas do processo de reabilitação aqui estudado, a CCMQ foi tomada como nosso objeto de análise, uma vez que abriga uma grande diversidade de atividades culturais e de público.

Foram aplicados questionários a duas amostras de frequentadores da CCMQ em dois períodos de tempo distintos, totalizando 108 respostas válidas, nos quais a pergunta aplicada foi a seguinte:

Suponha que a Casa de Cultura Mário Quintana não fosse mais financiada, quanto você estaria disposto a pagar mensalmente para manter essa instituição em funcionamento?(sem incluir o preço do ingresso a pagar por atividade).

Estes *surveys* foram elaborados segundo duas variantes do Modelo de Valoração Contingente: *Open Ended* e Cartões de Pagamento. A metodologia *open-ended* constitui-se em perguntar ao indivíduo sem nenhuma restrição sobre sua disposição de pagamento e considerar esse valor como sendo sua medida direta de bem-estar. Esse tipo de pesquisa encontra muitas limitações, pois, ao se deparar com a questão em aberto, o entrevistado não tem referência alguma de valor e acaba, muitas vezes, concedendo respostas improváveis. Por esta razão (espectro de resposta muito amplo, gerando desvio padrão muito elevado) optamos pela variante Cartões de Pagamento.

Hanley e Spash (1993) citam o método *Payment Cards*, o qual consiste em apresentar opções pré-estabelecidas de valores (ou intervalos de valores) a serem escolhidas pelos entrevistados. Esta metodologia supera em termos operacionais o *open ended* na medida em que mantém os valores da DAP em um nível concentrado e racionalmente aceitável, uma vez que é feito uma pesquisa piloto para determinar qual espectro comporá as alternativas nos cartões de pagamento.

Dessa forma, abaixo detalhamos os resultados obtidos através da DAP média registrada através do MVC com a variante Cartões de Pagamentos relacionada com suas respectivas quantidades observadas durante os questionários e suas representatividades frente ao total de amostras (n=108):

Tabela1. Distribuição DAP em (%).

DAP	Número de indivíduos	%
R\$ -	11	10,19%
R\$ 0,60	8	7,41%
R\$ 0,85	7	6,48%
R\$ 1,50	14	12,96%
R\$ 3,50	19	17,59%
R\$ 6,00	5	4,63%
R\$ 7,50	16	14,81%
R\$ 8,50	8	7,41%
R\$ 12,50	6	5,56%
R\$ 15,00	9	8,33%
R\$ 17,50	2	1,85%
R\$ 20,00	3	2,78%
Total geral	108	100,00%

Fonte: Elaboração Própria

A Disposição a Pagar média desta amostra com 108 indivíduos, que pode ser calculada como uma média ponderada em cima das observações na Tabela 1, foi de R\$5,75. O gráfico 2 demonstra melhor a relação entre o percentual de pessoas e sua DAP respondida:

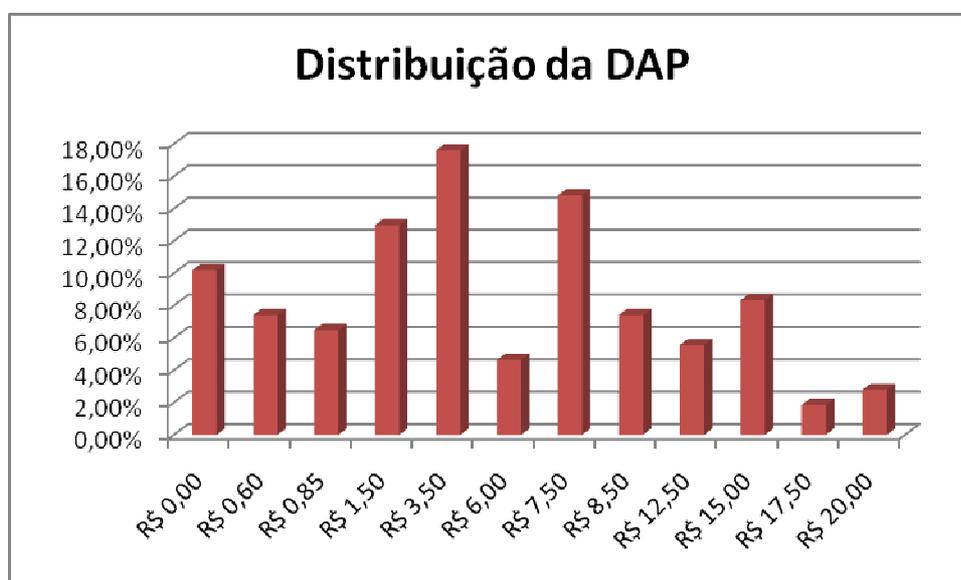


Gráfico 3: Distribuição da DAP.

Fonte: Elaboração Própria

Com o gráfico 2, podemos ver que existe uma grande expressão nos valores da DAP que variam no intervalo [R\$1,50;R\$7,50], o que sugere que o valor da DAP

média esteja contido em tal intervalo. Assim, temos que o valor pré-estabelecido de maior expressão foi o de R\$3,50 (representando 17,59% da amostra), seguido daquele de R\$7,50 (representando 14,81% da amostra). Uma vez que o valor estimado da DAP foi de R\$5,75, vemos que este se encontra entre os picos de representatividade do gráfico.

Por fim, vale analisar como a restrição orçamentária interfere na escolha do valor a ser pago. Isto pode ser visto no gráfico 3, o qual, supondo que o valor da Disposição a Pagar é função da Renda do indivíduo, demonstra a tendência entre DAP e Renda:

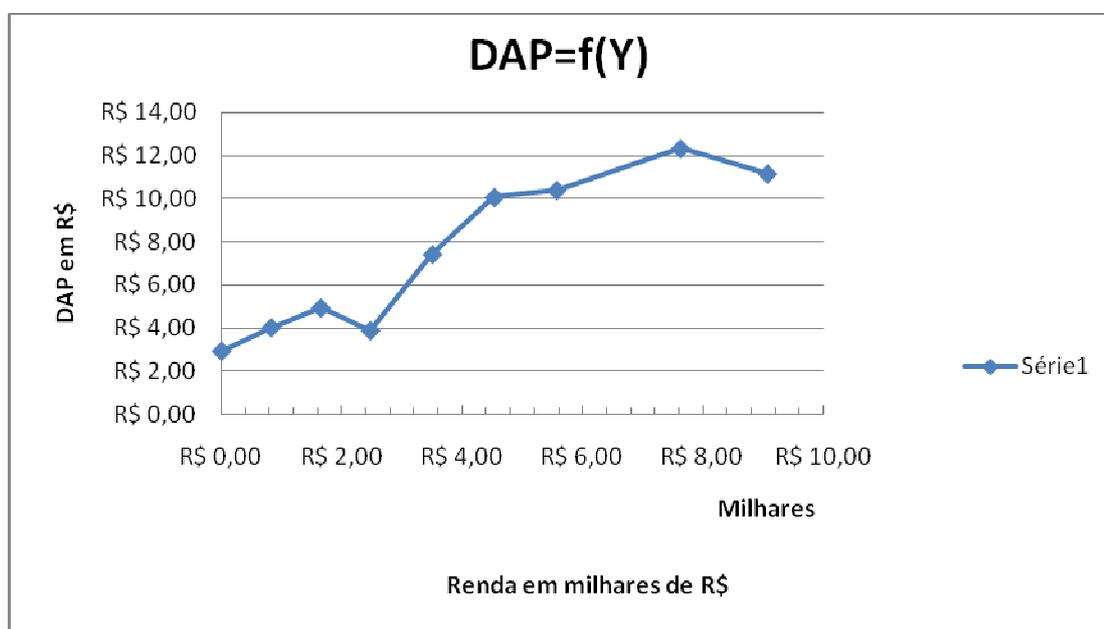


Gráfico 4: Gráfico de evolução da DAP frente ao Nível de Renda dos indivíduos.
Fonte: Elaboração do autor

Uma vez que a pergunta utilizada no Método de Valoração Contingente com a variante Cartões de Pagamento supõe um cenário onde o indivíduo pague um tributo mensal para manter um equipamento urbano dotado de valor histórico e cultural, podemos determinar seu valor total como sendo a Disposição a Pagar estimada vezes o número de frequentadores da Casa de Cultura Mário Quintana. Dado que o número de visitantes da CCMQ no ano de 2007 foi estimado em um total de 345.361 pessoas²⁶, temos que o valor total, seguindo nosso estudo, gerado pelo equipamento urbano e cultural é de R\$1.985.825,75 mensais.

²⁶ Dado oficial da instituição.

Isto significa dizer que, cada pessoa que frequenta a CCMQ, ou seja, cada uma das pessoas que tem conhecimentos acerca das atividades da instituição estaria disposta a pagar R\$69,00 em média anualmente para manter a instituição em funcionamento em caso desta não ser mais financiada pelo poder público. Este valor, se multiplicado pela população de frequentadores, supera o investimento por parte do Estado no âmbito de fornecer este bem à sociedade.

Tendo em vista que a dotação orçamentária anual é da ordem 2 milhões de reais²⁷ para a manutenção e custeio do espaço, esses resultados indicam, do ponto de vista da gestão pública, a existência de um saldo de bem-estar associado à presença do referido bem cultural que é manifestado pela diferença entre o valor econômico de manutenção do equipamento urbano e o valor a que estavam dispostos a pagar a sociedade que o praticava.

Ainda, em termos de compreensão das externalidades, essa diferença está associada à perspectiva de que existem valores não-quantificáveis que são expressos em parcela de renda apenas para fins de comparação. A existência desse valor que se expande ao entorno urbano só é garantida pela transformação do espaço em termos de valor de uso.

Além de poder tornar políticas de fomento à cultura mais eficientes no espaço urbano, uma vez que concede ao gestor público o conhecimento sobre as preferências de uma população, a valoração de bens públicos tem uma implicação direta para a economia urbana no sentido de gerenciar a composição do tecido urbano. Isto é, uma vez que o valor total concedido a um bem público leva em consideração os valores simbólicos e identitários agregados a ele, temos um instrumento de políticas públicas que pode otimizar a formação de lugares e espaços de representação e bem-estar econômico. Esse processo de valoração pode ser extrapolado no sentido de garantir a valoração de todo o entorno dos equipamentos culturais aqui analisados.

No limite, a existência de um valor representativo proveniente das externalidades positivas (a existência de um equipamento urbano como cenário de práticas culturais) indica que há valorização explícita daquele lugar, que extrapola o simples valor do solo associado a algum tipo de serviço pré-existente no equipamento urbano com função alterada. Assim, justifica-se a observação de que é

²⁷ Orçamento de 2007, informado pela gestão atual do equipamento.

presente a valoração em termos de revitalização a partir da instalação de um equipamento urbano-cultural.

4.2 UMA PESQUISA DE CAMPO: O COMÉRCIO INFORMAL DE BENS CULTURAIS

O segundo elemento que reputamos como relevante para a compreensão dos efeitos do fenômeno aqui analisado é a trajetória dos agentes que praticam o espaço reabilitado pela cultura, particularmente atraídos pelo entorno criado. Esse elemento expressa também as externalidades positivas, não pela valoração direta do simbólico pelos agentes, mas sim pelos benefícios gerados de forma indireta a esses agentes.

Neste sentido, o conceito marxista que define a urbanização a partir do atendimento das ditas condições gerais de produção²⁸ pode ser também ser estendido ao observarmos os arranjos urbanos dados pela modernidade. Para Lojkine (1981), na cidade de nosso tempo os meios de consumo coletivo não exercem o poder de atração de investimentos de capital necessários para atender à sua demanda. Situação contrária a esta é a dos meios de consumo individuais, os quais, hierarquizados, atendem a signos que legitimam e fetichizam determinadas práticas de consumo.

Essa hierarquização dos meios de consumo coletivos tem por efeito separar de maneira acentuada a moradia do trabalho, principalmente pela distância física e por meios de transporte pouco eficientes. Esse é um dos elementos que contribuem para o estabelecimento da segregação urbana, por um lado pelas práticas sociais e por outro pelo menor acesso a bens de consumo.

Essa dinâmica implica no estabelecimento do centro da cidade como um lugar de passagem enquanto entreposto de distribuição de rotas de deslocamento. Soma-se a isto o movimento de ocupação de regiões periféricas para habitações de baixa

²⁸ De acordo com Costa (1989), para Marx, a transformação que se processa no sistema produtivo, na medida em que se avança da cooperação para a manufatura e indústria, promove a diminuição do espaço de execução do trabalho, ao mesmo tempo em que extrapola os limites da unidade produtiva. Em virtude disso, para que a cidade capitalista possa operar como uma extensão da unidade produtiva citada, novas estruturas devem surgir, tais como as condições de estocagem e transporte de mercadorias, fazendo parte então das “condições gerais de produção”.

renda, o que condiciona os agentes a deslocamentos que obrigatoriamente passam pelo centro da cidade. Nesse ínterim, aparece a capacidade de apropriação dos espaços de centralidades por parte de agentes que se utilizam de táticas do cotidiano (CERTAU, 1994) para praticarem certos espaços de exclusão, apropriando-se de valores de ordem simbólica.

Dessa forma, como um elemento de análise do valor no contexto do valor cultural nos centros urbanos, passaremos a estudar alguns aspectos que denotam uma relação estreita entre a apropriação de valor simbólico, elemento basilar na formação do conceito de valor cultural nos centros das cidades, e as instalações urbanas convertidas em equipamentos de consumo e práticas culturais. Isto, exemplificado pela trajetória de um agente que pratica o lugar formado tendo por motivação esse arranjo de valores extra-econômicos que, de certa forma, legitimam um comércio não-formalizado de produtos culturais.

A pesquisa de campo aqui empreendida teve como proposta buscar a compreensão do processo inerente a um vendedor informal de produtos culturais, partindo de aspectos relativos à legitimação de sua atividade e sua relação com o entorno de construção da atividade. Além disso, propusemo-nos a pesquisar acerca do público consumidor dos produtos em questão, em pesquisas de amostragem, durante 10 dias, a partir de questionário de múltipla escolha, respondido de próprio punho pelo entrevistado. Assim foi possível estabelecer um nexo entre a oferta e a demanda dos bens em questão.

Por questões de dificuldades metodológicas, não optamos neste momento pela construção de um modelo, pelo que ressalvamos que os dados quantitativos obtidos enquanto amostra da demanda carecem de rigor estatístico. Desse modo, entendemos que o principal papel dos mesmos é fornecer subsídios descritivos e alguma amostra comportamental de um público específico.

O método empregado na abordagem ao vendedor foi o de entrevistas gravadas, a partir de uma aproximação formal, ou seja, explicitando a relação pesquisador-entrevistado. Neste sentido, ressalva Becker (1999) que:

os sujeitos de experimentos psicológicos cuidadosamente controlados reagem não apenas aos estímulos especificados na concepção do experimento, mas também a uma variedade de outros estímulos encontrados em sua relação com o experimentador.

Ou seja, há o risco iminente do entrevistado comportar-se a partir do que ele presume espera-se que ele faça ou pense. Neste sentido, para minimizar este risco, a estratégia foi abordar o vendedor de forma a compreender, por um lado sua trajetória pessoal (escolaridade, trabalhos anteriores, renda, etc) e por outro sua relação com os equipamentos e eventos culturais no entorno de sua atividade. Isto tira o foco imediato das questões de legitimação e, ao mesmo tempo, fornece-nos subsídios para tentar compreendê-la.

O protagonista dessa pesquisa de campo reproduz uma realidade sócio-econômica comum: Antônio²⁹ possui 46 anos, é filho de pai mulato e mãe branca de ascendência italiana, caracteriza-se como branco, mecânico de automóveis desempregado, talvez velho demais aos olhos do mercado para tentar outra profissão, vive no Bairro Humaitá, bairro de classe popular na periferia da zona norte da cidade. Herdou o ofício de mecânico do pai, que possuía uma oficina nos fundos de sua residência, no mesmo bairro em que viveu a toda a vida. A mãe era de lides domésticas. Família típica de subúrbio, com renda modesta; porém, digna, de acordo com as palavras do próprio entrevistado: “ – comida, nunca faltou.”

O bairro Humaitá, criado oficialmente 1988, de acordo com descrição da prefeitura de Porto Alegre assim se estabelece: localizado na Zona Norte da capital, limita-se ao sul com bairro Navegantes e, ao norte, com o município de Canoas. Originalmente uma zona de aterro sanitário, caracteriza-se por ser uma região essencialmente residencial, dispondo de pequeno comércio que atende aos moradores locais. A partir dos anos de 1960, os problemas da cidade ampliam-se, juntamente com o constante aumento populacional trazendo problemas como habitação, transportes e infra-estrutura, que necessitavam de projetos de integração. É neste contexto que a expansão para a zona norte/nordeste da capital torna-se mais efetiva, já que os custos de moradia eram mais acessíveis em função da distância do centro.

O Humaitá foi um dos setores residenciais projetados pela iniciativa privada nos anos de 1970, com o objetivo de responder aos problemas de habitação da cidade. A ocupação dessa área aconteceu ao longo dos anos 80 do século passado, bem como a ampliação dos edifícios residenciais. O bairro também foi atrativo para o ramo imobiliário no final dos anos 1990 e início 2000: algumas empresas da

²⁹ Nome fictício atribuído pelo autor

construção civil viram o potencial residencial que o bairro apresentava para a classe média baixa.

O bairro em questão, corresponde a 0,86% da área da cidade, sendo habitado por 0,76% da população do município, com taxa de analfabetismo de 2,7% e rendimento médio de 6,6 salários mínimos. Um bairro tipicamente industrial e operário. Ainda, esse bairro corresponde a 0,86% da área da cidade, sendo habitado por 0,76% da população do município, com taxa de analfabetismo de 2,7% e rendimento médio de 6,6 salários mínimos. Um bairro tipicamente industrial e operário.

Antônio acompanha o nascimento do bairro, confundindo a sua história com a trajetória de sua vida. Viveu na rua Clóvis Grivot, desde seu nascimento, próximo à praça Humaitá, onde segundo o próprio, viveu uma ótima infância, os “melhores anos de sua vida” junto à praça Humaitá, em que encontrava os amigos. Tempo em que as vilas Areia e Tio Zeca ainda não existiam assim como são.

Seguir a profissão do pai, deixando de lado as aspirações particulares era quase que inevitável, tendo em vista a necessidade de auxílio por parte do progenitor. Além disso, como Antonio não tinha bom rendimento escolar, reprovado cinco vezes, restava para ele uma ocupação rápida que o livrasse da pecha de “vagabundo”. Estudou até o final do ensino médio em escola pública e, aos 22 anos, dava por encerrado seu ciclo em estudo formal. Relata que nunca teve acesso a livros na escola, principalmente pela indisponibilidade dos mesmos e dificuldade de acesso. Música era o seu forte.

Passava as tardes na oficina ouvindo rádio enquanto trabalhava, principalmente a música negra norte-americana e a música popular brasileira do final da década de 70 que realmente era sua paixão. Por óbvio, seus conhecimentos eram por demais básicos, restringindo-se ao que era veiculado nas rádios. Contudo, a vizinhança mudou, assim como a dinâmica da população do Humaitá, o que levou à abertura na região da boate Star, da qual era assíduo frequentador pela música que tocava. Além disso, um vizinho que se tornou um de seus melhores amigos tinha algo que era uma espécie de sonho de consumo da garotada da região: o gravador. Assim, gravavam fitas cassete e trocavam por outras com amigos nas redondezas. Descobriam assim novos artistas e novos hábitos de consumo.

Neste sentido, recorremos a Bourdieu (2003), que afirma:

... a aspiração à prática cultural varia como a prática cultural e que a necessidade cultural reduplica à medida em que esta é satisfeita, a falta de prática também é acompanhada pela ausência do sentimento desta privação.

Logo, o avanço da propensão a consumir é diretamente proporcional à formação das necessidades culturais, as quais, por sua vez, retroalimentam-se pelo consumo. Aprimoram-se gostos, ideias, sentido e formação do capital cultural. Podemos argumentar então que capital cultural é o caminho para mais capital cultural.

Ainda, nessa análise de Bourdieu (2003), há a constatação de que *“...o que é raro, não são os objetos, mas a propensão em consumi-los, ou seja, a “necessidade cultural que, diferentemente das necessidades básicas, é fruto da escola”*. Neste sentido, acrescentamos que o tratado por escola também pode manifestar-se pela formação, acesso à informação e práticas que podem ser dadas inclusive pela trajetória de vida.

A vida de Antônio ia se estruturando na medida em que os dias se passavam na oficina. Foram-se dez anos e aos 32 anos de idade substituiu definitivamente o pai que, gravemente doente abandonou o trabalho para em menos de 10 meses falecer. Casou-se um ano antes disso, tendo dois filhos que, juntamente com mãe, viviam na casa da família, onde habitavam mais dois irmãos solteiros de Antônio. Neste momento da vida de nosso protagonista, as dificuldades financeiras começaram a aparecer.

O trabalho especializado prestado na oficina teve sua demanda drasticamente diminuída, movimento típico do capitalismo atual, que leva as profissões de ofício a um regime quase de tradição e não de competição. Esta situação, segundo o entrevistado, “pesou o clima” em casa e levou a crises constantes com sua família, principalmente pela pressão exercida por sua mãe e mulher para que procurasse outra atividade. À parte disso, foi mesmo inevitável o fechamento da oficina. Antônio via-se desempregado, com dois filhos, mãe e mulher para sustentar.

A partir desse momento, as coisas tornaram-se mais difíceis e a mulher o deixou, levando os dois filhos, com sete e nove, respectivamente. Antônio começou a beber, hábito que o acompanha com bastante frequência até hoje. Segundo o próprio: parar, não parou, mas hoje em dia consegue “fazer as coisas”. A esta época, viveu por cinco anos de bicos e dividindo a aposentadoria da mãe.

O encontro com a nova profissão de vendedor de discos e livros usados deu-se a partir da ideia de uma namorada que morava no centro, na rua General João Manoel. Segundo a mesma, já que ele não conseguia emprego, porque não ia vender aquele “entulho” todo que tinha em casa, aproveitando que era feira do livro. Aos 37 anos, em novembro de 1999, Antônio levava seus vinis para a rua dos Andradas, a uma quadra da Casa de Cultura Mário Quintana, expondo-os no chão, encostados no muro da relojoaria da esquina da rua General João Manoel, tendo em vista que a mesma encontrava-se fechada naquele domingo.

A principal questão que se colocava era precificar seus produtos. Quanto cobrar por um disco de alto valor afetivo? O mercado o cooptou, incentivando sua racionalidade econômica. Entrou em uma loja, e resolveu cobrar, em média, um terço do valor do produto “novo” para aqueles em bom estado, e para os em mal estado 10% do valor do produto novo. E os que não estavam disponíveis no mercado? Com esses, Antônio descobriu a lei da oferta e demanda em sua face da raridade. Assim, um vinil dos Beatles, Revolver, coisa rara de se encontrar à época poderia facilmente ser vendido por “10 pilas”.

Desde então, há dez anos, Antônio ocupa o mesmo posto, utilizando a calçada daquela esquina, quando o comércio está fechado e uma banca de madeira montável em dias úteis.

Neste sentido, percebemos que se revela válida a tese aqui construída, no sentido de percebermos uma aproximação do comércio informal de bens culturais (espontâneo, por natureza) e os equipamentos e eventos culturais. Ainda, ao ser questionado sobre o assunto, nosso entrevistado entende por fundamental a importância do trânsito de pessoas consumidoras de cultura, seja em estoque ou eventos para o êxito de suas atividades. Êxito financeiro que rende em média R\$ 600,00 por mês para o vendedor, de acordo com informações do próprio.

Existem clientes fidelizados, que fornecem a garantia de uma certa demanda fixa. Estes, fundamentalmente, trocam produtos e o vendedor ganha por dois lados: na arbitragem do valor de seus produtos e na comissão pela venda. Outra parte da demanda, forma certo fluxo, associado a consumidores de passagem que têm objetivos variados. A forma das relações desse público consumidor com o centro e com os equipamentos culturais é agora o que passamos a ressaltar.

A ideia de mapear as trajetórias e relação com o entorno das duas forças formadoras do mercado estudado (oferta e demanda) levou-nos à proposição de

questionários para os compradores. Isto, por opção metodológica, na medida em que se tornaria inviável a entrevista descritiva com um número razoável de compradores, a busca de alguns dados quantitativos inerentes ao comportamento de quem demandava os produtos em questão levou-nos a optar por questionários de múltipla escolha, preenchidos pelo próprio entrevistado.

Totalizamos 86 entrevistas, no período compreendido entre os dias 03 e 14 de dezembro de 2007. A opção foi dividir os grupos de entrevistas ao longo do dia, a fim de privilegiar o grupo que se desloca em horários tradicionais de saída e chegada ao trabalho (antes das 09h00min e após 18h00min) e aqueles que iam até a banca em horários contrários a este fluxo (meio da manhã e da tarde). Ressaltamos que as análises abaixo se tratam de inferências sobre uma amostra não-parametrizada e pequena, com todas as complicações inerentes a isso.

Abaixo, declinamos análise acerca dos resultados obtidos:

Tabela 2

Idade			%
15 a 25		46	53%
25 a 35		32	37%
35 a 45		6	7%
Acima de 45		2	2%

Fonte: Construção do autor

A faixa etária na amostra obtida concentra-se majoritariamente entre 15 e 25 anos. É bastante jovem, tanto que 90% dos consumidores está abaixo de 35 anos. Atribuímos essa verificação ao possível fato de que os mais jovens estão mais dispostos a comprar o tipo de bem cultural oferecido por dois motivos: a originalidade, ou seja, a raridade de alguns desses títulos que não se fazem presente nos catálogos lançados atualmente, mas já o foi há tempos atrás, de modo que os mais velhos já tiveram a oportunidade de comprá-los no mercado formal; também, a menor renda dos mais jovens, associada à maior disposição de encontrar oportunidades de consumo.

Neste sentido, também podemos ressaltar que há escolas próximas que potencializam o consumo. Esta correlação está expressa na tabela 2. Ou seja, 94% da amostra do público consumidor têm até o segundo grau completo, o que associado ao dado relativo à faixa etária indica-nos um público majoritariamente

estudante abaixo de 25 anos, por um lado formação, e por outro com baixa escolaridade.

Tabela 3

Escolaridade			%
Primeiro Grau		29	34%
Segundo Grau		52	60%
Superior Incompleto		4	5%
Superior Completo		1	1%

Fonte: Construção do autor

As tabelas 3, 4 e 5 constroem a ideia de percurso em função do equipamento urbano que comercializa os ditos bens culturais, na medida em que o número de vezes que o consumidor vai até o centro da cidade motivado para esse fim pode indicar as perspectivas dessa motivação.

Tabela 4

Quantas vezes por semana frequenta o centro		
		%
Menos de 1 vez	4	5%
1 vez	8	9%
Mais de 1 vez e menos de 4	33	38%
Mais de 4 vezes	41	48%

Fonte: Construção do autor

Tabela 5

Sempre que vem ao centro, consome esses produtos		
		%
Sim	26	30%
Não	60	70%

Tabela 6

e) Se não consumisse esses produtos, viria menos ao centro		
		%
Sim	15	17%
Não	71	83%

Fonte: Construção do autor

As tabelas 6 e 7 pretendem mostrar a conexão entre os consumidores dos bens culturais informais com os equipamentos culturais que circundam o “ponto de

comércio” dos referidos bens, assim como com outros produtos vendidos pelos mesmos meios. Nelas é perceptível a correlação entre o consumo de outros bens culturais em proporção semelhante (72% e 80%), ao considerarmos que vestuário e artesanato possuem um cunho identitário e cultural, ao passo em que eletro-eletrônicos se caracterizam como reproduções livres de padrões tecnológicos privados, o que não seria legitimável do ponto de vista de quem consome.

Tabela 7

Você compra outros produtos vendidos no comércio de rua		
Sim	62	72%
Não	24	28%
Quais (principalmente):		
Eletro-eletrônicos	12	19%
Vestuários	20	32%
Artesanato	30	48%

Tabela 8

Dos lugares abaixo, quantos você frequenta?			
(múltipla escolha)			
CCMQ	1		
Usina do Gasômetro	2		
Santander Cultural	3		
MARGS	4		
1		58	67%
2		36	41%
3		43	50%
4		8	10%

Por fim, a tabela 7 indica um dado que pode construir uma aproximação do consumo cultural de bens em sentido amplo (formal e informal) e a frequência em equipamentos culturais, principalmente naqueles que permitem uma maior sociabilização. Fato é que, a partir desses dados, podemos inferir que há um consumo representativo dos equipamentos culturais dentro da amostra de consumidores que garantem a existência de vendedores de bens culturais estabelecidos livremente a partir da força de atração que associamos a esses equipamentos urbano-culturais.

A reprodutibilidade de bens é tema que acompanha e ocupa a ciência econômica desde a sua constituição. Mecanismos de inovação exercem força

definitiva na construção de mercados e suas consequências imediatas, que na prática envolvem o estabelecimento de um tipo de oferta e associado a formas de demanda. Quando expandimos essa estruturação típica de formação de preços em um mercado para bens que são por origem simbólicos, diferenças no sistema de acumulação são bastante presentes. Acumular é sobretudo formar estoques, sejam eles estritamente econômicos ou, como no presente caso, de ordem simbólica.

Para Bourdieu (2007), essa acumulação dupla é característica dos bens simbólicos, na medida em que estes têm uma realidade de dupla face: mercadorias e significados, em que os valores cultural e mercantil coexistem de forma autônoma, ainda nos casos que a sanção econômica retroalimente a consagração cultural.

No caso aqui estudado, uma relação que denota esse poder simbólico foi verificada, particularmente, na constituição de elementos que legitimam a existência de vendedores ambulantes de produtos culturais. Esses elementos são: pelo lado da oferta, a identificação de sua ação como algo que contribui para o desenvolvimento urbano e cultural daquela região da cidade e também diminui a violência pela ocupação de espaços, o que os legitima como uma classe mais valorosa em relação aos vendedores de produtos eletrônicos falsificados, camelôs que também ocupam o centro; pelo lado da demanda, os consumidores não se sentem infringindo a lei na medida em que se sentem consumindo produtos de valor simbólico e não como quem busca benefícios pelo diferencial de preços entre o similar e o original.

Dessa forma, percebemos uma clara relação de legitimação de práticas sociais do espaço e atração de uma classe mais baixa ao entorno dos equipamentos culturais, os quais, inclusive transferem seu capital simbólico ao meio de sobrevivência do protagonista dessa pesquisa de campo.

A localização desse vendedor é exatamente no espaço indicado pela elipse no mapa abaixo:



Figura 15

Assim, podemos capturar a influência do corredor cultural na rua da Praia para as operações táticas de apropriação dos espaços convertidos em localizações de práticas culturais. Nesse sentido, prevalecem as ações que incluem e descaracterizam um ambiente de expulsão típico dos paradigmas ligados à constituição formal da gentrificação.

Essa apropriação de espaço remete diretamente à teorização de Certeau (1994) construída no primeiro capítulo dessa dissertação, particularmente pela estratégia observada de apropriação do valor irradiado pelo entorno do corredor cultural aqui compreendido. Por um lado, o camelô legitima-se por oferecer um produto vinculado à vantagem comparativa da região – consumo cultural - que é entendida como nobre pelos agentes que praticam tal espaço. Por outro, apropria-se das sinergias geradas no referido espaço, sobretudo operando em um canal não legitimado e *a priori* descolado das políticas públicas diretas para a região.

Assim, somando os elementos aqui trazidos à análise, deduz-se que: a) os indivíduos que praticam o centro capturam o diferencial de valor que emana dos prédios convertidos em equipamentos culturais, garantindo-se assim a identificação da presença de externalidades (expresso pela valoração contingente); b) de acordo com o estudo de caso sobre o vendedor informal, há uma movimentação que remete às *artes de fazer* cotidianas (CERTEAU, 1994) que pressupõe formação de lugares

de valor e representação a distintos agentes econômicos beneficiados por uma irradiação de valores culturais.

CONCLUSÃO: VALOR SIMBÓLICO E TRANSFORMAÇÃO: NOVO PARADIGMA PARA OS CENTROS

Ainda que colhendo referências em autores e matérias distintas, esse trabalho propõe um olhar particular sobre um fenômeno. Nisso funde-se simultaneamente o papel mais importante e o maior risco de uma construção multidisciplinar aqui colocada: permitir que instrumentos analíticos e arcabouços teóricos distintos se articulem para observar, a partir de um caminho específico, um fenômeno ou não encontrar esse caminho.

O que nos propusemos a executar aqui foi capturar então o caminho do valor simbólico, particularmente como o mesmo é visto em alguns pontos pela economia da cultura e sociologia do território, e de que maneira esses elementos influem no processo de reabilitação dos centros urbanos a partir dos expedientes de consumo e práticas culturais. Para observar esse fenômeno, os caminhos são muitos. Essa é apenas a tentativa de encontrar algumas evidências que se articulam com partes das teorias que propõem um olhar ao contexto urbano.

No trajeto aqui estabelecido, quando tratamos do valor transferido ao entorno urbano, necessariamente tocamos nas questões atinentes a: i. conceituação do próprio valor econômico para a posterior definição do que pode ser tratado como valor econômico não-quantitativo, particularmente porque o campo da Economia da Cultura tem inscrito seus estudos a partir do conceito utilitarista, atribuindo às particularidades dos bens de mérito e de externalidades à construção do valor de exceção que possuem bens econômicos de valor cultural amplo; ii. formulação dos conceitos de espaço e lugar, a partir de autores como de Augé (1994), Certeau (1994) e Bourdieu (2007), tendo em vista que essas categorias analíticas são, respectivamente, pressuposto e cenário em que o valor que aqui focamos se instala; iii. avaliação das teorizações sobre a gentrificação, sobretudo para a incorporação da compreensão do fenômeno como um processo amplo, com implicações econômicas, sociais, culturais e políticas, a fim de compreender a reabilitação urbana a partir da cultura como um elemento desse processo amplo sem os efeitos segregadores da tradicional gentrificação por reestruturação de equipamentos urbanos ; iv. um olhar sobre o centro da cidade de Porto Alegre, enquanto caso representativo do fenômeno descrito em iii, principalmente pela conversão de

equipamentos urbanos com valor histórico em equipamentos culturais de forma concentrada no tempo e espaço; v. a composição de um esboço de formulação de indicadores explicativos, considerando: a) o método de valoração contingente para um dos equipamentos culturais observados em iv; b) uma pesquisa de campo com um agente que reputamos amparar-se de táticas cotidianas para apropriar-se de forma monetária e não-monetária do valor econômico não-quantitativo irradiado no entorno urbano aqui estudado.

Particularmente, quando se trata de bens que possuem um claro componente simbólico e que tem seu valor econômico alterado a partir de diferentes níveis e instâncias de legitimação, conforme expresso por Bourdieu (2007), um processo de valoração diferenciado instala-se. É o caso dos centros urbanos dotados de valor histórico e, no estudo de caso específico, do centro de Porto Alegre.

Para Harvey (2005), o centro, como concentrador de propriedades simbólicas, fornece aos proprietários e articuladores de seus espaços um poder monopolista em virtude da escassez de terrenos e a importância material e simbólica atribuída a tal região³⁰. Segundo o autor, a renda monopolista advém estritamente da singularidade do bem em questão. Um bom exemplo dessa característica pode ser encontrado nas obras de arte: um quadro raro acumulou capital simbólico que lhe confere um valor material alto, principalmente, devido a sua originalidade e não-reprodutibilidade. No entanto, para o autor, para ser negociável um bem precisa ter seu valor calculado monetariamente, impossibilitando, portanto, a particularidade completa: é necessária uma base de comparação que automaticamente retira o mesmo de um mercado.

Baseando-se nessa perspectiva, há uma problemática na definição do valor monetário do patrimônio histórico-cultural: como definir o preço de um edifício centenário, impregnado de capital simbólico, que ocupa um terreno privilegiado numa região onde investimentos imobiliários seriam altamente rentáveis? O proprietário desse bem possui ao mesmo tempo o maior poder monopolista de determinação do preço possível, mas encontra-se limitado pela singularidade de sua propriedade. Pode-se pensar que o item a ser negociado seria o lote e não a edificação em si, mas como ignorar o imenso valor simbólico (e mesmo material, em alguns casos) de tais construções?

³⁰ Nesse sentido, Harvey (2005) afasta-se da concepção do agente racional neoclássico que visa apenas consumir o espaço, a localização e os bens compostos aos quais tal localização permite que ele tenha acesso e assume a perspectiva de que alguns indivíduos adquirem imóveis como investimentos, da mesma maneira que adquiririam títulos financeiros.

Harvey (2005) expõe que para que determinados bens culturais consigam ser mais facilmente negociados eles sofrem uma homogeneização, o que os transforma em *commodities*, e que causa a perda de sua particularidade e do poder monopolista de seus proprietários. Entretanto, o autor também argumenta que as singularidades e a autenticidade, argumentos facilmente aplicáveis aos bens culturais, estão cada vez mais sendo utilizados para justificar a renda monopolista, ou seja, cada vez mais perguntas como as que fizemos acima estão sendo colocadas. Áreas próximas a bens simbólicos, como o centro histórico de uma cidade, podem ser alvos de investimentos imobiliários que visam tirar proveito da renda monopolista que pode ser obtida pela proximidade a tais sítios. Assumindo essa noção, nota-se um “*elemento de causa circular e cumulativa em funcionamento na dinâmica dos investimentos*” (HARVEY, 2005) devido ao sucesso obtido pelas primeiras ondas de investimento que atraem novas.

Esse é o contexto em que o fenômeno aqui descrito poderia operar, em termos teóricos; contudo, quando o observamos, conforme resultados do estudo de caso empreendido, em termos focados nos bens e equipamentos culturais, vemos que a formação de valores associados à fruição livre dos valores históricos preservados, assim como a apropriação por agentes antes excluídos dos valores e excedentes irradiados pelos empreendimentos econômicos dominantes, dá novas dimensões que merecem atenção neste processo contemporâneo.

Nesse quesito, explicita-se a importância do papel do setor estatal, especialmente em parceria com agentes privados, como citado na seção anterior, para iniciar o ciclo de investimentos que visaria, inevitavelmente, a recuperação de alguma área de interesse público. Contudo, nessa perspectiva, há margem de questionamentos sobre qual a medida da percepção de valor dos agentes que praticam o espaço dotado de valor simbólico. Essa resposta é o que tentamos articular a partir da aplicação do método de valoração contingente, o que permite uma aproximação das disposições de valoração dos protagonistas desse espaço e edificação.

Assim, o componente histórico-simbólico, em termos teóricos, poderia ser descrito em termos materiais a partir do método que incorpora as externalidades. Em termos mais objetivos, quando um agente indica que tem a perspectiva de exercer uma disposição de pagamento para a permanência de um equipamento cultural

público, isso implica em uma relação direta entre o bem-estar individual e a acumulação de capital simbólico.

Dessa maneira, o capital simbólico pode exercer papel de ampla relevância na recuperação de um poder de monopólio perdido pelas melhorias nas comunicações e transportes. A degradação do centro, vista em muitos casos como consequência desse processo de facilitação da mobilidade urbana e da comunicação entre os indivíduos, poderia então ser revertida apoiando-se no capital simbólico acumulado por seus locais históricos e, como em nosso estudo de caso, sem a exclusão de classes sociais.

No entanto, conforme expresso por Harvey (2005), a contradição entre singularidade e capacidade de negociação pode levar determinados locais aos extremos: ao ter seu valor simbólico totalmente explorado, a região homogeniza-se, perdendo sua importância e sua força atrativa. Portanto, a utilização do capital simbólico dos bens histórico-culturais como atração para investimentos deve ser vista com cuidado. Parece-nos que as evidências empíricas de inclusão de grupos sociais e manutenção da valoração observadas no caso de Porto Alegre, ao mesmo tempo em que por um lado não podem ser generalizadas, por outro lado se apresentam como um episódio avaliado para compreendermos outra face do processo de valorização de áreas urbanas, particularmente através da aproximação ao fenômeno a partir da irradiação de valores simbólicos, seja pela ótica do valor não-quantitativo da economia ou do valor de formação de lugares.

Dada a expectativa do capital de se apropriar dos excedentes dos diferentes locais em que atua, outro lado do fenômeno também é representativo: o capital simbólico pode também entrar em um ciclo de exploração e consumo, sendo desgastado e transformado em *commodity*. Dessa forma, revela-se de grande importância para a discussão sobre as políticas de revitalização urbana em um país tão segregado socialmente quanto o Brasil a questão da lógica da articulação dos fatores que exercem a apropriação desses valores. Isto é questão inevitavelmente ligada à política de determinar quais os estratos da sociedade que terão prioridade na apropriação dos valores simbólicos, sendo que todos contribuirão de forma particular para a formação do mesmo.

O patrimônio em questão pertence à memória histórica, cultural e social da cidade, não podendo ser apropriado por uma determinada classe ou um determinado agente econômico. A gentrificação, como vista nos modelos norte-

americanos e defendida como ferramenta de revitalização urbana pelo BID, pode ter esse viés inclusive reforçado ao ocorrer nas metrópoles brasileiras que já possuem um espaço físico segregado socialmente. Porto Alegre, portanto, é um cenário diferente nesse contexto, porque, mesmo após a reabilitação do centro, a partir da requalificação de suas edificações e de novo acúmulo de capital simbólico, não ocorreu gentrificação da forma excludente encontrada nos modelos norte-americanos e algumas cidades européias que operam pelo aumento dos aluguéis e/ou do preço da terra nas imediações dos pólos de propriedades positivas.

Neste ambiente, o comércio informal apropria-se de táticas cotidianas (CERTAU, 1994) para colocar-se ante o aparato local: repassa mercadorias refugadas das indústrias, oferece artigos de produção artesanal, oferece artigos de indústria de fundo de quintal, ou mesmo constitui-se em distribuidor de artigos raros de se encontrar. Isso tudo constituindo um elemento de fixação de práticas caracterizadoras de um lugar geográfico apropriado.

Mas em que medida essa relação reproduz-se quando tratamos do comércio de bens culturais? O que é tido como lugar de passagem (AUGE, 1994), neste caso em particular transforma-se em espaço praticado para a cultura. O centro da cidade de Porto Alegre é profícuo nisso, ou seja, em representar um entorno de práticas e consumo cultural que faz jus à historicidade do lugar. Essa forma de comércio tem a capacidade de atuar como tradutora de um padrão de consumo descolado do universo ideológico do consumo dominante.

O comércio de rua de bens culturais, então, ultrapassa as fronteiras do planejamento urbano, aparecendo em meio a eventos sazonais com aglomerações de pessoas, festas, reuniões e, sobretudo, em meio ao comércio formal.

Assim, o valor não-quantitativo transborda no contexto dos centros urbanos de valor simbólico e um olhar atento a esse fenômeno pode ser de grande valia. Sobretudo para reorientar o olhar com relação à multiplicidade de variáveis adstritas ao fenômeno da reabilitação urbana, seja ela com alteração dos substratos de

classe e renda ou mesmo em um processo com peculiaridades que o fazem inclusivo, como é o caso do estudo de caso da cidade de Porto Alegre.

Dado o exposto, aqui fica uma intenção: que os estudos urbanos apontem seu instrumental analítico para os elementos associados à economia da cultura como um dos elementos possíveis da retomada dos centros. Para tanto, faz-se necessário que mais ações se estabeleçam nesse sentido, na medida em que esse estudo embrionário aqui traçado apenas levanta certas regularidades sobre a articulação de teoria com alguns eventos em um dos casos de reabilitação do centro aqui citados.

As particularidades do processo de Porto Alegre observadas podem servir como um menu para algumas abordagens de maior sofisticação estatística, ou ainda maiores aprofundamentos no que toca à construção de instrumento para políticas públicas de planejamento urbano. Talvez sejam esses caminhos para a forma pela qual os ares da cidade possam libertar, em termos de valor simbólico e incluir, em termos de práticas sociais.

REFERENCIAS

ABRAMO, Pedro. *Mercado e Ordem Urbana: do caos à Teoria da Localização Residencial*. Rio de Janeiro: FAPERJ, 2001.

ARGAN, Giulio Carlo. *História da arte como história da Cidade*. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

AUGÉ, Marc. *Não-Lugares: Introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Campinas: Papirus, 1994.

BATEMAN, Ian; TURNER, Kerry. *Valuation of the Environment, Methods and Techniques: The Contingent Valuation Method*; Capítulo 5 de *Sustainable Environmental Economics and Management*; London and New York: Belhaven, 1992.

BAUMOL, W. J.; BOWEN, W.G. *Performing Arts: The Economic Dilemma*. Londres: Cambridge, 1966.

BECKER, Gary. *Human Capital*. New York: Columbia University Press, 1964.

BENHAMOU, Françoise. *A Economia da Cultura*. Cotia: Ateliê, 2007.

BENJAMIN, Walter. *Obras escolhidas*. Magia e técnica, arte e política. São Paulo: Brasiliense, 2005, v.1.

BENJAMIN, Walter. *Obras escolhidas*. Rua de Mão Única. São Paulo: Brasiliense, 2005, v.2.

BIDOU-ZACHARIASEN, Catherine. *De volta à cidade: dos processos de gentrification às políticas públicas de "revitalização" dos centros urbanos*. São Paulo: Annablume, 2006.

BOURDIEU, Pierre. *A Economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2007.

BOURDIEU, Pierre. *A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos*. São Paulo: Zouk, 2004.

BOURDIEU, Pierre. *Amor pela Arte*. São Paulo: Zouk, 2003.

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Bertrand: Brasil, 2006.

BRUE, Stanley L. *História do pensamento econômico*. São Paulo: Thomson, 2005.

CANCLINI, Néstor García. *Culturas Híbridas*. São Paulo: Edusp, 1997.

CASTELLO, Lineu. *A percepção de lugar: repensando o conceito de lugar em arquitetura-urbanismo*. Propar –Ufrgs. Porto Alegre, 2007.

CASTORIADIS, Cornelius. *A instituição imaginária da sociedade*. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do Cotidiano: artes de fazer*. Petrópolis: Vozes, 1994.

CHOAY, Françoise. *A alegoria do patrimônio*. São Paulo: Unesp, 2001.

CUCHE, Denys. *A Noção de Cultura nas Ciências Sociais*. Lisboa: Fim de Século, 1999.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2007.

EAGLETON, Terry. *A ideia de Cultura*. São Paulo: Unesp, 2005.

FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de consumo e pós-modernismo*. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FREEMAN III A Myrick. *The Measurement of Environmental and Resource Values*. Washington: Resources for The Future, 1993.

FREY, Bruno. *La economía del arte*. Colección Estudios Econômicos. Barcelona: La Caixa, 2005.

FURTADO, Carlos. *Gentrificação e (re)organização urbana: o caso de Porto Alegre (1965-1995)*. Tese de Doutorado. 2003.

GEERTZ, Clifford. *A interpretação das Culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 1989

GIAMBIAGI, Fábio; ALÉM, Ana Cláudia. *Finanças Públicas*. Teoria e Prática no Brasil. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

GODELIER, Maurice. *Racionalidade e irracionalidade na economia*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1979.

HAESBAERT, R. (Org.); ARAUJO, F. G. B. (Org.). *Identidades e Territórios: Questões e Olhares Contemporâneos*. 1. ed. Rio de Janeiro: Access, 2007.

HAMNETT, C. Gentrification and residential location theory: a review and assessment. In: _____; HERBERT, D.T.; JOHNSTON R.J. (ed). *Geography and the Urban Environment, Progress in Research and Applications*. v. 6, p-283-319, 1984.

HANLEY, Nick e Clive L. SPASH. *Cost-Benefit Analysis and the Environment*. Hants, Inglaterra: Edward Elgar, 1993.

HARVEY, David. *A produção capitalista do espaço*. São Paulo: Annablume, 2005.

HEILBRUN, James; GRAY, Charles M. *The Economics of art and culture*. United States: Cambridge University Press, 2001.

HERCOSVICI, Alain. *Economia da Cultura e da Comunicação*. Vila Velha: Fundação Ceciliano Abel de Almeida/UFES, 1995.

JACOBS, Jane. *La Economía de las Ciudades*. Barcelona: Península, 1975.

JACOBS, Jane. *Vida e Morte das grandes cidades*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

KARA-JOSÉ, Beatriz. *Políticas Culturais e Negócios Urbanos: a instrumentalização da cultura na revalorização do centro de São Paulo (1975 – 2000)*. São Paulo: Annablume, Fapesp, 2007.

LEITE, Rogério Proença. *Contra-usos da cidade: Lugares e espaço público na experiência urbana contemporânea*. Campinas: Unicamp, 2005.

LYNCH, Kevin. *A imagem da cidade*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

MARZULO, Eber. *Espaço dos pobres. Identidade social e territorialidade na modernidade tardia*. Tese de doutorado, UFRJ, 2005.

MAUSS, Marcel. *Ensaio de Sociologia*. São Paulo: Perspectiva, 1999.

McCRACKEN, Grant. *Cultura e consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo*. Mauad: Rio de Janeiro, 2003.

MEIRA, Ana Lúcia. *O passado no futuro da cidade*. Porto Alegre. Ed. da UFRGS, 2004.

MITCHELL, R.; CARSON, R. T. Using Surveys To Value Public Goods: The Contingent valuation Method. *Resources for the Future*, Washington, D.C.; 1989.

MUSGRAVE, Richard A. *Finanças Públicas: Teoria e Prática*. São Paulo: Campus 1976.

MUTH, R. Models of land use, housing and rent: an evaluation. *Journal of Regional Science*, v.25, p.593-606; 1985.

NOGUEIRA, Jorge Madeira; MEDEIROS, Marcelino A. A. de. *Quanto vale aquilo que não tem valor? Valor de existência, economia e meio ambiente*. Recife: Anais do XXV Encontro Nacional de Economia (ANPEC), dez 1997, v.2.

O'DOHERTY, R. The Theory of the Contingent Valuation Method, *Hume Papers on Public Policy*, v.6, n.3, 1998.

PEARCE, D.W., TURNER, R.K.. *Economics of natural resources and the environment*. The Johns Hopkins University Press Baltimore, 1991.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. *História e História Cultural*. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. *Memória História e Cidade: lugares no tempo, momentos no espaço*. Uberlândia-MG: ArtCultura, v.4, n. 4, p. 23-25. 2002.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. *Muito além do espaço: por uma história cultural do urbano*. Rio de Janeiro: Estudos Históricos, v. 8, n. 16, p. 279-290, 1995.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. *O imaginário da cidade: visões literárias do urbano*. Paris, Rio de Janeiro, Porto Alegre. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2002.

POLANYI, Karl. *A Grande Transformação: as origens da nossa época*. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

RANDALL, A.; STOLL, J. Consumer's surplus in commodity space. *American Economic Review*, v.70, n. 3.

RASMUSSEN, David W. *Urban Economics*. New York: Harper & Row, 1973.

REIS, Ana Carla Fonseca. *Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável: O Caledoscópio da Cultura*. São Paulo: Manole, 2006.

RICARDO, David. *Princípios de economia política e tributação*. São Paulo: Nova Cultural, 1985.

ROSEN, S. Hedonic prices and implicit markets. *Journal of Political Economy*, v.82, p.35-55, 1974.

RYKWERT, Joseph. *A sedução do lugar: a história e o futuro da cidade*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

SANTOS, Milton. *O Espaço Dividido: os dois circuitos da economia urbana dos Países Subdesenvolvidos*. São Paulo: Editora da USP, 2004.

SANTOS, Milton. O lugar e o cotidiano. In:_____. *A natureza do espaço*. São Paulo: EDUSP, 2002.

SCHREIBER, Arthur. *Economics of Urban Problems*. Los Angeles: Houghton Mifflin, 1971.

SENNETT, Richard. *La conciencia del ojo*. Barcelona. Versal. 1990.

SMITH, Adam. *A Riqueza das Nações: uma investigação sobre a natureza e as causas da riqueza das nações*. São Paulo: Hemus, 1981.

SMITH, Neil. A Gentrificação Generalizada: de uma anomalia local à “regeneração” urbana como estratégia urbana global In: BIDOUC-ZACHARIASEN, Catherine. *De volta à cidade: dos processos de gentrification às políticas públicas de “revitalização” dos centros urbanos*. São Paulo: Annablume, 2006.

THROSBY, David. *Economics and Culture*. Reino Unido: Cambridge University Press, 2001.

TOLILA, Paul. *Cultura e Economia*. São Paulo: Iluminuras, 2007.

TOWSE, Ruth (org). *Manual de la economia de la cultura*. Madrid: Fundación autor, 2003.

VALIATI, Leandro; FLORISSI, Stefano (org). *Economia da Cultura: Bem-estar Econômico e Evolução Cultural*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2007.

VILLAÇA, Flávio. *Espaço intra-urbano no Brasil*. São Paulo: Studio Nobel, 2001.

WINGO, L. An economic model os the utilisation of urban land for residencial purposes. *Papers and Proceedings of the Regional science Association*, v.7; 1961.