



A cidade imaginada, projetada e consumida: estetização e política do espaço público

The city imagined, designed and consumed: aesthetization and public space policy

Adriana Lima de Oliveira - Escola de Comunicação e Marketing | São Paulo | SP | Brasil
I publicidade.dri@gmail.com  0000-0003-3731-0611

Tania Márcia Cezar Hoff - Escola de Comunicação e Marketing | São Paulo | SP | Brasil |
thoff@espm.br  0000-0002-3619-034X

Resumo: O interesse pela cidade não é novo. Diferentes campos do saber trazem luz sobre algum aspecto de sua natureza complexa e dinâmica. Neste artigo, abordamos a cidade a partir dos estudos de comunicação e consumo, especialmente as dinâmicas socioculturais vinculadas à experiência estética. Para tanto, tomamos como objeto os discursos acerca das 'cidades privadas' e buscamos refletir sobre essa nova racionalidade do espaço urbano a partir do conceito de topos (lugar). Assim, nosso percurso desagua nos estudos de Rancière (estética) e Foucault (heterotopias), que colocam em relação sujeito/objeto e palavras/coisas, aspectos próprios da ação política manifestos nos discursos sobre 'cidades privadas'.

Palavras-chave: Comunicação e consumo. Cidade. Estética. Heterotopias.

Abstract: Interest towards the city is not something new. Different disciplines bring light to some aspects of its complex and dynamic nature. In this paper, we approach the city from the perspective of communication and consumption studies, especially sociocultural dynamics linked to aesthetic experience. In order to do so, we take as object the discourses on 'private cities' and seek to reflect on this new rationality of urban space from the concept of topos (place). Thus, our path follows the studies of Rancière (aesthetics), and Foucault (heterotopias), which exposes the relation subject/object and words/things, specific aspects of the political action that manifest in the discourses about 'private cities'.

Keywords: Communication and consumption. City. Aesthetics. Heterotopias.

 <http://doi.org/10.22484/2318-5694.2019v7n14p121-143>

Enviado em novembro 2018 – Aprovado em fevereiro 2019



1 Introdução

Lefebvre (2001) afirma que a cidade é o grande laboratório humano, desconcertante tanto para a reflexão teórica quanto para a ação prática, e para a imaginação. Antes mesmo de Thomas Morus, em 1516, criar a sua Utopia ao descrever uma ilha imaginária com uma sociedade perfeita em todos os sentidos, a Idade Média já nos fornecia algumas chaves para a compreensão da ruptura urbana que caracteriza nossa época. Para o historiador Le Goff (1998), há mais semelhanças entre a cidade contemporânea e a cidade medieval do que entre a cidade medieval e a antiga. Ele toma como exemplo o templo. Segundo o autor, não é mais isso que distingue a cidade medieval da cidade antiga, porque ou o templo foi reutilizado como igreja ou então a igreja cristã foi construída sobre o local do templo e com ela "um elemento fundamentalmente novo sobreveio. Os sinos aparecem e se instalam no século VII no Ocidente. Eles serão pontos de referência da cidade [...]" (LE GOFF, 1998, p. 9).

O Renascimento sintetizou esse grande experimento burguês de racionalização da existência, fixando normas de conduta e regras para cada aspecto da vida prática, incluindo o urbanismo (BARRIEL, 2004). Mas, não é possível modificar as muralhas sem modificar o homem, conforme explica Lefebvre (2001). Assim, a cidade apresenta-se como uma mediação das mediações: o que anularia a distinção entre a 'cidade' - realidade presente, imediata, dado prático sensível, arquitetônico - e o 'urbano' - realidade social composta de relações a serem concebidas ou reconstruídas pelo pensamento (LEFEBVRE, 2001, p.55). Nesta perspectiva, tomamos o homem como ponto central para pensar o tempo (histórico) e o espaço (*topos*), posto que na modernidade esse homem, idealizador e construtor das cidades e do espaço urbano, transforma-se na figura do saber, campo de um ordenamento discursivo da experiência.



A partir daí, a experiência estética emerge como "configuração da experiência que enseja novos modos de sentir e induzem novas formas de subjetividade política" (RANCIÈRE, 2009a, p. 11). Logo, assumimos a cidade como exemplar para abordar o que Rancière denominou como 'partilha do sensível':

Essa repartição das partes e dos lugares se funda numa partilha de espaços, tempos e tipos de atividades que determina propriamente a maneira como um comum se presta à participação e como uns e outros tomam parte nesta partilha (p. 15).

Com este cenário, tomamos como objetivo geral desta reflexão identificar a dimensão estética presente na ideia de cidade no capitalismo contemporâneo, considerando que essa dimensão não pode estar dissociada da dimensão política, com especial atenção para esse novo contexto neoliberal do capitalismo artista (LIPOVETSKY; SERROY, 2015). Para dar conta desta empreitada, os diversos sentidos de *topia* - utopia, distopia, retrotopia e heterotopia - serão acionados para contextualizar nossa reflexão sobre os múltiplos discursos sobre o espaço em que vivemos.

Concebemos a cidade como objeto privilegiado para os estudos de comunicação e consumo, e, particularmente, às dinâmicas socioculturais vinculadas à experiência estética, próprias da sociedade do consumo. Para tanto, dedicamo-nos a problematizar a produção e circulação de discursos em torno do tema 'cidade privada' e a pergunta que tentamos responder com este artigo é 'como são produzidos discursos sobre a cidade a partir das lógicas contemporâneas de estetização dos fenômenos culturais?'. Na tentativa de refletir sobre essa questão, fundamentam nossas reflexões os estudos de Rancière e Foucault que colocam em relação sujeito/objeto e palavras/coisas, próprios da ação política.

Por fim, a cidade que aspira e inspira os mais diversos imaginários - dos arquitetos e urbanistas, dos sociólogos e antropólogos, dos corretores de imóveis e especuladores imobiliários, do cidadão e do consumidor -



afirma-se como lugar de troca, diálogo e embates entre os seus múltiplos centros e periferias. Esperamos aqui dar luz aos diversos discursos sobre a cidade que, afinal, é instância de partilha.

2 Concepção de cidade e vida urbana

Nosso ponto de partida para falar da cidade é a Idade Média. Conforme aponta Le Goff (1998), ao substituímos os muros circundantes da Idade Média pela periferia, teremos a cidade contemporânea. Através de quatro temas, o historiador caminha até o centro das funções da cidade que qualifica como essenciais, isto é, independem do momento histórico. São elas: a 'troca', a 'informação', a 'vida cultural' e o 'poder'. E nos oferece indicações importantes para a compreensão da época de ruptura urbana que é a nossa.

Neste sentido, as funções de 'produção' constituem apenas um momento na história das cidades, notadamente no século XIX com a Revolução Industrial. "Elas podem desfazer-se, mas a função da cidade permanece" (LE GOFF, 1998, p. 29). Não obstante, é justamente no processo de industrialização que a problemática urbana aflora. Com a 'desruralização' no século XIX e a 'desindustrialização' no século XX, algo se manteve e encontra-se vívido na cidade contemporânea: a função de troca (LE GOFF, 1998, p. 33). De forma semelhante, Lefebvre (2001), ao se referir à cidade, lembra que a sociedade em seu conjunto compreende a cidade, o campo e as organizações que regulamentam suas relações. Entretanto, é no sistema urbano que a cidade tende a se organizar em um sistema fechado, acabado, constituindo-se em obra e produto, isto é, em valor de uso e valor de troca:



A própria cidade é uma obra, e esta característica contrasta a orientação irreversível na direção do dinheiro, na direção do comércio, na direção das trocas, na direção dos produtos. Com efeito, a obra é valor de uso e o produto é valor de troca (LEFEBVRE, 2001, p. 12).

A problemática urbana, portanto, pode ser considerada, segundo os argumentos do autor, na oposição entre o 'valor de uso' (a cidade e a vida urbana, o tempo urbano) e o 'valor de troca' (os espaços comprados e vendidos, o consumo dos produtos, dos bens, dos lugares e dos signos). Contudo, Lipovetsky e Serroy (2015) nos apresentam mais um valor ao falar do capitalismo: o 'valor estético'. De acordo com os autores, o "capitalismo centrado na produção foi substituído por um capitalismo de sedução focalizado nos prazeres dos consumidores por meio das imagens e dos sonhos, das formas e dos relatos" (p. 42).

Neste contexto, torna-se imperativa a necessidade de se estudar o consumo em seus múltiplos aspectos, desconsiderando a visão simplificadora de uma correspondência mecânica ou natural entre necessidades e objetos supostamente desenhados e produzidos para satisfazê-las. Assim, ao substituirmos o termo 'objeto' por 'cidade' a ser consumida, toda ela é um texto aberto onde existe a cooperação do cidadão e seu correspondente, o consumidor, para que possa ser completada e significada. A cidade, por conseguinte, é a obra, o produto e a experiência que está continuamente sendo partilhada.

Por esse motivo, conserva um caráter orgânico de comunidade - originário da aldeia e que se traduz nas organizações corporativas contemporâneas - mas que em nada impede a luta de classes. Para Lefebvre (2001), é no contexto urbano que as lutas de facções, de grupos, de classes reforçam o sentimento de pertencer. Logo, o consumo da cidade e a lógica do habitar encontram-se inseridos em diferentes reflexões urbanísticas, isto é, um racionalismo operacional sobre a cidade. Dentre essas tendências, três são destacadas nos estudos de Lefebvre (2001, p. 30-32): a) o urbanismo dos homens de boa vontade (arquitetos, escritores); b) o



urbanismo dos administradores ligados ao setor público, e c) o urbanismo dos promotores de vendas.

A partir daí, podemos inferir a cidade como uma mediação entre as mediações. Entendendo o conceito de mediação não como relação neutra ou instrumental e sim como uma atividade direta e necessária entre distintos tipos de atividade e consciência. A partir desta concepção (baseada em Martín-Barbero), tenta-se pensar nos modos de interação e intercâmbio no processo de comunicação. A mediação é esse lugar a partir do qual é possível compreender a interação entre o espaço da produção e o da recepção (MARTÍN-BARBERO, 1987 apud SUNKEL, 2002). Trata-se de um processo ativo que altera aquilo que é mediado (SUNKEL, 2002). E o domínio no qual tais fenômenos ocorrem é o da comunicação.

3 A cidade imaginada, projetada e consumida

Neste percurso, o discurso sobre a cidade (imaginada, projetada e consumida) aponta para a necessidade de refletirmos sobre as condições de sua produção e, para isso, recorreremos a Rancière - com os 'regimes' - e a Foucault - com as 'epistêmês' - que nos ajudam a identificar o diálogo presente nesta nova ideia de cidade no capitalismo contemporâneo.

A partir de um quadro representativo dos conceitos apresentados pelos respectivos autores, tomamos a liberdade de qualificar cada um dos períodos com a concepção de uma 'ideia', de um 'projeto' e de um 'produto' de cidade.



Quadro 1: Conceitos.

CIDADE	RANCIÈRE	FOUCAULT
Imaginada [ideia]	Regime <i>ético</i> das imagens	Epistêmê da Renascença: <i>a idade da semelhança</i>
Projetada [projeto]	Regime <i>poético</i> ou representativo	Epistêmê da Idade Clássica: <i>a idade da representação</i>
Consumida [produto]	Regime <i>estético</i> das artes	Epistêmê da Idade Moderna: <i>a idade do homem</i>

Fonte: Elaboração própria.

Ponderamos que essa divisão não é hermética e, portanto, ainda que demarque momentos históricos, pode se sobrepor. Como proposta de análise, sujeito e objeto são considerados em sua relação de proximidade e distanciamento. Em outras palavras, esta relação refere-se ao homem e a cidade: quanto mais próximo o homem está da cidade, menos idealizada ela lhe parece.

Começamos pela cidade imaginada (séc. XV e XVI): no 'regime ético das imagens', a cidade apresenta-se como *ethos*, à maneira de ser dos indivíduos e da coletividade. É o correspondente da 'epistêmê da Renascença' que, para o saber desse período, conhecer é descobrir pela semelhança. Aqui a ideia de utopia se aplica, uma vez que temos imagem de um lugar ideal, ainda que inexistente.

Continuamos com a cidade projetada (séc. XVII e XVIII): na qual o 'regime poético ou representativo' insere um princípio programático, isto é, uma classificação nas maneiras de fazer. Esta lógica representativa propõe uma analogia com uma hierarquia global das ocupações políticas e sociais (RANCIÈRE, 2009a, p. 32). Isto condiz com a 'epistêmê da Idade Clássica', que busca ordenar a totalidade do real. Em outras palavras, o saber não mais consistirá na aproximação das coisas segundo sua similitude, mas sim em distingui-las em sua identidade e diferença (YAZBEK, 2015, p. 73). Aqui o projeto de cidade toma forma, materializa-se. Escrever a História e



escrever histórias pertencem ao mesmo regime de verdade (RANCIÈRE, 2009b). Nesta passagem, a utopia ganha seus projetos futuristas.

E, por fim, a cidade consumida (séc. XIX e XX): liga-se ao 'regime estético das artes' pela desobrigação de toda e qualquer regra específica. "Não se faz mais por uma distinção nas maneiras de fazer, mas pela distinção de um modo de ser sensível, próprio aos produtos da arte" (RANCIÈRE, 2009a, p. 32). Foi esse paradigma da autonomia estética que permitiu o encontro entre os artesãos da revolução marxista com os artesãos das novas formas de vida. (RANCIÈRE, 2009a, p. 40). Como correspondente, a 'epistêmê da Idade Moderna' traz um novo domínio da objetividade, uma nova disposição epistêmica na qual a ordem dá lugar à História (modo de ser fundamental das empirias). Aqui o homem - na sua condição de ser infinito, isto é, histórico - é requerido como "objeto de conhecimento enquanto ser vivo, produtivo e falante" (YAZBEK, 2015, p. 80). Neste contexto, a cidade distópica aparece no horizonte denunciando experiências sociais e políticas mal-sucedidas face a loucura moderna da auto emancipação da humanidade.

Mas talvez nem utopia e nem distopia deem conta da reconfiguração do espaço urbano contemporâneo e suas significações contraditórias. Tão contraditório quanto a concepção de cidade privada.

4 Cidade Privada: estetização e política do espaço urbano

Considerando que a produção é a outra face do consumo, podemos ampliar o conceito de produção (LEFEBVRE, 2001) e pensar que na história moderna houve uma "produção de cidades, assim como houve produção de conhecimento, de cultura, de obras de arte e de civilização" (p. 53). Neste sentido, ao aproximarmos-nos do termo cidade privada, primeiro vale um resgate do conceito de revolução estética, proposto por Rancière (2009a, p. 25), o qual caracteriza-se "pela abolição de um conjunto ordenado de



relações entre o visível e o dizível, o saber e a ação, a atividade e a passividade". Perspectivamente, a cidade contemporânea, a partir da revolução estética, coloca tanto o testemunho quanto a ficção em um mesmo regime de sentido. Isso não tem nada a ver com a realidade ou irreabilidade das coisas. Contudo, a imagem da cidade privada carrega consigo - em seu proveito e prejuízo - o discurso factual e ficcional. Tomamos como exemplo o texto sobre *Place Branding* (marca-lugar), utilizado como metodologia de trabalho pela empresa Places for us (2018)¹: *O Place Branding é o processo de identificar vocações, potencializar identidades e desenvolver ideias capazes de transformar e alavancar lugares por meio da identificação entre moradores, empresários locais e poder público, criando uma experiência única para moradores e visitantes [...]*.

O texto nos oferece pistas para um entendimento sobre essa nova dinâmica dialógica entre economia, política e sociedade. Voltamos aos conceitos de valor de uso e valor de troca: o '*Place Branding*' foi criado para identificar (retomando) o valor de uso dos lugares e, portanto, conforme indica sua metodologia, '*olha para dentro*'. Isso o distingue do '*Place Marketing*', que caracterizaria o valor de troca e, portanto, '*olha para fora*'. Ambos apresentam um valor estético, pois relacionam-se com a dinâmica entre marcas e pessoas. Isso se traduz na concepção de identidade que aproxima o indivíduo (cidadão) do urbano (cidade), fundindo-os em um mesmo espaço (factual e ficcional). Aqui, o que está em jogo "é o poder do capital simbólico coletivo, isto é, o poder dos marcos especiais de distinção, vinculados a algum lugar, dotados de um poder de atração importante em relação aos fluxos de capital de modo mais geral", conforme aponta David Harvey (2005, p. 231) em seus estudos sobre a produção capitalista do espaço.

¹ Places for Us, primeira consultoria especializada em Place Branding do Brasil.



As formas tradicionais de pensar a gestão das marcas se alinha ao pensamento de lugar. Isso constitui uma nova relação com os objetos e situações que nos permite experimentá-los esteticamente. O cotidiano da cidade transforma-se, ao mesmo tempo, em conteúdo, objeto, condição e efeito (GUMBRECHT, 2006).

Diante de tal conjuntura, a cidade privada desponta como um consumo possível de um espaço - material - e de um lugar - ideal - para onde são dirigidos todos os esforços e engajamentos de um consumidor afeito às dinâmicas de um capitalismo neoliberal e de uma gestão da vida aos moldes do mercado. Consideramos como exemplo o Google Plex, projeto de construção imobiliária da empresa Google na Califórnia, EUA. Uma das justificativas para sua expansão é o número de funcionários que mais do que triplicou na última década. A empresa, quando se mudou para Mountain View, na Califórnia, em 1999, tinha uma dúzia de funcionários. Hoje, emprega mais de 20 mil pessoas e a cidade mal consegue comportar tanta gente (DOUGHERTY, 2015).

O sucesso da Google levou muitos dólares de impostos a Mountain View e reduziu o índice de desemprego. Em contrapartida, sua presença fez os preços dos imóveis residenciais subirem vertiginosamente e multiplicou os engarrafamentos. O resultado é uma disputa existencial que coloca em oposição moradores que querem conter o crescimento da cidade de um lado e, de outro, as pessoas que acreditam que Mountain View precisa crescer e tornar-se uma 'cidade de verdade'.

O mais significativo nestes discursos é a ideia de 'progresso sustentável' em contraposição ao progresso desmedido da modernidade e as implicações políticas que isso suscita. Conforme as palavras de David Radcliffe, chefe de propriedades imobiliárias da Google à prefeitura de Mountain View: "Queremos desenvolver um espaço que possa nutrir e regenerar o meio ambiente e construir uma comunidade que equilibre vida e trabalho para todos seus habitantes". Com isso, o projeto da Google de



construir uma cidade recebe sua primeira aprovação, em junho de 2017, através do Conselho Municipal de cidade de San José, na Califórnia, que negociou com a empresa a exclusividade na venda de 16 lotes de terra de propriedade da cidade.

Esse apelo muito forte à racionalidade do mercado e à privatização tem a ver com as dificuldades enfrentadas pelas economias capitalistas (a desindustrialização, o desemprego) e transforma-se em pano de fundo para entender porque tantos governos urbanos, muitas vezes de crenças políticas distintas, adotaram uma mesma direção. É o caso de Honduras, onde a concepção de cidade privada foi aceita através de uma mudança na Constituição aprovada em janeiro de 2012 (G1 MUNDO). Chamada de cidade modelo, serão construídas por investidores privados e geridas de forma autônoma. A mudança na nomenclatura é sugestiva, pois caracteriza, expressamente, que essas cidades são modelares, ou seja, moralmente positivas. Sem entrar nas implicações políticas e econômicas que essas mudanças implicam, o que podemos inferir é a versão extrema de um liberalismo anti-Estado e pró-mercado, exacerbando uma lógica privatista de organização da cidade. Raquel Rolnik (2012), ao falar sobre esse tema, atesta seu caráter ilusório: "a ilusão de uma sociedade sem Estado, teoricamente livre da burocracia e do abuso do poder, é na verdade a ditadura do consumo e do poder absoluto do lucro sobre a vida dos cidadãos".

Mas é no Brasil que o tema se apresenta com todo o seu caráter estético e político. Em Croatá, distrito do Município de São Gonçalo do Amaranto, no Ceará, está sendo construída a primeira '*smart city*' social do Brasil. A publicização deste discurso manifesta-se em dois eixos: de um lado, as empresas privadas (e somente elas) constroem cidades inteligentes e, de outro, esta privatização do espaço público é justificada pelo acesso (aos mais pobres). O resultado é a manchete: "Empresas privadas criam primeira cidade inteligente do Brasil (idealizada para os mais pobres)"



(CAETANO, 2017). A nova cidade chama-se Croatá Laguna Ecopark e, nas palavras da arquiteta Antonella Marzi, sócia da Recs Architects, empresa responsável pelo urbanismo da *smart city*: "Trata-se de uma cidade aberta, como qualquer outra, a cidade não terá muros e seu acesso será livre para qualquer cidadão" (WERNECK, 2016). Mas, em outro trecho, acrescenta: "Essa cidade é um protótipo. É uma espécie de experimentação". O discurso vem carregado de conceitos que capturam a cidade em seu sentido subjetivo: sustentável, inteligente, social. Essa dinâmica globalizante não pode mais ser vista simplesmente, conforme argumentado por Harvey (2005), como uma unidade indiferenciada - na qual o capitalismo domina iniciativas locais impedindo qualquer tipo de diferença - mas sim, como uma "padronização geograficamente articulada das atividades e das relações capitalistas globais" (HARVEY, 2005, p. 229). Essa perspectiva é materializada quando buscamos pelos empreendedores desse projeto: trata-se de uma *holding* com sede na Inglaterra e na Itália e a SG Desenvolvimento, que opera no Brasil e é responsável pela realização do projeto piloto (SMART CITY LAGUNA, 2018).

A estetização encontra-se, portanto, no ordenamento desse capitalismo artista, por isso, a cidade a consumir é perfeita: não aos moldes da Utopia de Thomas Morus, a qual nos referimos no início deste texto, mas perfeitamente possível, considerando os riscos previamente calculados por uma gestão eficiente. Esse novo empreendedorismo urbano se apoia na parceria público-privada que, se por um lado, é justificada no discurso público pela maneira de se obter benefícios para a população; por outro, como atenta Harvey (2005), sua forma torna indiretos todos os benefícios, desviando a atenção (inclusive recursos) dos problemas mais amplos, que talvez afetem a região ou o território como um todo. Essa experiência de consumo da cidade passa a ser uma atitude política, principalmente quando nos relacionamos com uma lógica privativa já presente em várias partes do



Brasil e do mundo, como é o caso dos condomínios fechados, das leis de exceção vigentes sobre áreas onde se realizam megaeventos.

Se o homem do século XXI é um homem das cidades, estas não podem mais ser caracterizadas pela modernidade da era industrial. Como vimos, mais do que nunca, estamos diante de uma estética mercantil e do consumo que invade o espaço urbano e arquitetônico. As cidades empreendedoras, as cidades inteligentes e as cidades sustentáveis se empenham em um trabalho de identidade visual, de imagem e de comunicação para conquistar fatias de mercado, tal como as marcas comerciais (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 318).

Assim, as narrativas em torno da racionalidade e relevância do '*Place Branding*' (marca-lugar) não operam a crítica ao lugar ou ao espaço, mas buscam uma estratégia de desenvolvimento baseada na marca, na capacidade que as localidades têm de produzir riquezas baseadas em sua imagem, e como essa imagem influencia o valor dos seus produtos, a percepção dela por investidores, turistas e instituições públicas e privadas. Lipovetsky e Serroy (2015) denominam transestético - aquilo que emerge a experiência urbana na e da cidade. Se a estetização do consumo se aplica a objetos, lojas e locais urbanos, também diz respeito ao consumidor em seus gostos, suas aspirações, seu modo de vida. É justamente esse desejo e promessa de um outro lugar, no sentido moralmente positivo, que tomamos o homem como ponto central para pensar o tempo (histórico) e o espaço (*topos*). Afinal, a cidade é para o homem lugar indefinido, indeterminado, impreciso de projeto e destino².

² Os termos "projeto" e "destino" fazem alusão ao texto de Guilha Wisnik com o título "Projeto e destino: de volta às arenas públicas", que faz parte da coleção Mutações: o novo espírito utópico, organizado por Aduino Novais (2016).



5 Tempo e espaço como agentes de transformação

Adauto Novaes (2016), em seu livro *Novo espírito utópico*, tratou das diversas propostas utópicas da humanidade. Uma das perspectivas implícitas no livro é a de que no mundo contemporâneo, absolutamente dominado pela racionalidade técnica, a atividade de pensar também se converte em utopia. Por sua vez, Bauman (2017) traz à tona o termo retrotopia na tentativa de responder a essa questão, alertando para a dupla negação da utopia com a privatização/individualização da ideia de progresso, e da busca por melhoria de vida:

Depois que as perspectivas de felicidade humana - amarradas desde More, a um *topos* (um lugar fixo, uma pólis, uma cidade, um Estado soberano, cada um deles sob um soberano sábio e benevolente) - foram descoladas e desamarradas de todo e qualquer topos particular e individualizadas, privatizadas e personalizadas [...], agora é a vez de elas serem negadas por aquilo que, de forma arrojada e quase bem-sucedida, tentaram negar. Dessa dupla negação da utopia ao estilo More - sua rejeição seguida por sua ressurreição - hoje estamos emergindo 'retrotopias': visões instaladas num passado perdido/roubado/abandonado, mas que não morreu, em vez de se ligarem a um futuro 'ainda, todavia, por nascer' e, por isso, inexistente, como foi o caso da sua ancestral [...] (BAUMAN, 2017, p. 10).

O autor deriva o termo retrotopia do que ele chama de tendência 'de volta para o futuro' que seria, por consequência, um retorno e uma negação da utopia. Neste exercício, Bauman (2017) atribui o surgimento da retrotopia ao fosso cada vez mais profundo entre poder e política. Esta é uma das características do mundo líquido, que torna os Estados incapazes de cumprir suas promessas originando um desencantamento generalizado em relação ao futuro e às utopias.

Podemos perceber esse movimento retróptico, ou seja, uma busca no passado de elementos que nos deem uma perspectiva de futuro, mesmo que ilusória, nos movimentos conservadores atuais, uma explosão de todo



tipo de nacionalismo e apelo a coletividades excludentes. Não obstante, para Gumbrecht (2015), em vez de oferecer orientação, 'os passados inundam o nosso presente', e os sistemas eletrônicos automatizados de memória tem um papel fundamental nesse processo. Para ele o que existe é um tempo presente perpetuamente ampliado. "Entre os passados que nos engolem e o futuro ameaçador, o presente transformou-se numa dimensão de simultaneidade que se expande" (p. 16). E sintetiza: "pois o agora está rodeado por um futuro que não conseguimos mais ver, ter acesso ou escolher, e por um passado que não conseguimos deixar para trás" (p. 48). Na vida globalizada do século XXI, esse presente se expande e, todavia, o que procuramos é ganhar tempo.

Acreditamos que justamente neste presente expandido, do qual nos fala Gumbrecht (2015), encontraremos as heterotopias, ou seja, lugares outros ou as utopias localizáveis que chamamos de cidade.

6 Heterotopologia: contestações míticas e reais do espaço em que vivemos

O conceito de heterotopias, criado por Michel Foucault entre 1966 e 1967, em diálogo polêmico com o círculo arquitetônico francês, nos dá pistas de como chegar nos sentidos emergentes que mobilizam e convocam o sujeito para o consumo na e da cidade. Para o autor, a grande obsessão do século XX era o tempo, e que talvez a nossa época seria o espaço, com a simultaneidade e a justaposição, o próximo e o distante, o contíguo e o disperso (CASTRO, 2015).

Neste sentido, Foucault se contrapõe ao conceito moderno de cidade como espaço hegemônico e pontuado por elemento legíveis. Segundo sua posição, o espaço urbano não é vazio e nem neutro, e sim um conjunto móvel de relações descontínuas (WISNIK, 2016). Para ele, estava claro que essa ideia de cidade como uma totalidade legível e controlável havia sido



destruída pelo capitalismo avançado do pós-guerra. É neste cenário que o autor propõe uma nova ciência que teria por objetivo esses espaços diferentes, esses outros lugares, essas contestações míticas e reais do espaço em que vivemos:

Essa ciência estudaria não as utopias, pois é preciso reservar esse nome para o que verdadeiramente não tem lugar algum, as heterotopias, espaços absolutamente outros; e, forçosamente a ciência em questão se chamaria, se chamará, já se chama 'heterotopologia' (FOUCAULT, 2013, p. 20-21).

Assim, as heterotopias, tal como idealizadas por Foucault, incorporam as fricções da realidade em sua dinâmica de projeto, apontando para lugares outros latentes, próprios a situações e condições sociais e culturais não hegemônicas. Conforme aponta Wisnik (2016, p. 348), são "lugares limiares, oscilando entre a liberdade e o confinamento, e que supõem outros tempos de experiência".

Foucault enuncia seis princípios para a descrição sistemática da heterotopologia, ou seja, uma ciência que teria como objeto, em uma dada sociedade, o estudo, a análise, a descrição desses espaços. Para efeito de análise e reflexões finais deste artigo, apresentamos um panorama bastante sintético desses seis princípios a partir de Castro (2015) para, em seguida, apontar os seus efeitos sobre o discurso contemporâneo acerca das cidades. São eles: a) *Crise e desvio*: segundo este princípio, não há cultura que não crie suas heterotopias. Apesar de não haver uma forma de heterotopia absolutamente universal, podemos, entretanto, classificá-las em dois grandes tipos: as heterotopias de crise, com lugares privilegiados ou sagrados reservados aos indivíduos que se encontram em uma situação de crise em relação à sociedade; e as heterotopias de desvio, que substituindo a primeira, são aquelas onde são colocados os indivíduos com comportamento desviante em relação à média ou a norma exigida; b) *Mutações de função*: o segundo princípio atesta que uma sociedade, no



curso de sua história, faz funcionar de modos muito diferentes uma mesma heterotopia que existe e que não cessou de existir; c) *Justaposição*: este princípio carrega o poder de justapor em um mesmo lugar real múltiplos espaços, múltiplas alocações que são (ou podem ser) incompatíveis entre si; d) *Heterocronias*: estão ligadas aos recortes temporais. Aqui o tempo nas heterotopias encontra-se em ruptura com o tempo tradicional; e) *Abertura e fechamento*: trata-se de um sistema que isola e ao mesmo tempo permite a penetração das heterotopias em relação ao espaço circundante; e, finalmente, f) *Ilusão e compensação*: que constitui a essência do conceito de heterotopia na qual são contestados todos os outros espaços. Em outras palavras, ou bem se cria um espaço de ilusão que evidencia todo o espaço real, todas as alocações onde a vida humana acontece, como espaços mais ilusórios ainda; ou, ao contrário, criam-se espaços de compensação, isto é, espaços reais meticulosamente organizados, perfeitos, que colocam em evidência o restante dos espaços mal organizados e desordenados. A partir daí, como o conceito de 'espaço outro' liga-se a ideia de cidade? Ou ainda, como o conceito de heterotopologia nos auxilia a pensar essa nova racionalidade privada do espaço urbano?

A partir dos exemplos apresentados sobre a cidade privada, colocados em perspectiva aos princípios de lugares outros, podemos sugerir um quadro aproximado das potencialidades e limites desse discurso:



Quadro 2: Princípios.

Princípios Heterotopologia	- Discurso - 'Cidade Privada'	Condições de Produção - 'nova racionalidade do espaço urbano'
a) Espaços desviantes	Smart City - ideal de cidade inteligente. Demanda por segurança e liberdade	Tecnologia Desindustrialização
b) Lugares mutantes	Smart City Social - cidade administrativa vs cidade empreendedora	Utopia contemporânea Cultura empreendedora do espaço
c) Justaposição	Público vs Privado - perfeita harmonia	Espaços estetizados Universalizantes
d) Heterocronias	Passagem de um estágio a outro - cidade da produção cede lugar à cidade do lazer e do consumo	Homem histórico Consumidor transtético
e) Abertura e fechamento	A cidade é um livro aberto - somente para iniciados	Lógica empresarial Estrutura globalizante
f) Ilusão e compensação	Cidade sustentável, inteligente e social - conceito chave para entender a cidade privada	Distanciamento entre poder e política Capitalismo artista

Fonte: Elaboração própria.

Não pretendemos, com este quadro, adequar os princípios foucaultianos ao discurso sobre a cidade. Ao contrário, estamos identificando os sentidos implicados no discurso sobre a cidade e, por meio destes princípios, estamos ampliando o entendimento sobre a produção discursiva em torno da cidade. À vista disso, a) o discurso da *Smart City* - ideal de cidade inteligente - nos parece a construção de uma heterotopia própria da cultura contemporânea. Em outras palavras, são espaços *desviantes*, pois criam lugares privilegiados, reservados a indivíduos que se encontram em um relação de crise ou desvio com a cidade. A tecnologia atesta essa relação, mediante comportamentos e estilos de vida próprios da desindustrialização. b) No entanto, o discurso adquire formas diversas, como é o caso da *Smart City Social*, ou seja, esse lugar *mutante* construído sob os escombros de uma utopia de outrora. É no curso de sua história que



uma sociedade faz funcionar, de modos muito diferentes, uma mesma heterotopia. c) Encontramos aqui a *cidade empreendedora*, estrategicamente estruturada por uma lógica empresarial, na qual a *justaposição* entre o público e o privado coloca em um mesmo lugar real múltiplos espaços estetizados do mundo. Alicerçada em um discurso universalizante, intenta ocultar os antagonismos, as disputas e as diferenças na apropriação do espaço urbano; d) transforma-se, portanto, em um espaço de todos os tempos - *heterocronias* -, no qual a cidade da produção cede lugar à cidade do lazer e do consumo. Emerge o consumidor transtético: e) e para atender esse novo consumidor, a cidade privada aparece como livro aberto, todavia, somente para iniciados. Esta contradição entre acesso - *abertura* - e exclusão - *fechamento* - nos direciona para os dois conceitos chaves para entender as 'cidades privadas'. f) É o da *ilusão e compensação*: de um lado, essa nova constituição do espaço urbano cria um espaço de ilusão que evidencia todo o espaço real de seu entorno, isto é, a partir da realidade inequívoca, multifacetada, dissemelhante, concebe um espaço mais ilusório ainda, universalizante e moralmente positivo; de outro lado, a cidade privada constitui espaços reais meticulosamente organizados que só faz evidenciar os espaços mal-organizados e desordenados em volta. Isso justificaria sua presença e construção na contemporânea racionalidade neoliberal.

A potência das heterotopias incorpora as contradições do espaço urbano e por isso mesmo apontam para outros lugares latentes, próprios de uma condição social e cultural não hegemônica.

7 O fim da cidade ou a cidade sem fim

Para entendermos como são produzidos esses novos discursos sobre a cidade, a experiência estética e a produção de um sujeito histórico são capitais. Neste sentido, essas duas forças se complementam: em uma



ponta, a experiência estética enseja novos modos de sentir e induzem à novas formas de subjetividade política e, na outra, a produção de um sujeito histórico - idealizador e construtor das cidades e dos espaços urbanos - transforma-se na figura do saber, campo de um ordenamento discursivo da experiência. No centro, vislumbramos a cidade: obra, produto e experiência continuamente partilhada.

Em um contexto neoliberal do capitalismo artista, a desruralização e a desindustrialização da cidade formam o pano de fundo para refletirmos criticamente sobre como as forças tradicionais de pensar a gestão das marcas se alinham ao pensamento de lugar. Esse espaço urbano, revitalizado aos moldes da lógica empresarial mercantil e da cultura empreendedora, dialoga com um consumidor transestético nostálgico que, na sua busca pela reconstrução do lar ideal, renuncia ao pensamento crítico em prol do pensamento afetivo. Mas é na reflexão sobre essa nova racionalidade privatizada do espaço urbano que o conceito de *topos* atesta seu mérito: nem ilusão (um lugar inexistente) e nem compensação (um lugar ideal), a utopia contemporânea de cidade é de outra ordem: apresenta-se como uma heterotopia. Esta que faz surgir, neste nosso presente expandido, lugares outros ou utopias localizáveis.

A ideia de um espaço urbano que não é nem vazio e nem neutro, e sim um conjunto móvel de relações descontínuas, abre as brechas necessárias para vislumbrarmos nas heterotopias a possibilidade de reivindicação do espaço público, aberto à fruição estética. Ainda que os movimentos contestatórios, em sua grande maioria, sejam cooptados pela lógica mercantil e tragados pela atividade do consumo, parece claro que a potência heterotópica desses movimentos atesta um novo mundo possível.

O fim último da cidade é não ter fim. A cidade atual caminha em direção ao pluricentrismo ambíguo: pluralismo dos centros e marginalização urbana. Desse lugar de troca, diálogo e embates são construídos muros, símbolos da separação sócio-cultural. Não obstante, se não podemos



derrubar as muralhas sem modificar o homem, o consumo da cidade encontra-se inserido em diferentes reflexões urbanísticas e aponta a necessidade de considerarmos a importância de sua produção, seja enquanto ideia, projeto ou produto. Com isso, podemos concluir que é a potência da imaginação aliada à capacidade da memória que possibilita a construção do(s) discurso(s) sobre a(s) cidade(s) e o(s) espaço(s) urbano(s), como promessa de um concreto possível a ser experimentado e consumido. E, de modo consequente, promove sua transformação.

Referências

BARRIEL, Carlos Eduardo Omelas. Cidades utópicas do renascimento. **Revista Ciência e Cultura**, São Paulo, v. 56, n. 2, abr./jun. 2004.

BAUMAN, Zigmunt. **Retrotopia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2017.

CAETANO, Camilo. Empresas privadas criam primeira cidade inteligente do Brasil (idealizada para os mais pobres). **Ilisp.org**, 15 jun. 2017.

Disponível em: <http://www.ilisp.org/noticias/empresas-privadas-criam-1a-cidade-inteligente-do-brasil-idealizada-para-os-mais-pobres/>. Acesso em: set. 2018.

CASTRO, Luiz Guilherme Rivera de. Outros espaços e tempos, heterotopias. In: CONGRESSO INTERNACIONAL ESPAÇOS PÚBLICOS. 1., 2015, Porto Alegre, RS. **Anais [...]**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2015.

Disponível em:

https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/1807535/mod_resource/content/1/Castro.pdf. Acesso em: dez. 2017.

DOUGHERTY, Conor. Crescimento físico do Google irrita moradores da cidade da Califórnia. By New York Times, Mountan View (Califórnia).

Folha de S. Paulo, São Paulo, 26 fev. 2015. Disponível em:

<https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2015/02/1595094-crescimento-fisico-do-google-irrita-moradores-de-cidade-da-california.shtml>. Acesso em: set. 2018.

FOUCAULT, Michel. **O corpo utópico, as heterotopias**. Posfácio de Daniel Defert. São Paulo: n-1 Edições, 2013.



GOOGLE quer transformar Googleplex em cidade. Tecnoblog. Disponível em: <https://tecnoblog.net/47807/google-quer-transformar-googleplex-em-cidade/>. Acesso em: set. 2018.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. Pequenas Crises. Experiência estética nos mundos cotidianos. *In*: GUIMARÃES, César; SOUZA LEAL, Bruno; MENDONÇA, Carlos Camargo. **Comunicação e experiência estética**. Belo Horizonte. Editora da UFMG, 2006.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Nosso amplo presente**: o tempo e a cultura contemporânea. São Paulo: Editora Unesp, 2015.

G1 Mundo. Projeto de cidade privada gera polêmica em Honduras. By BBC. **Site do G1**. 16 set. 2012. Disponível em: <http://g1.globo.com/mundo/noticia/2012/09/projeto-de-cidade-privada-gera-polemica-em-honduras.html>. Acesso em: set. 2018.

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

LE GOFF, Jacques. **Por amor às cidades**: conversações com Jean Lebrum. São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1998. (Prismas).

LEFEBVRE, Henri. **O direito à cidade**. São Paulo: Centauro, 2001.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo**: viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

NOVAES, Adauto (org.). **Mutações: o novo espírito utópico**. São Paulo: Edições Sesc, 2016.

PLACES for Us, consultoria especializada em Place Branding do Brasil. Disponível em: <http://www.placesforus.com.br>. Acesso em: set. 2018.

RANCIÈRE, Jacques. **A partilha do sensível**: estética e política. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2009a.

RANCIÈRE, Jacques. **O inconsciente estético**. São Paulo: Editora 34, 2009b.

ROLNIK, Raquel. Cidades privadas em Honduras: e se essa moda pega? **Revista Brasil de Fato**, São Paulo, 14 set. 2012. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/node/10589/>. Acesso em: set. 2018.



SMART City Laguna. Institucional. Disponível em: <http://smartcitylaguna.com.br/institucional/>. Acesso em: set. 2018.

SUNKEL, Guillermo. Una mirada otra. La cultura desde el consumo. *In: ESTUDIOS y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*. Caracas, Venezuela: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, 2002. Disponível em: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/culturas/sunkel.doc>. Acesso em: set. 2018.

WERNECK, Carolina. Brasil terá primeira cidade inteligente do mundo com lotes a preços populares. **Jornal Gazeta do Povo**, Curitiba, 28 jun. 2017. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/haus/urbanismo/brasil-tera-primeira-cidade-inteligente-do-mundo-com-lotes-a-precos-populares/>. Acesso em: set. 2018.

WISNIK, Guilherme. Projeto e destino: de volta à arena pública. *In: NOVAES, Aduino. (org.). Mutações: o novo espírito utópico*. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2016.

YAZBEK, André Constantino. **10 lições sobre Foucault**. 6. ed. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2015.