O PROCESSO DE GENTRIFICAÇÃO EM ENTREVISTA COM O PROFESSOR ALVARO FERREIRA

Alvaro Ferreira – UERJ-FEBF/PUC-Rio
alvaro.ferreira.geo@gmail.com

Entrevistadores:

Caroline Nascimento – UERJ/FEBF
caroline.desouza20@gmail.com

Caroline da Cunha – UERJ/FEBF
carol.m.cunha@hotmail.com

Jacqueline Bastos
jack310@oi.com.br

1- A Gentrificação, hoje percebida de forma intensa no centro do RJ- em especial a zona portuária- está presente na história da cidade. Tendo em vista que esse fenômeno tem se repetido ao longo do tempo e que está ligado ao mercado imobiliário, é possível dizer que outras áreas da cidade também estão suscetíveis à Gentrificação? Já é possível "prever", "sugerir" quais áreas serão essas?

De fato, esse processo não é novo. Antes de mais nada, acredito ser importante esclarecer o que vem a ser a gentrificação.

Como procurei deixar claro no capítulo 4 do livro "A cidade no século XXI: segregação e banalização do espaço", grande parte dos projetos de revitalização, que alteram as características do lugar, criando novas fronteiras urbanas, acaba levando a processos de gentrificação, que de certa forma não deixa de ser uma forma de espoliação. Cabe, aqui, fazer um breve esclarecimento acerca da expressão gentrificação, que nasce do termo inglês *gentrification*, cunhado por Ruth Glass (1963), para esclarecer o repovoamento, por famílias de classe média, que vinha acontecendo em bairros desvalorizados de Londres na década de 1960, levando à transformação do perfil dos moradores.

Atualmente, usa-se gentrificação para falar da "revitalização", da "recuperação" ou da "requalificação" (seja lá qual for a expressão usada) de locais degradados a partir de iniciativas públicas e privadas. Trata-se de um fenômeno de natureza multidimensional, que reúne modernização e deslocamento; ou seja, estamos nos referindo à modernização e à melhoria de antigos prédios associadas ao desenvolvimento de atividades culturais em determinadas áreas residenciais, levando ao deslocamento dos antigos moradores. A questão é que após o investimento em infra-estrutura, há uma maior valorização do lugar; assim, observamos que os antigos moradores não

resistem ao encarecimento do local, tendo que buscar outra área com custo de vida mais baixo. Se, inicialmente, a gentrificação ligava-se ao mercado residencial, o enobrecimento dos lugares acabou incorporando áreas de lazer com complexos culturais voltados também para o turismo. Assim, o geógrafo belga Mathieu Van Criekingen (2007) define dois tipos de gentrificação – residencial e de consumo – que levam à produção glamourizada do espaço através da maior sofisticação dos ambientes. A mídia exerce importante papel ao promover esses locais, ajudando a criar um discurso hegemônico acerca do lugar, que contribui cada vez mais para a atração de consumidores.

A geógrafa Vanessa Jorge de Araújo traz importante contribuição a esse debate em sua dissertação de mestrado intitulada “Lapa carioca: uma (re)apropriação do lugar” (2009). Essa autora apresenta três exemplos de cidades em que o processo de gentrificação se dá de formas distintas: Bruxelas, Nápoles e Barcelona. Na primeira, teria acontecido devido à valorização de áreas centrais com a construção de residências para consumidores de renda média, tratando-se “portanto de uma gentrificação residencial”; em Nápoles, o processo se deu pela valorização de sua imagem para os seus habitantes e para os turistas, divulgando-a como “o maior museu aberto do mundo”, nesse sentido tratando-se de uma gentrificação de consumo; finalmente, em Barcelona houve um “modelo misto de renovação, com uma dupla gentrificação, tanto residencial como de consumo turístico”.

No caso do Rio de Janeiro, a zona portuária, na faixa envolvida no Projeto Porto Maravilha, é a mais nova candidata a experimentar o processo de gentrificação. Mas a área próxima também, como o Morro da Conceição.

2- As obras do Projeto Porto Maravilha vislumbram a revitalização da Zona Portuária do RJ. Tal projeto transforma a região do porto carioca em um pólo turístico-comercial da cidade, entretanto sabemos que esta revitalização produz o processo de gentrificação, onde a especulação imobiliária impossibilita a permanência de antigos moradores e comerciantes, como por exemplo, o Moinho Fluminense que devido a esta transformação migrou da zona portuária para a cidade de Duque de Caxias. Como você analisa todo este processo?

Com toda a proposta de transformação daquela área, como pensar em manter um complexo enorme como o Moinho Fluminense naquele local? Evidentemente, o empresariado e o próprio governo não aprovavam a permanência do Moinho ali. Já há inclusive um projeto para a construção de um complexo comercial, residencial e hoteleiro em seu lugar. A área de prédios tombados soma 100 mil metros quadrados! Trata-se de um megaprojeto, em

que os silos do moinho serão transformados em um hotel com cerca de 200 quartos. Além disso, segundo o projeto, haverá centro médico, cinemas e será construído um prédio de 20 andares com salas comerciais. Esse tipo de negócio, se não vem acompanhado de projetos de construção de habitações populares, fatalmente acirrará o processo de gentrificação.

3- Como já foi dito, o processo de gentrificação está presente em diferentes momentos da história da cidade do RJ. Por que esse processo ainda se mostra recorrente no planejamento urbano da cidade? E Como o planejamento urbano deve ser organizado de forma que gere a melhoria da qualidade de vida da população como um todo ao invés de gerar gentrificação?

O problema é que, infelizmente, o tipo de planejamento em que os prefeitos têm investido é o Planejamento Estratégico.

Estamos diante de discursos de competitividade, planejamento estratégico e empresariamento; ou seja, é preciso pensar a cidade “profissionalmente”, como um empresário. Abdicou-se do longo prazo e da percepção da cidade como um todo, passando a pensá-la cada vez mais de maneira fragmentada e a partir de projetos pontuais. O que impressiona mais é que tal conduta é adotada por partidos os mais diversos, sejam os conservadores ou os ditos de esquerda.

Tal qual se disseminou o ideário do FMI na década de 1980 e 1990 nos países ditos periféricos, os administradores das cidades do mundo todo procuram seguir os “modelos de sucesso” postos em prática por cidades, que, em geral, muito pouco tem a ver com as suas. As histórias dos lugares são desconsideradas; e isso nos dois sentidos: dos que copiam e dos que são copiados (Barcelona é um grande exemplo).

Os prefeitos cercam-se de profissionais de *marketing* que tratam de encontrar meios de vender a cidade, atraindo investimentos de capitais cada vez mais disputados. Nesse sentido, o governo das cidades torna-se um agente que ao administrá-las acaba por reproduzir o momento atual do capitalismo, ainda mais seletivo e excludente. Dessa maneira, o governo e a administração urbana acabam por desempenhar apenas um papel facilitador. Para aprofundar esse debate recomendamos David Harvey (2005, 1996), Eric Swyngedouw (2002, 1997), Carlos Vainer (2002) e Fernanda Sánchez (2004), e, também, dois livros organizados por mim (2013, 2015) e o livro "A cidade no século XXI: segregação banalização do espaço", cuja segunda edição foi lançada também em 2013; nesse livro há um longo debate sobre esse tema.

As vantagens oferecidas para os investidores são criadas através dos investimentos públicos em infra-estruturas e da redução dos custos locais por subsídios – como renúncia fiscal, crédito facilitado e cessão de terrenos. Importa ter em conta que o barateamento dos custos de transporte, acompanhado da redução das barreiras espaciais para circulação de mercadorias, informações, pessoas e moedas, fortaleceu o papel das diferenças do lugar no cenário da competição interurbana do capitalismo.

Impressionam as expressões elencadas como fórmulas mágicas: “é necessário criar um clima de sinergia”; “espírito empreendedor”; “o empresariado como parceiro”, “revitalização”, “renovação urbana” e, como não poderia faltar, “a criação de uma cidade sustentável”. Já nos alongamos – acreditamos – suficientemente, no primeiro capítulo, no debate acerca do que vem a ser essa “sustentabilidade” a que todos fazem menção (sem dizer do que se trata), e que por si só se torna justificativa para qualquer ação na cidade.

O fato é que o tradicional modelo de planejamento tecnocrático, centralizado e autoritário que teve curso durante bastante tempo tem sido substituído pelo denominado planejamento estratégico, que se disseminou mundialmente a partir do final do século XX, com as experiências de Barcelona e Turim. O professor de Planejamento Urbano e Regional Carlos Vainer (2000) enfatiza a situação atual em que esse novo modelo tem sido difundido fortemente em países da América Latina pela ação combinada de agências multilaterais – como o BIRD, Habitat – e de consultores internacionais. Nesse sentido, dentre os consultores, elenca Jordi Borja e Manuel de Forn, que fazem uso de agressivo *marketing* acerca do sucesso de Barcelona, além de também Manuel Castells.

Aqueles que defendem a adoção do planejamento estratégico pelos governos locais o fazem por acreditar que as cidades estão submetidas ao mesmo mundo competitivo a que as empresas estão. Assim, assistimos a uma grande mudança no debate acerca dos problemas e questões urbanos. Ao que parece, debates que desde muito tempo foram prioritários, como expansão dos equipamentos de consumo coletivo, crescimento desordenado, regras de uso do solo e movimentos sociais, foram substituídos nos gabinetes de prefeitos e governadores pelo de competitividade entre as cidades. Dessa maneira, as atenções afastam-se dos cidadãos e miram a competição pela atração de investimentos de capital e tecnologia estrangeiros, pela atração de indústrias e do turismo. Evidentemente, os investimentos não acontecem sem uma contrapartida dos governos locais; em outras palavras, sem que o governo local ofereça um pacote considerável de ajuda e incentivos fiscais.

Para por em prática a lógica do plano estratégico, torna-se necessário o banimento da política e a eliminação do exercício da cidadania. Para tanto torna-se necessário convencer a população de a melhor alternativa só pode ser planejado pelos especialistas. Os megaprojetos ganham, então, grande relevância, pois sua grandiosidade parece legitimá-los. Vivemos tempos dos grandes escritórios, das *griffes* e franquias. Assim, é preciso atrair o capital para investir nas cidades.

Ao tentar “vender” a cidade, o foco encontra-se nos atributos valorizados pelo capital, tais quais centros de convenção, parques tecnológicos – atualmente, mas do que nunca, priorizando a biotecnologia e as tecnologias de comunicação e informação – , as firmas de assessoramento a investidores e empresários, segurança, centros culturais e de entretenimento, *world trade centers*, *shopping centers*, renovações e enobrecimento de áreas degradadas etc.

Não é à toa que autores como Borja e Castells (1997) defendem a importância de ter um centro urbano de gestão e serviços avançados, além de ter também um eficiente sistema de telecomunicações, hotéis de luxo, empresas financeiras e de consultoria, além de um mercado de trabalho local qualificado, e de baixo custo, em serviços de infra-estrutura tecnológica. Esse receituário seguido faz com que todos os planos estratégicos assemelhem-se muito, independentemente da localização e da história das cidades em questão.

Todavia, se não há dúvidas de que tal receituário visa ao mercado externo, importa acrescentar que essa abertura é seletiva, já que não interessam visitantes em geral. Isso significa dizer que imigrantes pobres, vindos de regiões ou de países igualmente pobres não são bem-vindos. Portanto, Vainer (2000) acredita que quando a cidade é transformada “em coisa a ser vendida e comprada, tal como a constrói o discurso do planejamento estratégico, a cidade não é apenas uma mercadoria mas também, e sobretudo, uma mercadoria de luxo, destinada a um grupo de elite de potenciais compradores: capital internacional, visitantes e usuários solváveis”. Os governos procuram criar um ambiente favorável aos negócios desejados e, assim, atrair o capital.

Dessa maneira é comum ouvirmos expressões do tipo: as cidades competem entre si por mais investimentos; as cidades buscam desenvolver sua capacidade de inovação. Mas o que é isso? As cidades não são agentes nem atores sociais. A produção do espaço se dá através de relações sociais espacialmente fundamentadas, em que se encontram em ação distintos atores sociais com objetivos diferentes, que por vezes estão em profunda tensão, e que interagem através de suas práticas espaciais.

É preciso ter em conta que o espaço é produzido com uma intencionalidade e que há uma interação com a sociedade, inclusive contribuindo para criar permanências, mobilidades, inquietações e, portanto, busca de possibilidades de transformações. Essa certeza é que levou o geógrafo brasileiro Milton Santos (1996, p. 257) a afirmar que o espaço geográfico é ao mesmo tempo “uma condição para a ação; uma estrutura de controle, um limite à ação; um convite à ação”. E talvez seja esse o caminho... a ação! Mas é preciso pensar em um planejamento para além daquele pensado pelos tecnocratas. É preciso pensar em participação, em autogoverno, em autogestão... mas isso exige comprometimento de todos