

Revitalização Urbana, Lazer e Turismo

Revista Rosa dos Ventos

5(4) 592-601, out-dez, 2013

© O(s) Autor(es) 2013

ISSN: 2178-9061

Associada ao:

Programa de Mestrado em Turismo

Hospedada em:

<http://ucs.br/revistarosadosventos>



Margarita Barretto¹

RESUMO

O objetivo desta pesquisa foi o de registrar a percepção de diferentes atores sociais sobre o processo de revitalização da Rua Vidal Ramos, no Centro Histórico da cidade de Florianópolis, Santa Catarina. Tratou-se de uma pesquisa de caráter exploratório, apoiada por pesquisa documental, com observação não participante, entrevistas semiestruturadas e registro fotográfico. O estado atual da rua foi aprovado por todos os atores sociais entrevistados, o que incluiu idealizadores do projeto, lojistas, moradores e transeuntes. Tais resultados podem contribuir com as discussões sobre revitalização e gentrificação, constituindo-se em inovação enquanto tema de pesquisa na cidade de Florianópolis.

Palavras-chave: Turismo. Lazer Urbano. Patrimônio. Revitalização Urbana. Florianópolis, SC.

ABSTRACT

Urban Renewal, Leisure and Tourism - The scope of the research was to learn how different social actors experienced the outcome of Vidal Ramos St. renewal process. The street is located at the historic center in Florianópolis (Santa Catarina State, Brazil). It was an exploratory research, relying on documental sources, non-participant observation, interviews and photographic registration. The present feature of the place got the approval of all interviewees, including masterminds, store owners, dwellers and by passers. The results may contribute with discussions on gentrification and refurbishing issues which is a novel subject in Florianópolis.

Keywords: Tourism. Urban leisure. Heritage. Urban refurbishment. Florianópolis, SC, Brasil.

¹ **Margarita Barretto** – Doutor. Estágio Pós-Doutoral em Antropologia, UFSC. Graduada em Turismo. Bolsista PP do CNPq e professora voluntária na Universidade Federal de Santa Catarina. Professora da Fundação Universidade Regional de Blumenau. E-mail: barretto.margarita@gmail.com

INTRODUÇÃO

Os espaços públicos são, ou deveriam ser, para todos. No entanto, a medida do crescimento das cidades houve uma apropriação de alguns setores das mesmas, por diferentes atores sociais, o que levou, aos poucos, à segregação espacial. Dito de outra forma, tomando de empréstimo observações de Leite (2002), o espaço urbano deixa de ser público; passa a ser de certa forma 'privatizado' para uso de um grupo social e não por estar interdito para os outros grupos, mas porque estes últimos evitam aqueles espaços. Esta situação dá-se tanto quando uma parte da cidade se torna muito elitizada e é evitada pelas classes menos favorecidas, quanto em situações inversas, em que classes médias e altas evitam lugares chamados populares, ou em situações em que grupos sociais considerados marginais (mendigos, usuários de drogas, desabrigados) ocupam espaços que são evitados, na medida do possível, por todas as classes sociais, numa situação paradoxal na qual, aqueles que, conforme Zukin (1980), estão destituídos de poder (econômico, político e de decisão) tem o poder de excluir os que o tem.

Os processos de reestruturação e remodelação urbana, conhecidos pelos nomes de qualificação, requalificação ou revitalização, ou pelo anglicismo gentrificação, permitem que os espaços urbanos retomem seu caráter público (Leite, 2002). No entanto, tal tem sido alvo de muita discussão, sobretudo em função da eliminação nestes espaços, de moradores pertencentes às classes menos favorecidas.

Neste artigo serão utilizados os termos revitalização e gentrificação. A revitalização é um processo que envolve um esquema abrangente, para solucionar uma série de problemas urbanos, incluindo os de moradias deficientes, obsoletas ou pouco saudáveis, tanto que muitos dos projetos de revitalização têm sido conduzidos por departamentos de Saúde. Também a revitalização inclui a melhora do transporte e do trânsito, a regulamentação do uso do solo e o combate à marginalidade. O primeiro projeto de revitalização urbana citado pela literatura acadêmica é o do Barão Haussmann, no século XIX, cujo objetivo era o de adequar Paris às necessidades de circulação da sociedade industrial. Tratava-se de um projeto destinado a 'higienizar' a cidade (Choay, 2001), mas não só. Também visava dificultar as barricadas operárias e facilitar a ação da cavalaria na 'manutenção da ordem' (Leite, 2002).

Na década de 1960 inicia-se o chamado processo de desindustrialização, levando a muitos protestos sociais (Harvey, 1989). A sociedade entra na era pós-industrial, em que o setor de serviços (o terceiro setor da economia) passa a prevalecer sobre o segundo. Grandes fábricas ficam vazias, depósitos ficam ociosos. Como parte de uma estratégia de revitalização, que incluía melhora da circulação urbana e desafogamento de trânsito e dos espaços centrais, foram criados distritos industriais, centros administrativos, centros empresariais e outros, longe dos centros das cidades. Por outro lado, o afastamento dos centros era uma forma de – sem precisar apelar à cavalaria – impedir a concentração de operários, empregados e minorias que defendiam seus direitos, entre outras.

Como resultado, os centros das cidades foram sendo esvaziados, aumentou a presença de moradores de rua, o tráfico de drogas, a prostituição. Os centros das cidades tornaram-se lugares perigosos, que devem ser evitados. Algo similar aconteceu nas zonas portuárias, onde, devido à difusão dos *containers*, os prédios antes utilizados como depósitos de mercadorias foram abandonados. Anos depois, a partir destes resultados indesejados, a revitalização toma

um novo rumo, passando a promover a reconstrução de estruturas deterioradas, a reforma de prédios de importância histórica para sua reutilização e proteção do patrimônio.

Um conceito que está intimamente associado ao de revitalização é o de gentrificação – *gentrifying* no original, em idioma inglês –, que quer dizer enobrecimento e é atribuído à socióloga, (naturalizada) inglesa, Ruth Glass, que o criou em 1964 quando descrevia o processo pelos quais os bairros operários de Londres começavam a ser ‘invadidos’ pelas classes médias altas e baixas. Estas reformavam os sobrados, elevavam os preços do mercado imobiliário e, com isso, expulsavam a classe operária do local, levando a uma reconfiguração sociocultural do bairro. O conceito carrega uma conotação negativa, enfatizando a exclusão das classes menos favorecidas. São muitos os casos citados pela literatura, havendo inclusive movimentos internacionais contra a gentrificação². A crítica alicerça-se nas observações de Glass, antes comentadas. Os lugares, antes da gentrificação, tinham moradores ligados à histórica local, que por sua vez tinham empregos ou subempregos nas redondezas e foram obrigados a mudar para bairros afastados. Isto os prejudicou, não necessariamente pela perda do emprego, mas pela dificuldade em acessar o seu local de trabalho, uma vez que dependem de transporte público, que é escasso ou inexistente.

Em defesa tanto do processo de revitalização quanto da gentrificação, pode-se lembrar de que, ao contrário do acontecido em Londres, os primeiros trabalhos de revitalização urbana em Bolonha (Itália) foram projetos destinados à classe trabalhadora (Gagliardi, 2011). Por outro lado, as dificuldades ocasionadas pela falta de transporte têm gerado problemas também em lugares onde as pessoas não foram deslocadas para deixar lugar a outra classe social, mas onde foram construídos bairros populares para atender vítimas de desastres naturais; é um problema mais amplo de infraestrutura urbana deficiente. Também se deve tomar em conta que a exclusão social sugerida pelo termo gentrificação não surge exclusivamente a partir da revitalização. O estágio do sistema capitalista nas últimas décadas do século XX levou à polarização socioeconômica. O capital e os fluxos das mercadorias manipulam os mercados de trabalho, criando o que Dear e Flusty (1999) denominam com os neologismos de ‘cyburguesias’ de um lado e os permanentemente marginalizados do outro, enquanto as cidades se transformam em espaços descontínuos e fragmentados.

Em muitos lugares, a revitalização e/ou gentrificação permitiu a recuperação dos espaços públicos para uso da classe média, parques, praças, a própria rua. Foram instalados, também, negócios que dinamizaram a economia, além de proporcionar prazer estético, dimensão esta (a estética) que já era apontada por Simmel no início do século como altamente relevante para o indivíduo em sociedade (Simmel, 1991; Frisby, 1991) e que é reconhecida também como importante na pós-modernidade, por autores como Harvey (1990) que, após muito analisar a sociedade, afirma que as práticas estéticas realmente importam. Em muitos casos, a revitalização urbana evitou a destruição de prédios históricos e, por exemplo, na própria Inglaterra, onde começou a ser questionada a gentrificação, houve uma valorização de disciplinas como a história, a etno História, a Antropologia e Geografia, entre outras, que concorreram para a recuperação dos lugares históricos (Lumley, 1988; Urry, 1995)³. Mesmo autores que criticam a revitalização, admitem que “parece indiscutível que essa forma de

² Uma busca simples, na Internet, dá resultados consideráveis.

³ Não há estudos publicados no Brasil para reportar esta situação, no entanto sabe-se por evidência empírica que o Projeto Monumenta, pelo qual o centro de Porto Alegre foi revitalizado teve muita participação da comunidade universitária.

intervenção urbana tem contribuído para criar uma certa rotina estética e uma vida pública” (Leite, 2002, p. 120)

A revitalização de espaços, com recuperação da memória, tem levado também à revitalização de outros tipos de atividades, como festas ou rituais. Boissevain (1996) detectou isto nas suas pesquisas nas ilhas gregas, chamando estas atividades de ‘rituais de revitalização’. Prats (1997) também encontrou este comportamento na Espanha, dando ao fenômeno o nome de ‘ativações patrimoniais’. Mesmo que o lugar tenha sido revitalizado com intenção comercial exclusiva, várias pesquisas mostram que se seguiu a ela um processo de valorização da memória coletiva, esta memória social, exterior ao indivíduo, estendida no tempo, que guarda, arquivados, fatos há muito acontecidos (Halbwachs, 1968). A prática também tem levado a uma associação com o Turismo, desde que os espaços revitalizados ou gentrificados, ao mesmo tempo em que se transformam em espaços de lazer urbano, se apresentem como atrativos turísticos.

São inúmeros os exemplos de lugares revitalizados e/ou gentrificados. São tantos os projetos, que já há críticas à reiteração de modelos⁴ e seria entediante reproduzir uma lista neste contexto. Basta dizer que a gentrificação das áreas portuárias tem, na atualidade, sua máxima expressão nos Estados Unidos, onde há um projeto nacional de revitalização das mesmas. Em muitos lugares houve efetiva participação da população nos processos de mudança. Um dos exemplos é o projeto da Baía de Boston, recuperada a partir de 1973 por uma associação mista fundada pela Liga de Mulheres Votantes e a Associação de Navios (Barretto, 2007). No Brasil, há casos bem sucedidos e outros, muito criticados, como o é o do Pelourinho, na cidade de Salvador (BA). De acordo com Sotratti (2005), no Pelourinho houve um projeto oficial centralizador, no qual as decisões foram tomadas sem a participação da população. Não houve ali revitalização no sentido estrito de dar nova vida ao lugar, porque o mesmo se transformou em uma área somente turística e comercial na qual, na data da pesquisa acima referida, dos 1.307 imóveis na área de intervenção, apenas 185 continuavam como residenciais.

No caso do centro de São Paulo, o projeto não atingiu seus objetivos de revitalização total, porque não foram tomadas outras medidas estruturais para o manejo da cidade e tampouco considerado o problema social da mesma (Yazigi, 2006). Já em Recife, pode-se dizer que o projeto foi bem sucedido, embora se observe certa deterioração na infraestrutura. Houve participação dos empresários locais e do poder público na reformulação, assim como da cadeia de rádio e televisão mais poderosa do País. A rua revitalizada passou a ter um calendário anual de atividades culturais, adquiriu visibilidade e, em 1998, foi tombada pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) (Leite, 2002)⁵. Na atualidade congrega muitos bares e casas noturnas, há feira de artesanato aos domingos e, muito importante, não perdeu o movimento tradicional.

METODOLOGIA EMPREGADA

A Rua Vidal Ramos está localizada no centro histórico da cidade de Florianópolis, Santa Catarina, começando na lateral da Igreja Matriz, na R. Arciprestes Paiva, estendendo-se por

⁴ Harvey (1989) critica o projeto de Baltimore, dizendo que a cidade gentrificada tem “a mesma monotonia serial do modernismo ao qual supostamente substituiria” (pp. 77-78). As paredes ficaram uniformizadas, com tijolo a vista e os mesmos faróis.

⁵ Foi também palco de disputas de legitimação de identidades e de espetacularização e comercialização da cultura.

quatro quarteirões, até a Rua Álvaro de Carvalho. Pode-se dizer que a Rua Vidal Ramos atualmente reúne as características que Relph (*apud* Dear & Flusty, 1999) atribui à paisagem urbana⁶ pós-moderna: elegância, fachadas com aparência antiga, estilo, moda, reconexão com a história e a geografia locais, preferência para os pedestres.

A pesquisa aqui relatada tratou-se de um estudo de caso descritivo e exploratório, no qual não houve hipóteses; procedeu-se mediante observação não participante, assistemática, anotada em diário de campo, utilizando-se como instrumentos o registro fotográfico e a entrevista semiestruturada, que foram gravadas em meio digital⁷. Utilizou-se, ainda, suporte documental e hemerográfico. A pesquisa de campo aconteceu durante uma semana, na qual duas pesquisadoras⁸ observaram a dinâmica da rua, nos três períodos - manhã, tarde e noite -, em dias alternados. O roteiro de entrevistas procurou desvendar as representações de lojistas e transeuntes a respeito do processo de revitalização. Com cada entrevistado, conversou-se sobre suas lembranças da Rua antes da intervenção e como a enxergava naquele momento, sobre se houve algum processo de exclusão, sobre a mudança ou não no público consumidor, sobre as diferenças percebidas no clima social em geral. As entrevistas foram realizadas com diferentes informantes, entre eles, o idealizador do projeto, a atual líder do grupo de lojistas, uma das executoras do projeto, dois zeladores de prédios⁹ e duas pessoas idosas que moram em um prédio localizado no final da rua. Foram também entrevistados gerentes e atendentes de lojas, assim como pedestres. Entre os primeiros, tentou-se equilibrar o ramo de lojas, entrevistando-se funcionários, gerente e/ou proprietários. Também se tentou equilibrar comércios mais novos com comércios mais tradicionais. Entre os pedestres buscou-se equilibrar idades e gênero. Preferiu-se abordar pessoas que estavam sentadas ou olhando vitrines, evitando-se parar pessoas que estavam andando ou distrair pessoas que estavam comprando. Para entrevistar os funcionários das lojas aguardou-se um momento em que não houvesse clientes no local. Entre lojistas e pedestres foram entrevistadas 46 pessoas. Não houve critério de amostragem, mas o de saturação, de Bertaux (1980), pelo qual, quando as repostas passam a se repetir, não acrescentando mais dados à pesquisa, considera-se número satisfatório.

O PROCESSO DE REVITALIZAÇÃO

O projeto de revitalização da Rua Vidal Ramos, no Centro Histórico da cidade de Florianópolis, começou no ano de 2007, por iniciativa de alguns comerciantes sob a liderança do então presidente da Associação Comercial e Industrial de Florianópolis (ACIF). A Rua é paralela à três ruas comerciais, a Conselheiro Mafra e a Felipe Schmidt, que concentram a maior parte do comércio do centro da cidade, e a Tenente Silveira, que tem algumas lojas, muitas instituições financeiras, vários edifícios públicos, entre eles a Biblioteca Pública Municipal. Tratava-se de

⁶ O autor diferencia, em inglês *cityscape* que seria paisagem da cidade grande e *townscape* que seria a paisagem de uma cidade pequena e se refere a esta paisagem urbana pós-moderna como *townscape*, ou seja, uma paisagem que tenta dar a sensação de um ambiente menos impessoal, mais acolhedor.

⁷ Somente uma entrevista não foi gravada, a concedida por uma senhora de 84 anos que não achou que seu depoimento pudesse ser interessante. No entanto concedeu duas horas do seu tempo à pesquisadora, tomando café e passeando pela rua de braço dado.

⁸ A autora agradece a colaboração desinteressada da Arq. Jacinta Milanez, na época Mestranda do Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da UFSC.

⁹ Os zeladores ofereceram informações interessantes, não apenas pelo contato que têm com os moradores mas porque os dois prédios estavam equipados com câmeras que permitiam uma visão total do quarteirão, portanto eles puderam nos informar sobre o movimento em geral.

uma Rua pouco freqüentada; muitas pessoas entrevistadas comentaram que nunca tinham chegado até a mesma, embora fossem frequentadores do centro. A Rua era “pacata”, definem os entrevistados, descuidada, perigosa a partir do entardecer - “dava medo na hora de fechar a loja”, declara uma atendente de relojoaria -, nos dias de chuva “os esgotos retornavam”, comenta o idealizador do projeto.

Como nos casos internacionais estudados nos processos de gentrificação e/ou revitalização, o centro comercial de Florianópolis foi afetado pela descentralização administrativa, pelo crescimento de centros comerciais em bairros (Canasvieiras, Ingleses, Lagoa da Conceição), além da instalação de três grandes *shopping centers*. O idealizador do projeto se inspirou numa rua de São Paulo e, inicialmente, tentou realizar o projeto em outras ruas do centro que estavam em condições similares; no entanto, não encontrou eco nos lojistas. Na Vidal Ramos foi diferente, havendo adesão de mais de 30% dos comerciantes, que há mais de dez anos tinham a ideia de revitalizar a Rua. O projeto, inaugurado em março de 2012, chamou-se Shopping a Céu Aberto, igual ao de São Paul, e com a mesma forma de gestão de um shopping, com promoções em comum e divulgação nos meios em conjunto, de forma a otimizar os custos de administração e a obtenção de benefícios para todos¹⁰. Foi feita uma parceria público-privada. Por convênio, a Prefeitura Municipal realizou a infraestrutura (esgoto sanitário, os cabos de luz subterrâneos e pavimento). O Instituto de Planejamento Urbano de Florianópolis (IPUF) projetou o desenho urbano, planejou os toldos e placas, a sinalização da Rua. Os lojistas custearam as marquises e placas, os bancos, as jardineiras e as lixeiras. A vegetação implantada foi doadas por duas grandes empresas locais e é mantida pelos próprios lojistas. Foi realizado um convênio com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) para realização de um programa de treinamento e capacitação para atendimento, para lojistas e seus empregados, e ministrados cursos de vitrinismo.

Figura 1- Detalhe de banco, lixeira, floreira, placa padronizada e calçada acessível



Fonte: A autora (2013)

¹⁰ Por exemplo um convênio para que o recolhimento de lixo aconteça em determinado horário e que todos os lojistas coloquem o lixo em determinado lugar nesta hora.

A rua passou a ser um espaço de trajetos, ou seja, de fluxos recorrentes (Magnani, 2002). Pessoas que transitavam pelas ruas paralelas passaram a utilizar a Vidal – como é chamada por todos - porque “*gostam mais*”. Utilizando ainda os conceitos de Magnani, pode-se dizer que está se constituindo numa mancha de lazer urbano, com bancos para sentar e cafés. As marquises, além de darem uniformidade estética, protegem da chuva e do sol, o que, conforme os lojistas, propicia o aumento das vendas nos dias de mau tempo e nos horários de calor extremo no verão. Os moradores e transeuntes também elogiaram a proteção das marquises.

Os transeuntes entrevistados lembram que era uma rua comum, que em muitos casos eles sequer conheciam. Os moradores não transitavam por ela a não ser o imprescindível, a qualificando como “*abandonada*”. Já os lojistas lembram que era uma Rua desorganizada, suja, pacata, “*esburacada*”; comentam que tinham medo na hora de abrir as lojas pela manhã ou na hora de fechar, à noite. Um comerciante comentou que sua loja foi assaltada por duas vezes e outra que disse que havia estabelecimentos assaltados quatro ou cinco vezes¹¹.

Figura 2- Antes



Fonte: A Autora (2013)

Figura 3- Depois



Fonte: A Autora (2013)

¹¹ Desde que estava-se trabalhando com percepções o número exato não é importante.

De acordo com todos os entrevistados, a Rua melhorou muito, sob todos os pontos de vista. Respostas como “adorei”, “amei”, “ficou maravilhosa” apareceram reiteradamente nas entrevistas com os pedestres e moradores, assim como os adjetivos *agradável* e *gostosa*. “Essa beleza e essa atenção que está sendo dada para a rua da sensação de segurança, da vontade de comprar, dá vontade de tomar um café”, disse a gerente de uma loja de roupas.

Observou-se muito movimento dentro das lojas; em algumas, especialmente, mais do que em outras, ao ponto de não ser possível encontrar um momento oportuno para realizar entrevistas com os funcionários e/ou gerentes. Os lojistas entrevistados não reportam nenhum processo de exclusão de antigos lojistas ou de substituição de lojas antigas por novas empresas. Afirmam que houve aumento no movimento da Rua, embora não necessariamente do faturamento¹², mas todos entendem que isso é uma questão de tempo: estão contentes, há melhor clima de trabalho, vêm à loja com mais vontade¹³. Estão orgulhosos de a Rua estar sendo comentada, inclusive por estrangeiros, e esperam que no futuro ela possa se tornar um atrativo turístico para ajudar a quebrar a sazonalidade¹⁴, característica de Florianópolis. Também relataram estar acontecendo um fato inesperado: a entrega de *currículo* por parte de funcionários que estão trabalhando em “lojas boas” dos *shoppings*, e que manifestam interesse em trabalhar em lojas boas do centro.

Quase todos os pedestres entrevistados dizem não encontrar diferença de preços entre as lojas da Vidal Ramos e as outras lojas do centro, observando que há também lojas caras e lojas baratas nas outras ruas. A observação empírica também permitiu constatar que os preços não são diferentes e até havia lojas com descontos, oferecendo preços mais baratos do que em outras lojas da cidade. A zeladora de um prédio, entrevistada na qualidade de informante, disse que comprava em algumas lojas da Vidal.

Os bancos são alvo de elogios. As pessoas utilizam expressões como “é demais poder sentar”. E um senhor que usava muletas comentou que sua vida seria mais fácil “se toda rua fosse assim”. Dentre os transeuntes entrevistados, somente uma pessoa, que identificou-se como socióloga moradora de uma cidade vizinha, criticou o projeto urbanístico, avaliando que os bancos tinham ficado muito próximos da Rua o que era perigoso, porque alguém podia ser atropelado por um carro. Observou-se que muitas pessoas se cumprimentavam e que havia grupinhos pequenos nas portas, principalmente de lanchonetes e cafés. Um jovem, que estava com quatro amigos, comentou que “este projeto bate com a maneira de ser do manezinho¹⁵, de conversar, de se reunir¹⁶”. O zelador de um prédio comentou que ao entardecer vários vizinhos, mais idosos, desciam e ficavam na rua, na frente do prédio, confraternizando.

¹² Um lojista comentou que suas vendas tinham aumentado e que suas vendedoras que trabalham com comissão estavam ganhando o dobro do que no ano anterior; houve outros (poucos) que também comentaram que o faturamento tinha aumentado.

¹³ Somente duas atendentes entrevistadas declararam que para elas nada tinha mudado.

¹⁴ Afluência de turistas somente durante as estações quentes do ano, fenômeno que afeta todos os destinos de sol e praia.

¹⁵ Nativo de Florianópolis (SC)

¹⁶ De fato, há em Florianópolis uma tradição de reunir-se nas praças ou em determinadas esquinas. Exemplos de pontos de reunião são o “senadinho”, na esquina das ruas Felipe Schmidt com Trajano, e Rua dos Ilhéus com Tenente Silveira, onde há inclusive mesas para jogar dominó e que reúnem muita gente.

Um dado importante é que os prédios foram beneficiados com a instalação de esgotamento sanitário, e uma nova rede pluvial, porque nos últimos anos, quando chovia, a Rua alagava. Também a iluminação pública foi trocada, colocando-se lâmpadas *led*, com maior luminosidade e, portanto, oferecendo mais segurança à noite. Uma das respostas que mais surpreendeu na pesquisa foi quanto ao estreitamento da Rua, para a passagem de carros, e a proibição de estacionamento ao longo de praticamente toda a Rua. Os lojistas e os pedestres entrevistados utilizaram adjetivos como ideal, ótimo para não haver acidentes e para que os pedestres possam estar a vontade. Uma entrevistada, que trabalha em escritório, comentou que os colegas se queixavam bastante por não ter onde estacionar, fundamentalmente em dias de chuva, e que alguns inclusive estavam optando por vir de ônibus ao trabalho, mas agregou que *“cada um deve solucionar seus problemas, a rua está ótima do jeito que está”*

Foram encontrados também contra usos: “usos que podem alterar a paisagem e imprimir outros sentidos [...] aos lugares e espaços da cidade” (Leite, 2002, p. 121). Foram observadas (e entrevistadas) várias pessoas que estavam sentadas nos bancos públicos portando sacolas de lojas populares, que não estão localizadas exatamente na Vidal, mas em ruas que cortam a mesma. Estas pessoas não são consumidoras das lojas da Rua, porém a utilizam como trajeto e também como espaço de descanso e lazer.

Durante o trabalho de campo não foram encontrados nem moradores de rua nem agentes policiais e este foi um ponto sobre o qual houve divergências entre os entrevistados. Para alguns, a segurança melhorou, enquanto que outros declaram que *“há somente policiamento aos sábados”*. Também há informações desencontradas quanto aos moradores de rua. Os coordenadores do projeto dizem que não há mais mendigos dormindo. No entanto, a zeladora de um prédio comentou que quando ela chega ao trabalho, às 6h da manhã, há mendigos dormindo, que levantam e vão embora.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Do ponto de vista da metodologia da pesquisa, é interessante destacar que as divergências quanto à questão da segurança confirmam que os depoimentos não são suficientes, que é necessário também haver observação e documentação. Constatou-se uma vez mais, que em qualquer grupo social, por pequeno que seja, há tensões entre diferentes atores que têm diferentes interesses (ou desinteresses) cuja percepção do mundo real está contaminada pela subjetividade.

Quanto às mudanças na Rua, pode-se dizer que houve um processo de revitalização em todos os aspectos de infraestrutura, saneamento, trânsito, iluminação, recuperação de fachadas e também certo enobrecimento ou gentrificação, na medida em que as lojas ficaram mais glamorosas e passaram a ser frequentadas pelo público antes confinado nos *shoppings*. No entanto, não houve um processo de expulsão de classes menos favorecidas, nem entre os donos do comércio, nem entre as pessoas que circulam na rua, que incluem aquelas que sentam nos bancos com suas sacolas de lojas populares e também desfrutam da dimensão estética do novo visual.

A sociedade capitalista levou à existência de grupos marginais, seja pela pobreza ou pela anomia. A revitalização urbana não inclui estes despojados, mas inclui uma classe social que tem sido também prejudicada a partir do último quartel do século XX, a classe média.

Enquanto não houver projetos políticos para incluir todas as classes sociais, porque o modelo econômico escolhido – o neoliberalismo - é excludente, considera-se que projetos para incluir, pelo menos, as classes médias são bem-vindos.

REFERÊNCIAS

- Barretto, M. (2007). *Cultura e Turismo. Discussões contemporâneas*. Campinas: Papirus.
- Bertaux, D. (1980). L'Approche biographique: sa validité méthodologique, ses potentialités. *Cahiers Internationaux de Sociologie* XIX. Paris: PUF
- Boissevain, J. (1996). *Coping with tourists. European reactions to mass tourism*. Oxford: Berghahn Books
- Choay, F. (2001). *A alegoria do patrimônio*. São Paulo: Unesp.
- Dear, M. & Flusty, S. (1999). The postmodern urban condition. In: Featherstone, M. & Lash, S. (orgs.) *Spaces of culture. City-nation-world*. London: Sage, pp. 64-85.
- Frisby, D. (1991). The aesthetics of modern life: Simmel's Interpretation. *Theory, Culture and Society* V.8. London: Sage, pp. 73-93.
- Gagliardi, C. (2011). Um grande projeto entre o mar e as colinas: a renovação urbana da cidade italiana de Gênova. *Cadernos Metropole*, São Paulo, v. 13, n. 25, pp. 123-143, jan/jun.
- Halbwachs, M. (1968). *La mémoire collective*. Paris: Pres Univ. de France.
- Harvey, D. (1989). *The condition of postmodernity*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Leite, R.P. (2002). Contra usos e espaço público: notas sobre a construção social dos lugares na Manguetown. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, V.17, n.49.
- Lumley, R. (1988). *The museum time machine*. London: Routledge.
- Magnani, J.G.C. (2002). De perto e de dentro. Notas para uma etnografia urbana. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. V. 17, n. 49.
- Prats, L. (2005). Concepto y gestión del patrimonio local. *Cuadernos de Antropología Social*, n. 21, pp. 17-35.
- Simmel, G. (1991). The problem of style. *Theory, Culture and Society*. V.8. London: Sage, pp. 63-71.
- Sotratti, M A. (2005). *Pelas ladeiras do Pelô: A requalificação urbana como afirmação de um produto turístico*. Dissertação de Mestrado em Geografia. IG. Unicamp.
- Urry, J. (1995). *The tourist gaze*. Leisure and travel in contemporary societies. London: Sage.
- Yazigi, E.A. (2006). *Esse estranho amor dos paulistanos*. Requalificação urbana, cultura e turismo. Brasília: CNPq, São Paulo: Global.
- Zukin, S. (1980). *Landscapes of power*. Berkeley: University of California Press.