



TÁTICA E ESTRATÉGIA EM DISPUTA

O CAMINHAR
NA CIDADE COMO
TENDÊNCIA
DE CONSUMO

Bárbara Brena Rocha dos Santos
Orientação Prof^a. Dra. Paola Berenstein Jacques
Coorientação Prof^a. Dra. Junia Cambraia Mortimer
Salvador | Dezembro de 2018







TÁTICA E ESTRATÉGIA EM DISPUTA

O CAMINHAR
NA CIDADE COMO
TENDÊNCIA
DE CONSUMO

*Aos amigos
que a Bahia me deu:*
**força e motivação do
meu caminhar**

/

BÁRBARA BRENA ROCHA DOS SANTOS

TÁTICA E ESTRATÉGIA EM DISPUTA:

O CAMINHAR NA CIDADE COMO TENDÊNCIA DE CONSUMO

9

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da Faculdade de Arquitetura da Universidade Federal da Bahia, na linha de processos urbanos contemporâneos do PPGAU-FAUBFA como requisito para a obtenção do título de Mestre em Arquitetura e Urbanismo.

Sob a orientação da Prof^a. Dra. Paola Berenstein Jacques e coorientação da Prof^a. Dra. Junia Cambraia Mortimer.



Salvador | **Dezembro de 2018**

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Universidade Federal da Bahia (UFBA)
Sistema Universitário de Bibliotecas (SIBI)
Biblioteca da Faculdade de Arquitetura (BIB/FA)**

S237

Santos, Bárbara Brena Rocha dos.

Tática e estratégia em disputa [manuscrito] : o caminhar na cidade como tendência de consumo / Bárbara Brena Rocha dos Santos. – Salvador, 2018.

223 p. : il.

Cópia de computador (printout(s)).

Dissertação – Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Arquitetura, Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo, Mestrado em Arquitetura e Urbanismo. 2018.

Orientadora: Profa. Dra. Paola Berenstein Jacques.

1. Sociologia urbana. 2. Antropologia urbana. 3. Consumidores - Atitudes. 4. Economia urbana. I. Jacques, Paola Berenstein. II. Universidade Federal da Bahia. Faculdade de Arquitetura. III. Título.

CDU: 316.334.56

Responsável técnico: Ramon Davi Santana – CRB/5-1972



ATA DA SESSÃO DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE Mestrado EM ARQUITETURA E URBANISMO DA MESTRANDA
BARBARA BRENA ROCHA DOS SANTOS

Ao terceiro dia do mês de dezembro de dois mil e dezoito, reuniu-se por convocação do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo, a comissão composta pelos professores doutores Paola Berenstein Jacques, Junia Mortimer, Ana Fernandes e Adriana Mattos de Caúla e Silva sob a presidência da primeira, na qualidade de orientadora da dissertação, para proceder ao exame do trabalho apresentado pela mestranda Barbara Brena Rocha dos Santos intitulado "**Tática e estratégia em disputa: O caminhar na cidade como tendência de consumo**".

O ato teve início às 14:00 horas, tendo sido concedido à mestranda cinquenta (50) minutos para exposição resumida dos conteúdos do seu trabalho. De acordo com as normas que regulam a matéria, cada examinador fez suas observações e levantou questões, que foram respondidas pela candidata.

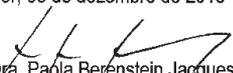
Concluído o exame, os professores atribuíram as seguintes indicações:

Profa. Dra. Paola Berenstein Jacques	APROVADA COM DISTINÇÃO
Profa. Dra. Junia Mortimer	APROVADA COM DISTINÇÃO
Profa. Dra. Ana Fernandes	APROVADA COM DISTINÇÃO
Profa. Dra. Adriana Mattos de Caúla e Silva	APROVADA COM DISTINÇÃO

Com o que se julgou a mestranda APROVADA COM DISTINÇÃO, sendo recomendado ao Colegiado de Curso deste Programa de Pós-Graduação que seja concedido à **BARBARA BRENA ROCHA DOS SANTOS** o grau de Mestre em Arquitetura e Urbanismo.

11

Salvador, 03 de dezembro de 2018


Profa. Dra. Paola Berenstein Jacques
Orientadora e Presidente da Banca Examinadora
PPG-AU/FAUFBA


Profa. Dra. Junia Mortimer
Coorientadora e Membro da Banca Examinadora
PPG-AU/FAUFBA


Profa. Dra. Ana Fernandes
Membro da Banca Examinadora
PPG-AU/FAUFBA


Profa. Dra. Adriana Mattos de Caúla e Silva
Membro da Banca Examinadora
PPG-AU/UFF

AGRADECIMENTOS

À Paola Berenstein Jacques, pela escuta atenta e por insistir em que eu caminhasse ao lado de Michel de Certeau.

À Junia Mortimer, pela curiosidade inspiradora e por compartilhar as surpresas que o trabalho ia apresentando.

À Ana Fernandes, leitora atenta e perspicaz, por me ensinar tanto através de suas contribuições.

À Lilian Vaz, pela contribuição na banca de qualificação, e à Adriana Caúla pelo aceite em participar e contribuir com o trabalho mesmo que apenas em seu momento final.

A todos os professores, pesquisadores e amigos que pude ter contato no Laboratório Urbano, espaço de trocas potentes e aprendizado diário.

Às pesquisas coletivas da Cronologia do Pensamento Urbanístico e Arquivo Laboratório Urbano por contribuírem na minha formação enquanto estudante e pesquisadora.

Às professoras Thais Troncon Rosa e Gabriela Gaia pelo compartilhamento do espaço em sala de aula durante o tirocínio e por me fazerem atentar a beleza da profissão de educar.

A Igor Gonçalves Queiroz, quem costumo dizer, brincando, ser um ponto de inflexão na minha vida, por me apresentar a Bahia, o Laboratório e os amigos que passaram a ser meus, pelo caminhar compartilhado deste mestrado em conversas, desabafos, almoços no chico e mergulhos de mar.

À Rafaela Lino Izeli, Rafita querida, pela parceria construída na Cronologia, pelo compartilhar de momentos de crescimento e aprendizado em seminários e artigos escritos em conjunto, por todo o tempo doado ao auxílio e finalização dessa pesquisa, mas sobretudo, pela amizade e por ser um alívio em momentos difíceis, pela casa emprestada em virtude da escrita, pelas pedaladas ao entardecer na orla da barra, pelas caipirinhas dobradas divididas e por simplesmente estar lá.

A Ramon Martins, amigo presente (em todos os sentidos), pelos diálogos enriquecedores e leituras sugeridas à esta pesquisa, assim como pelos momentos de leveza que me arrancam sempre boas risadas.

A Janaína Lisiak, irmã geminiana, pelo compartilhar de tantas experiências vividas em Salvador, por me fazer crescer em diálogos que problematizaram o mundo de uma maneira leve e bonita e pelo abraço sempre acolhedor.

A Dilton Lopes pelo acolhimento, ajuda e carinho sempre pertinentes ao trabalho e ao meu cotidiano.

Às presenças distantes, Ana Luiza Freire, pela parceria despretensiosa e leve desde a graduação; David Emmanuel, pelo cuidado diário; e Joaquim Oliveira, Juca, pelas palavras de carinho e pelo incentivo ao trabalho;

Aos meus pais, Cleidimar e Manoel, por acreditarem, investirem e confiarem na minha formação.

Ao Programa de Pós Graduação em Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal de Arquitetura da Bahia, e ao CNPQ pela bolsa concedida.

E ao mar de Salvador, pelos momentos de respiro e cura.





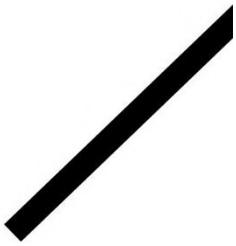
Resumo

“Tática e estratégia em disputa: o caminhar nas cidades como tendência de consumo” busca evidenciar o estado de tensão entre diferentes modos de se pensar e fazer cidade. Marcados ora pela tática, na potência do cotidiano, nos pequenos sucessos, na astúcia ligada às ruas e sobretudo no caminhar como forma elementar da experiência urbana, ora pela ação estratégica do mercado e das grandes instituições ao se apropriar e compartilhar dessas mesmas referências de caminhar e de rua para a venda de produtos, serviços e projetos políticos, muitas vezes antagônicos aos sentidos e intenções que tais referências carregam.

Abstract

"Tactics and strategy in dispute: walking in cities as a consumption trend" seeks to highlight the state of tension between different ways of thinking and making city. Marked now by the tactics, the potency of daily life, small successes, street-willed cunning and above all walking as an elementary form of urban experience, or by the strategic action of the market and the great institutions when appropriating and sharing those same references of walking and from the street to the sale of products, services and political projects, often antagonistic to the meanings and intentions that such references carry.

Keywords: Walk, Tactics, Strategy, Michel de Certeau.





SUMÁRIO

Apresentação | 21

Introdução | 35

1. Tática, estratégia e o caminhar nas cidades | 75

1.1 Tática e estratégia nos passos de Michel de Certeau | 77

Historiador-Vagabundo e Jesuíta Errante | 80

A invenção do cotidiano | 92

1.2 O caminhar nas discussões de cidade | 99

Cidade para pessoas. Cidade de Pedestres.. *Walkable city* | 113

Espectáculo, corpo, exoerência, estratégia | 127

2. Fazer da tática a estratégia | 140

2.1 A Chevrolet e a retomada das cidades | 167

2.2 O MoMA e o urbanismo tático | 183

3. Considerações finais | 209

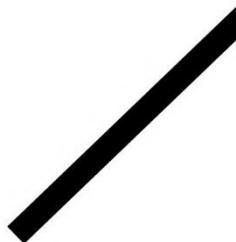
4. Bioliografia | 217





ÁPRE
/ SENTA
ÇÃO







Em um esforço por apresentar a pesquisa que se desenvolverá no decorrer das próximas páginas, e que te acompanhará nesse tempo de leitura que agora passa a ser seu e dela, construo neste momento (neste aqui e agora) um lugar de escrita ao qual me disponho a buscar na memória, narrativas pertinentes à apresentação do trajeto de pesquisa realizado até aqui. Um espaço de conversa em que tentarei ressaltar as escolhas tomadas com o intuito de evidenciar a lógica de pensamento construída.

Para além de narrar aquilo que a pesquisa veio a se tornar, o que busco revelar neste momento é parte de um processo anterior a conformação da organização final do trabalho. As tensões que busco trazer nesta apresentação são frutos de encontros, intenções, caminhos e reviravoltas construídos e vivenciados no decorrer de todo o mestrado. Não se pretende ainda oferecer respostas, mas abrir a discussão e preparar a caminhada de leitura no intuito de auxiliar na compreensão do trabalho.

Começo por dizer que este mestrado parte de um desejo por seguir investigando¹ a experiência do caminhar como potência para se pensar, perceber e produzir cidade. Entendendo nesta prática do corpo em movimento, em contato com o

¹ Desenvolvi, no segundo semestre de 2015, a pesquisa intitulada *A pé: uma narrativa sobre a experiência do pedestre no centro histórico de Natal*, como Trabalho Final de Graduação na Universidade Federal do Rio Grande do Norte, e vislumbrava a possibilidade de ampliá-lo durante o mestrado.

chão e com as ruas, uma ferramenta de apreensão e ação urbana que aponta para a possibilidade de um “urbanismo mais incorporado”².

Meu encantamento com a maneira de se pensar a cidade e o urbanismo a partir do corpo em movimento acontece no final da graduação, como um despertar para algo novo: um universo de possibilidades e referências que até então eu desconhecia. Posso dizer que este vislumbre muito se deu pelo encontro, mesmo antes do ingresso ao mestrado, com o grupo de pesquisa Laboratório Urbano, espaço que viria a se tornar um potente lugar de troca e aprendizado durante os anos de curso.

24

Pude me aproximar de debates e pesquisas desenvolvidas pelo grupo por meio de livros, periódicos e artigos publicados entre 2003 e 2014 nas plataformas digitais do Laboratório. E o interesse em desenvolver um projeto de mestrado que abordasse a experiência urbana e o caminhar nas cidades foi fruto deste contato, em especial com *Elogio aos errantes* de 2012, de Paola Berenstein Jacques, coordenadora do grupo, assim como os textos da Revista Redobra desenvolvidos durante a pesquisa coletiva *Experiências metodológicas para a compreensão da complexidade da cidade contemporânea*, estabelecida entre 2011 e 2014.

Foi o momento em que me atentei ao caminhar descrito na astúcia das práticas cotidianas de Michel de Certeau em *Invenção do cotidiano: 1. Modos de fazer* (2014) entendido ali como a forma mais elementar de experiência urbana; e também foi o tempo em que segui passos zonzos descritos por Francesco Careri

² JACQUES, 2012.

em *Walkscapes* (2002); que descobri a deriva com Guy Debord por intermédio de Paola Jacques em *Apologia à deriva* (2003); e que flanei tanto com Charles Baudelaire e Walter Benjamin, a partir dos escritos da Paris do século XIX, quanto com João do Rio nas deliciosas crônicas a respeito das transformações do cotidiano das ruas do Rio de Janeiro do início do século XX.

No entanto, logo ao iniciar os estudos no programa de Pós-Graduação da Faculdade de Arquitetura da Bahia sob a orientação de Paola Berenstein e co-orientação de Junia Mortimer, pude perceber que os caminhos pelos quais eu previa caminhar e levar a pesquisa durante os anos de mestrado sofreriam desvios significativos. Talvez a primeira grande *tensão* percebida nesta trajetória tenha sido a constatação da necessidade de uma “atualização” do objeto da pesquisa. As pesquisas coletivas vigentes no Laboratório Urbano no momento do meu ingresso já não contemplavam diretamente a questão do corpo em contato com rua e o que meu plano de trabalho propunha a fazer já havia sido amplamente discutido anos antes da minha chegada.

Ao final do primeiro semestre do curso, em uma orientação coletiva com minha orientadora e outros colegas orientandos dela, recebi de presente de um amigo que chegava de viagem uma revista. Ele abriu a publicação em uma página específica e me disse: “Acho que você deveria dar uma olhada nisso”.

“Rio, modo de usar” era a manchete que intitulava uma das páginas da sessão de turismo da Revista Gol, nº 173, de agosto de 2016. A revista é deste tipo de publicação que fica à disposição nos bolsões das poltronas do avião durante o

voo, uma opção rápida de leitura aos passageiros e turistas que viajam pela companhia aérea brasileira. As imagens e os pequenos parágrafos que compunham a página convidavam o leitor a consumir as atrações que movimentavam a capital carioca durante os Jogos Olímpicos de 2016. Entre os recorrentes anúncios - desta vez disfarçados em etiquetas que sugeriam experiências de cidade - eventos, produtos e serviços eram promovidos.

Propunha-se, por exemplo, partir de “Mochilão” pelas 50 casas olímpicas onde cada nação estaria promovendo a sua cultura. Oferecia-se ao visitante curtir um “Samba e muito mais” através da assinatura de um serviço digital de música online com trilhas exclusivas para ouvir nos principais pontos turísticos da cidade. E um dos parágrafos sugeria o leitor seguir por um passeio pelo “Centrão”, ilustrado ali, pelo Museu do Amanhã – a mais nova arquitetura de grife da cidade.

No lateral direita, a última das etiquetas apresentava um personagem conhecido meu: o “*Flâneur*” informava aos turistas que a cidade poderia ser melhor conhecida se a fizessem a pé. Os passeios saiam diariamente e eram orientados por guias bilíngues, divididos em sete roteiros temáticos com 4 horas de duração. Disponíveis enquanto durassem as Olimpíadas.

Estranhámos juntos, naquele dia de orientação, a associação do *Flâneur*, personagem ícone das discussões a respeito do caminhar na cidade moderna, que carrega nos passos lentos e no elogio a ociosidade uma crítica contundente ao processo de modernização das cidades, e que caminha sem destino certo de maneira a se perder, a uma vitrine de experiências ofertada entre as nuvens a serviço do turismo. Estranhámos e percebemos juntos que este estranhamento

poderia ser uma pista para atualização do objeto da pesquisa e um novo caminho de investigação.

Passei a atentar, a partir de então, ao estudo dos processos de mercantilização da vida nas cidades. E escolhi, principalmente por ler a respeito de discussões voltadas ao processo de espetacularização urbana, e associado a ele, a dimensão da venda da cidade pelo turismo e pelo Planejamento Estratégico em meio a uma lógica neoliberal.

A fim de acessar o debate a respeito da venda da experiência pelo turismo recorri a publicação *Corpos e Cenários Urbanos* (2006), organizada por Henri Pierre Jeudy e Paola Berenstein Jacques, que conta com textos de pesquisadores parceiros do Laboratório, em um momento em que as pesquisas realizadas se voltavam para a investigação e a crítica ao processo de espetacularização das cidades contemporâneas.

Minha aproximação com a discussão do Planejamento Estratégico se deu, sobretudo, no contato com a Pesquisa da Cronologia do Pensamento Urbanístico³, na qual passei a fazer parte logo no primeiro semestre do curso.

³ “A Cronologia do Pensamento Urbanístico é uma pesquisa coletiva realizada desde 2002, uma parceria entre uma equipe do Laboratório Urbano do PPG-AU da FAUFBA, coordenada por Paola Berenstein Jacques, e uma equipe do Laboratório de Estudos Urbanos do PROURB da UFRJ, coordenada por Margareth da Silva Pereira, contando também com uma interlocução com o LAA/LAVUE/CNRS na ENSAPLV em Paris, coordenado por Alessia de Biase e, mais recentemente, a partir de 2016, com novas equipes participantes na UnB, coordenada por Ricardo Trevisan, e na UFMG, coordenada por Rita Velloso). O site da Cronologia do Pensamento Urbanístico é uma ferramenta que permite, desde sua primeira versão de 2003, cartografar e historiografar as redes

Pude acessar a discussão que se dava em uma das frentes da pesquisa, que naquele momento construía uma investigação em torno de questões que atravessavam a publicação do Plano Estratégico Econômico e Social Barcelona 2000⁴, modelo que passa a ser replicado na América Latina no início do séc. XXI, e que instaura um momento de competição entre as cidades afim de torná-las globais. Em contato com as principais referências mobilizadas pela Cronologia, acessei a crítica a esse processo de homogeneização e venda da cidade em *A cidade do pensamento único: desmanchando consensos*, publicação de 2000 que reúne as visões de Ermínia Maricato, Carlos Vainer e Otília Arantes a respeito do tema.

28

Ainda em diálogo com a pesquisa da Cronologia, iniciei uma investigação a respeito do Urbanismo Tático, atentando à apropriação do termo “Tática”, formulação construída por Michel De Certeau (2014), associada a um discurso a favor da participação popular, frente à falência das instituições governamentais, contribuindo ativamente para o avanço de um projeto neoliberal de governo.

complexas, os campos de debates, de forças ou de tensão entre diferentes ideias – que passamos mais recentemente a chamar de “nebulosas” – que construíram e ainda constroem o pensamento urbanístico.” Retirado do texto de apresentação da pesquisa disponível em: < <http://www.cronologiadourbanismo.ufba.br/leituras.php>>. Acesso em 20 out 2018.

⁴ “O plano estratégico de desenvolvimento, experimentado pela cidade de Barcelona, em vias da realização dos Jogos Olímpicos de 1992, instaurou um modelo de gestão urbana copiado e editado, e também criticado em todo o mundo não apenas pelas mudanças físicas na paisagem e vida urbana, mas principalmente por seus efeitos sociais”. Retirado do verbete: “Publicado o Planejamento Estratégico, Econômico e Social de Barcelona” disponível em: <<https://goo.gl/uUm4cU>>. Acesso em 03 jul 2018.

Percebendo também o uso do caminhante e da experiência daquele que vive a cidade desde a rua como referência comum entre ambos os debates. Aproximei-me dessa discussão principalmente por meio da série de quatro publicações coordenadas pelos urbanistas americanos Mike Lydon e Antony Garcia – “Urbanismo tático: ação a curto-prazo para mudança a longo-prazo” (2011; 2012; 2013; 2014), e pela exposição *Uneven Growth: Tactical Urbanisms for Expanding Megacities* organizada pelo Museu de Arte Moderna de Nova Iorque (MoMA) em 2015.

A respeito da discussão sobre a imposição da lógica neoliberal sobre a sociedade e os processos urbanos, cito *A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal* (2016) de Pierre Dardot e Christian Laval como a obra em que me apresentou o neoliberalismo para além de uma ideologia ou uma política econômica, entendendo que sua força se apresenta principalmente na maneira como emprega técnicas de poder inéditas sobre as condutas de vida e as subjetividades. E ressalto ainda a discussão operada por Evelina Dagnino em *Confluência perversa, Deslocamentos de sentido, Crise discursiva* (2004) a respeito de um projeto neoliberal de governo, evidenciado por ela como cenário político propício aos deslocamentos de sentido, como esclarecedora e essencial para a conformação e entendimento da problemática deste trabalho.

Paralelo a construção de um referencial teórico, segui em busca de imagens, que assim como a Revista *Gol*, demonstrassem a apropriação do discurso do caminhar por interesses do capital. Deparei-me com uma série de produtos audiovisuais de grandes empresas imobiliárias; propagandas de montadoras de

automóveis multinacionais e convites a aberturas de exposições espetaculares que mobilizaram nos últimos anos referências, imagens e discursos do caminhar nas cidades e da experiência de rua em prol da venda de produtos, contribuindo para uma afirmação de ideias neoliberais sobre cidade.

Percebemos, sobretudo a partir das imagens reunidas e confrontadas através do procedimento da Montagem⁵, o caminhar e as reflexões sobre cidade que ele suscita às margens da apropriação do mercado, e buscamos atentar, a partir de então, para a possibilidade em se perceber a discussão contemporânea a respeito do caminhar nas cidades como tendência de consumo. E para abordar o tema das novas maneiras de consumir no século XXI, afim de seguir investigando a respeito da complicação entre vida e capital, recorri a pesquisas, relatórios e informes produzidos pela BOX 1824⁶, agência brasileira de pesquisa de tendências em consumo, comportamento e inovação; e ao conteúdo

30

⁵ Durante o processo de orientação coletiva do qual pude fazer parte, entrei em contato com o “método de conhecimento”/“procedimento formal” da “Montagem”, em que buscávamos através da justaposição entre os fragmentos imagéticos e textuais refletir sobre questões que emergem do choque entre as diferenças percebidas nas imagens e referências encontrados no processo de investigação. Ver mais em: JACQUES, P. B. Montagem urbana: uma forma de conhecimento das cidades e do urbanismo. In: Paola Berenstein Jacques; Fabiana Dultra Britto. (Org.). Memória, Narração, História. 1ed.Salvador: EDUFBA, 2015, v. 1, p. 47-94.

⁶ Fundada em 2004, a Box 1824 recebeu este nome por entender os jovens de 18 a 24 anos como principais influenciadores na sociedade global de consumo. Ver mais em: <www.box1824.com.br>.

disponibilizado pela WGSN⁷, empresa londrina de previsão de tendências que presta consultoria a empresas de diversos setores ao redor do mundo.

Confesso que boa parte do tempo deste mestrado foi dedicado a leitura e investigação de processos estratégicos do mercado; da operação da vida sobre as lentes do consumo e do lucro; e da busca por imagens, representações e propagandas que evidenciassem as lógicas de apropriação e atuação do capital em contato com as questões urbanas. E talvez devido a isso, por vezes fui alertada em orientações, em apresentações nos Seminários Internos do Laboratório e nas bancas de Qualificação 1 e 2 que a pesquisa que se propunha a trabalhar com o caminhar e pensar a cidade com os pés no chão, parecia pairar no ar levada por debates e ideias em que o corpo e o sujeito não tinham vez.

31

Atenta a necessidade de voltar a lançar o olhar sobre o caminhar enquanto prática urbana capaz de evidenciar dissensos no espaço, voltei a ler e reforçar o contato com a inventividade dos passos descrita por Certeau em *A invenção do cotidiano* (1980), obra na qual o autor conduz a leitura por um elogio ao caminhante e ao uso do espaço pelas práticas cotidianas.

Percebi o caminhar em Certeau definido enquanto tática, construída em uma relação de disputa com a noção de estratégia, também apresentada na obra. Sendo a estratégia, o lugar próprio das instituições, dos interesses do mercado,

⁷ “Fundada em 1998 na cidade de Londres, a WGSN transformou o mercado, sendo pioneira na criação de uma biblioteca on-line de tendências.” Ver mais em: <www.wgsn.com/pt>.

do urbanismo e do planejamento hegemônico; e a tática, a astúcia presente nas práticas cotidianas de uso do espaço, no desvio do caminhante, na subversão das ruas e no jogo dos passos.

Além disso, também está em Certeau (2014) uma noção construída a respeito de como os consumidores fazem uso daquilo que lhes é oferecido a consumir. E que está no uso, na prática e no corpo do usuário a chave para se pensar o consumo longe de uma posição de passividade e disciplina.

Sendo assim, as discussões e conceituações oferecidas por Certeau a respeito do caminhar, da tática, da estratégia e do consumo, nos levaram a adotar *A invenção do cotidiano: 1. modos de fazer* como obra articuladora de noções e ideias que atravessam toda a dissertação.

32

E por fim, passamos a entender que a pesquisa não se tratava especificamente do caminhar ou da atuação do capital, do corpo no chão ou de uma tendência de consumo baseada em discursos e ideias. O objeto de investigação se constrói justamente na *tensão* identificada na relação entre tais lógicas antagônicas - da tática e da estratégia, da venda e do uso - e na maneira como se observa a força de cada uma delas, em coexistência e em constante disputa de discursos, imagens e referências comuns.

Foi a respeito dessa *tensão* que busquei escrever e provocar questionamentos por meio do compartilhamento das imagens investigadas durante a pesquisa e da construção dos capítulos que você encontrará nas próximas páginas. O convite a caminhada está feito. Que os próximos passos sejam capazes de te revelar as

nuances de um jogo: uma disputa em que se percebe que a estratégia utilizada nos últimos tempos tem sido fazer da tática a estratégia.

Boa leitura.



INTRO DUÇÃO

RIO, MODO DE USAR

Confira as atrações que movimentam a cidade durante os Jogos e o melhor jeito de aproveitá-las

POR BERNARDO CALIL

EM IMAGENS

Na Galeria da Gávea, os fotógrafos Ricardo Azoury e Luca Atalla apresentam a cidade por ângulos raramente observados na mostra *O Rio visto de cima* (foto). De helicóptero, produziram imagens de cartões-postais e das transformações urbanísticas por causa dos Jogos Olímpicos.

GALERIADAGAVEA.COM.BR.



MOCHILÃO

Mais de 50 países promovem sua cultura nas casas olímpicas, espaços em que o público vai conhecer os costumes de cada nação. Uma das mais tradicionais é a Casa de Holanda, no Clube Monte Líbano. Os visitantes podem praticar esportes e assistir às provas em telões. À noite, DJs comandam a festa.

HOLLANDHEINEKENHOUSE.NL.

36



ENERGIA

Recém-inaugurado na Praia da Barra, perto do Parque Olímpico, o Grand Hyatt Hotel tem dois restaurantes e um gastro lounge de inspiração carioca. Eles oferecerão petiscos criados para o evento, como o kafta de cordeiro (R\$ 25; foto), representando os países africanos. Bom programa para antes ou depois das provas.

RIODEJANEIRO.GRAND.HYATT.COM.

SAMBA E MUITO MAIS

O serviço digital de música Spotify criou para os Jogos a categoria Rio. O assinante encontra ritmos que animam as torcidas, trilhas para ouvir nos pontos turísticos e até os sons preferidos dos atletas.

SPOTIFY.COM/BR.

CENTRÃO

Se o coração das competições é a Barra da Tijuca, o grande ponto de encontro de cariocas e turistas é o Boulevard Olímpico. Na faixa que vai da Praça XV até a revitalizada região portuária – onde está o Museu do Amanhã (foto) –, haverá shows e telões apresentando as competições. Nação Zumbi e Paralamas do Sucesso estão entre as 80 atrações do local.

VISIT.RIO.



FLÂNEUR

Com saídas diárias, turistas podem conhecer melhor a cidade em passeios gratuitos a pé orientados por guias bilingües. São sete roteiros temáticos com 4 horas de duração cada. As opções incluem as regiões da Lapa, Urca e Floresta da Tijuca, entre outras.

RIOWALKINGTOUR.COM.

FOTOS DIVULGAÇÃO

FLÂNEUR

Com saídas diárias, turistas podem conhecer melhor a cidade em passeios gratuitos a pé orientados por guias bilíngues. São sete roteiros temáticos com 4 horas de duração cada. As opções incluem as regiões da Lapa, Urca e Floresta da Tijuca, entre outras.

RIOWALKINGTOUR.COM.

Fragmento A



Fragmento B



Fragmento B





Fragmento C

**Uneven Growth:
Tactical Urbanisms
for Expanding
Megacities
Workshop
Conference
MAK Vienna
10-14 June 2014**

**Design Scenarios
for Six Cities:
Hong Kong
Istanbul
Lagos
Mumbai
New York
Rio de Janeiro**

HKT

Map Office
Hong Kong

Network
Architecture Lab
New York

IST

Superpool
Istanbul

Atelier
D'Architecture
Autogérée
Paris

LAG

Nié
Lagos

Inteligencias
Colectivas
Madrid

MB

Urbz
Mumbai

Poplab MIT
Massachusetts

NY

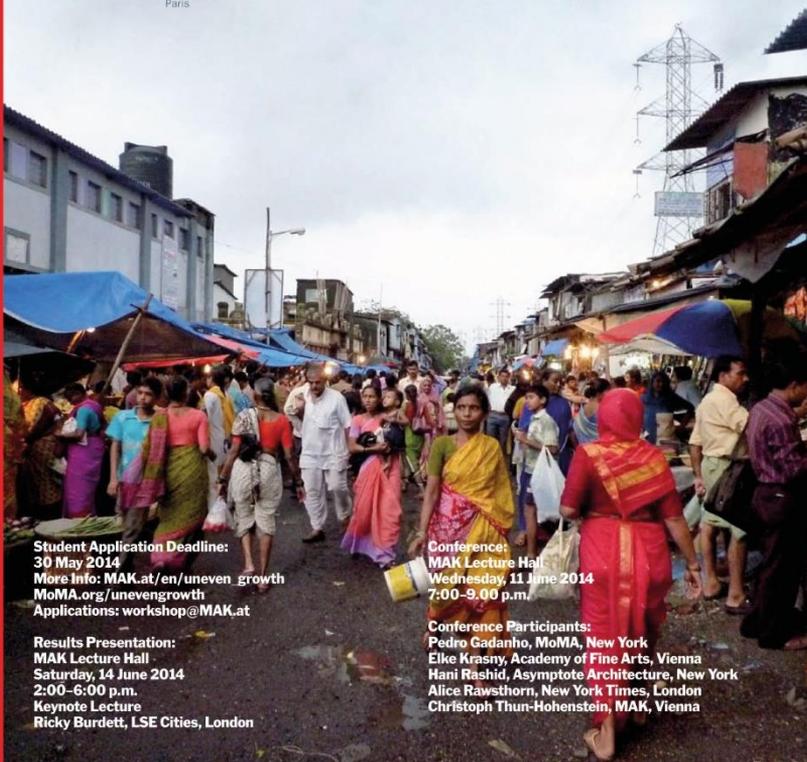
Situ Studio
New York

Cohstra
New York and
Rotterdam

RJ

Rua Arquitetos
Rio de Janeiro

MAS ETH UD
Zurich



Student Application Deadline:
30 May 2014
More info: MAK.at/en/uneven_growth
MoMA.org/unevengrowth
Applications: workshop@MAK.at

Results Presentation:
MAK Lecture Hall
Saturday, 14 June 2014
2:00-6:00 p.m.
Keynote Lecture
Ricky Burdett, LSE Cities, London

Conference:
MAK Lecture Hall
Wednesday, 11 June 2014
7:00-9:00 p.m.

Conference Participants:
Pedro Gadanho, MoMA, New York
Elke Krasny, Academy of Fine Arts, Vienna
Hani Rashid, Asymptote Architecture, New York
Alice Rawsthorn, New York Times, London
Christoph Thun-Hohenstein, MAK, Vienna

MOMA

THE MUSEUM OF
MODERN ART
1185 M STREET
NEW YORK, NY 10028

MAK

MAK - AUSTRIAN MUSEUM OF APPLIED
ARTS / CONTEMPORARY ART
SPARGENSTRASSE 1, 1070 VIENNA, AUSTRIA
WWW.MAK.VIENNA.AU

London School of Economic and Political Science is
organizing the 'Uneven Growth for Expanding Megacities'
Workshop and Conference in collaboration with MoMA
and MAK. The workshop and conference are part of the
MoMA's 'Uneven Growth' series. © 2014 MoMA and MAK





Fragmento **D**





Fragmento **E**



Fragmento **E**







Fragmento **F**





Fragmento **G**



Fragmento **G**

54



O CAMINHAR NAS CIDADES COMO TENDÊNCIA DE CONSUMO



55





Fragmento **G**



Nuvem de fragmentos

Vem, vamo pra rua. Sai de casa, **Vem pra rua**. Vamos ocupar a cidade, vamos exercer o coletivo. Vem, vamo com a gente. Conhecer melhor a cidade em passeios gratuitos **a pé. Que cidade a gente vai querer?** Uma cidade onde as pessoas se fecham atrás dos muros? Ou uma cidade onde as pessoas compartilham **coletividade?** Imagine um lugar assim: onde o progresso é visto nas ruas e não numa bandeira. Vem, vamo pra rua. Chegou a hora de **acelerar na direção da mudança**. É uma **tendência**. Gente circulando. Retomada. Requalificação. Mais gente na rua, mais coletivo, mais

ocupação. **Ocupação da rua.**
Resistência. Vem. **Pode vir.**
A cidade não é de quem não respeita
o ciclista. **A cidade é nossa.**
Pode vir. Quando a gente fecha as
avenidas para os carros e abre para
as **pessoas** algo incrível acontece.
Vem, vamo com a gente. Eu faço tudo
a pé. Imagine um lugar onde o seu
dinheiro vai pra onde deveria ir **e**
você pode ter tudo aquilo
que pagou pra ter. Vem, pode
vir. A cidade tem muito que evoluir,
mas é bom saber que a mudança já
começou: nas ruas. **Retome o**
que é seu por direito. Seja
a mudança. Vem com **quem mais**
entende de rua. Vem. Pode vir.

Nuvem de fragmentos

A nuvem de fragmentos foi construída inteiramente com a reunião de excertos retirados de seis peças publicitárias divulgadas no Brasil entre 2013 e 2018, veiculadas em meios impressos e digitais. Da mesma maneira, as imagens apresentadas são recortes e frames destas mesmas peças. Cada excerto retirado está identificado nas legendas dos fragmentos a seguir, que também revelam fonte, ano e uma pequena descrição de cada peça.

Fragmento A

Revista Gol Linhas aéreas inteligentes, nº 173, de agosto de 2016.

Sessão Embarque Turismo, página 44.

Publicação mensal da Trip Editora e Propaganda S/A sob licença da GOL Transportes Aéreos. Distribuição gratuita, veiculação impressa e digital.

Disponível em:

www.voegol.com.br/pt/servicos/revista-gol

Excerto:

“Conhecer melhor a cidade em passeios gratuitos a pé”.

Fragmento B

“Cidade-de:”

Frames retirados de uma série de vídeos produzidos entre janeiro de 2016 e janeiro de 2018, pela Gafisa, empresa do mercado imobiliário de alto padrão.

O convívio democrático na rua, a ocupação do espaço público e as ruas fechadas para o pedestre aos domingos, são pontos que compõem a pauta da empresa.

Veiculação: YouTube e mídias sociais.

Disponível em: <https://goo.gl/CQoTRC>

Excertos:

“Vamos ocupar a cidade, vamos exercer o coletivo”.

“Que cidade a gente vai querer? Uma cidade onde as pessoas se fecham atrás dos muros? Ou uma cidade onde as pessoas compartilham coletividade?”.

“É uma tendência”.

“Gente circulando”.

“Retomada”.

“Requalificação”.

“Mais gente na rua, mais coletivo, mais ocupação”.

“Ocupação da rua”.

“Resistência”.

“A cidade é nossa”.

“Quando a gente fecha as avenidas para os carros e abre para as pessoas algo incrível acontece”.

“Eu faço tudo a pé”.

Fragmento C

Cartaz da exposição:

“Uneven Growth: Tactical Urbanisms for Expanding Megacities”

Crescimento Desigual: Urbanismo tático para Megacidades em Expansão

A exposição foi realizada pelo Museu de Arte Moderna de Nova Iorque (MoMA) entre 2014 e 2015, sob a curadoria do arquiteto português e então curador do museu, Pedro Gadanhó.

Página da mostra:

<http://uneven-growth.moma.org/>

Disponível em:

www.moma.org/calendar/exhibitions/1400

Fragmento D

“Novo Cruze. Como Deveria Ser”

Vídeo da ação publicitária desenvolvida pela filial paulistana da agência de publicidade americana Commonwealth//McCann para a Chevrolet em outubro de 2018.

3º ação da marca que se propõe a discutir a respeito das questões urbanas. Constrói cenários e discursos a respeito de como a Chevrolet entende que deveria ser o Brasil. Apresenta imagens de três capitais brasileiras: São Paulo, Rio de Janeiro e Salvador.

Veiculação em todas as mídias.

Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=CAGD6PgWae4>

Excertos:

“Imagine um lugar assim: onde o progresso é visto nas ruas e não numa bandeira”.

“Imagine um lugar onde o seu dinheiro vai pra onde deveria ir e você pode ter tudo aquilo que pagou pra ter”.

Fragmento E

“Novo Chevrolet Tracker 2017. Retome o que é seu por direito”.

Vídeo da ação publicitária desenvolvida pela filial paulistana da agência de publicidade americana Commonwealth//McCann para a Chevrolet em novembro de 2016.

Sob o conceito “Retome o que é seu por Direito” a Chevrolet anunciou o lançamento do Novo Chevrolet Tracker. Em campanha veiculada no YouTube, a multinacional incentivava a retomada das cidades e apresentava o novo SUV como aliado da evolução das ruas.

Campanha divulgada inteiramente em veículos digitais.

Disponível em:

www.youtube.com/watch?v=REnI5AvAeXA

Excertos:

“A cidade não é de quem não respeita o ciclista”.

“A cidade tem muito que evoluir, mas é bom saber que a mudança já começou: nas ruas. Retome o que é seu por direito”.

Fragmento F

“Novo Chevrolet Cruze.
Você na direção da mudança”

Vídeo da ação publicitária desenvolvida pela filial paulistana da agência de publicidade americana Commonwealth//McCann para a Chevrolet em fevereiro de 2017.

2º ação da marca que se propõe a discutir a tomada das ruas, desta vez focada em um posicionamento sobre os temas “ética e corrupção”.

Veiculação em todas as mídias.

Disponível em:
www.youtube.com/watch?v=U81-ZOEPmvQ

Excertos:
“Seja a mudança”.

“Chegou a hora de acelerar na direção da mudança.”

Fragmento G

“Vem pra Rua”

Vídeo da ação publicitária desenvolvida pela Agência Fiat para a FIAT Brasil em maio de 2013.

A propaganda se popularizou em um contexto da Copa do Mundo de Futebol e das manifestações de Junho de 2013 no Brasil.

Campanha veiculada em todas as mídias.

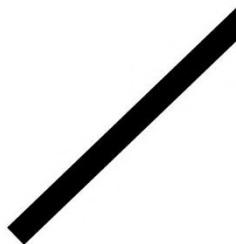
Vídeo da campanha disponível em:
www.youtube.com/watch?v=3AFMybxWiFO

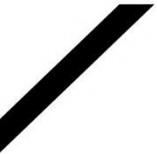
Excertos:
“Vem, vamo pra rua”.

“Vem, vamo com a gente”.

“Sai de casa, vem pra rua”.

“Vem com quem mais entende de rua”.





Se até mesmo o *flâneur*, personagem mítico próprio das ruas, da lentidão e da ociosidade, surge hoje enquanto etiqueta de experiência ofertada entre as nuvens e a serviço do turismo; se o chamado para a retomada das cidades e para a reapropriação das ruas é anunciado por montadoras de automóveis; se já se observa o cotidiano e a dimensão humana das cidades sob a luz dos holofotes de um museu espetacular ou no discurso de uma imobiliária de alto padrão; seria possível entender o caminhar, a escala do pedestre e a experiência do uso da rua enquanto mercadoria ou tendência de consumo? Seria possível perceber uma discussão que se dá em contato com o chão, onde o corpo em movimento suscita críticas e reflexões a respeito de como se produz o espaço urbano, acessível aos dispositivos de captura mercadológicos e facilmente apropriado pelo discurso do capital?

65

A ideia de que maneiras de ver e de sentir, de pensar e perceber, são oferecidas a todo instante como qualidade ou valor de algum produto já nos parece óbvia. A lógica do capital se apropria da subjetividade e se estende a todas as relações sociais e a todas as esferas da vida numa escala nunca antes vista, a ponto de estarmos tão habituados ao “tudo vira mercadoria” que por vezes não atentamos à perversidade de processos que permeiam nossas vidas cotidianamente.

Percebe-se na transição entre a década de 1990 e o novo milênio, mas sobretudo no decorrer do século XXI, a efervescência de discussões a respeito do caminhar nas cidades tanto no campo da arquitetura e do urbanismo, como também fora dele, levando a temática a uma posição de destaque nos debates sobre cidade e planejamento urbano.

O corpo em movimento e em contato com o chão das cidades tem estado em evidência por motivos diversos e se pauta em debates que seguem em constante atualização. Percebe-se que as discussões emergentes nas últimas décadas vêm se dando, principalmente, em três linhas gerais:

Em uma forte tendência de urbanização ancorada em princípios como desenvolvimento sustentável, escala humana, acessibilidade, mobilidade ativa, cidade para pessoas, pedestrianização e caminhabilidade, que se apoia na crítica aos princípios funcionalistas do urbanismo moderno e em uma discussão a respeito do impacto do automóvel na vida cotidiana das cidades, assumindo um posicionamento de valorização da rua e priorização do pedestre. Entre as referências recorrentes neste debate, cito a publicação *Cidade Para Pessoas* (2010) do arquiteto dinamarquês Jan Gehl; *A Vida e Morte das Grandes Cidades Americanas* (1961) da jornalista e ativista americana Jane Jacobs; e o livro *Cidade caminhável* do arquiteto americano Jeff Speck (2016).

Na emergência da discussão acerca da experiência nas cidades, que entende que a forma mais elementar de experiência urbana se dá ao caminhar. Discussão que motivou e alimentou pesquisas e publicações no campo da arquitetura e do urbanismo, retomando e levantando questões a respeito da alteridade urbana nas cidades; das narrativas errantes – sejam elas artísticas, literárias, etnográficas, cinematográficas, cartográficas ou outras; e da potência crítica dessas experiências como resistência ao pensamento hegemônico do urbanismo contemporâneo.

Mas também como ferramenta de apreensão da cidade e de ação urbana apontando, portanto, para a possibilidade de um urbanismo mais incorporado. Entre as referências recorrentes neste debate, cito *Elogio aos errantes* (2012) de Paola Berenstein Jacques e *Walkscapes* de Francesco Careri (2002); que mobilizaram o tema através da experiência de personagens literários – a exemplo do *flâneur* de Charles Baudelaire em escritos do século XIX, atualizado por Walter Benjamin no século XX e do *flâneur* carioca, João do Rio no início do século XX no Rio de Janeiro; e grupos vanguardistas – a exemplo da atuação da Internacional Situacionista na Paris da década de 1950.

E por fim, na potência política que o corpo na rua exerce, presente no movimento daqueles que caminham juntos em um discurso coletivo de exigência por mudanças construído em contato com o chão nas revoltas e manifestações urbanas que sempre marcaram a história das cidades, mas que nas primeiras décadas dos anos 2000 fomentaram um ativismo urbano em um movimento de ocupação e reapropriação da rua pelo pedestre. Cito entre os levantes que marcaram o início do século a Primavera Árabe (2011) em Istambul; o *Ocuppy Wall Street* (2011) em Nova Iorque; o Movimento Indignados (2011) na Espanha; e no Brasil as Jornadas de Junho de 2013. Entre as referências, menciono *A História do Caminhar* (2014) da historiadora americana Raquel Solnit, em que a autora dedica um capítulo às revoluções urbanas, e a publicação nacional *Junho: potência das ruas e das redes* (2014).

As imagens e os fragmentos textuais apresentadas no início desta introdução (ver página 32) são parcelas do discurso de peças publicitárias divulgadas no Brasil entre 2013 e 2018. Elas evidenciam um recorte contemporâneo em que caminhar assume no século XXI o caráter de mercadoria.

É importante neste momento atentar aos diferentes modos de se produzir o discurso para o incentivo do consumo, uma vez que ele varia de acordo com a estratégia de cada marca. Cabe diferenciar algumas modulações buscando não nivelar os processos de venda de mercadorias em um mesmo patamar, e especificar, de certa forma, a que tipo de modulação esta pesquisa busca lançar o olhar.

68

Muito embora exista um mercado que incita o desejo e o consumo associado a prática do andar nas cidades, que coloca à disposição do consumidor calçados revolucionários, vestimentas leves, contadores de passos entre outros, a vinculação entre a marca que promove a mercadoria e a prática do caminhar é quase direta, uma vez que o produto visa instrumentalizar a ação. Em uma perspectiva simplificada, o jogo está dado: o discurso de venda é compatível ao que se pretende vender.

No entanto, tem se percebido nos últimos tempos a associação de referências do caminhar nas cidades a narrativas de venda e promoção de produtos, serviços e projetos políticos - a exemplo de automóveis (FIAT e Chevrolet), serviços imobiliários (Gafisa); serviços de turismo (Gol); entre outros – de grandes

empresas multinacionais e organizações da iniciativa privada que carregam intenções outras para além do incentivo do caminhar nas cidades.

Tais referências tanto ajudam a enriquecer o debate contemporâneo a respeito da valorização do caminhar que se identifica nas últimas décadas, como também contribuem para uma legitimação de discursos contraditórios quando usadas com o intuito de promoção de algum produto, serviço ou ideia que não condizem com os significados que carregam.

Dessa forma, entre as maneiras de pensar e perceber a cidade contemporânea que nos são oferecidas a consumir, que estampam revistas e compõe o “*hype*” das tendências urbanas, esta pesquisa escolhe como objeto de estudo a apropriação de um universo de referências, imagens e questões associadas ao caminhar, ao pedestre, a escala do pequeno e a experiência daquele que caminha, por uma variedade de forças hegemônicas de atuação do capital que incorporam tais questões em produtos, serviços, ideias, discursos, imagens e projetos políticos repletos de princípios e intenções que fogem aos significados que tais referências carregam.

“Tática e estratégia em disputa: o caminhar nas cidades como tendência de consumo” busca evidenciar o estado de *tensão* entre diferentes modos de se pensar e fazer cidade. Marcados ora pela tática presente na astúcia das práticas cotidianas, na potência crítica do corpo em movimento em uma relação de troca com a cidade e no caminhar como forma elementar da experiência urbana; ora pela ação estratégica do mercado e das grandes instituições ao se apropriar e

compartilhar dessas mesmas ideias de caminhar e de rua para a venda de produtos, serviços e projetos políticos, muitas vezes antagônicos aos sentidos e intenções que tais referências suscitam.

Quando dizemos “tática” e “estratégia” nos referimos a duas noções centrais das reflexões de Michel de Certeau (1925-1986), presentes em “A invenção do cotidiano: 1. Artes de Fazer” editado em 1980. Noções estas que assumem uma centralidade essencial para a construção do pensamento e da argumentação deste trabalho. E isso se dá por meio da associação, construída por Certeau, da prática do caminhar nas cidades à ideia de tática, portanto em tensão com o lugar da estratégia – das instituições e do mercado. No entanto, a disputa entre tais lógicas antagônicas pode ser ainda mais acentuada quando se percebe que, nos processos de apropriação observados na contemporaneidade, a estratégia corrente nos últimos tempos tem sido fazer da tática a estratégia.

70

Podemos ler disputa como uma briga feroz, um embate onde a resistência e os hábitos cotidianos se chocam com as estruturas de poder que costumam os reprimir. Mas as disputas em torno do espaço urbano também podem se dar de maneira mais tênue, sob um tipo de confronto incubado em que os protagonistas nem sempre revelam suas diferenças de poder ou suas posições realmente contraditórias. O que de fato nos chama a atenção, e o que surpreende em meio aos processos de apropriação que conseguem ser ferozes mesmo agindo com tenuidade, é perceber justamente a sutileza perversa com que a disputa se apresenta.

Mediante um contexto neoliberal de diluição de diferenças, em que se apresentam discursos contraditórios em disputas incubadas e sutis, entende-se como objetivos desta dissertação: delinear os contornos de uma tendência contemporânea que evidencia a discussão do caminhar nas cidades no século XXI; e identificar a apropriação de questões associadas ao caminhar (tática) por processos mercadológicos (estratégia) em busca de refletir a respeito das intenções que eles parecem ocultar. Mais do que validar ou invalidar a legitimidade de práticas ou representações, intenciona-se provocar questionamentos a respeito das diferenças percebidas.

Para isso, organiza-se a estrutura do texto da seguinte maneira:

1. Tática, estratégia e o caminhar nas cidades

Capítulo em que busco apresentar as noções centrais do trabalho: A tática, a estratégia e o caminhar nas cidades.

1.1 *Tática e estratégia nos passos de Michel de Certeau*

Historiador vagabundo, jesuíta errante

A invenção do cotidiano

Pontos em que as noções de tática e estratégia situadas na vida e na obra de Michel de Certeau são apresentadas. Mobiliza-se a publicação do autor *A invenção do cotidiano: 1. Modos de fazer* de 1980, entre outras referências de pesquisadores e críticos de Certeau, em especial Vidal (2005), Peixoto (2018) e Dosse (2000).

1.2 *O caminhar nas discussões de cidade*

Busca-se apresentar o caminhar a qual nos referimos.

Momento em que se apresentam experiências de caminhar em narrativas e estudos sobre a cidade. Busca-se evidenciar a pluralidade e a potência com que o debate se apresenta no tempo e em diversos campos, percebendo-o também na literatura e nas artes bem como na política cotidiana e nas práticas urbanas. Uma variedade de referências é provocada, a exemplo de João do Rio (1911), Debord (1958) e Solnit (2016)

Cidade para pessoas, Cidade de Pedestres, Walkable City Espetáculo, corpo, experiência, estratégia

Apresentação das discussões de caminhar que se evidenciam na virada do século XX para o século XXI, sobretudo nos anos 2000. Busca-se perceber, através da identificação de acontecimentos, projetos, eventos, publicações e legislações, a conformação de uma tendência que coloca o caminhar sob os holofotes das discussões de cidade no século XXI. Entre os autores mobilizados estão Gehl (2010), Jacques (2012).

2. Fazer da tática a estratégia

Capítulo dedicado a discussão do caminhar como tendência de consumo. Momento de apresentação e reflexão a respeito da tensão identificada em casos de apropriação do caminhar por interesses do capital.

Expõe-se a discussão suscitada pelas imagens de caminhar apresentadas na introdução (ver pág. 32), em que se percebe a associação do caminhar a produtos, serviços e discursos mercadológicos.

Entre as referências recorridas estão Dagnino (2004) e Dardot e Laval (2016).

2.1 *A Chevrolet e retomada das cidades*

73

Discussão focada no processo de apropriação da pauta de retomada das cidades e da rua pela montadora de automóveis Chevrolet. Entre as referências mobilizadas estão Han (2014) e a publicação nacional *Junho: potência das ruas e das redes* (2014).

2.2 *O MoMA e o urbanismo tático*

Debate construído em torno da apropriação da “Tática”, formulação construída por Michel De Certeau (2014), pelo urbanismo tático. Entre as referências recorridas no ponto, destacam-se Certeau (2014), Lydon (2015) e Brenner (2014).

3. Considerações finais

Momento de articulação das ideias construídas nos capítulos 1 e 2. Discute-se a respeito da lógica de apropriação observada no decorrer da dissertação em busca de construir reflexões e questionamentos a respeito do que foi apresentado. Ademais, busca-se refletir também junto com Certeau (2014) a respeito do usuário como consumidor.

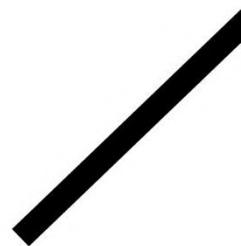
4. Bibliografia

Apresenta-se as referências bibliográficas consultadas para a escrita da dissertação.

cap.

UM

TÁTICA,
ESTRATÉGIA
& O CAMI
NHAR NAS
CIDADES



1.1 Tática e Estratégia nos passos de Michel de Certeau

Michel de Certeau (1925-1986) fora impedido de entrar no Brasil em 1969, devido ao seu posicionamento político crítico ao regime militar vigente no país. No entanto, a proibição não inibiu Michel La Barge de seguir cruzando a fronteira. Explicamos.

Segundo Giard⁸ (1987), teria sido Certeau o primeiro a levar à França, documentos que comprovavam a ocorrência de tortura no Brasil, levantados em sua primeira viagem à América Latina em 1966. Em 1969, ainda sensibilizado com a situação política do país, escreve um artigo para a revista *Politique Aujourd'hui*, em que denuncia a perseguição a professores e estudantes universitários, a invasão das universidades públicas por policiais e a prática institucional de tortura. Tal atitude acarretou na proibição de sua entrada no país por um período, o que não o impediu de contornar as normas impostas através de uma atitude tática: fazer um novo passaporte e seguir cruzando a fronteira assumindo apenas seu segundo nome, Michel La Barge.

A maneira como Certeau contornou a proibição de forma a aproveitar a ocasião, dando um pequeno golpe e assim garantindo astuciosamente uma vitória do mais “fraco” sobre o mais “forte”, nos ajuda a entender a noção de *tática* em oposição a ideia de *estratégia*, ambas formuladas pelo autor em *A invenção do cotidiano*:

⁸ Luce Giard (1950-) foi aluna e colaboradora de Michel de Certeau durante sua vida. A historiadora é também coautora do segundo volume de *A invenção do cotidiano*: 2. Morar, Cozinhar (1980).

1. *Artes de Fazer* (1980)⁹, publicação em que se dedica a investigar e narrar as “práticas comuns” e as “operações dos usuários” no cotidiano.

Ao contrário da *estratégia*, desenhada como um gráfico que o olho pode dominar, a *tática* se ilustra na astúcia e “sua síntese intelectual tem por forma não um discurso, mas a própria decisão”¹⁰. A tática é o escape ao sistema, ao passo que a força da estratégia se faz no poder que a sustenta, guardado pelo lugar próprio ou da instituição. Ao desviar a ordem que lhe foi imposta a partir de um sistema de poder, Certeau tira proveito da ocasião e faz a estratégia funcionar em outro registro e a seu favor.

78

Ao perceber um contexto de diluição das diferenças na contemporaneidade, em que os contrastes entre tática e estratégia se apresentam cada vez mais tênues, lançar o olhar sobre tais noções em busca de uma distinção clara entre elas, apesar desse esquema ser, como mesmo aponta Certeau, “demasiadamente dicotomista”¹¹, assume aqui uma postura de disputa que visa problematizar o processo perverso corrente nos últimos tempos, em que se percebe a investida de um sistema de forças hegemônicas de atuação do capital por fazer da tática a estratégia.

⁹ Editado em 1980, traduzido para o inglês em 1984 e para o português em 1994.

¹⁰ CERTEAU, (original de 1980), 2014, p.46.

¹¹ CERTEAU, (original de 1980), 2014, p.44

Fernanda Arêas Peixoto (2018), estudiosa da obra de Certeau e organizadora do Colóquio Internacional Michel de Certeau [em uso]¹² realizado em 2016 na Universidade de São Paulo, pontua que apesar de *A invenção do cotidiano* ser considerada um marco central da obra de Certeau e uma referência importante para os estudos culturais no mundo afora, as ideias defendidas por ele foram “difundidas e algo banalizadas ao longo dos anos 1980 e daí por diante”¹³. Peixoto observa que certas formulações, presentes sobretudo no 1º volume da obra, passaram a ser correntes nas teses e dissertações em ciências humanas¹⁴, tendendo a ser aplicadas como fórmulas, “despidas da espessura teórica que lhes deu origem”¹⁵. Ela cita exemplos como “práticas”, “narrativas delinquentes”, “relatos do espaço”, mas faz uma menção especial aos termos “tática” e “estratégia”, que costumam ser aplicados ora como modelo, ora como metáfora.

¹² Ver mais em: <www.coletivoasa.dreamhosters.com/coloquio-michel-de-certeau-em-uso/>.

¹³ PEIXOTO, 2018, p. 97.

¹⁴ Um estudo realizado no campo da história por Diana Gonçalves Vidal (2005), um dos nomes que desponta como referência nacional acerca dos estudos certeunianos na educação, contribui para o posicionamento de Peixoto. A fim de desenhar os contornos das formas de como os historiadores da educação no Brasil se apropriam dos escritos de Michel de Certeau, Vidal buscou localizar na produção de três Congressos Brasileiros de História da Educação (CBHE) (2000, 2002, 2004) os trabalhos que citavam o autor. Assumindo um universo amostral restrito e entendendo que os resultados obtidos seriam provisórios, a pesquisa demonstrou *A invenção do cotidiano* como a obra mais citada entre os trabalhos, reunindo cerca de 61% das referências ao autor, entre as quais, em apenas uma comunicação foi usado o volume 2 (Morar, cozinhar). E no que diz respeito ao primeiro volume, Vidal quantificou a aparição das categorias “estratégia” e “tática”, identificando-as como as mais mobilizadas entre os historiadores brasileiros da educação.

¹⁵ PEIXOTO, 2018, p. 97.

Peixoto ainda atenta a uma problemática no uso das formulações construídas por Certeau, enxergando nesta produção que o referencia, uma certa tendência “a desligar os fios que conectam os argumentos dos volumes de 1980 com as reflexões do autor sobre a escrita da história, a experiência mística, a psicanálise e a possessão”¹⁶ que refletem em suas interpretações sobre as práticas cotidianas, por exemplo, tocadas por questões antes trabalhadas.

80 Em uma tentativa de escapar do risco que se coloca mediante o posicionamento de Peixoto, de um uso descontextualizado das noções de “tática” e “estratégia” reduzindo-as à aplicação de um modelo ou fórmula, cabe neste momento, para além da pura exposição de tais formulações, o esforço em evidenciar camadas outras que nos auxiliarão no entendimento da lógica de pensamento de Certeau. Atentar àquilo que lhe foi sensível: os processos políticos que lhe tocaram; as viagens que lhe proporcionaram o contato com culturas estrangeiras; as inquietações que reverberaram em suas produções e o tempo em que ele viveu e escreveu, a fim de situar sua produção e enxergá-la frente aquilo que o atravessava. É a partir disso, perceber “tática” e “estratégia” sob perspectivas diferentes, que não somente a de uma construção teórica em um modelo polemológico, buscando nestes conceitos significados mais próximos à vida, às práticas e às invenções cotidianas.

¹⁶ Ibidem, 98.

HISTORIADOR_
VAGABUNDO
E JESUÍTA_
ERRANTE

Adentrar os escritos de Certeau, assim como lançar o olhar à sua trajetória, é aceitar o convite a uma viagem multidisciplinar em que se percebem noções construídas e, sobretudo, vivenciadas em distintas áreas do conhecimento, frutos de uma formação plural com base em campos como a filosofia, a psicanálise e a teologia, atravessadas por experiências de contato e de escuta do outro. O aceite a tal convite: uma caminhada que se guia por passos certeunianos, não nos coloca aqui em uma intenção de cartografar sua vida ou sua trajetória intelectual, apesar de por vezes adentrar em acontecimentos um tanto quanto biográficos. Propõe-se, principalmente, refletir sobre os caminhos e as possíveis relações que o levaram a pensar as práticas cotidianas enquanto táticas astuciosas frente à ação estratégica.

82

Dono de um perfil múltiplo que desafia classificações preestabelecidas, Michel de Certeau (1925-1986), “historiador-vagabundo e jesuíta-errante” segundo definição astuciosa de Vidal (2005), foi um intelectual francês atento às práticas e aos saberes do cotidiano de seu tempo. “Antropólogo e teórico da linguagem; erudito, etnógrafo e militante político empenhado”¹⁷ costuma também ser referenciado, entre os estudiosos de sua obra, como “homem de fronteira” ou “viajante” (como particularmente gostava de ser chamado¹⁸) por ocupar espaços entre saberes, disciplinas, grupos e instituições distintas, “abrindo trilhas para explorar novas sensibilidades e atravessando fronteiras entre campos de

¹⁷ PEIXOTO, GIOVANNI, 2018, p. 7.

¹⁸ GIARD, 1994.

conhecimentos”¹⁹, se propondo a assumir uma postura crítica de questionamento desses lugares.

A Igreja Católica assumiu um papel centralizador em sua formação e no despertar para interesses que nortearam sua produção intelectual durante toda a vida. Seja garantindo-lhe acesso ao estudo em distintas áreas do conhecimento, a exemplo da filosofia e da teologia que pôde cursar no seminário universitário²⁰; seja lhe concedendo espaço para dar início a sua obra como erudito e historiador através da publicação de artigos e pesquisas nas revistas da instituição (revista *Christus* – a partir de 1950, revista *Études* – a partir de 1966); ou fomentando sua vocação de viajante colocando-o em contato com a cultura popular de países da América Latina por meio das viagens que realizou em nome da Companhia de Jesus, ordem religiosa a qual ingressa em 1950 e permanece vinculado até a morte.

¹⁹ FERRAÇO, SOARES, ALVES, 2017, p.9.

²⁰ Filho de uma família da pequena aristocracia rural de *Savoie*, frequentou durante a infância e a juventude, sob regime de pensionato, escolas religiosas no interior da França, a exemplo da instituição *Sainte-Marie*, colégio marista de *La Seyne-sur-Mer*, onde se engajou como membro da *Jeunesse étudiante chrétienne* (Juventude estudante católica). Aos 17 anos, iniciou os estudos universitários inscrevendo-se em Letras na Universidade de Grenoble, dedicando-se por dois anos ao estudo de línguas como Latim, Grego e Alemão. Em outubro de 1944, ingressou no grande seminário de *Saint-Sulpice* em *Issy-les-Mouli*, onde cursou o ciclo filosófico, e posteriormente seguiu a Lyon, para dar seguimento a formação religiosa no seminário universitário, licenciando-se em teologia. Em 1950 ingressou na Companhia de Jesus, recebendo a ordenação sacerdotal apenas em 1956, tornando-se jesuíta. Em 1960, doutorou-se em Ciências da Religião pela Sorbonne.

Na Companhia de Jesus passou a integrar a equipe da revista *Christus*, em que publicou seus primeiros artigos. Debruçou-se a estudar a história da Igreja Católica, produzindo pesquisas voltadas ao misticismo no século XVII, buscando entender, segundo Dosse (2002, p. 102), o homem daquele tempo cuja religiosidade era atravessada por crenças místicas difundidas no período. É neste momento que, conforme Vidal (2005) ao citar Charles Delacroix et al. (2002, p. 15), Certeau teria desenvolvido um “minucioso trabalho de erudição efetuado no cruzamento entre a atividade do arquivo e da investigação histórica” suscitando a reflexão acerca da operação historiográfica que o lançou na direção de uma discussão a respeito da escrita e da epistemologia da história, culminando na publicação de *A escrita da história* em 1975.

84

Em 1964, participou da criação da Escola Freudiana de Paris, frequentando por 16 anos os seminários de Jacques Lacan. A psicanálise muito lhe interessava por oferecer “a oportunidade de compreender a experiência espiritual dos místicos sem encerrar a interpretação em uma explicação clínica”²¹, e por entendê-la como um “espaço indefinido e sempre aberto das práticas de escuta que o instigava”. Vidal (2005) conta que para Certeau a escuta do outro, de uma palavra que era palavra para o Outro, estava constituída em uma estrutura similar à da expressão da espiritualidade. Este Outro com o qual frequentemente se defrontava era, em potência, “o mistério, a estranheza e a permanente surpresa, portanto, o imprevisível, no encontro com o qual poderia se estabelecer a crise

²¹ VIDAL, 2005, p. 269.

do crível, ou seja, a quebra dos padrões habituais de referências, valores, pensamentos e ações”²². Segundo Vidal (2005) esta atração e abertura para o encontro com o Outro (por meio da alteridade) são características marcantes que permeiam toda a obra de Certeau.

O Outro é o que escapa. É o imprevisível, o inesperado, o excluído, o imigrante, o marginalizado, o estrangeiro, o que nos antecedeu e, ainda, o que virá depois de nós. É mistério e surpresa. É a alteridade radical, a diferença para a qual nós precisamos nos abrir para inventar o novo (FERRAÇO, SOARES, ALVES, 2017, p.10).

Em 1966, começa a atuar como professor convidado no *Institut Catholique de Paris*, no *Centre d'Études et Recherches*, e, a partir de 1970, leciona também na *Université Paris VIII-Saint Denis e Paris VII-Jussieu*, permanecendo na França até 1978. Em 1967, aceita o convite para integrar a revista *Études*, periódico mensal francês da Companhia de Jesus dedicado à cultura geral.

Atravessado pelos processos políticos de seu tempo, a exemplo do maio de 1968 na França, dirige seu olhar às operações práticas implicadas nos acontecimentos, os conflitos e impasses. “Instalado desde 1967 na comunidade mais prestigiosa dos jesuítas franceses, na *Rue Monsieur*, em Paris, onde se reunia o serviço de ordem dos estudantes da Sorbonne, pôde, durante todo o mês de maio, estar à escuta do movimento”²³. Em junho de 1968, publica na *Études* um artigo com

²² FERRAÇO, SOARES, ALVES, 2017, p.9.

²³ VIDAL, 2005, p. 265.

o qual, segundo Dosse (2002), deixaria de ser um desconhecido no mundo intelectual francês, sobressaindo-se desde então com outros escritos no meio das ciências sociais. “*La Prise de parole*” ([1968] 1994) inicia com uma frase que iria se tornar célebre na França “*En mai dernier, on a pris la parole comme on a pris la Bastille en 1789*”²⁴. Certeau propõe o ato de tomar a palavra como um gesto, um modo de enunciação comparável, um fazer tão prático quanto tomar um edifício, uma vez que ambos se apresentam como modos de implicação dos corpos.

86

A convivência com os acontecimentos de maio de 1968 fez Certeau refletir e problematizar a universidade e o ensino francês. Constatando a entrada maciça das classes médias nas instituições de ensino superior, a ascensão dos meios de comunicação em massa, a marginalização do saber escolar e um deslocamento dos professores do centro da cultura para suas bordas, ele passa a refletir sobre a relação das culturas com a sociedade e a universidade. Pensava ser necessário, a partir de então, compreender que “a cultura” não estava mais restrita a um grupo social nem constituída enquanto propriedade particular dos intelectuais, e que, muito menos, era estável ou definida por um código aceito por todos.

As reflexões produzidas em virtude dos acontecimentos de maio de 1968, mesmo publicadas antes de seu estudo das práticas cotidianas, já as sinalizavam para ele. Neste momento, Certeau passou a se interessar não pelos “produtos

²⁴ Em maio passado, nós tomamos o discurso como tomamos a Bastilha em 1789 (VIDAL, 2005, p. 265, tradução nossa)

culturais”, mas pelas *operações dos usuários* destes produtos, isto é, “pelas maneiras diferentes de marcar socialmente o desvio num dado operado por uma prática”²⁵.

A reflexão e o interesse pela cultura popular e as operações dos usuários resultaria na publicação de *A cultura do plural* (1974) e abriria caminho para *A invenção do cotidiano*, editada em 1980. Segundo Giard (2014, p. 13), o primeiro livro reunia artigos e a introdução de um relatório organizado para o Colóquio Internacional de *Arc-et-Senans*, preparatório ao encontro de Helsinque entre os Ministros da Comunidade para definição de uma política europeia de cultura. E o segundo, apresentava parte dos resultados de uma pesquisa realizada entre 1974 e 1978, publicada em dois volumes²⁶, sob encomenda do Serviço de Estudos e Pesquisas, da Secretaria de Estado da Cultura Francesa, cujo contrato tinha por título *Conjuntura, síntese e prospectiva*. O primeiro volume, inteiramente escrito por Certeau, reúne, como afirma Giard (2014), uma pesquisa realizada a partir de “investigações formalmente realizadas” como também uma rede de experiências e pesquisas informais fruto de suas viagens, contatos e interesses pelo outro, bem como, de uma correspondência mantida com regularidade com intelectuais da Europa e da América.

Em 1978, parte aos Estados Unidos para ocupar o cargo de professor titular na Universidade de San Diego na Califórnia. Permanece na América até 1984,

²⁵ CERTEAU in GIARD, 2014, p. 13.

²⁶ Os volumes são: *A invenção do cotidiano*: 1. Artes de fazer e *A invenção do cotidiano*: 2. Morar, Cozinhar, ambos de 1980.

quando retorna à Paris para trabalhar na *École des Hautes Études en Sciences Sociales*. Cerca de um ano e meio após o seu retorno, Michel de Certeau viria a falecer no dia 9 de janeiro de 1986. “Sua obra inclui 16 livros, além de diversos artigos, editados em francês, sem contar as traduções para vários idiomas, como o inglês e o português²⁷.

Os estudiosos de sua obra²⁸ pontuam em sua trajetória a importância das viagens que fez à América Latina, com especial interesse pelo Brasil, entre as décadas de 1960 e 1980, como momentos significativos de experiências de troca com o cotidiano, contato com as práticas dos usuários e de escuta do outro. E costumam atribuir esta atenção dada às práticas, como principal característica de seu trabalho, “tomadas tanto na dimensão de objeto de pesquisa do historiador quanto na da operacionalização de seu *fazer*”²⁹.

88

²⁷ Vidal (2005, p. 270) reúne os títulos das publicações em francês e das traduções para o português: “Le Mémorial de Pierre Favre (1960), Cuide Spirituel de Jean-Joseph Surin (1963), Correspondence de Jean-Joseph Surin (1966), La Frise de parole (1968), L'Étranger, ou l'union dans la difference (1969), La Possession de Loudun (1970), L'Absent de l'histoire (1973), La Culture au pluriel (1974), Le Christianisme éclaté (1974), Une Politique de la Zangue (1975), L'Écriture de l'histoire (1975), L'Invention du quotidien (1980), La Fable mystique XVI-XVIIe. Siècle (1982), L'Ordinaire de la communication (1983), Histoire et psychanalyse entre science et fiction (1987) e La faiblesse de croire (1987). Os livros traduzidos para o português são, por data de edição: A Escrita da história (1982), A Invenção do cotidiano (1994) e A Cultura no plural (1995).”

²⁸ VIDAL (2005); PEIXOTO (2018) e DOSSE (2002).

²⁹ VIDAL, 2005, p. 267.

Desde “a descoberta maravilhada do Brasil” em 1966, como nos conta Giard (1987), Michel de Certeau seguiu nutrindo um especial apreço pelo país. Apesar de já demonstrar interesse por estudos brasileiros acerca da educação³⁰ antes mesmo de visitar o Brasil, é neste ano em que ele faz sua primeira visita às terras brasileiras, colocando-se em contato naquele momento com o cotidiano carioca.

Segundo Vidal (2005), Certeau viaja como enviado da revista *Études* ao Rio de Janeiro para acompanhar o congresso da Confederação Latino-americana de Religião (CLAR), ocorrido entre 27 de outubro e 6 de novembro de 1966. Teria ficado impressionado, como aponta Dosse (2002), com as desigualdades sociais e condições de vida na favela carioca, a qual qualificou como “banida da cidade resplandecente e, ao que tudo indica, da luz que envolve, à noite, o Cristo tão longe do Corcovado”³¹. Seu contato com as favelas e com o cotidiano local o encorajou a um engajamento durante o congresso. Ativo nos debates que surgiam a respeito da noção de “desenvolvimento”, Certeau fazia coro sobre a necessidade de uma mudança radical de orientação da Igreja Católica no combate à pobreza.

No ano seguinte, 1967, ele retorna à América Latina. E desta vez, além do Brasil, também percorre Venezuela, Chile e Argentina. Dosse (2002) nos conta que Certeau volta “a encontrar aquele Brasil que o fascinou, presa da ditadura desde

³⁰ Segundo Vidal (2005) Michel de Certeau publica um artigo em julho de 1966 na revista *Pédagogie*, em que demonstra leitura e admiração pelos trabalhos do educador brasileiro Paulo Freire acerca da alfabetização, confirmando conhecimento e interesse pelo Brasil antes mesmo de sua viagem às terras brasileiras.

³¹ CERTEAU, 1967, in DOSSE, 2002, p. 173.

o golpe de Estado de abril de 1964. Regressa ao Rio e vai a Belo Horizonte durante duas semanas”³². No Rio, ele volta a manter contato com as favelas, onde pôde observar as práticas cotidianas de uma missão católica instalada na Favela dos Cabritos, que se dedicava a “ajudar as mulheres destes bairros para que ganhem um pouco de dinheiro, capacitando-lhes em algum ofício”³³.

Em Minas Gerais, visita, além da capital mineira, as cidades históricas de Mariana e Ouro Preto. Em entrevista concedida a François Dosse (2002), o jesuíta Henrique Lima Vaz, que hospeda Certeau em solo mineiro, relata que “o que mais lhe interessava era a cultura popular dos países da América Latina. Havia aprendido suficientemente bem o português brasileiro e foi capaz de ler, enquanto estava entre nós, alguns dos clássicos da literatura brasileira”³⁴. Vaz também narra que Certeau “antes de tudo, queria contato com as práticas do povo e aprender algo da cultura popular daquelas velhas cidades coloniais”.³⁵

Sua atração pelo Brasil fez com que solicitasse à Igreja, em 1968, ser enviado em missão por dois meses ao país, mas que lhe é negada³⁶. Em 1969, tem sua entrada proibida devido seu posicionamento crítico ao regime militar, mas que

³² DOSSE, 2002, p. 173.

³³ DOSSE, 2002, p. 173.

³⁴ Idem.

³⁵ Idem.

³⁶ Segundo Dosse (2002, p. 175), o expressivo interesse em regressar ao Brasil deixou seu superior, o padre Lesarge, preocupado: “Nos preocupa um pouco, sem que possamos precisar exatamente por que... os padres mais próximos a ele se preocupam diante dessa dispersão que a curiosidade universal substitui o aprofundamento espiritual e intelectual”.

contorna ao assumir apenas seu segundo nome (La Barge) para seguir viajando ao país. A partir de então, faz uma série de outras viagens, visitando, por exemplo, seminários de pesquisa sobre a linguagem popular e religião na cidade de Recife (1973, 1983); e terreiros de candomblé em Salvador. “A resistência indígena à assimilação cultural também não passou despercebida ao autor que, destacando as estratégias não violentas de reapropriação, discorreu sobre a indianidade nos países latino-americanos”³⁷, citando como exemplo a tribo indígena dos Bororós do Mato Grosso, nos artigos reunidos em *La prise de parole et autres écrits politiques*.

Encontramos referência às experiências no Brasil em *A invenção do cotidiano: 1. Artes de fazer* (1980). No capítulo *Culturas Populares*, ele narra justamente uma caminhada pela “noite então barulhenta de Salvador até a Igreja do Passo”³⁸, seu interesse pelo cotidiano das cidades e a vida comum se apresenta nas descrições sobre a “poeira e o suor da cidade”, os “antigos bairros cheios de barulho e vozerio”, a “língua popular” e as “canções da saudade brasileira”. E também nos fala na mesma obra, a respeito da “língua falada” pelos lavradores de Pernambuco, entendendo-a como “uma arte brasileira”³⁹, para exemplificar e compreender as culturas populares como táticas de uso e resistência aos sistemas impostos, com astúcias capazes de desviar das normas dos contratos sociais.

³⁷ VIDAL, 2005, p. 272.

³⁸ CERTEAU, (original de 1980), 2014, p. 71.

³⁹ CERTEAU, (original de 1980), 2014, p. 75-77

A IN_
VENÇÃO
DO COTI_
DIANO

Em *A invenção do cotidiano: 1. Artes de fazer* (1980), Michel de Certeau nos conta logo nas primeiras páginas da publicação que a pesquisa nasceu de uma “interrogação sobre as operações dos usuários, supostamente entregues a passividade da disciplina”⁴⁰.

Negava uma noção de cultura popular construída no século XIX como ingênua e infantil, e buscava, por meio de um conjunto de questões teóricas e métodos, de categorias e pontos de vista, que as *práticas* ou *maneiras de fazer* cotidianas deixassem de aparecer como o “fundo noturno da atividade social”⁴¹. Ele nos força a pensar o cotidiano não meramente como o pano de fundo da constituição do social, mas como cerne dele.

Pontua que o exame dessas práticas não implica a um “regresso ao indivíduo”. Segundo o autor, a análise realizada evidencia que a relação (sempre social) determina seus termos, e que cada questão tratada na pesquisa se refere antes aos esquemas de ação, aos modos de operação, ou seja, às maneiras de fazer e não diretamente ao seu autor, o sujeito.

Segundo Certeau, “essas maneiras de fazer constituem as mil práticas pelas quais os usuários se reapropriam do espaço organizado pelas técnicas da produção cultural”⁴². O autor se propunha a questionar o determinismo que explicava a ação dos indivíduos pelas estruturas que a produziam, recusando a ideia de

⁴⁰ CERTEAU, (original de 1980), 2014 p. 37.

⁴¹ Idem.

⁴² Ibidem, p. 41.

alienação. Buscava refletir a respeito de como os usuários se apropriavam dos bens culturais, e lhe interessava mais perceber como utilizavam o que lhes era imposto do que investigar quadros estatísticos a respeito da circulação e produção dos bens de consumo.

Assim uma vez analisadas as imagens distribuídas pela TV e os tempos que se passa assistindo os programas televisivos, resta ainda perguntar o que o consumidor *fabrica* com essas imagens e durante essas horas. [...] o que é que eles “absorvem”, recebem e pagam? O que fazem com isso? (CERTEAU, 2014, p. 88, grifos do autor)

94

Para Certeau, a cultura popular se revelava na maneira de *utilizar os sistemas impostos*, nas “mil maneiras de jogar/desfazer o jogo do outro”⁴³. E diante de uma produção cultural que observava, amplamente estudada na época como “racionalizada, expansionista, centralizada, espetacular e barulhenta”⁴⁴, Certeau propunha lançar o olhar a uma produção de tipo totalmente diverso, qualificada de “consumo”, mas que gosta de dar o nome de “uso”, reconhecendo neste uso a ação de “reemprego”. Segundo o autor, como uma arte de utilizar aquilo que lhe é imposto, que tem por características a astúcia, as piratarias, a clandestinidade e uma quase invisibilidade, pois ela não se faz notar nos produtos, mas no uso por si mesmo.

⁴³ Ibidem, p. 79.

⁴⁴ CERTEAU, (original de 1980), 2014 p. 88.

A fim de seguir construindo a argumentação a respeito da tensão observada entre os “sistemas impostos” e a “arte de utilizar” esse sistema, Certeau propõe pensar a partir de um modelo polemológico, isto é, de disputa, do combate ou do jogo entre fracos e fortes, em que mobiliza as noções de *tática* e *estratégia*.

Como arte dos fortes, para Certeau, a estratégia se torna possível a partir da existência de um sujeito de querer e de poder, instalado em um lugar concebido como próprio (uma empresa, um exército, uma instituição científica, um governo) que serve de base a uma gestão de suas relações com a exterioridade. A estratégia é o lugar da disciplina, das normas dadas, do gesto cartesiano e do controle, é a visão globalizante, totalizante.

Ao passo que se observa a tática nas práticas teimosas, astuciosas, cotidianas que não obedecem a lei dos lugares nem se definem por ele. A tática “[...] é a arte do fraco”⁴⁵, ela aproveita as ocasiões e delas depende, capta no voo as oportunidades oferecidas por um instante, e “aí vai caçar”⁴⁶. A tática é a arte de dar pequenos golpes, elas metaforizam a ordem dominante fazendo-a funcionar em outro registro, tirando proveito delas, inventando o cotidiano.

Muitas práticas cotidianas (falar, ler, circular, fazer compras ou preparar as refeições etc.) são do tipo táticas. E também, de modo mais geral, uma grande parte das maneiras de fazer: vitórias do fraco sobre o mais forte (os poderosos, a doença, a violência das coisas ou de uma ordem etc.), pequenos sucessos, artes de dar golpes, astúcias de caçadores,

⁴⁵ Ibidem, p. 95.

⁴⁶ Idem.

mobilidades da mão-de-obra, simulações polimorfas, achados que provocam euforia (CERTEAU, 2014, original de 1980, p.46).

A tática está traduzida nas práticas cotidianas que produzem sem capitalizar os seus proveitos, segundo Certeau, sem dominar o tempo. “O que ela ganha, não o guarda. Tem que constantemente jogar com os acontecimentos para os transformar em ‘ocasiões’”⁴⁷. E por sua vez, a racionalidade estratégica, assim como na administração das empresas, procura distinguir um lugar do poder e do querer próprios, uma base localizável onde possa acumular recursos.

96

Certeau ainda distingue tática e estratégia a partir das relações espaciais e temporais. Explica que as estratégias são ações que, graças a um lugar de poder (da instituição, da empresa, do governo), elaboram lugares teóricos (sistemas e discursos totalizantes) capazes de articular um conjunto de lugares físicos onde as forças se distribuem. Localizáveis, as estratégias privilegiam, portanto, as relações espaciais. Já a tática não tem um lugar se não o do outro, ela se move “dentro do campo de visão do inimigo e no espaço por ele controlado”⁴⁸. Se vale da pertinência que dá ao tempo – “às circunstâncias que o instante preciso de uma intervenção transforma em situação favorável, à rapidez de movimentos que mudam a organização do espaço”⁴⁹, as táticas apontam para uma hábil *utilização do tempo*.

⁴⁷ CERTEAU, (original de 1980), 2014 p. 46.

⁴⁸ Ibidem, p. 94.

⁴⁹ Ibidem, p. 96.

O tempo, sua principal característica, podia se apresentar tanto como tempo da *expectativa*, do caçador, contínuo e cheio de surpresas quanto tempo *entrelaçado*, da conversa; o tempo *aberto*, no qual o acidente emerge; ou, ainda, tempo *sem traço*, presente apenas na memória. (DOSSE, 2000, p. 174).

A noção de tática está diretamente relacionada à experiência do corpo em contato com a cidade, do “embaixo” ou do “corpo a corpo amoroso”. Através das práticas cotidianas, resistentes, astuciosas, teimosas, a tática contraria um sistema de poder que busca ordená-la ou suprimi-la. Em Elogio aos Errantes (2012), Paola Berenstein Jacques associa as noções de tática e estratégia a lógicas de apreensão de cidade.

97

São duas lógicas de apreensão da cidade, da experiência urbana, que coexistem: **a estratégica, do urbanismo e planejamento hegemônico – hoje também chamado, não por acaso, de planejamento estratégico –**, daqueles que produzem os espaços a partir da vista aérea, dos cálculos objetivos e do poder que os sustenta; **e a tática, astúcia daqueles que cotidianamente praticam o espaço, usando-o, desviando-se, profanando-o, subvertendo-o: jogam com o espaço dado** (JACQUES, 2012, p. 268, grifos nossos).

E entre as práticas cotidianas do tipo tática, que praticam o espaço das cidades e que fazem uso dele, desviando, subvertendo-o e jogando com o espaço urbano, Certeau dedica um capítulo àquela que é também o foco de nossas atenções nesta pesquisa, a prática do caminhar nas cidades. As aproximações feitas pelo

autor entre a noção de tática e o andar, assim como entre a noção de estratégia e a lógica do planejamento urbano hegemônico serão abordadas a seguir.

A trajetória de Michel de Certeau nos faz perceber que os seus estudos a respeito da tática, das práticas cotidianas, perpassam diversos campos do conhecimento e traduzem interesses que o acompanharam durante toda a vida. Seja pela abertura ao Outro, com este que lhe é diferente, que não obedece as normas impostas nem se define por um lugar, e que Certeau pôde acessar de distintas maneiras, tanto na investigação histórica (iniciada no espaço da Igreja Católica), quanto na atenção à escuta percebida na psicanálise (seminários de Lacan) ou pelo contato com o cotidiano popular de outras culturas (viagens realizadas à América Latina); seja pelos processos políticos que o atravessaram (maio de 1968 e regime militar no Brasil) atentando à potência dos gestos frente aos sistemas de poder; ou pelos espaços que costumava transitar, marcados por vezes pelo poder da instituição (Igreja, academia, do Serviço de Estudos e Pesquisas, da Secretaria de Estado da Cultura Francesa), mas que buscava contorná-lo ao refletir, por exemplo, sobre uma cultura que não se restringe a um grupo social e nem aos bens culturais, mas que se apresenta no uso por si mesmo e na invenção do cotidiano que ele possibilita.



1.2 O caminhar nas discussões de cidade



O caminhar é uma das práticas cotidianas de uso do espaço a qual Michel de Certeau atribui a noção de tática em *A invenção do cotidiano, tomo 1: artes de fazer* (1980).

O autor constrói uma narrativa de elogio ao caminhante, percebida desde a dedicatória do livro - “Este ensaio é dedicado ao homem ordinário. Herói comum. Personagem disseminada. Caminhante inumerável”, que atravessa a leitura da obra por completo e culmina no capítulo “Caminhadas pela cidade” em que ele nos conta “[...] daqueles que experimentam a cidade, que a vivenciam de dentro – ou ‘embaixo’ como ele diz, referindo-se ao contrário da visão aérea, do alto, dos urbanistas através dos mapas”⁵⁰.

99

Mas "embaixo" (*down*), a partir dos limiares onde cessa a visibilidade, vivem os praticantes ordinários da cidade. **Forma elementar dessa experiência**, eles são caminhantes, pedestres, *Wandersmanner*, cujo corpo obedece aos cheios e vazios de um "texto" urbano que escrevem sem poder lê-lo (DE CERTEAU, 1994, p. 157, grifo nosso).

Com o objetivo de postular uma crítica à representação gráfica dos mapas e da lógica geométrica dos urbanistas, as quais compreende por redutoras e totalizantes, Certeau formula uma lógica de pensamento que traduz bem aquilo que entende pela inventividade do caminhar, presente nas atividades táticas dos passantes. O autor propõe a ideia de “enunciações pedestres”: “O ato de

⁵⁰ JACQUES, 2012, p.267.

caminhar está para o sistema urbano assim como a enunciação está para a língua”⁵¹.

Certeau compara a apropriação pelo falante do sistema das regras que estrutura a língua, à apropriação do sistema de regras que estrutura o espaço urbano pelo caminhante. Entendendo assim a “linguagem figurada” proferida pelos passos dos pedestres como um escape à gramática racional dos urbanistas.

“As caminhadas dos pedestres apresentam uma série de percursos variáveis assimiláveis a “torneios” ou “figuras de estilo”. [...] A arte de moldar frases tem como equivalente a arte de moldar percursos. Tal como a linguagem ordinária, esta arte implica e combina estilos e usos” (CERTEAU, 1994, p.166).

100

E assim, ao moldar os percursos e ao fazer uso dessa apropriação figurada da cidade, o caminhante joga o jogo dos passos e tece os lugares. Para Certeau, é o pedestre que ao se movimentar efetivamente faz a cidade. Ao rodar e girar segundo a lei anônima das ruas, o corpo joga ao mesmo tempo que também é jogado. E nessa brincadeira de produzir cidade com os pés, o caminhante além de tornar efetiva algumas possibilidades ditadas pela ordem construída (ao seguir por caminhos projetados, reconhecidos, estratégicos) também é capaz de aumentar as possibilidades (ao criar atalhos e desvios táticos). Segundo o autor, os caminhantes e os praticantes ordinários das cidades contrariam e sobrevivem a um sistema urbanístico estratégico que tenta ordená-los e suprimi-los. Mas eles

⁵¹ CERTEAU, (original de 1980), 2014, p.164.

alteram, jogam e resistem aos mecanismos autoritários da disciplina e do poder através da tática, dos usos, das práticas e das astúcias cotidianas.

Podemos entender, então, que o caminhar do “tipo” tático, prática cotidiana de uso do espaço urbano, pode ser potente ao tecer a cidade a partir dos jogos de passos que desenvolve; crítico ao possibilitar a reflexão a respeito do modo de se pensar as cidades desde o chão em contraponto à visão aérea dos mapas e da disciplina; e resistente pela capacidade em lidar com um sistema estratégico de ordenação do espaço fazendo uso da astúcia e da inventividade cotidianas. Sendo assim, é importante afirmar que é a respeito deste caminhar de “tipo” tático que nos interessa discutir.

Outro bom indício a respeito do “tipo” de caminhar a qual nos referimos é oferecido por Frédéric Gros logo na primeira frase de seu livro *Caminhar, uma filosofia* (2010): “Caminhar não é um esporte”.

Nada de resultados, nada de números, busca-se atentar não somente ao movimento, à trajetória ou aos passos percorridos, mas ao corpo que se move em uma relação de troca com a cidade. Entende-se este caminhar, por exemplo, como possibilidade de experiência de alteridade urbana assim como potente ferramenta subjetiva e singular de apreensão, compreensão e construção das cidades.

O caminhar ao qual nos referimos é aquele que carrega ou incita um discurso acerca das cidades e das questões urbanas, que é por vezes político e de tomada de uma posição, e que assume por si só uma postura de disputa em relação aos

mais diversos protagonistas. Ele é crítico frente a algo ou a alguém, seja resistindo ou incitando a discussão. Compreende-se este caminhar enquanto potência crítica, desestabilizadora de consensos e capaz de provocar reflexão a respeito do modo de como se produz o espaço urbano e de como se vive nas cidades.

Evidencia-se na transição do século XX para o terceiro milênio, mas especialmente nos anos 2000, uma efervescência no debate a respeito do caminhar nas cidades tanto no campo da arquitetura e do urbanismo, como também fora dele. As ideias que circularam e seguem em discussão no século XXI são bastante múltiplas e constroem argumentos apoiados em referências anteriores e experiências de caminhar presentes em diversos campos do conhecimento.

102

Antes de buscar delinear os contornos de um contexto mais recente, em que se percebe a associação de questões do caminhar nas cidades à produtos, serviços, ideias e interesses do capital, entende-se importante retomar, mesmo que brevemente, algumas imagens que atravessaram as discussões a respeito do caminhar na história das cidades. E assim, tentar matizar os discursos e ideias que circularam e seguem circulando atualmente no campo da arquitetura e do urbanismo, em uma busca por nuances, camadas e diferenças capazes de evidenciar as apropriações do mercado e os deslocamentos de sentido provocados por elas.

Não é de hoje que o debate a respeito das possibilidades criativas do uso da rua e da experiência do caminhar em uma perspectiva crítica da vida urbana

atravessa ideias, discussões e produções no campo do urbanismo e da produção de cidade, e tende a se posicionar na contramão da lógica das grandes intervenções e do planejamento urbano tradicional. Dentre aqueles que já levantaram questões a respeito deste imaginário, podemos citar desde autores que experienciaram as cidades do século passado a práticas coletivas contemporâneas de “retomada” das cidades através da apropriação da rua.

Não se objetiva aqui a construção de um estado da arte do caminhar em meio às discussões de cidade e de urbanismo, mas sobretudo, busca-se evidenciar a pluralidade e a potência com que o debate se apresenta no tempo e em diversos campos, percebendo-o também na literatura e nas artes, bem como na política cotidiana e nas práticas urbanas.

Mediante à velocidade imposta por meio das transformações urbanas de modernização das cidades, surge na Paris do século XIX, um personagem literário ou de carne e osso. A figura mítica do *flâneur*, personagem recriado por Charles Baudelaire no século XIX e atualizado no século XX por Walter Benjamin, é aquele que caminha pela cidade para experimentá-la e que vaga pelas ruas a contemplar a vida.

É verdade que não se pode atribuir a Baudelaire a originalidade do tema. Diversos autores escreveram durante o século XIX a respeito de suas experiências nas ruas. O próprio Baudelaire faz referência a outros escritos, a exemplo do conto sobre Londres de Edgar Allan Poe – “O homem da multidão” – publicado a primeira vez em 1840 e diretamente relacionado com a recriação do *Flâneur*.

Benjamin ao escrever sobre, em *Baudelaire e a modernidade* (2015, original de 1972, 1974), transcreve fragmentos de suas pesquisas sobre o personagem que foram publicados posteriormente no capítulo *O Flâneur* no livro *Passagens* (2015, original de 1982, publicação póstuma e tardia).

Tais fragmentos evidenciam algumas das nuances desse caminhante que não só vagava ociosamente pelas ruas, mas as experienciava livremente, em passos lentos e sem destino certo, de maneira a se perder “voluntariamente com um inebriante prazer, entre a alteridade e o anonimato da multidão”⁵².

Aquela embriaguez anamnésica, na qual o flâneur vagueia pela cidade, não se nutre apenas daquilo que lhe passa sensorialmente diante dos olhos, mas apodera-se freqüentemente do simples saber, de dados inertes, como de algo experienciado e vivido. (BENJAMIN, 2018, p. 703)

Sobre a psicologia do flâneur: As cenas inapagáveis, que todos nós podemos rever fechando os olhos, não são aquelas que contemplamos com um guia na mão, mas aquelas as quais não demos atenção naquele momento, as que atravessamos pensando em outra coisa - em um pecado, uma namoradinha ou um aborrecimento pueril (BENJAMIN, 2018, p. 733).

A *flanerie* configura um imaginário bastante consolidado no debate moderno a respeito do caminhar nas cidades e apesar de ser comumente associado ao perambular, assume uma posição crítica frente ao processo de modernização

⁵² JACQUES, 2012, p. 53.

urbana - “A sua indolência é apenas aparente. Por detrás dela esconde-se o olhar desperto de um observador que não perde de vista o malfeitor”⁵³.

É justamente na lentidão e na ociosidade que o *flâneur* constrói o seu posicionamento. “Ocioso, caminha com uma personalidade, protestando assim contra a divisão do trabalho que transforma as pessoas em especialistas”⁵⁴. E apesar de demonstrar fascinação pelo processo de modernização das cidades corrente na época, reagia com lentidão à velocidade imposta como crítica às grandes reformas urbanas - “Durante algum tempo, por volta de 1840, era de bom-tom passear tartarugas nas passagens. O *flâneur* deixava de bom grado que elas lhe ditassem o ritmo da passada. Se dependesse dele, o progresso teria de aprender esse passo”⁵⁵. É como sabiamente nos disse João do Rio “Flanar é a distinção de perambular com inteligência”⁵⁶.

Considerado o *flâneur* brasileiro, João do Rio, pseudônimo do cronista carioca Paulo Barreto, denunciava a violência e a velocidade dos processos de modernização urbana do início no século XX no Rio de Janeiro e construía verdadeiras apologias à vitalidade das ruas e àqueles que a viviam de perto. Em *A Rua*, texto originalmente publicado no jornal Gazeta de Notícias em 1905 e posteriormente inserido em *A alma encantadora das ruas* (1997), o cronista apresenta a rua como um ser vivo, próprio de alma e personalidade, moldado a

⁵³ BENJAMIN, 2015 [original de 1972,74], p.43.

⁵⁴ Ibidem, p. 56.

⁵⁵ Ibidem, p. 57.

⁵⁶ RIO, 1997, p. 51.

partir da relação daqueles indivíduos que a experienciam desde o chão. “Há suor humano na argamassa do seu calçamento”⁵⁷.

106 Em *Vida Vertiginosa* (1911), Do Rio imprime uma contundente postura crítica ao impacto dos processos de modernização das cidades na sensibilidade do cotidiano do homem carioca, mediante às transformações urbanas que Pereira Passos, que costuma ser referenciado como o “*Hausman tropical*”, realizou no Rio de Janeiro entre 1902 e 1904. Em oposição à velocidade imposta pela chegada do automóvel, o cronista nos conta que a noção de mundo passou a ser inteiramente outra e que a escala da cidade fora bruscamente ampliada enquanto a paisagem, as árvores e os trechos bonitos de natureza morriam para dar lugar às ruas planejadas. Do Rio reclamava as mudanças na vida e nas relações humanas, e denunciava a modernização das cidades pela criação de “[...] uma época vertiginosa em que tudo se faz de pressa [...], com relógio (sic) na mão e, ganhando vertiginosamente tempo ao tempo”⁵⁸.

Na década de 1950, o Movimento Internacional Situacionista (IS) desenvolveu a noção de deriva urbana e propôs experimentações de errância voluntária pelas ruas de Paris em crítica radical ao urbanismo moderno. Baseado na ideia-chave, inspiradora do próprio nome do grupo, de “construção de situações”, o pensamento urbano situacionista buscava mobilizar outros olhares e

⁵⁷ RIO, 1997.

⁵⁸ RIO, 1911, p. 9

sensibilidades sobre a cidade por meio de ideias, práticas e experiências que incitavam a participação e o jogo.

As grandes cidades são favoráveis à distração que chamamos de deriva. A deriva é uma técnica do andar sem rumo. Ela se mistura à influência do cenário. (DEBORD, Guy. Apud JACQUES, 2003, p. 17).

Uma ou várias pessoas que se dediquem à deriva estão rejeitando, por um período mais ou menos longo, os motivos de se deslocar e agir que costumam ter com os amigos, no trabalho e no lazer, para entregar-se às solicitações do terreno e das pessoas que nele venham a encontrar (Teoria da Deriva, DEBORD, Apud JACQUES, 2012, p. 2013).

“A deriva é um tipo específico de errância urbana, uma apropriação do espaço urbano pelo vivenciador através da ação do andar sem rumo”⁵⁹. Se quer subversiva e se inscreve em um projeto de urbanismo radicalmente novo que se coloca como resistência crítica ao planejamento urbano moderno e sua busca por uma certa orientação, rapidez e esterilização da experiência nas cidades.

Em *A Vida e Morte das Grandes Cidades Americanas* (1961), a jornalista e socióloga americana Jane Jacobs contestava diretamente os princípios funcionalistas do urbanismo moderno e reclamava a volta da ordem da cidade em um elogio às capacidades criativas do uso das calçadas e da rua.

⁵⁹ JACQUES, 2012, p. 213.

Jacobs atacava em particular a ideia de setorização, ou organização espacial da cidade segundo funções predeterminadas, descritas na Carta de Atenas, resultado do CIAM (Congresso Internacional de Arquitetura Moderna) de 1933. A jornalista defendia a diversidade, mescla de usos e usuários na cidade, como meio capaz de recuperar a vitalidade urbana. E o espaço ideal para que essa diversidade e intensidades de uso acontecesse se dava, segundo a autora, nas ruas e nas calçadas. É a partir dos contatos nas ruas que se pode “[...] florescer a vida pública exuberante na cidade”⁶⁰.

108 Raquel Solnit (2016), historiadora e jornalista americana, nos conta em *A história do caminhar* a respeito das manifestações, dos levantes e das revoluções urbanas em que, segundo a autora, o caminhar se torna discurso coletivo, demonstração física de convicção política e cultural e testemunho democrático.

Em dias normais, cada um de nós anda sozinho ou acompanhado por uma ou duas pessoas nas calçadas, e as ruas são usadas para permitir o trânsito e o comércio. Em dias extraordinários – [...] nos dias em que nós mesmos fazemos história – caminhamos junto, e a rua inteira serve para destacar a importância do dia com passadas fortes (SOLNIT, 2016, p. 361).

Solnit (2016) entende o caminhar que se dá em um contexto de manifestações ou insurreições como uma das formas mais universalmente acessíveis de expressão pública, no sentido de um movimento coletivo que se expressa rumo a um objetivo comum, em que os participantes não entregam sua singularidade,

⁶⁰ JACOBS, 2011, p. 78.

não deixam de ser diferentes uns dos outros. Segundo a autora, os protestos de rua que levam milhares a caminharem lado a lado evidenciam a força de um grupo e são a manifestação física e política dos corpos que em contato com o chão das cidades postulam exigências e reclamam transformações.

São inúmeros os exemplos de revoltas e manifestações de rua que eclodiram no mundo, que levantaram questões urbanas e reivindicaram mudanças na gestão e na produção das cidades⁶¹. Entre as mais recentes mobilizações brasileiras, cabe pontuar a onda de protestos que tomou as ruas das cidades em 2013 e que ficaram conhecidas por Jornadas de Junho. O movimento nacional, que acompanhou um momento de efervescência global de manifestações urbanas - a exemplo da Primavera Árabe (2011) em Istambul; do *Occupy Wall Street* (2011) em Nova Iorque e do Movimento Indignados (2011) na Espanha, perturbou a ordem do país ao se posicionar, inicialmente, contra o aumento da

⁶¹ Entre as experiências que mobiliza como exemplo, Solnit dedica especial atenção aos levantes ocorridos na capital francesa. “Paris é a grande cidade de quem caminha. E é a grande cidade da revolução”. E apresenta o corpo na rua em uma posição de luta desde a Revolução Francesa (1789) até o levante estudantil de maio de 1968. David Harvey em *Cidades Rebeldes* (2014) também menciona os “sucessivos movimentos revolucionários em Paris de 1789 a 1830 e de 1848 até a Comuna de 1871” como o mais óbvio exemplo da história das lutas de classe de base urbana do século XIX. Mas segue por lembrar de acontecimentos posteriores que incluem “a Greve geral de Seattle em 1919, [...] o levante de Córdoba de 1969 e as insurreições urbanas mais gerais nos Estados Unidos, na década de 1960, os movimentos de base urbana de 1969 (Paris, Chicago, Cidade do México, Bangcoc e outras”. No Brasil, podemos citar as manifestações de rua por Diretas Já em 1984 e os protestos de 1992 em pedido do impeachment do então presidente Fernando Collor.

tarifa nos transportes públicos e levar milhares de vozes nada uníssonas a caminhar coletivamente pelas ruas do país.

Foi por muito pouco – aparentemente “apenas” por alguns centavos – que o copo transbordou. O baixo valor objetivo tinha uma enorme, e ignorada, dimensão subjetiva. A névoa de normalidade e estabilidade plena se desfez. A revolta contra o aumento da passagem traduzia naquele momento, em um só golpe, formas elementares de opressões e cerceamentos da vida cotidiana que já não nos dávamos conta: **mobilidade, acesso à cidade, a necessidade de ocupar as ruas, de nos afetar com os encontros**, de exigirmos uma distribuição radical das terras latifundiárias da política (MORAES et al [Org.], 2014, p. 11, grifo nosso).

110

Na introdução de *Junho: potência das ruas e das redes* (2014), publicação organizada coletivamente por acadêmicos, jornalistas e militantes, os organizadores pontuam, entre outras questões, a respeito de um “enxame de redes e afetos” que as manifestações teriam sido capazes de produzir. Corpos periféricos e desviantes teriam subvertido em Junho as gramáticas tradicionais do fazer política, já não mais “exclusivo das intuições”.

Segundo os autores, ao afirmarem suas existências nas ruas, produzindo coexistências, esses corpos teriam sido capazes de provocar o surgimento de um novo sistema de ação social. “Um sistema-rede no qual convivem novos atores (perfis, coletivos, movimentos, redes, identidades coletivas) e estruturas tradicionais (movimentos, partidos, sindicatos)”⁶². Por meio de uma política feita

⁶² MORAES et al (Org.), 2014, p. 19.

no corpo em contato com outros corpos e com a cidade, novos espaços de luta e crítica ao sistema de poder vigente puderam ser construídos.

Apesar de serem constituídas por diferentes ações em torno das pautas mais diversas, as grandes manifestações e levantes de rua que marcaram o início do século XXI trouxeram como característica convergente o uso das redes de internet para mobilização, difusão e compartilhamento do movimento. Segundo Castells (2012) por estarem conectados com o mundo inteiro através das redes, tais movimentos são locais e globais. Começam e crescem na internet, mas não são essencialmente digitais. “Eles só tornam-se visíveis e passam a existir de fato quando tomam as ruas”⁶³.

Em decorrência das Jornadas de Junho de 2013, outros movimentos⁶⁴ bastante plurais que seguiram acontecendo pelo Brasil, abriram caminho para o alargamento da discussão de “retomada” das cidades no país, das ocupações urbanas, da apropriação das ruas pelos cidadãos, e do papel da sociedade civil na discussão e construção do espaço público.

⁶³ CASTELLS, 2013 apud GOHN, 2014, p.438

⁶⁴ Entre eles, podemos citar: o “Ocupa Parque Augusta” em São Paulo no ano de 2015, “Ocupe Estelita” no Recife em 2014, a “Primavera Secundarista” e o “Ocupa Minc” em diversas cidades brasileiras em 2016, além de outras ocupações semelhantes espalhadas pelo país, como exemplos de ações significativas organizadas pela sociedade civil que repercutiram nacionalmente e demonstraram possibilidades outras de participação.

Em dezembro de 2015, um grupo de coletivos ativistas⁶⁵ da cidade de São Paulo iniciou a pesquisa *Como Anda* que “[...] nasce da necessidade de compreender o movimento que promove a mobilidade a pé no país”⁶⁶. Entre os objetivos da pesquisa estava mapear organizações que abordassem o tema da mobilidade a pé a fim de entender suas estratégias de atuação para posterior análise e compartilhamento dos dados, sob o intuito de auxiliar a potencialização das atuações e parcerias entre as iniciativas. O resultado da pesquisa indicou que entre as 130 organizações avaliadas - entre elas coletivos, empresas e instituições públicas de todo o Brasil - cerca de 80% que focam sua atuação na mobilidade a pé, surgiu depois de 2013, e que 41% desse total trabalha diretamente com o tema das manifestações de junho.

112

Seja através da lentidão flanante como crítica a uma velocidade imposta pelo processo de modernização das cidades; ou pela denúncia literária do *flâneur* carioca que ao presenciar a modernização e a transformação do seu habitat presta um testemunho de apologia à rua e à vida que nela acontece; seja por meio da proposta de se pensar radicalmente, subverter as lógicas impostas e apreender as cidades através de um caminhar outro, desorientado e situacionista; seja prestigiando a rua como principal espaço de vitalidade das cidades; ou se colocando nas ruas em um caminhar que também é discurso e demonstração física de convicção política; cada uma das experiências mobilizadas aproxima o

⁶⁵ O COMO ANDA é uma iniciativa das organizações Cidade Ativa e Corrida Amiga e tem apoio do Instituto Clima e Sociedade (iCS). Ver mais em: <www.comoanda.org.br>.

⁶⁶ CIDADE ATIVA, 2017, p. 8.

caminhante, ou aquele que vive a rua e erra pela urbe de uma postura crítica, criativa e potente frente aos processos disciplinadores, estratégicos e funcionalistas de produção de cidade. São acontecimentos, personagens, movimentos e práticas que constroem narrativas repletas de significados, imagens, referências e posturas políticas próprias.

A fim de dar continuidade na investigação daquilo que tem sido pensado a respeito do caminhar nas cidades, agora lançamos o olhar à circulação de ideias a respeito do tema na atualidade, buscando perceber novas inquietações e questões emergentes nos últimos anos que atravessam a discussão.

A partir da organização do pensamento proposta na introdução, em que se percebe a discussão do caminhar nas cidades em evidência a partir de três debates centrais no século XXI, propõe-se neste momento lançar o olhar a dois deles:

- Em uma forte tendência de urbanização ancorada em princípios como desenvolvimento sustentável, escala humana, acessibilidade, mobilidade ativa, cidade para pessoas, pedestrianização e caminhabilidade;
- E na emergência da discussão acerca da experiência nas cidades, que entende que a forma mais elementar de experiência urbana se dá ao caminhar.

Entende-se que a terceira discussão a respeito da potência política que o corpo na rua exerce, presente no movimento daqueles que caminharam juntos em um discurso coletivo nas revoltas e manifestações urbanas dos últimos anos,

sobretudo no Brasil, faz parte de um debate ainda bastante recente, em que reflexões teóricas e políticas seguem sendo elaboradas. O processo de análise e compreensão do que teriam sido as Jornadas de Junho de 2013, para mencionar o exemplo nacional considerado mais significativo das últimas décadas, é ainda corrente e bastante “nebuloso”, além de envolver outras variáveis e particularidades que não “só” a dimensão do caminhar do manifestante. Nesse sentido, entende-se que a esta pesquisa, neste momento, não cabe se atentar a um debate mais preciso das manifestações de rua e da potência política do corpo em contato com a cidade. Voltaremos a mencionar tal discussão no próximo capítulo, abordando as especificidades necessárias, mas percebendo sua complexidade acentuada.

114

A distinção proposta em diferentes linhas não intenciona a criação de recortes temáticos. Entende-se que estas discussões atravessam umas às outras e que constroem juntas uma tendência que evidencia o caminhar nas cidades nas questões urbanas do século XXI. A organização que se apresenta a seguir em dois momentos, visa, antes de mais nada, evidenciar as particularidades e os argumentos únicos de cada debate⁶⁷.

⁶⁷ Cabe salientar que se objetiva, sobretudo, perceber por onde, como e mobilizadas por quem, as ideias a respeito do caminhar nas cidades circularam na transição da década de 1990 para o século XXI, em especial nos anos 2000, buscando perceber a configuração que possibilitou a incorporação deste debate na lógica do capital.

CIDADE
PARA
PESSOAS
CIDADE DE
PEDESTRES
WALKABLE
CITY

Em outubro de 2015, o Fórum Econômico Mundial (FEM)⁶⁸ divulgou um relatório a respeito das principais tendências urbanas para século XXI. “*Top Ten Urban Innovations*”⁶⁹ se propôs a apresentar “dez dos melhores exemplos de todo o mundo de como as cidades estão criando soluções inovadoras para uma variedade de problemas”⁷⁰.

Entre as dez soluções que já estariam “oferecendo um efeito positivo na qualidade de vida e no desenvolvimento econômico” das cidades e que poderiam ser aplicadas ou adaptadas a uma variedade de ambientes urbanos específicos, o quarto ponto da lista diz respeito ao que o relatório escolhe chamar por “*Augmented Humans: The Next Generation of Mobility*”⁷¹.

116

O item aborda dois dos princípios apontados no relatório como estruturadores das inovações percebidas: a infraestrutura urbana projetada em pequena escala e a inovação centrada nas pessoas. E constrói seu argumento focado na crítica às “visões modernas [do planejamento urbano] (...) que influenciaram o desenvolvimento de cidades espalhadas, altas e centradas em automóveis,

⁶⁸ O Fórum Econômico Mundial é uma Organização Internacional de Cooperação Público-Privada, que envolve os principais líderes políticos, empresariais e outros agentes da sociedade com o objetivo principal de melhorar a situação econômica, política e social mundial. Disponível em <<https://www.weforum.org/about/world-economic-forum>> Acesso out de 2018.

⁶⁹ Disponível em: <<https://www.weforum.org/reports/top-ten-urban-innovations>> Acesso out de 2018.

⁷⁰ GLOBAL AGENDA COUNCIL, 2015, p. 3.

⁷¹ Em tradução livre: Humanos aperfeiçoados: A nova geração de mobilidade.

construídas entre rodovias que se espalhavam pelo mundo”⁷², e que não deixavam espaço para a caminhada, o ciclismo, ou para o planejamento de espaços públicos de convivência voltados à escala humana, considerados, segundo o relatório, como essenciais para o desenvolvimento de cidades mais vivas, seguras, sustentáveis e saudáveis na atualidade.

A defesa do ponto segue ao afirmar que investir em estruturas seguras para pedestres e ciclistas tem baixo custo e um alto retorno social e econômico. Além de contribuir com a redução da emissão de gases poluentes na atmosfera, auxilia na manutenção da saúde da população. O documento ainda indica como potencial campo de investimento as possíveis inovações que tendem a surgir devido a tendência observada. O relatório sugere como exemplo a implantação de sistemas de bicicletas compartilhadas e a criação de novas tecnologias, dispositivos e produtos de auxílio ao transporte ativo⁷³ na cidade.

O discurso apresentado pelo FEM reflete e reproduz uma discussão já bastante disseminada no campo do planejamento das cidades desde a década de 1990. Não é necessariamente a originalidade do tema que chama a atenção. Cabe atentar, sobretudo, à associação desse discurso a uma ideia de tendência urbana,

⁷² GLOBAL AGENDA COUNCIL, 2015, p. 7.

⁷³ Toda prática que permite a mobilidade de pessoas apenas pela força de seu corpo, sem auxílio de motores, é considerada transporte ativo. A caminhada e a prática do ciclismo são exemplos de transporte ativo.

e aos possíveis usos dessa tendência como uma potência de mercado que vai bastante além de se pensar novos produtos para caminhantes e ciclistas⁷⁴.

Entre as publicações que repercutiram no debate internacional, que alimentaram e contribuíram para a conformação da tendência observada, evidencia-se o livro “Cidade para Pessoas” (2010) do arquiteto dinamarquês Jan Gehl como uma referência recorrente nas discussões a respeito da valorização da escala do pedestre pelo mundo.

O autor identifica três diferentes escalas de planejamento urbano na atualidade: a grande escala, em que a cidade é vista de cima, como em um voo de avião; a média escala, em que se pensa nos quarteirões e na organização de seu espaço, como se vista de um voo baixo de helicóptero; e, por fim, a pequena escala, a do pedestre. Para o autor, esta última é a escala menos trabalhada, porém a mais impactante no nosso cotidiano, uma vez que é através dela em que interagimos com o ambiente a nossa volta. É por meio deste argumento que o arquiteto define o foco de seus estudos na ideia de dimensão humana, buscando apresentar ao leitor ferramentas de planejamento e projeto direcionadas à pequena escala.

Em afinação com o relatório do FEM, Gehl também se coloca crítico a “ideologias dominantes de planejamento – em especial, o modernismo”⁷⁵, que segundo o

⁷⁴ A discussão focada na dimensão do caminhar enquanto tendência de consumo se desenvolverá no decorrer do segundo capítulo. No entanto, entendo que pontuar alguns atravessamentos já neste momento pode contribuir para a construção do pensamento e da argumentação em um próximo momento.

⁷⁵ GEHL, 2010, p. 03.

autor, por décadas deram baixa prioridade às áreas de pedestres e ao papel do espaço urbano como lugar de encontro. Para tal, se apoia nas ideias de Jane Jacobs presente na célebre publicação da autora *Morte e Vida das Grandes Cidades Americanas* de 1961. Entendendo-a como a primeira voz forte a clamar por mudanças frente à realidade que observava: o aumento do tráfego de carros e a vigência de um modelo de planejamento guiado por princípios modernos em ameaça à vida da cidade, afastando as pessoas dos espaços públicos e da rua.

O arquiteto dinamarquês observa ainda que “agora, no início do século XXI, podemos perceber os contornos dos vários e novos desafios globais que salientam a importância de uma preocupação muito mais focalizada na dimensão humana”⁷⁶, e advoga pelo “desejo geral e urgente” da necessidade de se prover as mesmas cidades vivas, seguras, sustentáveis e saudáveis mencionadas no documento do FEM.

Entre os novos desafios globais mencionados por Gehl, aos quais a emergência dessas pautas responde, certamente estava o foco das preocupações mundiais a respeito do futuro do planeta na década de 1990⁷⁷. O impacto do homem sobre o meio ambiente gerou discussões que ecoaram no âmbito global e levantaram questões a respeito das mudanças climáticas, das emissões de CO₂ antropogênicas na atmosfera e da escassez de recursos naturais.

⁷⁶ GEHL, 2010, p. 06.

⁷⁷ É relevante pontuar que a ONU declarou o ano de 1990 como “Ano Internacional do Meio Ambiente”, fomentando discussões ambientais em todo o mundo.

Em busca por alternativas que amenizassem as consequências das ações humanas sobre a natureza, propunha-se, naquele momento, pensar em desenvolvimento sustentável. A discussão reverberou em diversas escalas, desde as mais cotidianas, a exemplo da conscientização por novos hábitos de consumo, descarte e utilização de recursos naturais; a escalas globais, presente em acordos internacionais de comprometimento entre nações, em que diretrizes de governo e outras formas de se pensar e planejar cidade passaram a abordar a preocupação com o meio ambiente. Logo, o debate possibilitou a incorporação do transporte ativo e a valorização da mobilidade a pé como possíveis soluções de política urbana na redução do impacto humano sobre as cidades.

120

Cabe salientar que discussões sobre mobilidade urbana que marcaram o período e que compunham o debate a respeito de desenvolvimento sustentável não se restringiam ao caminhar e a valorização do pedestre. Entre as opções de transporte não poluente, o uso da bicicleta também recebia particular incentivo⁷⁸ neste momento, fortalecendo o movimento ciclo-ativista no Brasil e no mundo. Também vale pontuar que se observam políticas e intervenções urbanísticas direcionadas aos pedestres em momentos precedentes a esse, a exemplo do

⁷⁸ “A aplicação do Estatuto da Cidade (2001) (Plano Diretor participativo, Plano Diretor de Mobilidade das Cidades) e, mais recentemente, o anteprojeto de lei da Política Nacional de Mobilidade Urbana (propondo a integração das políticas de transporte com as de desenvolvimento urbano, a melhoria do transporte coletivo, a racionalização do uso dos motorizados individuais, e a valorização dos meios de transporte não-motorizados), demonstram que o Brasil está em sintonia com as tendências mundiais de incentivo à mobilidade urbana sustentável”. Retirado de XAVIER, Gisele. O cicloativismo no Brasil e a produção da lei de política nacional de mobilidade urbana. 2007. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/emtese/article/download/13478/12361> > .

fechamento de ruas para os carros em São Paulo (1976)⁷⁹ e Curitiba (1972)⁸⁰,. No entanto, o que se propõe pensar neste momento é como a discussão entra em evidência no século XXI, e por onde e como as ideias a respeito do tema circularam desde então.

Em 1992, a cidade do Rio de Janeiro sediou a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, também conhecida como Eco-92, Cúpula da Terra, Cimeira do Verão, Conferência do Rio de Janeiro e Rio 92. O evento, que reuniu Chefes de Estado, Ministros e representantes dos países membros, suscitou a discussão do conceito de desenvolvimento sustentável e concentrou durante 12 dias a atenção internacional na formulação de uma agenda global para o meio ambiente. A Rio 92 abordou, entre outros temas, a redução da emissão dos gases estufa na atmosfera e a diminuição no consumo de combustíveis fósseis, incentivando o uso do transporte alternativo e da mobilidade ativa nas cidades.

121

⁷⁹ Os calçadões do centro de São Paulo foram implantados na década de 1970 sob a gestão de Olavo Setúbal. O projeto “Ação Centro” restringia o uso do carro particular e visava a criar espaços destinados ao lazer. Ver mais em: <<http://folha.com/no1675514>> Acesso em 20 out 2018.

⁸⁰ “A proposta de Jorge Wilhelm e do IPPUC (Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba) de transformar as ruas congestionadas do centro em áreas destinadas exclusivamente aos pedestres desafogou imediatamente o tráfego de pessoas permitindo ao cidadão um conforto real no seu hábito de circular e fazer compras. O projeto também contemplou equipamentos e mobiliários urbanos: bancos, lixeiras, floreiras, entre outros, além de arborização” (CIDADE ATIVA, 2017, p.52).

Dando seguimento às discussões suscitadas em 1992, o Protocolo de Kyoto, firmado em 1997 no Japão, foi um tratado internacional que estabeleceu aos países desenvolvidos metas de redução na emissão de gases do efeito estufa na atmosfera. Assim como na Rio 92, entre as ações incentivadas para o auxílio do cumprimento das metas estabelecidas estava a priorização do transporte público e o incentivo à adoção do transporte ativo.

Ademais, o desenvolvimento sustentável aparece entre os princípios fundamentais da Política Nacional de Mobilidade Urbana, Lei federal 12.587/12, de 2012. A Lei, que estabelece diretrizes de mobilidade para o país, determina a priorização dos modos de transporte não motorizados e de serviços de transporte público coletivo. Desestimula o uso do veículo motorizado de transporte individual e permite, como instrumento de gestão do espaço, a restrição do acesso de veículos motorizados em determinados “locais e horários visando uma maior utilização do espaço público por pedestres e ciclistas”⁸¹.

Ainda no campo legislativo, agora direcionando o olhar para a discussão de acessibilidade e infraestrutura urbana voltada a pedestres, ciclistas e pessoas com mobilidade reduzida, evidencia-se no contexto nacional a publicação da Lei da Acessibilidade 10.098/00 de 2000, que estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, e dispõe a respeito da urbanização das vias

⁸¹ Cartilha de implantação da Política Nacional de Mobilidade Urbana. 2012. P. 19. Disponível em: <www.portalfederativo.gov.br/noticias/destaques/municipios-devem-implantar-planos-locais-de-mobilidade-urbana/CartilhaLei12587site.pdf>.

públicas e espaços públicos de uso coletivo que devem ser executados de maneira a garantir a acessibilidade de todos; da NBR 9050 de 2004, que regulamenta os aspectos técnicos das calçadas, rampas e outros equipamentos urbanos; assim como o programa Passeio Livre⁸² da Prefeitura da Cidade de São Paulo que objetiva a incorporação de medidas técnicas de padronização e organização das calçadas na legislação municipal.

Em 22 de setembro de 1997, foi celebrado na França o primeiro *Dia Mundial sem Carro*. Nos anos 2000 várias cidades e países europeus acolheram a proposta e atualmente a data é considerada um incentivo às pessoas de todos os países a deixarem o carro em casa e, pelo menos nesse dia, utilizarem outros meios de locomoção, priorizando os modos ativos: a pé e bicicleta. *O Dia Mundial Sem Carro* é comemorado no Brasil desde 2007 e entre as iniciativas que celebram o dia no país, a Semana da Mobilidade de São Paulo⁸³ acontece em parceria entre a prefeitura, empresas patrocinadoras, coletivos ativistas da cidade e organizações da iniciativa privada que propõem entre outras atividades, conversas abertas, palestras, bicicletadas e *walking tours* pela cidade.

A última edição da Virada da Mobilidade, evento proposto em virtude da Semana da Mobilidade de São Paulo, aconteceu de 17 a 23 de setembro de 2018 e foi

⁸² Ver mais em: Cartilha do programa Passeio Livre. Disponível em: <www.solucoesparacidades.com.br/wp-content/uploads/2010/01/21%20-%20Cartilha%20passeio%20livre.pdf>. Acesso em 20 out 2018.

⁸³ Ver mais em: <www.nossasaopaulo.org.br/semana-da-mobilidade>. Acesso em 20 out 2018.

realizada pelo *Institut pour la Ville en Mouvement* – IVM Cidades em Movimento. Criado em 2000 pelo Grupo PSA Peugeot Citroën, empresa privada de produção de veículos instalada no Brasil desde 2001, o IVM se propõe a “[...] ser o ponto de encontro daqueles que pensam, fazem e vivem as cidades”⁸⁴. Tem escritórios em Xangai, Argentina e Brasil que desenvolvem e contribuem com pesquisas a respeito de novas possibilidades e hábitos de mobilidade urbana nas cidades.

O lançamento de inúmeras publicações, guias e relatórios técnicos de iniciativa pública e privada a respeito da valorização da escala do pedestre nas cidades desde a virada do século XXI também contribuiu para a conformação de uma ideia de tendência neste período.

124

Entre as publicações internacionais, para além do *Cidade Para Pessoas* (2010) já mencionado, podemos citar o livro *Cidade caminhável* do urbanista Jeff Speck, publicado em junho de 2016, que reúne experiências de cidades norte-americanas e visa demonstrar o pedestre como essencial protagonista da vitalidade dos centros urbanos. Assim como uma série de relatórios técnicos desenvolvidos tanto pela gestão de grandes cidades globais - a exemplo de *The walkable city*⁸⁵ (2012) organizado pela secretaria de saúde pública de Toronto e

⁸⁴ Parte do texto de apresentação do IVM Cidades em Movimento. Disponível em: <<https://cidadeemmovimento.org/quem-somos/>>. Acesso em 20 out 2018.

⁸⁵ Toronto, *The walkable city*, 2012. Disponível em: <<https://www.toronto.ca/wp-content/uploads/2017/10/9617-TPH-walkable-city-report.pdf>>. Acesso 20 out 2018.

o *Walking Strategy and action Plan*⁸⁶ (2015) da prefeitura da cidade de Sidney; quanto por organizações e pesquisa privadas - a exemplo do *Cities Alive: Towards a walking world*⁸⁷ (2016) de autoria da ARUP, empresa multinacional de pesquisa, projetos e serviços de consultoria do ambiente construído, em uma perspectiva global do tema, com estudos de caso em todos os continentes; e *Walkable City, Living Streets*⁸⁸ (2012) desenvolvido pelo instituto de pesquisa *Civic Exchange* a respeito dos espaços destinados aos pedestres em Hong Kong.

Entre as publicações nacionais, destacamos o livro *Cidades de pedestres: a caminhabilidade no Brasil e no mundo* (2017) organizado por Victor Andrade e Clarisse Linke que compila textos de arquitetos, urbanistas e pesquisadores do campo, a exemplo do arquiteto dinamarquês Jan Gehl e de Janette Sadik-Khan que escreve a respeito de sua experiência como secretária de transportes de Nova Iorque, entre 2007 e 2013. E o relatório final da pesquisa *Como anda, Mobilidade a pé: estado da arte do movimento no Brasil* publicado em 2017, que se propôs a compreender o movimento que promove a mobilidade no Brasil através da investigação das organizações que trabalham com o tema no país.

⁸⁶ Sidney, *Walking Strategy and action Plan*, 2015. Disponível em: <https://www.cityofsydney.nsw.gov.au/__data/assets/pdf_file/0013/233320/Walking_Strategy_FINAL_for_web.pdf>. Acesso em 20 out 2018.

⁸⁷ ARUP. *Cities Alive: Towards a walking world*, 2016. Disponível em: <<https://www.arup.com/perspectives/publications/research/section/cities-alive-towards-a-walking-world>>. Acesso em 20 out 2018.

⁸⁸ Civic Exchange. *Walkable City, Living Streets*, 2012. Disponível em: <<https://civic-exchange.org/report/walkable-city-living-streets/>>. Acesso em 20 out 2018.

No que diz respeito aos projetos urbanos voltados ao pedestre, percebe-se que nas últimas décadas, grandes capitais globais a exemplo de Londres, Rio de Janeiro, Nova Iorque e São Paulo têm mantido iniciativas de planejamento visando a melhor circulação de pessoas dentro da cidade e incentivando o uso da rua.

O órgão responsável pelos transportes da capital inglesa promove, desde os anos 2000, os projetos *Walkable London* (Londres caminhável) e *Legible London* (Londres legível)⁸⁹. O primeiro tratando de diretrizes projetuais padronizadas que visam guiar urbanisticamente a cidade inteira, e o segundo tratando-se da implementação de um sistema de localização destinado ao pedestre. Em iniciativa semelhante, a prefeitura do Rio de Janeiro desenvolveu em 2015 o “Rio a pé”, um sistema de localização voltado ao pedestre, com a implementação de 500 totens explicativos nos bairros da orla da cidade que indicam, entre outras informações, o tempo de caminhada até destinos específicos.

Entre os exemplos icônicos do fechamento de grandes avenidas para usufruto de pedestres e ciclistas, estão: a “requalificação” da Times Square (2009-2017) em Nova Iorque, que transformou uma das áreas mais congestionadas da cidade em uma grande praça pública de mais de 9 mil metros quadrados; e a abertura da Avenida Paulista na cidade de São Paulo aos domingos e feriados em 2015, iniciativa que fez parte e foi propulsora do programa municipal Ruas Abertas,

⁸⁹ Ver mais em: London, T. F. *Improving Walkability*. Londres. Mayor of London, 2005.

implementado sob a ação conjunta entre coletivos ativistas e o poder público. “Meses após a abertura da Paulista para pedestres aos domingos, foi anunciado que, no segundo semestre de 2017, serão inaugurados três novos centros culturais na avenida: *Japan House*, Instituto Moreira Sales e SESC Paulista”⁹⁰.

Tais acontecimentos e experiências revelam um contexto contemporâneo em que já se percebe a discussão do caminhar nas cidades associada a uma dimensão de planejamento urbano globalizado. Menções ao caminhar estiveram presentes em discussões entre nações a respeito do desenvolvimento sustentável na década de 1990 (Rio 92 - 1992, Protocolo de Kyoto - 1997), e assim mobilizaram, por exemplo, a inserção deste debate nas políticas públicas de mobilidade no Brasil (Política Nacional de Mobilidade Urbana - 2012 e Lei da Acessibilidade – 2000). Assim como, a valorização do transporte ativo nas cidades levou ao surgimento de datas e eventos celebrados em escala global (Dia Mundial Sem Carro – 22 de setembro) e local (Virada da mobilidade de São Paulo) que recebem o incentivo de organizações da sociedade civil, como coletivos ativistas, e de empresas multinacionais (Grupo Peugeot Citroën). O caminhar nas cidades está atualmente presente em cartilhas de ferramentas de planos estratégicos de ação de grandes capitais globais (Toronto, Sidney) e em relatórios de pesquisa desenvolvidos por empresas privadas de planejamento e consultoria que suscitam a conformação de um modelo de cidades para pedestres que se propõe replicável ou adaptável a qualquer realidade (*Top Ten Urban Innovations - 2015*).

⁹⁰ DURAN, 2017, p. 89.

Diante de tais apontamentos, podemos nos questionar: seria então a escala do pedestre, na contemporaneidade do século XXI, a escala global? A que lógicas estratégicas, a escala da vida é submetida ao ser evidenciada como tendência? E que implicações se percebem ao associar a dimensão humana como resposta a desafios que são globais?

ESPETÁ_
CULO,
CORPO,
EXPE_
RIÊNCIA,
ESTRATÉGIA

No findar do século XX, sob um contexto de mercado globalizado, observava-se, sobretudo devido ao turismo, a transformação das cidades em “imagens espetaculares, *outdoors*, imagens sem corpos, espaços desencarnados, simples cenários”⁹¹. Como possibilidade crítica ao processo de espetacularização das cidades, naquele momento também se propunha inverter o olhar, buscar focar no seu extremo oposto, atentar à experiência do cotidiano, à vitalidade da vida pública, às inventividades, à tática e ao caminhar nas cidades como potências do corpo frente aos processos espetaculares.

130

Segundo Paola Berenstein Jacques (2004, 2009, 2014), o processo de espetacularização contemporânea pode ser considerado como um dos maiores responsáveis tanto pela tentativa de pacificação dos conflitos e dissensos no espaço público quanto pela esterilização das experiências corporais nos espaços da cidade. A espetacularização urbana, “mesmo que muitas vezes com outros nomes: cidade-cenário, cidade-museu, cidade genérica, cidade-parque-temático, cidade-shopping, em resumo: cidade-espetáculo⁹²”, acontece por meio de um processo de mercantilização das cidades e é indissociável das estratégias publicitárias de *marketing* e de *branding* (construção de marcas).

A lógica espetacular se baseia na criação de imagens e na construção de consensos urbanos, em que os espaços públicos e a cultura assumem uma posição estratégica para a promoção de imagens de marca consensuais de

⁹¹ JEUDY, JACQUES, 2009, p. 9.

⁹² JACQUES, 2009.

cidade, pensados enquanto peças publicitárias para o consumo imediato. Equipamentos culturais, mega-eventos, obras de arte nas ruas e festivais, tudo concorre para garantir à cidade um lugar na geopolítica das redes globalizadas das cidades turísticas.

Em *Pontos de fuga*, breve e último capítulo de *O futuro da arquitetura desde 1989: uma história mundial* (2016), dedicado ao final da década de 1990 aos primeiros anos do século XX, Jean-Louis Cohen faz menção a algumas das questões que, segundo ele, mesmo levantadas em décadas anteriores, continuaram em debate neste período de transição entre milênios, “[...] mas agora em escala global”⁹³. Para o historiador da arquitetura, o turismo e a construção civil, “[...] esses dois ramos dominantes da economia mundial, novamente convergiam com o surgimento de uma arquitetura cuja razão primeira é o espetáculo e que quase sempre, tem a utilidade como consideração secundária”⁹⁴.

131

O que também apontam Jeudy e Jacques (2006) na apresentação de *Corpos e cenários urbanos: territórios urbanos e políticas culturais* (2006), publicação que reúne escritos de pesquisadores do campo sobre o processo de espetacularização urbana⁹⁵, quando nos contam a respeito dos projetos urbanos realizados no

⁹³ COHEN, 2016, p.468.

⁹⁴ COHEN, 2016, p.468.

⁹⁵ A publicação *Corpos e cenários urbanos: territórios urbanos e políticas culturais* (2006) é fruto de um projeto de cooperação internacional CAPES-COFECUB “Territórios Urbanos e Políticas Culturais”, que promoveu seminários em Salvador, Rio de Janeiro, Paris e Bourdeaux.

mundo inteiro sob uma lógica espetacular, homogeneizadora e consensual, que busca transformar espaços públicos em cenários, “cada vez mais desprovidas de corporalidade ou sem consciência”⁹⁶.

Cohen (2016) pontua que neste período os projetos espetaculares, monumentais por sua escala e por sua dimensão urbana e territorial, “restauraram a imagem do arquiteto como figura pública em diálogo com políticos e empresários, e com os grandes nomes das artes e da moda”. O que Jeudy e Jacques (2009) percebem como um momento em que a ordem do dia no campo da arquitetura e do urbanismo parecia ser a de criar imagens e estar a serviço do marketing político, colocando o arquiteto em um lugar de construção de cenários e de manutenção do espetáculo.

A arte e arquitetura, da mesma forma que o urbanismo e o paisagismo, são requisitadas para operar as alterações de cenário, as modificações da imagem de uma cidade, respondendo as estratégias políticas e culturais que se tornam cada vez mais marketing, com logotipos e marcas (JEUDY, JACQUES, 2009, p.8).

A ideia da venda da cidade como imagem de marca e da aproximação de arquitetos a políticos e empresários a serviço do marketing político pode ser também relacionada ao contexto que se observa na difusão do modelo de gestão urbana do Planejamento Estratégico, que ganhou força no final do século XX e que segue sendo reproduzido até os dias de hoje.

⁹⁶ JEUDY, JACQUES, 2006, p. 9.

O Planejamento Estratégico carrega a lógica neoliberal na maneira como submete as cidades às mesmas condições e desafios que as empresas, promovendo a cidade como uma mercadoria, através de estratégias publicitárias de construção de imagens de marca. Gestores e arquitetos assumem a posição de celebridades e as arquiteturas de grife contribuem para atrair turistas.

Talvez um dos exemplos mais significativos seja o “modelo Barcelona” referente ao Plano Estratégico Econômico e Social Barcelona 2000 implementado em vias da realização dos Jogos Olímpicos de 1992, que instaurou um modelo gestão urbana copiado, editado, e difundido “no Brasil e na América Latina pela ação combinada de diferentes agências multilaterais (BIRD⁹⁷, Habitat⁹⁸) e de consultores internacionais, sobretudo catalães”⁹⁹.

⁹⁷ “Banco Internacional para a Reconstrução e Desenvolvimento, que atua como uma cooperativa de países, que disponibiliza seus recursos financeiros, o seu pessoal altamente treinado e a sua ampla base de conhecimentos para apoiar os esforços das nações em desenvolvimento para atingir um crescimento duradouro, sustentável e equitativo. O objetivo principal é a redução da pobreza e das desigualdades”. Trecho retirado de <<https://nacoesunidas.org/agencia/bancomundial/>>. Acesso em 20 out 2018

⁹⁸ Habitat – Conferência das Nações Unidas para Assentamentos Urbanos - é um megaevento bi-decenal organizado pela ONU, que reúne representantes de governos nacionais, locais, parlamentares, profissionais, acadêmicos e representantes da sociedade civil e membros de organizações não governamentais em fóruns, reuniões, exposições e debates a fim de discutir os processos de urbanização planetária.

⁹⁹ VAINER, 2000.

O discurso da cidade pátria-empresa-mercadoria¹⁰⁰ que difundia novos ideários para a gestão urbana, que realçava o mercado e a iniciativa empresarial, defendia interesses que conectavam a vida urbana ao metabolismo do capital. A ideia de considerar a cidade como uma empresa ou uma mercadoria não é equivocada, afinal, “qualquer um dos seus seguimentos pode ser incorporado – mesmo que somente como um fotograma – a produtos (materiais e imateriais)”¹⁰¹.

134 Em resposta ao processo de espetacularização das cidades e às intervenções estratégicas sobre os territórios culturais, cada vez mais desencarnadas, uma abordagem crítica propunha pensar naquele momento a respeito da experiência corporal na cidade como “[...] o exato oposto da imagem fixada por um logotipo publicitário. Pois uma experiência corporal singular não se deixaria reduzir a uma simples imagem de marca”¹⁰².

Percebemos tal abordagem crítica presente em diversos campos do conhecimento. Para além das discussões no campo da arquitetura e do urbanismo, o debate perpassa, por exemplo, o campo das artes e da literatura, e os argumentos são mobilizados e construídos em conjunto, tendo como terreno comum a cidade.

¹⁰⁰ Em referência à célebre crítica “Pátria, empresa e mercadoria: Notas sobre a estratégia discursiva do Planejamento Estratégico Urbano” de Carlos Vainer, publicada em “A cidade do pensamento único: desmanchando consensos” em 2000, escrito em conjunto com Otília Arantes e Ermínia Maricato.

¹⁰¹ RIBEIRO, in JEUDY, JACQUES, 2006, p. 45.

¹⁰² JEUDY, JACQUES, 2006, p. 9.

Cabe evidenciar, neste momento, as pesquisas, publicações e experiências realizadas pelo grupo de pesquisa Laboratório Urbano, em parceria com outros grupos e pesquisadores, desenvolvidas no início dos anos 2000, que, em concordância com as ideias de Michel de Certeau (1980) ao entender o caminhar como forma mais elementar de experiência urbana, enxergavam nesta prática de uso do espaço “uma potente ferramenta de apreensão da cidade, mas também de ação urbana, na medida em que, ao tornar o lugar praticado, possibilita microresistências dissensuais”¹⁰³ capazes de desestabilizar processos de homogeneização nas cidades.

Em uma perspectiva crítica da vida e das questões urbanas, a potência do caminhar para se pensar, perceber e construir cidades foi abordada na produção do Laboratório de distintas maneiras. Nas publicações de Paola Berenstein Jacques, coordenadora do grupo: *Apologia à deriva* (2003) em que a autora reúne e traduz textos da Internacional Situacionista (IS) para o português e discute a respeito da noção, proposta pela IS, de deriva urbana - tática antiespetáculo e resistência crítica aos processos urbanos de esterilização da experiência; e *Elogio aos errantes* (2012), em que o andar nas cidades foi abordado através das narrativas urbanas resultantes de experiências realizadas pelos errantes urbanos, entendendo errância como um “tipo de experiência não planejada ou desviatória dos espaços públicos, [...] usos conflituosos e dissensuais que contrariam [...] os usos planejados”¹⁰⁴. Entre as narrativas que

¹⁰³ JACQUES, 2012, p.315.

¹⁰⁴ JACQUES, 2012, p. 23.

Jacques nos apresenta, percebemos: personagens literários a exemplo do *Flâneur* que Charles Baudelaire escreve em *Spleen de Paris* (1868) ou no *Les fleurs du mal* (1857) e de sua versão nacional encarnada em João do Rio, por meio das narrativas do cronista carioca João Barreto a respeito das transformações urbanas do Rio de Janeiro do início do século XX presentes em *Vida Vertiginosa* (1911) e *A alma encantadora das ruas* (1908); bem como ações dos dadaístas e surrealistas e suas excursões urbanas por lugares banais realizadas em Paris dos anos 1910-1930; ou as derivas situacionistas dos anos 1950-70 como crítica radical ao urbanismo moderno; e algumas experiências de artistas brasileiros a exemplo de Flavio de Carvalho (1899-1973), bem como outras errâncias que partem da ideia do *Delirium Ambulatorium* de Hélio Oiticica (1937-1980).

136

Também já se falava sobre a possibilidade de um “urbanismo mais encarnado” na pesquisa coletiva *Territórios Urbanos e Políticas Culturais*, projeto de cooperação internacional CAPES-COFECUB organizado em parceria com Henri Pierre Jeudy, sociólogo, pesquisador do CNRS¹⁰⁵, que promoveu vários seminários em Salvador, Rio de Janeiro, Paris e Bordeaux e resultou na publicação de *Corpos e cenários urbanos: territórios urbanos e políticas culturais* (2006), que se propunha discutir as relações entre corpo e urbanismo em um contexto de cidades espetaculares.

¹⁰⁵ *Centre national de la recherche scientifique* (Centro Nacional da Pesquisa Científica), é um órgão público de pesquisa da França.

Em *Experiências metodológicas para a compreensão da complexidade da cidade contemporânea* – pesquisa coletiva estabelecida entre 2011 e 2014, que tinha a noção de experiência como princípio norteador de investigação metodológica, discutiu-se a respeito do caminhar nas cidades em atividades e eventos propostos pelo grupo assim como em ensaios publicados semestralmente na revista Redobra. Como exemplo, citamos: o *workshop* realizado em junho de 2011, coordenado por Rachel Thomas, socióloga francesa pesquisadora do *Laboratoire CRESSON*, em virtude da pesquisa – também desenvolvida em parceria com o Laboratório – *Les énigmes sensibles des mobilités urbaines contemporaines*¹⁰⁶ (2011-2014), em que foram propostas oficinas de apreensão do espaço com estudantes do curso de arquitetura da UFBA com o objetivo de qualificar a relação pedestre-espaço público; os *artigos Experiência Errática* de Paola Berenstein Jacques publicado na Revista Redobra nº 9 (2012); *A cidade caminhada... O espaço narrado* de Eduardo Rocha, pesquisador do grupo, publicado na revista Redobra nº 11 (2013).

137

Podemos ainda citar outras produções contemporâneas que repercutiram no debate internacional, e que buscaram abordar a experiência caminhar nas cidades em uma perspectiva crítica. Em *A história do caminhar* (2014, original de 2001), Raquel Solnit aborda, entre outros assuntos, a relação entre a privatização dos espaços públicos e a desincorporação e aceleração da vida cotidiana, percebendo que “neste contexto, o caminhar é um desvio

¹⁰⁶ Em tradução livre: Os enigmas sensíveis das mobilidades urbanas contemporâneas.

subversivo”.¹⁰⁷ Ela também é a autora de *A field guide to getting lost* (2005) em que escreve a respeito da utilidade de andar sem rumo e da incerteza.

No campo da arte também foram publicados livros sobre a questão do andar. Como o escrito por Thierry Davila, *Marcher, créer. Déplacements, flâneries et derives dans l'art de la fin du Xxème siècle* (2002), em que o autor discorre sobre a prática do caminhar a partir das obras do coletivo italiano Stalker e dos artistas Gabriel Orozco e Francis Alÿs, entendendo as caminhadas não apenas como um deslocamento físico, mas uma ação na qual se está engajado, percebendo uma equivalência entre o caminhar e o criar.

138

Também cabe citar, *Walkscapes, o caminhar como prática estética* (2002) de autoria do arquiteto italiano Francesco Careri, em que o autor narra experiências de caminhar como modo de ver e criar paisagens e defende o “caminhar como forma de intervenção urbana”, como uma forma de arte, uma prática estética. Careri constrói uma espécie de “tratado retroativo do caminhar”¹⁰⁸ ao traçar um histórico que vai desde os primeiros nômades, passando por experiências das vanguardas artísticas do século XX, até o *land art* dos anos 1960-1970. Além disso, apresenta a ideia do ‘andar a zozzo’, zanzar, ziguezaguear, vagabundear, que se pode também relacionar ao perder-se.

E por fim, no cenário nacional, a publicação *Arte para uma cidade sensível* (2015) organizada por Brígida Campbell, em que a autora associa a ideia de

¹⁰⁷ SOLNIT, 2016, p. 33.

¹⁰⁸ JACQUES, 2013, in CARERI, 2013, p.8.

andar pela cidade a um ato radical, “como um pequeno ato revolucionário que corrompe, na prática, certa ordem instituída”. Campbell entende que através do ato de caminhar atualizamos e reinventamos o espaço público, e a cidade deixa de ser o lugar do trânsito, da velocidade, do espetáculo, e passa a ser o lugar da experiência.

Tais publicações, eventos e pesquisas mobilizaram no início do século XXI a noção de experiência do caminhar – seja ela flanante, errante, tática, desviante, situacionista ou zozna – para propor diferentes perspectivas de se pensar criticamente a apreensão da cidade, o urbanismo e as questões urbanas contemporâneas. A temática mobilizou parcerias entre laboratórios e pesquisadores nacionais e internacionais, e possibilitou uma construção de pensamento que atravessa campos de conhecimento distintos, o que certamente contribuiu para que o debate a respeito do caminhar nas cidades aparecesse como assunto recorrente no que circulava no pensamento urbanístico da época.

No entanto, mediante uma lógica espetacular, em que qualquer um dos seguimentos de uma cidade, mesmo que apenas um recorte dele - um pequeno fotograma, pode vir a ser incorporado a produtos materiais e imateriais, não estaria a crítica também suscetível a apropriação? Perceber a necessidade de se inverter o olhar e atentar ao cotidiano e ao caminhar nas cidades como potência criativa frente aos processos de esterilização da experiência, poderia ter iluminado a tática e despertado interesses estratégicos sobre ela? Valorizar a experiência teria contribuído para que essa noção passasse a operar sobre a lógica do valor?

cap. **DOIS**

FAZER
DA TÁ_
TICA A_
ESTRATÉ_
GIA



Buscou-se delinear até este momento os contornos de uma tendência contemporânea que evidencia a discussão do caminhar nas cidades no século XXI. A partir de agora propõe-se refletir a respeito do processo de apropriação de tais questões a interesses mercadológicos. Por meio do entendimento da atuação da racionalidade neoliberal sobre a vida, e através da identificação e discussão de imagens publicitárias que evidenciam este processo, busca-se perceber o caminhar nas cidades como tendência de consumo, associado a mercadorias, empresas e discursos do capital.

A respeito da racionalidade neoliberal e da sua extensão sobre a vida e as instituições, Pierre Dardot e Christian Laval (2016) nos contam sobre tal lógica estratégica que parece minar as maneiras de viver sem que necessariamente tenhamos consciência disso. Em *A nova razão do mundo: ensaios sobre a sociedade neoliberal*, os autores atentam para a necessidade de uma análise da realidade em que vivemos: “é errado dizer que estamos lidando com o ‘capitalismo’, sempre igual a ele mesmo [...]. O neoliberalismo transformou profundamente o capitalismo transformando profundamente as sociedades”¹⁰⁹. Segundos os autores, devemos falar em *sociedade neoliberal*, e não apenas *política neoliberal* ou *economia neoliberal*.

É preciso entender o neoliberalismo não apenas como uma ideologia ou uma política econômica. “Ele não pode ser reduzido à expansão espontânea da esfera

¹⁰⁹ DARDOT, LAVAL, 2016, p. 7.

mercantil e do campo da acumulação do capital”¹¹⁰. Sua força está na maneira como emprega técnicas de poder inéditas sobre as condutas e as subjetividades. Pode ser definido segundo Dardot e Laval (2016) como o conjunto de discursos, práticas e dispositivos que determinam um novo modo de governo dos homens segundo o princípio universal da concorrência, um sistema de normas já profundamente inscritas nas práticas governamentais, nas políticas institucionais e nos estilos gerenciais. Ademais, sua efetividade está na capacidade que a racionalidade neoliberal tem de orientar internamente a prática efetiva dos governos, das empresas e, para além deles, de milhões de pessoas que não têm necessariamente consciência disso.

142

Segundo Dardot e Laval (2016), a oposição entre o mercado e o Estado aparece como um dos principais obstáculos à caracterização exata do neoliberalismo, “[...] foram antes os Estados e os mais poderosos em primeiro lugar, que introduziram e universalizaram na economia, na sociedade e até neles próprios a lógica da concorrência e o modelo de empresa”¹¹¹. Foram os Estados em conjunto com as organizações mundiais e em convivência com os atores privados que criaram as regras favoráveis para o crescimento da racionalidade neoliberal e do avanço do mercado sobre a vida. Segundo os autores, por estarem inseridos em um campo de concorrência mundial e regional, os Estados adotam políticas que visam alterar as relações sociais, mudar o papel das instituições e orientar a conduta dos sujeitos criando um espaço de competição entre eles. Entender o

¹¹⁰ DARDOT, LAVAL, 2016, p.21.

¹¹¹ Ibidem, p. 19.

neoliberalismo como a retirada do Estado diante do mercado é perceber de forma equivocada a racionalidade neoliberal atuando na dimensão pública.

O neoliberalismo visa a individualização das relações sociais as custas das solidariedades coletivas. Busca-se “[...] obter um *autogoverno do indivíduo*, isto é, produzir certo tipo de relação deste consigo mesmo”¹¹². O indivíduo se torna um empreendedor de si mesmo, sujeito maximizador de satisfações pessoais, e não abre espaço para ação coletiva a não ser que ela esteja ligada a estruturas de escolha racional com retornos envolvidos.

A promoção da liberdade se dá por meio de uma lógica de controle indireto da conduta do sujeito. A racionalidade neoliberal atua ativamente e por antecipação no espaço de liberdade dado ao indivíduo, seja agindo no fortalecimento do desejo (através de recompensas), no seu enfraquecimento (através de punições), ou no desvio (através da substituição) para que este venha a se conformar por si mesmo à imposição de certas normas.

Seria também a racionalidade neoliberal contemporânea a responsável pela imposição de uma certa norma de vida que dita a cada um de nós que vivamos num universo de competição generalizada e que ordena as relações sociais segundo um modelo de mercado. “A racionalidade neoliberal tem como

¹¹² DARDOT, LAVAL, 2016, p. 16.

característica principal a generalização da concorrência como norma de conduta e da empresa como modo de subjetivação”¹¹³.

A exigência de competitividade tornou-se um princípio político geral que comanda as reformas em todos os domínios [...]. Ela é a expressão mais clara de que estamos lidando não com uma “mercantilização sorrateira”, mas com uma expansão da racionalidade de mercado a toda a existência por meio da generalização da forma-empresa (DARDOT, LAVAL, 2016, p. 28).

144 No que diz respeito a produção de subjetividades, Dardot e Laval (2016) apontam que o neoliberalismo é capaz de produzir certos tipos de relações sociais, certas maneiras de viver. “Em outras palavras, com o neoliberalismo, o que está em jogo é nada menos que a *forma de nossa existência*, isto é, a forma como somos levados a nos comportar, a nos relacionar com os outros e com a nós mesmos”¹¹⁴.

Dentro dessa lógica de extensão da racionalidade neoliberal sobre a vida, é importante estar atento a como os discursos a respeito das questões urbanas e da cidade contemporânea nos são oferecidos a consumir. Em *Contra Condutas: Por trás do Tapume* (2017), Sabrina Duran escreve a respeito da dimensão do discurso na produção de cidade em um contexto neoliberal. A autora observa, em concordância com as ideias de Dardot e Laval, que mesmo o discurso proferido pelo Estado ou pela sociedade civil, quando atravessado pela

¹¹³ DARDOT, LAVAL, 2016, p. 17.

¹¹⁴ DARDOT, LAVAL, 2016, p.16, grifos do autor.

racionalidade do neoliberalismo, carrega em si a lógica do mercado e da propriedade privada, ao priorizar o lucro e a dimensão individual frente à coletiva.

Gestado pelo poder público, por empresas e setores da sociedade civil – ou por todos, concomitantemente –, o discurso pacifica dissensos para melhor assentar [e justificar] as transformações estruturais, que no contexto neoliberal tendem a priorizar o lucro privado à custa da expropriação de direitos e bens comuns (DURAN, 2017, p. 73).

Duran lembra também que discursos do progresso, da industrialização, do crescimento econômico e da modernização já foram convocados inúmeras vezes para legitimar a aprovação de mudanças estruturais nas cidades. No entanto, segundo a autora, em um contexto neoliberal, em que as relações estão baseadas em modelos de mercado e que se movem em um terreno onde a concorrência dita os passos, mesmo um discurso dito progressista pode ser usado em virtude daquilo que não se destina.

Evelina Dagnino (2004) também apresenta uma linha de pensamento que revela possibilidades de reflexão sobre as inquietações percebidas neste contexto neoliberal de apropriação de discursos, e que caminha junto às ideias de Duran a respeito da pacificação de dissensos e do uso de expressões para justificar interesses contraditórios. Em *Confluência perversa, deslocamentos de sentido, crise discursiva*, a autora nos fala de uma crise discursiva pela qual estaríamos passando em que a homogeneidade no vocabulário e o uso de uma mesma linguagem corrente são capazes de obscurecer diferenças, diluir nuances e reduzir antagonismos. O risco habita no uso de referências comuns afim de

promover projetos e discussões sobre cidade que caminham em direções opostas.

146 A professora da Universidade de Campinas observa a partir de um contexto de mudanças políticas e econômicas nacionais, que tal crise discursiva resulta de uma confluência perversa entre um processo de alargamento da democracia, que se expressa na crescente participação da sociedade civil em processos de emancipação política, em um contexto de elaboração da Constituição de 88 após a queda da ditadura militar, e na emergência de um “projeto de Estado mínimo que se isenta progressivamente de seu papel garantidor de direitos, através do encolhimento de suas responsabilidades sociais e sua transferência para a sociedade civil”¹¹⁵ com a implementação de uma política neoliberal com a eleição de Fernando Collor em 1989. A perversidade se faz presente uma vez que, mesmo apontando, em direções opostas sob intenções até antagônicas, ambos os projetos partem de referências aparentemente comuns como participação, cidadania e democracia, mas que se examinadas com cuidado, escondem distinções e divergências fundamentais.

Dagnino (2004) ainda observa que mediante tal obscurecimento de diferenças, as concepções neoliberais constroem canais por onde avançam rapidamente e passam a ocupar terrenos insuspeitados. “Nessa disputa, onde os deslizamentos semânticos, os deslocamentos de sentido, são as armas principais, o terreno da

¹¹⁵ DAGNINO, 2004, p. 197.

prática política se constitui num terreno minado, onde qualquer passo em falso nos leva ao campo do adversário”¹¹⁶.

Duran (2017) pontua que hoje, o capitalismo neoliberal (como ela chama) tem seu campo ampliado, “[...] foi buscar a reprodução do capital no *corpo da cidade*, na destruição e reconstrução dos espaços urbanos, [...] na manifestação dos desejos, dos afetos, nas relações sociais estabelecidas em rede”¹¹⁷. E que assim como Dagnino, percebe que cada passo em falso pode nos levar ao campo do adversário. Duran explica que em um contexto neoliberal a crítica é ainda mais difícil de ser feita, uma vez que “num momento em que quase tudo é capitalizável, mesmo a crítica mais incisiva pode ser capturada e transformada em virtude do capitalista – e em mais capital”¹¹⁸.

147

Como vimos no capítulo 1, entre os discursos que integram o debate a respeito das questões urbanas e que compõem o horizonte das transformações na contemporaneidade, percebemos a emergência de um que se acentua na transição entre a década de 1990 e o novo milênio, mas sobretudo no decorrer do século XXI: um discurso de valorização do caminhar nas cidades.

Apesar de não ser novo, nem muito menos unívoco, este discurso vem sendo “ressignificado” por uma variedade de forças de atuação do capital, chame-se ele mercado, mídia ou sistema da arte, em articulação com gestores públicos,

¹¹⁶ DAGNINO, 2004, 198.

¹¹⁷ DURAN, 2017, p. 84, grifo nosso.

¹¹⁸ Idem.

empresas e alguns grupos da sociedade civil, que, atravessados pela racionalidade neoliberal, transformam em negócio a cidade que tocam. As imagens apresentadas no início da dissertação (ver *pág. 34*) fazem parte deste discurso “ressignificado” e a partir de agora, em conjunto com outras narrativas, conduzirão nossos próximos passos por um recorte que vislumbramos representar *o caminhar nas cidades como tendência de consumo*.

Cada uma das imagens apresentadas no início da introdução abre margem para a construção de inúmeras interpretações e discussões a respeito das cidades. Elas constituem um universo bastante amplo de atravessamentos e complexidades. Mediante a variedade de questões observadas, o próximo momento do capítulo está desenhado da seguinte forma: a princípio se apresentam breves interpretações a respeito das imagens mobilizadas e de outras narrativas que as atravessam, a fim de delinear um panorama geral das apropriações percebidas e da circulação de ideias a respeito do caminhar mediante a lógica do mercado; e em um segundo momento, elege-se alguns destes fragmentos para o aprofundamento em questões específicas.

TEN_
DÊNCIA
DE CON_
SUMO,
IMAGENS
MERCA_
DORIA

Em agosto de 2016, a revista Gol nº 173 (*fragmento A, ver pág. 34*), publicação destinada aos passageiros e turistas que viajam pela companhia aérea brasileira Gol, dedicou uma de suas seções de turismo à promoção de atrações que movimentavam a capital carioca durante os Jogos Olímpicos de 2016. “Rio, modo de usar” era a manchete que intitulava a página, e entre os recorrentes anúncios - desta vez disfarçados em etiquetas que sugeriam experiências de cidade - eventos, produtos e serviços eram promovidos.

Na lateral direita, a última das etiquetas apresentava um personagem conhecido: o “*Flâneur*” informava aos turistas que a cidade poderia ser melhor conhecida se a fizessem a pé. Os passeios saíam diariamente e eram orientados por guias bilíngues, divididos em sete roteiros temáticos com 4 horas de duração. Disponíveis enquanto durassem as Olimpíadas.

A figura mítica do *Flâneur*, personagem literário recriado por Charles Baudelaire na Paris do século XIX e atualizado no século XX por Walter Benjamin, apesar de demonstrar fascinação pelo processo de modernização das cidades corrente na época, reagia com lentidão à velocidade imposta como crítica às grandes reformas urbanas. É aquele que caminha pela cidade para experimentá-la, que vaga pelas ruas a contemplar a vida, e que não tem hora marcada para chegar ou sair, uma vez que sua passada é ditada ao ritmo das tartarugas. Ele se perde voluntariamente pela multidão, erra e promove um elogio à ociosidade frente ao processo de modernização urbana evidenciando as consequências das transformações no cotidiano e na vida das cidades.

Ao se apropriar superficialmente do personagem, a revista acaba afastando-o da coerência que carrega em seu nome, e faz uso de uma faceta acrítica a serviço da venda da cidade pelo turismo. A errância inebriante traduzida nos versos de Baudelaire como qualidade inerente ao ser *flâneur* é desconsiderada ao condicionamento do personagem à ideia de exploração de cidade por meio de roteiros temáticos com duração e condução pré-determinadas. O valor de troca perpassa o significado e faz da poética cotidiana mercadoria.

Em abril de 2012 a Revista Tam, publicação dedicada aos turistas e clientes que embarcam pela companhia aérea de mesmo nome e que assim como a Gol também atua no espaço aéreo nacional, dedicou uma das suas seções ao elogio ao turismo a pé. A chamada que encabeçava a página é também bastante similar ao discurso observado na revista Gol: “Turismo a pé: a melhor maneira de se conhecer uma cidade é caminhar por ela”¹¹⁹. A mesma edição da revista ainda trazia uma reportagem intitulada “Andar sem rumo: experimentamos um outro olhar sobre a cidade, com um toque filosófico”¹²⁰ que apresentava as ideias de Guy Debord sobre a Teoria da Deriva como “uma técnica para o andar sem rumo”.

¹¹⁹ REVISTA TAM, 2012, p. 44.

¹²⁰ REVISTA TAM, 2012, p. 56. Em orientação com Paola Berenstein Jacques, a professora mencionou que a Revista Tam entrou em contato com ela na época, a fim de construir a reportagem em parceria. Paola afirmou ter negado a proposta por não conseguir entender a lógica de se falar de deriva e de caminhar em uma discussão realizada “entre as nuvens”.

No portal do Ministério do Turismo do Governo Federal (www.turismo.gov.br) é possível acessar o projeto “Economia da Experiência” de 2015, que visa conduzir a monetização e a valoração de produtos turísticos agregando a eles o conceito de “Experiência”. No mesmo portal, os *walking tours* são apresentados como uma tendência de experiência em ascensão no turismo brasileiro em que se “prevê a realização de passeios turísticos a pé, possibilitando ao turista uma experiência completa”¹²¹.

152

Entre os documentos disponibilizados no portal, podemos encontrar modelos de diretrizes, fichas de avaliação, formulários de pesquisa de satisfação do usuário, bases de perfis para empreendedores, proposta de lançamento para o mercado e um estudo de caso nomeado de “Tour da experiência”. A cartilha elaborada pelo Instituto Marca Brasil por solicitação do Ministério do Turismo e do SEBRAE em 2010 se guia pela ideia de um “novo tipo de turismo: um turismo que nasce sob o signo da experiência”¹²². Segundo a apresentação do conceito proposta no documento, se objetiva “[...] sobretudo, encantar, emocionar e transformar a sensibilidade dos turistas”. E para isso define ser essencial a “transformação de ofertas em experiências” o que, segundo o relatório, exige “a criatividade necessária às inovações, de modo que se possa elaborar atrativos capazes de encantar os clientes”.

¹²¹ Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAItimas-not%C3%ADcias/7116-walking-tour-novas-experi%C3%A4ncias-no-passeio-tur%C3%ADstico-2.html>>. Acesso em 20 out. 2018

¹²² INSTITUTO MARCA BRASIL, 2010, p. 7.

O documento segue afirmando que não se trata de um turismo “meramente comercial”, e sob o conceito de turismo de experiência defende o “direito do turista em não querer mais ser um sujeito meramente contemplativo, mas sim o ator de sua própria experiência”¹²³.

Um discurso similar pode ser encontrado nas publicações da Secretaria de Turismo da Bahia (Bahiatursa). *Destinos Indutores da Bahia* (2008) é uma série de cartilhas que atende ao Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil (2004) do Ministério do Turismo, que visa implementar no país “[...] uma nova perspectiva para o turismo brasileiro por meio da gestão descentralizada, estruturada pelos princípios da flexibilidade, articulação e mobilização”, propiciando assim a inclusão de “[...] novos destinos nos roteiros comercializados no mercado interno e externo”¹²⁴. Entre as estratégias sugeridas pelo programa a “economia da experiência” aparece entre as principais ações, e indica que se percebe “[...] uma nova tendência resultando do conjunto de transformações sociais que enunciam novos valores de mercado caracterizando a chamada ‘experiência turística’. A proposta não se direciona simplesmente ao ato de entreter turistas, mas de engajá-los no processo”¹²⁵.

A intenção em transformar “ofertas em experiência” em prol do turismo também pode ser observada, por exemplo, na recente (2016) incorporação das “*experiences*” dentro do quadro de ofertas do AirBnb (www.airbnb.com.br),

¹²³ INSTITUTO MARCA BRASIL, 2010, p. 7.

¹²⁴ BAHIATURSA, 2008, p. 3.

¹²⁵ BAHIATURSA, 2008, p. 7.

portal de aluguel de quartos e hospedagens em todo o mundo. As “caminhadas culturais” são uma das categorias de experiência disponíveis em diversos destinos, e os valores variam em média de R\$60 a R\$300 por duas horas de experiência nas ruas.

É importante lembrar, como abordado no capítulo 1, que a associação da noção de experiência urbana ao caminhar nas cidades foi recentemente discutida no campo da arquitetura e do urbanismo no início do século XXI. No entanto, naquele momento, propunha-se construir uma argumentação de oposição ao processo de espetacularização das cidades em virtude do turismo, e não a favor dele.

154

Entendia-se a experiência corporal na cidade como “[...] o exato oposto da imagem fixada por um logotipo publicitário”. A prática cotidiana e tática, percebida como potente desestabilizadora de processos de homogeneização nas cidades e como possibilidade antiespetacular de resistência crítica às estratégias de esterilização da experiência, passa a ser ela mesma apropriada por discursos mercadológicos de venda da cidade e promoção do turismo.

**“Reserve acomodações e
experiências únicas no mundo
inteiro”**

Página inicial site AirBnb
(www.airbnb.com.br), portal de
aluguel de quartos e hospedagens
em todo o mundo. Desde 2016 o
AirBnb também oferece a venda de
“*experiences*”.

CAMINHAR NAS CIDADES COMO TENDÊNCIA DE CONSUMO



Explorar Experiências

São Paulo



CAMINHADA HISTÓRICA
História de São Paulo: O Centro Velho
R\$80 por pessoa
★★★★★ 28



CAMINHADA DE ARTE
Explore os grafites com uma artista
R\$50 por pessoa
★★★★★ 4



CAMINHADA HISTÓRICA
Descubra São Paulo com um italiano!
R\$50 por pessoa
★★★★★ 5

[Ver todos \(95\) >](#)

Rio de Janeiro



CAMINHADA CULTURAL
Conheça a Pequena África e sua herança
R\$65 por pessoa
★★★★★ 86



CAMINHADA CULTURAL
Destaques do Rio - Cristo e Pão de Açúcar
R\$275 por pessoa
★★★★★ 57



PASSEIO DE BARCO
Descubra o Rio a bordo de uma lancha
R\$250 por pessoa
★★★★★ 136

[Ver todos \(161\) >](#)

Santiago



CAMINHADA CULTURAL
Santiago's Old District as a Local
R\$86 por pessoa
★★★★★ 16



CAMINHADA CULTURAL
Desde las Alturas al Centro
R\$61 por pessoa
★★★★★ 6



PASSEIO DE BIKE
Vive Santiago arriba de la Bicicleta
R\$98 por pessoa
★★★★★ 5

Desde 2016, a incorporadora e construtora Gafisa vem produzindo uma série de produtos audiovisuais intitulada “Cidade-se” (*fragmento B, ver pág. 36*), veiculada através do YouTube e divulgada nas redes sociais da empresa. De forma elogiosa, os vídeos, que durante o primeiro ano eram apresentados por um arquiteto e com depoimentos de produtores culturais, DJs, artistas, além de pesquisadores e de outros arquitetos, abordavam temas como o convívio democrático na rua, a ocupação do espaço público e as ruas fechadas para os pedestres.

156

Entre os vídeos produzidos na primeira e na segunda fase do projeto, que se configuram entre fevereiro e dezembro de 2016, podemos citar: um episódio a respeito de “Arte Pública”¹²⁶; um sobre “Balada urbana”¹²⁷; outro sobre “Cidade Aberta”¹²⁸; e um sobre “Ocupação Carioca”¹²⁹.

O vídeo “Cidade Aberta” recebe este nome em referência ao programa Ruas Abertas da cidade de São Paulo que, entre outras ações, promoveu o fechamento da avenida Paulista para carros aos domingos e feriados. A peça de aproximadamente três minutos é um compilado de imagens de ruas abertas aos pedestres e ciclistas na capital paulista, e do uso do espaço público na praia e nas ruas do Rio de Janeiro. O discurso apresentado também se constrói através de algumas falas do apresentador, em que ele usa termos como “mais gente na

¹²⁶ Disponível em: <<https://goo.gl/mpi8zw>>. Acesso 20 out. 2018.

¹²⁷ Disponível em: <<https://goo.gl/V3Ttho>>. Acesso 20 out. 2018.

¹²⁸ Disponível em: <<https://goo.gl/NaCRsj>>. Acesso 20 out. 2018.

¹²⁹ Disponível em: <<https://goo.gl/sQ652w>>. Acesso 20 out. 2018.

rua”, “mais coletivo” e “mais ocupação”, e do diálogo entre ele e o arquiteto Guilherme Wisnik, professor na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, que se dá em um *parklet* nas proximidades da avenida Paulista. A rápida conversa entre os dois perpassa assuntos como apropriação do espaço público, coletividade, participação popular e um especial elogio ao Parque Minhocão, que na época ainda não havia sido aprovado como parque pela gestão municipal.

Sua aprovação se deu posteriormente pela lei n. 16.833 de 7 de fevereiro de 2018 pelo então prefeito da cidade de São Paulo, João Dória. Construído na década de 70 pela gestão de Paulo Maluf, o viaduto teve seu trânsito de veículos interdito no período noturno apenas em 1989 na gestão da ex-prefeita Luiza Erundina, como uma medida para reduzir a quantidade de acidentes no local e diminuir o ruído causado aos moradores do entorno. Em 2015, passou a ser bloqueado durante todo o dia aos domingos e, logo após a aprovação da lei referida, também aos sábados.

A transformação deste espaço tem levantado controvérsias e soma interesses distintos. Por um lado, é proveniente, em parte, de mobilizações de coletivos ativistas e organizações não governamentais com o intuito de incentivar e oficializar a implementação do Parque. Por outro lado, tal transformação também é foco de atenção de novos empreendimentos imobiliários¹³⁰ que surgem nos

¹³⁰ Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/sobretudo/morar/2017/09/1921062-novos-empreendimentos-fazem-as-pazes-com-o-minhocao.shtml>> Acesso em 24 de fev. 2018.

bairros próximos ao viaduto, aproveitando da especulação sobre a implantação do Parque para atrair moradores e investidores outros. Importante pontuar que esta simples especulação sobre a possibilidade de intervenção no Minhocão já foi responsável por elevar em pouco tempo os aluguéis do seu entorno (ROLNIK, 2014) e provocar mudanças perceptíveis no comércio e nos usuários da região.

A terceira fase do projeto da Gafisa se dá com vídeos realizados entre junho de 2017 e janeiro de 2018 e se dedica a pensar a respeito do que a construtora entende por “Novo Morar”. Entre as peças produzidas cabe citar “Novos Horizontes”¹³¹; “Geração Disruptiva”¹³² e “O Centro de todas as tendências”¹³³.

O vídeo “Novos Horizontes” promoveu o encontro de três profissionais: o fotógrafo da *National Geographic* Brasil e documentarista independente, Érico Hiller, a jornalista especialista em arquitetura, urbanismo e sustentabilidade, Marianne Wenzel, e o diretor da WGSN *Mindset*¹³⁴, Luiz Arruda. O vídeo é uma conversa em que os três debatem a respeito das tendências para o “novo morar”. É importante pontuar que a WGSN é uma empresa londrina de previsão de

¹³¹ Disponível em: <<https://goo.gl/ff33YC>>. Acesso 20 out 2018.

¹³² Disponível em: <<https://goo.gl/i7tm52>>. Acesso 20 out 2018

¹³³ Disponível em: <<https://goo.gl/k9ayuG>>. Acesso 20 out 2018

¹³⁴ O texto de apresentação do site oficial da empresa de consultoria diz: “Fundada em 1998 na cidade de Londres, a WGSN transformou o mercado, sendo pioneira na criação de uma biblioteca on-line de tendências. Ela foi a primeira a combinar tecnologia de ponta com a criatividade humana para atender às necessidades únicas da indústria criativa internacional. Informações e inspirações de todo o mundo agora podem ser acessadas com um só clique”. A empresa se auto intitula “Autoridade Global em Tendências”. Ver mais em: <<https://www.wgsn.com/pt/>>. Acesso 20 out 2018.

tendências de consumo e que presta consultoria a empresas de diversos setores ao redor do mundo.

Em uma mostra do relatório *O Consumidor do Futuro 2020*, realizado em 2018 e disponibilizado gratuitamente através de seu site oficial, a WGSN identifica três fatores globais que provocarão mudanças no comportamento do consumidor e que, segundo a empresa, serão cruciais para a sobrevivência dos negócios no futuro. Uma das tendências abordadas no relatório indica que:

O capitalismo comunitário será uma força poderosa, à medida que cada vez mais consumidores usarão o ativismo para garantir que o dinheiro seja investido localmente. [...] As prioridades locais estão mudando, à medida que as pessoas sentem que estados e governos não são suficientemente confiáveis ou poderosos para consertar o mundo atual. [...] 2020 será o ano em que os negócios verão um crescimento comercial alinhado com a economia social.

159

[...]

As empresas terão que incorporar seus 'valores' na forma como atuam em nível local, já que essa será a diferença entre crescimento e estagnação em 2020. Um número cada vez maior de consumidores optará por marcas que adotam ações positivas mensuráveis em suas próprias comunidades. (WGSN, 2018, p. 3)

Ente as prioridades em nível local elencadas pela conversa no vídeo “Novos Horizontes” da empreendedora, podemos citar a “retomada do Centro”, em referência à cidade de São Paulo, como um movimento percebido pela Gafisa e

seus convidados como emergente na atualidade. O diretor da WGSN afirma que “A gente perdeu o medo do centro. E a gente começou a fazer com que o espaço público voltasse a fazer parte da nossa vida”.

Em “O Centro de todas as tendências”, outro vídeo da série, esse discurso é endossado. A Gafisa convida um especialista em “*place branding*”¹³⁵ para construir um persistente elogio à vitalidade e multiplicidade do centro da capital paulista. Entre os atrativos elencados como potentes para a configuração desse “espaço da moda” ao qual as imagens e narrativa do vídeo constroem, está a facilidade em se deslocar a pé pela região. O vídeo pontua que a área tem atraído investimentos e que novos empreendimentos imobiliários localizados no centro “[...] já carregam esse DNA”, esse espírito de novidade e tendência que circula na cidade.

160

Citamos ainda o vídeo “Geração disruptiva” construído em parceria da Gafisa com a BOX1824¹³⁶, agência brasileira de pesquisa de tendências em consumo, que entende os jovens de 18 a 24 anos como principais influenciadores na sociedade global de consumo. O argumento construído no vídeo gira em torno de um contexto de desmaterialização da vida, busca-se ter menos, reduzir os espaços de morar em uma valorização da experiência e do uso frente ao possuir.

O discurso proposto pela Gafisa nos vídeos da série *Cidade-se* demonstra a articulação da construtora com tendências de consumo contemporâneas. Entre

¹³⁵ *Place branding* é o processo de pensar os lugares como marcas.

¹³⁶ Ver mais em: < <http://www.box1824.com.br/>>. Acesso em 20 out. 2018.

as quais desponta a valorização de um debate de questões urbanas como a retomada das cidades, coletividade, ocupação dos espaços públicos e ruas abertas aos pedestres. Ademais, percebe-se que aquilo que se anuncia ao consumidor a fim de conquistá-lo, não é necessariamente o produto em si, mas a associação da marca a valores alinhados com debates políticos da esfera pública e discussões de engajamento social.

//

Em maio de 2013, a montadora de automóveis Fiat lançou a campanha publicitária “Vem pra rua” (*fragmento G, ver pág. 50*). Na ocasião em que foi lançada, a Fiat afirmou que o projeto era o seu maior investimento em publicidade naquele ano e deveria fazer parte da comunicação da marca até o final de 2014.

O vídeo publicitário, que apresenta imagens de pessoas ocupando os espaços da cidade, crianças correndo pelas ruas, ciclistas em bando e multidões por grandes avenidas em uma representação do que seria uma torcida coletiva pela seleção brasileira de futebol, convida o brasileiro a tomar as ruas junto com “quem mais entende de rua”, no caso, a Fiat. A campanha que tinha, segundo a montadora, como foco “único e exclusivo na alegria e paixão do que o futebol desperta nos

brasileiros”¹³⁷, se popularizou em um contexto da Copa do Mundo de Futebol e das manifestações de rua de Junho de 2013 no Brasil¹³⁸.

A hashtag #vemprarua foi amplamente disseminada nas redes sociais se tornou uma espécie de grito de guerra para a maioria dos manifestantes, ao lado de #ogiganteacorda e #acordabrasil. A propaganda da montadora foi discutida pelo jornal *Le Monde*¹³⁹ francês em 20 de junho e também retratada pelo *The New York Times*¹⁴⁰ em 3 de julho daquele ano, que exibiu o vídeo da campanha na íntegra em seu site, em referência às Jornadas de Junho de 2013 no Brasil.

Em 2014 a expressão Vem Pra Rua passou a dar nome a um movimento de cunho mais conservador que se propõe a “lutar contra a corrupção generalizada”. O movimento que se identificava pelas cores da bandeira nacional, mobilizou manifestações de rua “pacíficas e ordeiras”¹⁴¹ desde 2014 e sugeria que os

¹³⁷ Disponível em: < <https://veja.abril.com.br/economia/campanha-da-fiat-vem-pra-rua-saira-do-ar-no-sabado/>>. Acesso em 28 out. 2018.

¹³⁸ A Fiat e a Agência Fiat, responsável pela campanha, receberam o prêmio de melhor empresa automobilística e melhor publicidade do ano em 2013. Disponível em: < https://www.fiat.com.br/mundo-fiat/novidades-fiat/institucional/fiat_empresa_automobilistica_do_ano.html>. Acesso em 28 out. 2018.

¹³⁹ Vem mais em: < https://www.lemonde.fr/culture/article/2013/06/20/dans-les-rues-du-bresil-une-publicite-devient-l-hymne-de-la-contestation_3433475_3246.html>. Acesso em 28 out. 2018.

¹⁴⁰ Vem mais em: < <https://veja.abril.com.br/economia/com-vem-pra-rua-fiat-ganha-merchan-gratis-no-nyt/>>. Acesso em 28 out. 2018.

¹⁴¹ Disponível em: < <https://www.vemprarua.net/o-movimento/>>. Acesso em 28 out. 2018.

manifestantes vestissem, literalmente, a camisa da seleção brasileira para caminharem lado a lado em seus protestos.

A Pepsi divulgou em 4 de abril de 2017 em sua página do YouTube uma campanha publicitária que também repercutiu devido à associação da marca às manifestações de rua. O filme apresenta manifestantes em protesto pela rua enquanto uma modelo posa para uma seção de fotos. Mulheres, negros, gays, muçulmanos e imigrantes, unidos por abraços, danças, sorrisos e latinhas de refrigerante caminham juntos pela cidade. A trilha sonora ressoa ao fundo “*We are the movement! This generation!*”. A passeata pacífica encontra um cordão de policiais. Os sorrisos não cessam; gritos por pedidos de paz parecem ecoar. A bela modelo salva o dia ao oferecer uma latinha ao capitão, que não resiste e aceita um gole de Pepsi.

163

O anúncio da Pepsi foi considerado um fracasso total, obrigando a marca a retirar a peça do ar poucas horas depois do lançamento¹⁴², em virtude das críticas que recebeu pela forma banal e romantizada com que se apropriou de um contexto de levantes e manifestações urbanas que se evidenciaram no início dos anos 2000, e que naquele momento nos Estados Unidos se mantinha vivo por meio das ações e mobilizações “antiTrump”.

¹⁴² Ver mais em: < <https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/apos-protestos-pepsi-tira-do-ar-propaganda-com-kendall-jenner.ghml>>. Acesso em 28 out. 2018.

Para dar seguimento à discussão a respeito das apropriações, buscando perceber mais a fundo as intenções e questões urbanas ocultas nas imagens mobilizadas, assim como refletir e construir questionamentos a partir do que elas suscitam, propõe-se lançar o olhar às campanhas publicitárias “Retome o que é seu por direito”, “Você na direção da mudança” e “Seja a mudança” da Chevrolet divulgadas entre 2016 e 2018 no Brasil (*fragmento E, ver pág. 44 / fragmento D, ver pág. 24 / fragmento F, ver pág. 48*) e à exposição *Uneven Growth: Tactical Urbanisms for Expanding Megacities* (*fragmento c, ver pág. 41*) organizada pelo Museu de Arte Moderna de Nova Iorque em 2014.

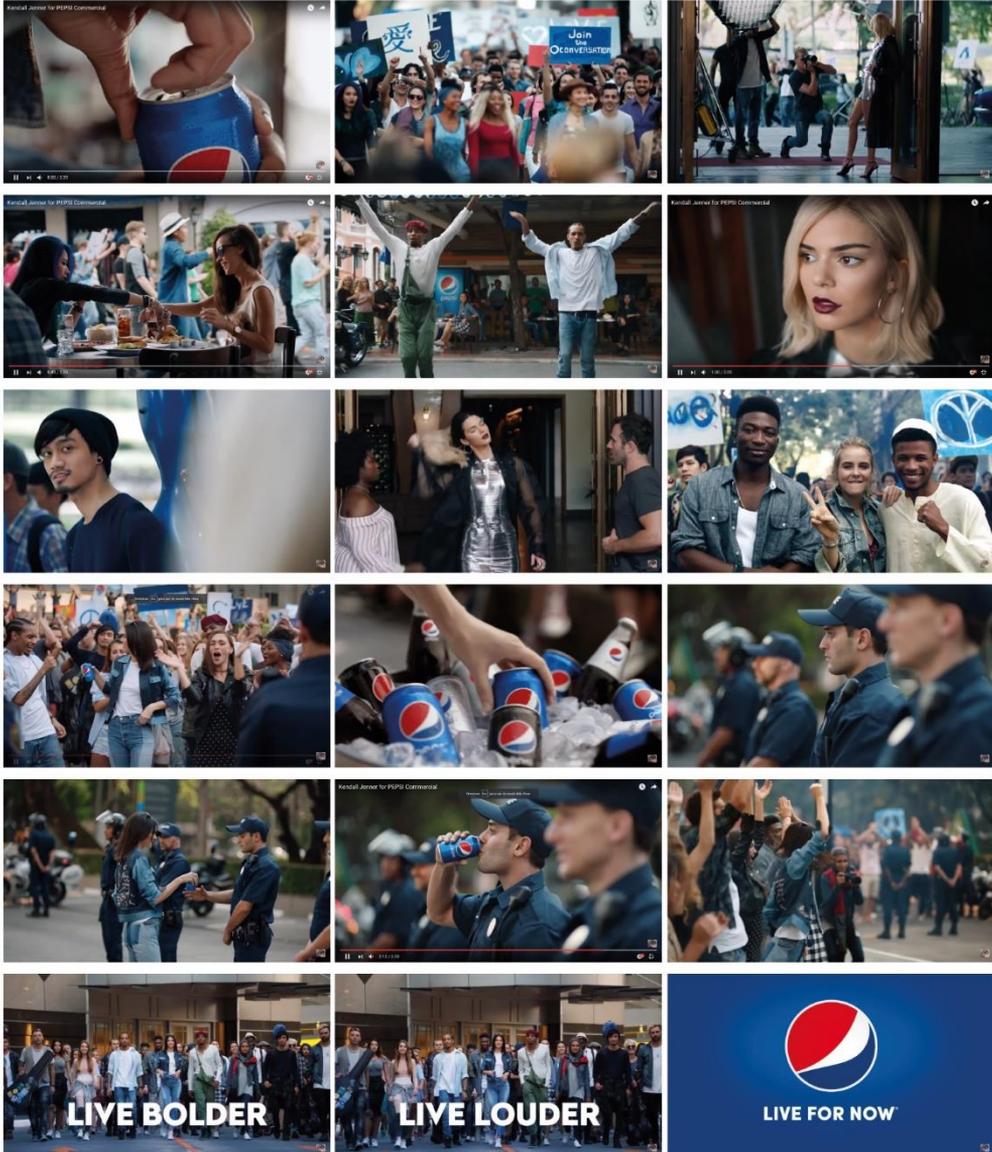
“Pepsi Advert”

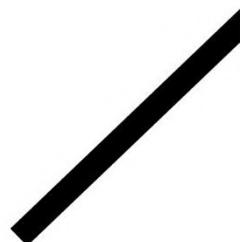
4 de abril de 2017

Disponível em:

www.youtube.com/watch?v=dA5Yq1DLSmQ

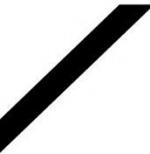
CAMINHAR NAS CIDADES COMO TENDÊNCIA DE CONSUMO







2.1 A Chevrolet e a retomada das cidades



Sob o slogan “Retome o que é seu por direito” a Chevrolet anunciou, em 11 de novembro de 2016, o lançamento do Novo Chevrolet Tracker (*fragmento E, ver pág. 42*). Em campanha veiculada no YouTube, a multinacional incentivava a retomada das cidades e apresentava o novo SUV¹⁴³ como aliado da evolução das ruas.

O “vídeo manifesto”¹⁴⁴ da marca começa com um elogio ao ciclista – “A cidade não é de quem não respeita o ciclista” - e em pouco mais de um minuto de duração intercala cenas em que skatistas, manifestantes, caminhantes e feministas ocupam a cidade, em movimento. A narração feita em *off* acompanha o deslocamento dos personagens, assim como a trilha sonora. Ambas constroem um ritmo crescente que culmina em uma pausa dramática dando espaço para surgimento do carro na tela. A narradora lança a última fala e junto com as imagens dos novos atrativos do veículo, se constrói o efeito final - “A cidade tem muito que evoluir, mas é bom saber que a mudança já começou: Nas ruas. Chegou o Novo Chevrolet Tracker 2017. Retome o que é seu por direito”.

O projeto de marketing foi desenvolvido pela filial paulistana da agência de publicidade americana Commonwealth//McCann em parceria com o YouTube em

¹⁴³ SUV é a sigla para “Sport Utility Vehicle”. Em português: Veículo utilitário esportivo.

¹⁴⁴ “Digital vídeo manifesto” é a expressão usada em referência ao vídeo publicitário da campanha, na página eletrônica da Commonwealth//McCann, agência de publicidade responsável pela ação de marketing da Chevrolet. Disponível em <www.cw-mccann.com/en/work/sao-paulo-tracker.html>. Acesso em 02 ago. 2018.

uma ação de mídia 100% digital, direcionada ao público jovem usuário das redes sociais.

O lançamento da campanha aconteceu durante o *Tracker Talks the City*¹⁴⁵ - primeiro momento da estratégia publicitária. O evento realizado em São Paulo e transmitido ao vivo nas redes sociais da Chevrolet Brasil tinha como objetivo discutir a ideia central proposta: “Retome o que é seu por direito”.

A marca convidou “influenciadores de interesses diferentes para debater como as pessoas estão redescobrimo a cidade e como o Chevrolet Tracker se encaixa nesse movimento”¹⁴⁶. O jornalista Gilberto Dimenstein, criador do portal *Catraca Livre*¹⁴⁷, apresentou experiências de *Acupuntura Urbana*¹⁴⁸ em um discurso de

¹⁴⁵ O vídeo integral das palestras foi retirado do perfil do YouTube da Chevrolet. Mas alguns trechos da discussão ainda podem ser acessados em: <vimeo.com/192624878> (compilado geral do evento); <vimeo.com/192649775> (palestra Gilberto Dimenstein); <vimeo.com/192648626> (palestra Facundo Guerra); <vimeo.com/192651298> (palestra Eduardo Kobra).

¹⁴⁶ Ver mais em: GOOGLE. O dia que a Chevrolet dominou o YouTube. Artigo do *Think With Google Brasil*, de fevereiro de 2017, que descreve a parceria realizada entre o Youtube a Chevrolet em 2016 (A plataforma *Think With Google* reúne textos sobre tendências de consumo e recursos de marketing digital). Disponível em: <goo.gl/6ALg3D>. Acesso em: 02 ago. 2018.

¹⁴⁷ O portal online de notícias *Catraca Livre* (www.catracalivre.com), iniciado em 2010, nasceu com o objetivo de divulgar eventos gratuitos na cidade de São Paulo. Com a missão de usar a comunicação para empoderar cidadãos, o site atualmente está presente em 12 cidades brasileiras e recebe mais de 50 milhões de visitas por mês.

¹⁴⁸ Ações ditas “acupunturais” perpetuadas no espaço urbano ganharam destaque nacional no início dos anos 2000 através do elogio a ideia de “Acupuntura Urbana” feito pelo arquiteto e urbanista Jaime Lerner. Lerner defende a ideia como uma “série de intervenções de pequena escala, altamente focadas, que possuem a capacidade de criar

valorização do espaço público e da construção de cidades feitas para as pessoas. Em defesa de práticas micropolíticas, o empresário Facundo Guerra palestrou a respeito de ações contemporâneas de politização das ruas e da retomada dos espaços públicos pela diferença, narrando também o processo de “revitalização” do Mirante 9 de Julho, projeto pelo qual foi responsável. O muralista Eduardo Kobra foi o último convidado a debater a retomada das cidades no evento, em um discurso de promoção do *street art* como potente possibilidade de ocupação do espaço público. Kobra apresentou um apanhado de suas principais obras, entre elas o mural Etnias realizado no bairro da Gamboa, na Zona Central da cidade do Rio de Janeiro como parte das iniciativas de embelezamento da cidade para os Jogos Olímpicos de 2016.

169

O discurso apresentado durante as palestras do evento de lançamento foi conduzido pela ideia proposta pela marca de “Retome o que é seu por direito”. Por meio de experiências de sucesso individuais de “influenciadores”, a Chevrolet instigava o espectador a uma tomada de iniciativa própria por mudanças. A dimensão de incentivo de uma tomada de posição do indivíduo em busca de retomada por seus direitos também é construída no texto (narração) que acompanha o vídeo da campanha. Além do elogio ao ciclista que dá início à peça publicitária, a narração acontece de forma sequenciada e por vezes diferentes em um posicionamento de afirmação de suas individualidades: “Eu não vou deixar de correr à noite por medo de assalto”; “Quem decide se skate é coisa de mulher

ou iniciar um processo de regeneração de espaços ociosos ou desqualificados”. Ver mais em LERNER, Jaime. *Acupuntura Urbana*. Rio de Janeiro: Record, 2003.

sou eu”; “Não é porque meu palco é na rua que você não vai me respeitar”, e que contribui para a ideia de evolução e de mudança que acompanha as imagens do automóvel apresentadas nos últimos segundos do vídeo “A cidade tem muito que evoluir, mas é bom saber que a mudança já começou. Nas ruas. Novo Chevrolet Tracker”.

O segundo momento da ação de parceria entre a Chevrolet e o Youtube - o YouTube *TakeOver* - tinha como objetivo “colocar a campanha do Chevrolet Tracker 2017, se não em todos, na maioria dos espaços publicitários do YouTube, por 24 horas - algo nunca feito antes”¹⁴⁹.

170

Como cada pessoa tem o seu próprio motivo e razões para retomar a cidade, usamos a BigData do YouTube para entender e criar conteúdos específicos para cada pessoa. No primeiro TakeOver da história do YouTube compramos quase 100% das impressões do site durante 24 horas. Em uma parceria inédita com o YouTube criamos conteúdos diferentes baseados nas palavras mais buscadas no site (Vídeo “Manifesto Chevrolet”, 2016).

BigData é um termo da tecnologia da informação referente a um grande conjunto de dados armazenados online. “A criação de novos produtos, um marketing mais direcionado e tomadas de decisões mais acertadas estão acontecendo graças

¹⁴⁹ Disponível em: <goo.gl/6ALg3D>. Acesso em: 02 ago. 2018.

ao *BigData* e ao cruzamento de informações entre as diversas fontes de dados”¹⁵⁰.

Em *Psicopolítica: neoliberalismo y nuevas técnicas de poder* (2014), o filósofo coreano Byung-Chul Han nos conta a respeito do *BigData* como uma forma de controle muito eficiente na contemporaneidade neoliberal. Ele cita o slogan de uma empresa americana do ramo: “Oferecemos uma visão de 360 graus sobre seus clientes”¹⁵¹ e compara o *BigData* à ideia de um panóptico digital, só que bem mais eficiente por não ter a limitação própria da ótica analógica. E, ainda destacando a eficiência desse sistema, nos faz lembrar de como tudo que se passa nas redes, cada palavra que introduzimos nos mecanismos de pesquisa e cada foto que postamos passa a ser observado e registrado por uma “memória total de tipo digital” que tudo guarda e de que nada se esquece.

Segundo Han, o *BigData* seria capaz de mostrar padrões de comportamento que o indivíduo não tem conhecimento. E assim, ter acesso ao inconsciente coletivo, sendo capaz de se apoderar do comportamento das massas a um nível que escapa a consciência. Pontua a respeito do uso do *BigData* nas eleições estadunidenses em que os candidatos compram enormes dados sobre o eleitorado. O filósofo explica ser capaz, através do intercruzamento de dados, a construção de perfis muito exatos, permitindo com que se dirija com precisão aos

¹⁵⁰ Ver mais em: NASCIMENTO, Rodrigo. Afinal, o que é Big Data?. 27 mar. 2017. Disponível em: <www.marketingpordados.com/analise-de-dados/o-que-e-big-data>. Acesso em: 02 ago. 2018

¹⁵¹ HAN, 2014, p. 46.

eleitores através de mensagens personalizadas com a intenção de influenciá-los sem que necessariamente eles tenham consciência disso. Em análise desse processo de uso do *BigData* na tomada de decisões na política, ele percebe cada vez mais semelhanças entre votar e comprar, ser cidadão e ser consumidor.

A estratégia de marketing da Chevrolet se assemelha bastante ao descrito por Han nas eleições americanas. O conteúdo produzido para a ação de mídia da marca foi construído com base no que vinha sendo discutido nas redes digitais. O YouTube como plataforma online de compartilhamento de vídeos certamente absorve grande parte dessa discussão. A marca comprou os dados de busca no site e foi capaz de construir perfis específicos de consumidor, percebendo como tendência a discussão de retomada das cidades e direcionando o discurso da campanha do novo automóvel de maneira personalizada ao seu público alvo.

Neste caso, a aproximação entre ser cidadão e ser consumidor também é válida, uma vez que as imagens promovidas no vídeo da campanha publicitária refletem debates correntes a respeito de questões urbanas de cunho coletivo e público, a exemplo do incentivo ao uso da bicicleta nas cidades; da preocupação com a violência urbana e das ruas como palco de ação política. A estratégia de marketing da marca foi enxergar nessas pautas a possibilidade de tendências de consumo e, assim, buscar aproximar o seu discurso daquilo que interessa ao seu consumidor.

Em 18 de novembro de 2016, o YouTube *TakeOver* foi ao ar batendo recordes da plataforma, entregando, segundo resultados divulgados pelo Google¹⁵², mais de 330 milhões de impressões e contabilizando 20 milhões de visualizações em um só dia, o que levou a parceria entre as marcas comemorar o sucesso dos números alcançados¹⁵³.

Não é de se estranhar que, entre as discussões mais relevantes na internet naquele momento, a dimensão política da ocupação das ruas pontuasse entre os conteúdos com mais acessos. A efervescência de manifestações e revoluções urbanas no século XXI tem muito a ver com a mobilização social decorrente das discussões e convocações online e do compartilhamento de informações que acontece em velocidade impressionante na internet.

173

Em *Redes de indignação e esperança* (2013) Manuel Castells narra os acontecimentos de algumas revoltas organizadas neste contexto contemporâneo, entre elas: a Primavera Árabe, de 2010, iniciada com as revoluções na Tunísia, no Egito e em outros países do Oriente Médio e da África; as revoltas dos Indignados na Espanha e o *Occupy Wall Street*, ambos de 2011. E percebe a profunda transformação tecnológica que a comunicação tem passado nos últimos

¹⁵² Disponível em: <goo.gl/6ALg3D>. Acesso em: 02 ago. 2018.

¹⁵³ Importante pontuar que os internautas não demoraram a problematizar a campanha e questionar, nas redes sociais, a legitimidade de um convite de retomada das cidades anunciado por uma montadora de carros. Ver mais em: FELIX, Leonardo; BRITO, Eugênio Augusto. Twitter questiona campanha da Chevrolet falando de "retomada da cidade". UOL. São Paulo. 18 nov. 2016. Disponível em: <<https://carros.uol.com.br/noticias/redacao/2016/11/18/twitter-questiona-campanha-da-chevrolet-falando-de-retomada-da-cidade.htm>>. Acesso em: 02 ago. 2018.

anos, com a emergência do que ele chama de “autocomunicação de massa, baseada nas redes horizontais de comunicação multidirecional, interativa, na internet”¹⁵⁴, como contexto contemporâneo para a conformação dos novos movimentos sociais.

O sociólogo espanhol denomina o espaço híbrido entre *online* e *offline*, entre cibernética e espaço urbano, de “espaço de autonomia”. E entende que a autonomia se faz na coincidência de duas forças: a capacidade de organização no espaço da internet, e a possibilidade transformadora em se desafiar a ordem institucional disciplinar afim de reclamar o espaço das cidades para seus habitantes.

174

Apesar de reconhecer a potência da conformação de um “espaço de autonomia”, que se manifesta inicialmente na internet, Castells entende que a concretização da força que se dá na coincidência entre o online e o urbano, acontece nas ruas e no movimento de ocupar o espaço da cidade.

Embora esses movimentos se iniciem nas redes sociais da internet, *eles se tornam um movimento ao ocupar o espaço urbano*, seja por ocupação permanente de praças públicas seja pela persistência das manifestações de rua (CASTELLS, 2013, p.160, grifo do autor).

O Brasil foi palco em 2013, tanto nas ruas quanto no espaço virtual, de uma onda de protestos que se colocou inicialmente contra o aumento da tarifa nos

¹⁵⁴ CASTELLS, 2013, p.158.

transportes, mas que se estendeu ao combate à corrupção na política, e em resposta à crise nos serviços públicos. As chamadas Jornadas de Junho marcaram na história nacional um capítulo de revolta urbana coletiva mobilizada, divulgada e transmitida pela internet.

Cabe lembrar que em 2016, apenas alguns meses antes do lançamento da campanha da Chevrolet, as ruas do país voltaram a ser espaço de manifestações e protestos decorrentes, em grande parte, de mobilizações e convocações online em virtude do processo de impeachment da presidenta Dilma¹⁵⁵, se dividindo em demonstrações de apoio ao impeachment e contra o golpe.

Em *Junho: potência das ruas e das redes* (2014), em uma perspectiva a respeito dos levantes de junho de 2013, os organizadores constroem uma argumentação semelhante as ideias de Castells a respeito dos espaços de autonomia e da importância das redes sociais para conformação do movimento nas ruas.

175

¹⁵⁵ Ver mais em: Manifestantes fazem atos contra o impeachment em 11 estados e no DF. 28 ago. 2016. G1, São Paulo. Disponível em: g1.globo.com/politica/noticia/2016/08/manifestantes-fazem-atos-contra-o-impeachment-e-em-apoio-dilma.html>. Acesso em: 02 ago. 2018.

Em: Maior manifestação da democracia brasileira joga Dilma contra as cordas. São Paulo, 14 mar. 2016. El País. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2016/03/13/politica/1457906776_440577.html>. Acesso em: 02 ago. 2018.

E em: A reação das ruas ao impeachment de Dilma (e a repressão aos protestos contra Temer). 01 set. 2016. El País. Disponível em: brasil.elpais.com/brasil/2016/09/01/album/1472714726_716859.html>. Acesso em: 02 ago. 2018.

De fato, não foi o “Facebook”, uma plataforma bastante centralizada, a responsável pelo levante. Contudo, a maneira com a ferramenta, apesar de suas limitações, foi reinventada pela rede real das ruas teve efeitos relevantes. Os eventos criados na plataforma ganharam significado: se tornaram espaços autônomos de diálogo dentro do rígido Facebook, muitos destes vitais para tomar as ruas como mecanismo de convocação, cobertura em tempo real e troca de dados em geral (MORAES et al [Org.], 2014, p. 19).

Segundo os autores, as Jornadas de Junho não seriam possíveis sem a cultura das redes - pela própria militância digital durante os levantes - mas propõem se pensar a potência da internet como um espaço de intersecção entre as redes “concretas” e a rede “virtual”. E entendem que este espaço autônomo teria sido essencial para a tomada das ruas em junho de 2013, possibilitado assim a criação de novas redes de afetos, de troca de experiências offline e de contato dos corpos com a cidade.

176

A questão é que este espaço de intersecção ou coincidência de forças entre online e offline permite tanto a motivação para a ação no espaço público; quanto o compartilhamento e popularização de pautas que passam a fazer parte um grande banco de dados (*BigData*) operado a favor da criação de tendências de consumo e da construção de imagens disponíveis para venda.

Como abordado no capítulo um, por Solnit (2014) e Moraes et al [Org.] (2014), as manifestações e levantes populares revelam a potência do corpo na rua capaz de contribuir com a discussão de questões urbanas, de reivindicação de mudanças na gestão e na produção das cidades. Um corpo que ao caminhar em

contato com outros corpos constrói novos espaços de luta ao subverter e desviar das maneiras institucionais de se pensar e fazer política. Ou seja, um corpo que é tático em uma dimensão coletiva e pública, por inventar e possibilitar reflexões sobre outras formas de se pensar e produzir cidade e por encontrar no desvio e na subversão do sistema de poder a crítica a ele.

Ao se apropriar da imagem desse corpo para a promoção de um automóvel - mercadoria ícone de um modelo de circulação urbana baseado em princípios funcionalistas, que se impõe como realidade de mobilidade nacional em detrimento da escala do pedestre e das possibilidades de apropriação da rua, mas sobretudo, produto de transporte individual e privado - a Chevrolet ignora a dimensão pública e coletiva do corpo manifestante.

177

Como estratégia, a marca de automóveis oferece ao consumidor a oportunidade de um engajamento político com as questões urbanas através do consumo de um produto. Mas ao associar o corpo do manifestante em ação na cidade a uma imagem mercadoria, e a partir do momento que ela passa a ser reproduzida e veiculada em propagandas, a empresa contribui para a pacificação e banalização dos significados e forças que ele carrega.

E podemos ainda perceber o incentivo a uma tomada de iniciativa própria por mudanças, que se legitima na compra de uma mercadoria - atitude individual de consumo, como um encorajamento do individualismo do usuário, ou como nos conta Dardot e Laval (2016), um estímulo ao *autogoverno do indivíduo* próprio de uma sociedade neoliberal. A partir do momento que o indivíduo se torna um

empreendedor de si mesmo, sujeito maximizador de suas satisfações pessoais, a ele lhe cabe, ou melhor, lhe é oferecido como *liberdade* (também em referência a racionalidade neoliberal) a busca pela tomada de mudanças, por “retomar o que é seu por direito, e o que a Chevrolet lhe propõe é uma maneira de alcançar isso através do consumo.

Entre 2017 e 2018, a Chevrolet lançou mais duas campanhas publicitárias de automóveis da marca que seguiram abordando questões urbanas de distintas maneiras: seja por manter o tema das manifestações de rua em uma tentativa de se aproximar da posição de engajamento político do consumidor, ou por propor outras realidades de cidade, em que o carro vem apresentar projeções de um “futuro melhor”. Em ambas as peças publicitárias é possível perceber um discurso claro de uma chamada por mudanças em valorização da força do *indivíduo* consumidor.

Em fevereiro de 2017, a Chevrolet anunciou o lançamento do “Novo Chevrolet Cruze”. A campanha publicitária também desenvolvida pela filial paulistana da agência de publicidade americana Commonwealth//McCann propunha o slogan “Você na direção da mudança” (*fragmento F, ver pág. 46*).

Gravado no Rio de Janeiro, o vídeo inicia com imagens da cidade vazia. As ruas são apresentadas em silêncio, não há pessoas ocupando o espaço das calçadas, nem o movimento de carros pelas avenidas. O ponto de virada para quebra do vazio é o destaque dado a uma passada - um pé em contato com chão da cidade - e logo em seguida, imagens de manifestantes em um protesto de rua preenchem

a tela. As próximas cenas alternam imagens de policiais, capas de jornais, propaganda política e o que seria a imagem de um cidadão votando.

A narração em *off* complementa o discurso: “Somos um povo que aprendeu a exigir mudança. Que não aceita menos do que o justo. [...] Que se cansou da malandragem. E que acelera na direção certa”¹⁵⁶. A trilha sonora muda, soa uma canção mais vibrante, se apresentam imagens do que se parece ser uma reunião entre empresários. Entre eles uma mulher comemora um possível bom desempenho no trabalho e sai em direção ao estacionamento onde encontra o novo modelo da Chevrolet. “Somos um povo que entendeu que sua força vem de cada pessoa. Porque na prática a mudança começa com você. Novo Chevrolet Cruze. Você na direção da mudança”¹⁵⁷.

179

Com peças de 30 e 60 segundos de duração, a campanha foi exibida em canais da televisão aberta e fechada, disponibilizada no YouTube e nos *banners* de publicidade em redes como o Facebook, o Twitter e Instagram. Em entrevista¹⁵⁸ o chefe de marketing da General Motors para América Latina, Hermann Mahnke, afirmou que a peça publicitária foi construída a partir de um diálogo com o público das redes sociais através de mecanismos de *social listening*¹⁵⁹.

¹⁵⁶ CREVROLET, 2017.

¹⁵⁷ Idem.

¹⁵⁸ Disponível em: <https://carros.uol.com.br/noticias/redacao/2017/02/17/gm-toma-posicao-contracorrupcao-em-novo-comercial-do-cruze-veja>.

¹⁵⁹ *Social Listening* é uma das ferramentas de “escuta” do que vem sendo compartilhado na internet.

Em outubro de 2018, a Chevrolet anunciou outra campanha para lançamento do novo modelo do Cruze (*fragmento D, ver pág. 40*). O desenvolvimento das peças publicitárias mais uma vez foi de responsabilidade da agência Commonwealth//McCann que propôs neste ano abrir um diálogo entre a Chevrolet e o consumidor sobre “Como deveria ser” a realidade das cidades brasileiras. Segundo a agência, “a estratégia de comunicação do Chevrolet Cruze procura mobilizar as pessoas para que esqueçam o conformismo e acreditem que é possível mudar o País”¹⁶⁰.

Em uma das peças, são mostradas cenas do Rio de Janeiro, com as favelas revitalizadas e pacificadas e com diversas áreas de lazer. O Elevador Lacerda, em Salvador, [...] famílias curtindo o Rio Pinheiros, em São Paulo, totalmente limpo. Em todas as cenas, um flash mostra um **contraponto de #ComoDeveriaSer com a realidade**. A locução [...] convida a todos para fazerem acontecer e acelerarem na direção da mudança com o Chevrolet Cruze (Commonwealth//McCann, 2018, grifo nosso).

180

A “realidade” posta em contraponto ao #ComoDeveriaSer é representada no vídeo da campanha por imagens de cidades abandonadas, sujas, dessaturadas e sem gente na rua. Em oposição, são apresentadas imagens coloridas de pessoas praticando esportes, caminhando ou em atividades de lazer em espaços públicos espetaculares, dissensuais, representados por maquetes digitais homogêneas.

¹⁶⁰ Commonwealth//McCann, 2018. Disponível em: <www.wmccann.com/trabalhos/comodeveriaser/>. Acesso 20 out 2018.

A narração em off contribui para a tensão construída entre as imagens: “Imagine um lugar assim: onde o progresso é visto nas ruas e não apenas numa bandeira. Um lugar onde o seu dinheiro vai para onde deveria ir e você pode ter tudo aquilo que pagou para ter”. E assim como a campanha de 2017, aposta no discurso da mudança para o fechamento das ideias do vídeo: “Chegou a hora de acelerar na direção da mudança. Chevrolet Cruze. Um carro como todos deveriam ser”.

A série de três vídeos de campanhas publicitárias realizadas pela empresa de automóveis Chevrolet entre 2016 e 2018 expressa com clareza uma estratégia de apropriação de pautas políticas e urbanas contemporâneas em virtude da promoção de produtos e da afirmação de uma lógica neoliberal que se entende à vida na atualidade.

181

A empresa faz uso de ferramentas de controle nas redes da internet que transforma *espaços de autonomia* em dados operados a favor da construção de perfis e tendências de consumo. E assim, se aproxima do seu consumidor sem que ele necessariamente tenha consciência disso, ao oferecer mercadorias que lhe despertam identificação política.

Promove discursos de engajamento público, através de imagens de coletividade, a exemplo dos manifestantes que caminham lado a lado pela rua, mas oferece como caminho para a mudança o consumo de uma mercadoria que por si só é privada e individual.

E, sobretudo, compartilha de uma lógica neoliberal de extensão do capital à vida, que ora se apresenta em discursos mais sutis, cínicos e contraditórios de

promoção do consumo em que faz uso de representações do cotidiano, de usos dos espaços públicos, das práticas táticas da vida – ao apresentar manifestantes, caminhantes e skatistas em um pedido por retomada das cidades; ora em discursos mais objetivos de venda e promoção de ideias de cidades espetaculares, baseados em relações mercadológicas – “Um lugar onde o seu dinheiro vai para onde deveria ir e você pode ter tudo aquilo que pagou para ter” e em que se percebe uma associação direta da vida à mercadoria, ao pontuar como objetivo pessoal a ser alcançado, a meta de existência a ser cumprida, o próprio automóvel: “Chevrolet Cruze. Um carro como todos deveriam ser”.



2.2 O MoMA e o urbanismo tático



Entre novembro de 2014 e maio de 2015, o Museu de Arte Moderna de Nova Iorque (MoMA) exibiu a exposição *Uneven Growth: Tactical Urbanisms for Expanding Megacities* [Crescimento Desigual: Urbanismo Tático para Megacidades em Expansão] (*fragmento C, pág 39*).

“Projetando Cenários para Seis Cidades: Hong Kong, Istambul, Lagos, Bombaim, Nova Iorque, Rio de Janeiro” é a chamada que encabeça, ao lado do título da mostra, o cartaz em anúncio de um workshop e conferência em Vienna, de 10 a 14 de junho de 2014, eventos que constaram na agenda da *Uneven Growth*. O logotipo do MAK – *Austrian Museum of Applied Arts / Contemporary Arts* compõe a lateral direita da imagem em virtude da colaboração ao MoMA na realização dos eventos. O pequeno parágrafo na área inferior do cartaz anuncia os participantes da conferência, entre eles: o arquiteto português, curador do MoMA e responsável pela mostra, Pedro Gadanho; Elke Krasny, pesquisadora urbana e professora da Academia de Belas Artes de Vienna; Hani Rashid, arquiteto co-fundador do escritório de arquitetura Nova Iorquino *Asymptote Architecture*; Alice Rawsthorn, crítica de design da edição internacional do *The New York Times* e Christoph Thun-Hohenstein, diretor do MAK.

Como suporte para essas e outras informações adicionais sobre os eventos, uma fotografia preenche quase o cartaz por inteiro. A imagem de uma rua em perspectiva apresenta uma cena da vida cotidiana. Trajes coloridos, vestidos que parecem embalar corpos, o véu na cabeça de algumas mulheres, o chinelo nos

pés e os traços caraterísticos como a cor da pele e cabelos negros nos dão pistas para a assimilação do cotidiano que se apresenta. O céu nublado e o acúmulo de água no solo sem calçamento indicam que choveu faz pouco tempo. As barracas coloridas presentes em ambos os lados da rua deixam ver estruturas efêmeras em bambu e lona azul, ou pequenos telhados aparentemente feitos de madeira que se projetam sobre os passantes. Ao centro, crianças e adultos percorrem a rua e carregam sacolas, baldes e bolsas cheias de produtos. Nas laterais, próximo às barracas, alguns se posicionam a decidir o que vão comprar, ou aparentam entregar dinheiro em troca do produto escolhido. Acima, na imagem, veem-se algumas construções. Elas não parecem obedecer a padrão ou estilo arquitetônico, são baixas, não tem mais do que dois andares, e visto a aparência e os materiais que se deixam perceber, supõe-se que não sejam muito antigas. As grandes torres de eletricidade que enquadram o céu ao fundo indicam que se trata de um grande centro urbano. Estamos diante de um dia de feira em Dharavi, o maior *slum*¹⁶¹ de Bombaim, na Índia, um dos maiores da Ásia.

Uneven Growth: Tactical Urbanisms for Expanding Megacities é a terceira mostra da série “*Issues in Contemporary Architecture*” criada em 2009 pelo

¹⁶¹ *Slum* é o termo usado na Índia, devido à colonização anglo-saxã, para o equivalente a favelas no Brasil, *colonias populares* no México, *villas miserias* na Argentina, *barriadas*, *pueblos jóvenes* e *asentamientos humanos* no Peru, *poblaciones callampas* no Chile, *umjondolo* na África do Sul, *shammasa* no Sudão, *iskwaters* nas Filipinas.

Departamento de Arquitetura e Design do MoMA, dedicada a abarcar grandes problemas urbanos “que estão para além do típico âmbito da arquitetura”¹⁶².

Entendendo o crescimento desigual das cidades como um dos maiores desafios a serem enfrentados pelas sociedades em todo o mundo, a mostra defende o urbanismo tático – o qual define como “uma série de abordagens cotidianas, de baixo para cima, destinada à resolução de problemas locais, em contrapartida à noção clássica de planejamento urbano de-cima-para-baixo”¹⁶³ - tanto como resposta à desigualdade de recursos, quanto como necessidade de retomada dos espaços urbanos e das ruas pelos cidadãos.

Na proposta da exposição, seis grupos interdisciplinares de pesquisadores e profissionais foram reunidos para analisar novas possibilidades arquitetônicas para seis megacidades: Hong Kong, Istambul, Lagos, Bombaim, Nova Iorque e Rio de Janeiro. Contestando as pressupostas relações entre o desenvolvimento urbano formal e o informal, entre o hierárquico e o insurgente, os cenários de projeto resultantes, desenvolvidos ao longo de uma iniciativa de 14 meses, estudam como as formas emergentes do urbanismo tático podem responder às alterações na natureza do espaço público, moradia, mobilidade, meio-ambiente, e outras questões importantes da urbanização de curto prazo. A exposição apresenta visões de design compostas de desenhos, renderizações, animações e vídeos produzidos

185

¹⁶² Em: Crescimento desigual: urbanismos táticos para megacidades em expansão. Entrevista com Pedro Gadanho. Texto publicado na Revista Indisciplinar n.1, v.1, outubro 2015, p. 16-21.

¹⁶³ Uneven Growth: Tactical Urbanisms for Expanding Megacities. Press release departamento de comunicação do MoMA. 01 de outubro de 2014.

pelas seis equipes interdisciplinares de profissionais locais e especialistas internacionais em arquitetura e urbanismo, cada um com foco em uma cidade específica. (Texto retirado do comunicado à imprensa oficial da exposição, 01 de outubro de 2014, tradução nossa).

A “tática” que dá nome a tais ações e intervenções urbanísticas, encorajadas e anunciadas sob a luz dos holofotes do MoMA, faz referência direta à “tática”, formulação construída por Michel de Certeau em *A invenção do cotidiano: 1. artes de fazer* de 1980.

186

Como nos disse Certeau (1980), ao contrário da estratégia, própria do lugar de poder da instituição, das técnicas e da disciplina, desenhada como um gráfico que o olho pode dominar, a tática se ilustra na astúcia. São práticas teimosas, cotidianas, que não obedecem a lei dos lugares nem se definem por ele, é a arte de utilizar o tempo e “sua síntese intelectual tem por forma não um discurso, mas a própria decisão, o ato de aproveitar a ‘ocasião’”¹⁶⁴. E sendo assim, entendendo-a no uso, no fazer, na ação e na ocasião, questiona-se a apropriação da tática por um museu, lugar tópico, como nos diz Giorgio Agambem (2007), da impossibilidade de uso. Segundo o filósofo seriam o museu e o turismo as duas faces de uma única impossibilidade de usar, de habitar, de fazer a experiência.

Em uma sociedade espetacular (Debord, 1997) em que todas as coisas são “exibidas” na sua *separação de si mesmas*, seja na forma de espetáculo da

¹⁶⁴ DE CERTEAU, 2014, original de 1980, p.46.

mercadoria ou de mercadoria espetacular, espetáculo e consumo se transformam no signo da “impossibilidade de uso durável”. Agamben sugere isso ao citar o museu como lugar dessa impossibilidade de usar provocada da separação do espetáculo.

A museificação do mundo é um dado de fato. Uma após outra, progressivamente, as potências espirituais que definiam a vida dos homens - a arte, a religião, a filosofia a ideia de natureza, até mesmo a política - retiram-se, uma a uma, docilmente para o Museu. Museu não designa, nesse caso, um lugar ou um espaço físico determinado, mas a dimensão separada para a qual se transfere o que há um tempo era percebido como verdadeiro e decisivo, e agora já não é. O Museu pode coincidir, nesse sentido, com uma cidade inteira (Évora, Veneza, declaradas por isso mesmo patrimônio da humanidade), com uma região (declarada parque ou oásis natural), e até mesmo com um grupo de indivíduos (enquanto representa uma forma de vida que desapareceu). (AGAMBEM, 2007, p. 73).

187

Jacques (2014) percebe na tática, nas práticas cotidianas uma possibilidade de pensarmos o uso enquanto possibilidade de resistência crítica a esses espaços espetaculares. Resistência que pode ser encontrada no “[...] próprio uso cotidiano da cidade, em particular na experiência não planejada ou desviatória dos espaços públicos, nos seus usos conflituosos e dissensuais, nos usos cotidianos da cidade que contrariam os usos que foram planejados”¹⁶⁵.

¹⁶⁵ JACQUES, 2014, p.16.

No entanto, quando o uso que poderia ser pensado como resistência crítica a um espaço da *impossibilidade de uso* como o museu, é ele próprio o objeto a ser exposto; quando o objetivo passa ser fazer da tática a estratégia, nos cabe atentar a tais apropriações e buscar delinear as diferenças e particularidades das dinâmicas implicadas, a fim de fomentar a disputa e não deixar que o conflito se esvaia.

Cabe-nos refletir e construir questionamentos. Que questões urbanas o discurso de defesa ao urbanismo tático suscita? A que interesses o urbanismo tático se presta a ponto de ser afirmado como “resolução de problemas” no discurso de uma instituição espetacular e de visibilidade internacional como o MoMa? Ele ainda carrega alguma coerência com o significado e a construção das ideias proposto por Michel de Certeau?

188

Em um contexto de alargamento da democracia e de um boom participativo nas políticas públicas na década de 1990 no Brasil, e em crítica aos avanços e contradições daquilo que havia sido discutido na conferência internacional da ONU Habitat II, realizada em 1996, na cidade de Istambul, Ermínia Maricato (1997) chama atenção, em um tom de desconfiança, aos insistentes elogios aos termos “parcerias” e “participação”, em especial as parcerias entre o poder público e capital privado assim como o recorrente aplauso à autogestão popular e o destaque dado na conferência às experiências desastrosas “promovidas por

governos ineficazes e boas práticas promovidas por gestões não governamentais”¹⁶⁶.

Os insistentes elogios às parcerias público-privadas e a consequente extensão da lógica neoliberal sobre o poder do Estado fomentaram a discussão e a validação do modelo de Planejamento Estratégico no campo em voga na época. E os aplausos às experiências de autogestão popular e a promoção da falência governamental, reforçados com desconfiança por Maricato na conferência da ONU de 1996, já anunciavam possíveis caminhos que a circulação de ideias a respeito do repasse de responsabilidades do Estado à sociedade civil e ao mercado tenderia a cursar nas décadas seguintes.

189

Por meio de um persistente discurso de desvalorização do Estado e da necessidade de renovação do processo de participação pública que toma força em meados da década de 1990 e segue em alta desde então, celebra-se a emergência de práticas urbanas de abordagem voluntária e a vantagem por elas concedidas à atuação da sociedade civil, que toma a frente na produção do espaço urbano contemporâneo mediante patrocínio da iniciativa privada.

A intensa reprodução de uma condição de crise e da falência dos projetos estatais de urbanização, brindou, no início dos anos 2000, no Brasil e no mundo, o engajamento dos coletivos ativistas, arquitetos, urbanistas e designers dispostos a representarem a sociedade civil em reclames pontuais pelo direito à cidade através da organização, realização e manutenção de ações e intervenções no

¹⁶⁶ MARICATO, 1997, p.30.

espaço público. Tais práticas urbanas de caráter coletivo, em colaboração com o Estado e/ou a iniciativa privada, realizadas em curto prazo e geralmente mobilizadas de “baixo para cima” são assumidamente associadas à chancela do urbanismo tático.

Celebrado como potente alternativa ao planejamento urbano moderno, o urbanismo tático surge associado a um contexto de crise de governança e das possibilidades e potencialidades que emergem das tentativas por parte de indivíduos e grupos sociais em encontrar formas de construir “uma vida decente em um ambiente decente de vida”¹⁶⁷.

190

Parklets; hortas urbanas; intervenções artísticas em ruas e calçadas; *food trucks*¹⁶⁸; cadeiras e sombreiros de praia no asfalto; faixas de pedestres improvisadas; mobiliários urbanos de pallet e ruas abertas aos pedestres são alguns exemplos do ilimitado espectro de ações colaborativas de atuação no espaço público e de produção de cidade vinculadas ao urbanismo tático. Entende-se que à frente dessas intervenções devam estar cidadãos ou coletivos ativistas, que em um movimento “de baixo para cima” proponham e liderem pequenas transformações em seus espaços de sociabilidade, e que a depender do impacto de tal construção coletiva e da capacidade de tais intervenções

¹⁶⁷ HARVEY, 2015.

¹⁶⁸ Food truck ou “carro de comida” é um espaço móvel que transporta e vende comida. A sua popularização, se deu quando os caminhões passaram a servir comida gourmet.

alertarem a consciência pública, as ações de urbanismo tático deixem a efemeridade e assumam uma natureza permanente.

Dentre as recentes reflexões e formulações interpretativas acerca do tema, aquelas que partem em defesa e afirmação do conceito constroem argumentos por meio dos ideais de descentralização; maleabilidade e abertura; participação popular e reapropriação do espaço público, e costumam convencer através da crítica à burocracia e ineficiência dos modelos de gestão pública.

Apesar do discurso elogioso, a série de publicações coordenadas pelos urbanistas americanos Mike Lydon e Antony Garcia – *Urbanismo tático: ação a curto-prazo para mudança a longo-prazo* (2011; 2012; 2013; 2014, 2015) promoveu a difusão do urbanismo tático através da exposição de experiências nos Estados Unidos, América Latina, Austrália e Nova Zelândia, e constituiu um importante meio de divulgação e consolidação da lógica do “faça-você-mesmo”.

Entre as primeiras iniciativas dos urbanistas táticos nos EUA está a implementação do “*Bike Miami Days*” em novembro de 2008. O evento pioneiro em fechar as ruas para pedestres e ciclistas na cidade foi propulsor de inúmeras outras iniciativas conjuntas de Lydon e Garcia, a exemplo de workshops e seminários sobre o tema, que vieram a culminar na publicação dos livros citados anteriormente e na popularização do termo.

Andrés Duany, arquiteto e urbanista americano fundador do Congresso do Novo Urbanismo¹⁶⁹ e ex-chefe de Lydon, assina o prefácio de *Urbanismo tático: ação a curto-prazo para mudança a longo-prazo (2015)* em que associa ao urbanismo tático a ideia de urbanismo XS (*Extra Small*¹⁷⁰). O padrinho e novo urbanista atribui o brilhantismo das práticas dito “táticas” ao fato de que, segundo ele, tais ações terem sido capazes de reformular a oposição pública e privada em um propósito comum. E enxerga a recuperação do processo “frustrado e frustrante”¹⁷¹

¹⁶⁹ Realizado em 1993 na cidade de Virginia, Estados Unidos, o I Congresso do Novo Urbanismo (ICNU) inaugura a atuação de um grupo de arquitetos e urbanistas liderados pelos arquitetos americanos Andres Duany e Elizabeth Plater-Zyberk. O movimento surge em resposta ao espraiamento ou suburbanização americana e se auto define como uma abordagem de planejamento e desenvolvimento urbano que concentra suas ações no design urbano e na escala humana.

Assinada em 1996, A Carta do Novo Urbanismo, principal documento de referência do movimento, apresenta vinte e sete diretrizes aplicáveis na formação do espaço regional, da cidade e do bairro. Discutem-se questões como: caminhabilidade; uso misto e diversidade; arquitetura de qualidade e design urbano (com ênfase na beleza, estética e conforto humano); unidade de vizinhança; sustentabilidade e qualidade de vida.

O New Urbanism é bastante conhecido por dois empreendimentos famosos na Flórida, Estados Unidos, as cidades de Seaside, projeto de Andres Duany de 1980; e Celebration projeto e incorporação da Disney Corporation.

Ver mais em LARA, Fernando Luiz. Admirável urbanismo novo. *Arquitextos*, São Paulo, ano 01, n. 009.09, Vitruvius, fev. 2001. Disponível em: <<http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/01.009/923>>. Acesso em 20 out. 2018.

¹⁷⁰ Em referência a formulação de Rem Koolhaas - S, M, L e XL - no livro homônimo de 1995, acerca das categorias de urbanismo do século vinte e um.

¹⁷¹ Em referência a trecho do prólogo de Andrés Duany - “The frustrated and frustrating process of public participation begins skeptically and tentatively and then picks up as confidence is reestablished with Tactical Urbanist demonstrations” - retirado do prefácio do livro *Tactical Urbanism: Short-term Action for Long-term Change* de 2015.

de participação pública à medida que se estabelece confiança nas manifestações do urbanismo tático.

No volume de 2015, os “urbanistas táticos” Myke Lydon e Anthony Garcia retomam discussão de “tática” *versus* “estratégia” em referência direta a formulação de Michel de Certeau. Associam a ideia de “estratégia” às “ultrapassadas” políticas governamentais de planejamento urbano, e atribuem à “tática” o poder transformador das cidades movido de dentro para fora pelos cidadãos. Apesar de fazer uso da dialética dicotômica entre os termos, o urbanismo tático entende que “o governo pode – e deve – trabalhar mais taticamente assim como os cidadãos podem aprender como trabalhar mais estrategicamente. Estratégias e táticas tem, portanto, igual valor e devem ser usadas em conjunto”¹⁷².

193

Ao assumir o nivelamento das noções de tática e estratégia, o urbanismo tático propõe um avanço permissivo entre as fronteiras das lógicas operadas por essas duas noções. Se valendo de um discurso de “propósito comum” a estratégia percebe na tática um bom caminho para alcançar mais terrenos e seguir estendendo a sua lógica racional e totalizante por espaços que não costumava iluminar.

A fim de refletir a respeito desses processos e em busca de delinear contornos de interesses e diferenças contraditórias entre tática e estratégia percebidos na prática, alguns exemplos podem ser mobilizados, como a regulamentação dos

¹⁷² LYDON, GARCIA, 2015, p.10.

parklets em cidades brasileiras nos últimos anos, como São Paulo, Belo Horizonte e Salvador; e a presença do urbanismo tático em grandes exposições internacionais, como a mencionada anteriormente, *Uneven Growth: Tactical Urbanisms for Expanding Megacities*, organizada pelo MoMA em 2014.

PARK
LETS_

Podemos citar o *parklet* como uma das ações do urbanismo tático que mais se popularizou. Em síntese, *parklets* – também chamados de vagas vivas ou varandas urbanas - são pequenas praças que ocupam o lugar de uma ou duas vagas de estacionamento em vias públicas. São uma extensão da calçada que funcionam como um espaço público de lazer e convivência. Podem ser equipados com bancos, jardineiras, guarda-sóis, bicicletários ou outros elementos de mobiliário urbano.

196

Desde o início dos anos 2000, quando foram idealizados em São Francisco, EUA, pelo coletivo de artistas (*Rebar*), os *parklets* passaram a compor a discussão a respeito dos espaços públicos ao redor do mundo, entendendo essa possibilidade como uma alternativa efêmera de espaço de convivência no meio urbano, e também como potência de construção coletiva e participativa nas cidades.

O Instituto Mobilidade Verde, uma organização sem fins lucrativos de São Paulo, afirma ter trazido a ideia dos *parklets* ao Brasil em 2013, e se considera como propulsora de atividades que colocam as pessoas em contato com as ruas e com as suas comunidades. Conforme relatam em suas páginas nas redes sociais, os *parklets* surgem com o objetivo de atentar para a necessidade de mais espaços públicos de qualidade e “estimular a discussão das cidades para as pessoas”¹⁷³. Construídos em conjunto com a iniciativa privada, os primeiros protótipos

¹⁷³ Trecho retirado da rede social Parklet - Zona Verde.

desenvolvidos pela organização foram instalados exclusivamente em áreas de classe média alta e vinculados a espaços comerciais nobres da capital paulista.

Em pouco tempo tornaram-se política pública nas grandes cidades brasileiras, a exemplo de Rio de Janeiro (2015), Belo Horizonte (2016), Belém (2017), Fortaleza (2015), Porto Alegre (2018), Salvador (2016) e São Paulo (2014) que já regulamentaram a implantação de *parklets* e disponibilizaram manuais operacionais a fim de estabelecer diretrizes para o projeto, a construção, a sinalização dos equipamentos e as formas de viabilização.

O “Manual operacional para implantar um *parklet* em São Paulo”, por exemplo, foi lançado pela prefeitura logo após a regulamentação dos *parklets* em virtude do Decreto Municipal n. 55.045/14. Por um lado, é importante ressaltar que neste documento, dentre outras recomendações, é colocado como obrigação do proponente a garantia do caráter público do *parklet*, ficando vedada, em qualquer hipótese, a utilização exclusiva por seu mantenedor. Além disso, é enfatizada a importância de um diálogo com a comunidade do entorno antes de qualquer intervenção, almejando estimular processos participativos e a promoção da convivência na rua.

Por outro lado, o mesmo Manual indica como público alvo especialmente a iniciativa privada, colocando como único responsável pela instalação e manutenção dos *parklets* o proponente, e inclusive trazendo estatísticas de como a instalação destes equipamentos junto a um estabelecimento comercial poderia aumentar expressivamente as vendas e o movimento local. Lincoln Paiva,

presidente do Instituto Mobilidade Verde, afirma que a média de custo de um *parklet* pode chegar a 80 mil reais, o que nos esclarece a necessidade de retorno do investimento empreendido pelos comerciantes e, por isso, os resultados e as práticas de uso adotadas.

Por este motivo, geralmente os *parklets* são implantados nas áreas centrais da cidade, de maior visibilidade e poder aquisitivo do município, estritamente vinculados aos estabelecimentos comerciais, sobretudo restaurantes, passando a servir estes comércios como uma extensão do espaço privado¹⁷⁴. Muitos comerciantes ampliaram o atendimento dos seus clientes ao que deveria ser de uso público, monopolizando os equipamentos e impedindo o acesso por todos.

198

Atualmente, percebe-se também a especialização de escritórios de arquitetura e urbanismo no desenvolvimento e projeto de *parklets* no Brasil, muitas vezes em parceria com empresas privadas e/ou com a municipalidade. Como exemplo podemos citar os *parklets* patrocinados pelo Santander, em 2016, em parceria com o escritório Soul Urbanismo que se dedica exclusivamente a “projetos criativos e *parklets*”, implantados no Itaim Bibi, bairro nobre da capital paulista, em uma ação que o escritório denominou de “aposta na melhoria das cidades com investimento em *parklets*”¹⁷⁵, e que atende a dois restaurantes e a um bar

¹⁷⁴ Disponível em <<http://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral,restaurantes-transformam-parklets-em-puxadinho-para-uso-de-clientes,1712921>> Acesso em 25 de fev. 2018.

¹⁷⁵ Disponível em: <<http://soulurbanismo.com.br/santander-esfera-aposta-na-melhoria-das-cidades-com-investimento-em-soul-parklets/>>. Acesso em 25 de fev. 2018.

do bairro. Em Salvador, o escritório *Urban Recycle* desenvolveu modelos de parklets para a Prefeitura que foram instalados nos bairros da Graça, Barra e Caminho das Árvores em parceria com estabelecimento privados do bairro, e que prometem “criar um novo cenário para as ruas de Salvador”¹⁷⁶.

Através da venda e regulamentação institucional de um discurso de valorização do espaço público e dos espaços de convivência, em oposição à lógica do automóvel e do espaço privado (ao tomar uma vaga de estacionamento e fazer dela um lugar para socialização), o urbanismo tático contribui para que a lógica estratégica, do Estado e do mercado, siga operando plenamente, porém disfarçada de novidade.

A argumentação se vale de um contexto de efervescência na discussão a respeito da valorização da rua, do pedestre, da retomada das cidades, e sobretudo do uso dos espaços urbanos para capitalizar recursos através da privatização do espaço público e extensão da racionalidade estratégica sobre a vida.

Em suma, o *parklet* é um espaço supostamente destinado ao uso público, mantido pela iniciativa privada mediante permissão de uso concedida pelo Estado através de ato administrativo. No entanto, sua implantação, manutenção e gestão estão condicionadas aos interesses do proponente, no caso, interesses mercadológicos que visam, sobretudo, o lucro.

¹⁷⁶ Disponível em: <<http://www.sucom.ba.gov.br/wp-content/uploads/2016/12/MANUAL-DO-PARKLET.pdf>>. Acesso em 25 de fev. 2018.

Mo_

MA

Como mencionado no início do capítulo, em 2015, o Museu de Arte Moderna de Nova Iorque (MoMA) exibiu a exposição *Uneven Growth: Tactical Urbanisms for Expanding Megacities* [Crescimento desigual: urbanismo tático para megacidades em expansão], abrindo espaço para a tendente presença de discussões acerca do urbanismo tático em eventos e exposições internacionais¹⁷⁷. O catálogo da exposição, organizado pelo curador do MoMA, Pedro Gadanho, contou com artigos de arquitetos e críticos de renome, a exemplo de Saskia Sassen, David Harvey e Ted Cruz, e contribuiu para a consolidação do urbanismo tático como assunto recorrente nas discussões de urbanização e produção de espaço na cidade contemporânea. Em entrevista¹⁷⁸, Gadanho reconhece a posição de eco do MoMA ao dar espaço ao debate dos ideais táticos e se posiciona a favor de elevar a discussão a uma tendência, torná-la um “tema quente”.

201

O MoMA é uma grande plataforma de comunicação. Atinge uma grande audiência, não só com relação ao público que vem aqui, que pode atingir facilmente 800 mil ou 1 milhão de visitantes para essa exposição. O MoMA é também uma plataforma para a mídia, ou seja, um modo de divulgar esse problema e torná-lo um tema “quente” em termos de discussão geral (GADANHO, in INDISCIPLINAR 2015, p. 18).

¹⁷⁷ Das quais podemos destacar também o pavilhão dos Estados Unidos na Bienal Internacional de Arquitetura de Veneza de 2012 com a mostra intitulada *Spontaneous Interventions: Design Actions for the Common Good*. A exposição exibiu 124 projetos táticos desenvolvidos por artistas e arquitetos.

¹⁷⁸ Entrevista concedida a Revista Indisciplinar. Ver mais em: Indisciplinar / EA-UFGM. – Belo Horizonte (MG): Fluxos, 2015. V1.

Em “*A Call for Change: From Collaboration to Participation*”¹⁷⁹, texto publicado no site oficial do MoMA em 2014 em promoção dos preparativos da exposição, o arquiteto Pedro Gadanho, curador da mostra, atribuiu a expressão “Matéria prima para pesadelos” à “problemática” questão da participação no planejamento urbano presente. Gadanho convida os visitantes da mostra assim como políticos, pensadores, ativistas e repórteres a discutirem em conjunto sobre como arquitetos, designers e outros atores urbanos podem ser agentes efetivos de mudança frente às duras desigualdades do desenvolvimento urbano atual. Ele atribui ao Urbanismo Tático a capacidade de envolver essas diversas vozes em um processo “implacável de urbanização”, uma vez que suas ações encorajam o público a “renunciar ao seu habitual papel de passividade”.

Assim como se percebe a afirmação do Urbanismo Tático, através da aprovação concedida por Duany, o MoMA faz uso de um lugar de distinção para o compartilhamento e difusão de um mesmo discurso contemporâneo sobre a o fracasso da participação no planejamento urbano, e que acaba sendo legitimado pelo lugar que assume, neste caso, em meio ao palco sagrado das artes e sob a assinatura de arquitetos estrelados.

Em crítica aos discursos amplamente afirmativos aflorados pela exposição, o professor de Teoria Urbana na *Harvard Graduate School of Design* (GSD), Neil Brenner, explicita uma série de contradições no discurso e nas ações alternativas

¹⁷⁹ Disponível em: <post.at.moma.org/content_items/553-a-call-for-change-from-collaboration-to-participation>. Acesso em 20 out. 2018.

dos projetos urbanísticos apresentados na exposição. “À medida que a busca por novas abordagens para reorganizar nosso futuro urbano planetário coletivo ganha urgência crescente, esses discursos amplamente afirmativos em torno de um urbanismo tático exigem um exame crítico”¹⁸⁰.

O professor centra sua crítica na noção construída pelos comentaristas envolvidos na referida mostra, que apresenta as ações do urbanismo tático como alternativa aos paradigmas modernista-estatista e neoliberal de intervenção urbana. A justificativa apresentada nos comentários faz uso do selo da participação democrática como legitimador de intervenções bem-intencionadas em defesa da coesão social e aplaude a espontaneidade de ações supostamente não programadas e construídas “de baixo pra cima”. No entanto, “não se pode simplesmente presumir que, por causa de suas lógicas operacionais ou orientações político-normativas, as intervenções táticas vão de fato contra-atacar o urbanismo neoliberal”¹⁸¹.

203

Em alguns casos, os tipos de urbanismos táticos parecem mais propensos a reforçar os urbanismos neoliberais, aliviando-os temporariamente, ou talvez simplesmente deslocando alguns de seus efeitos sociais e espaciais perturbadores, mas sem interromper os regimes básicos associados a um desenvolvimento urbano – tudo isto sem desafiar a confiança fundacional das instituições governamentais que sustentam o projeto neoliberal (BRENNER, 2016, p.10).

¹⁸⁰ BRENNER, 2016, p.8.

¹⁸¹ BRENNER, 2016, p.10

Brenner (2016), pontua que ao assumir a diminuição do papel das instituições públicas e ao aliviar algumas falhas de governança o urbanismo tático internaliza e acaba reforçando uma agenda neoliberal, contribuindo para o seu enraizamento e consolidação. Surge e atua em espaços de neutralidade, que não são nem funcionais nem perturbadores ao projeto neoliberal, e coexiste, por vezes, sem questionar a que tipo de relações e posicionamentos políticos suas ações alimentam.

A municipalidade, por sua vez, encontra no urbanismo tático uma estratégia de redução de gastos e de repasse da responsabilidade pública à sociedade civil e ao mercado. Logo, grandes empresas e corporações abraçam a oportunidade de se disfarçar de pequeno e de se aproximar ainda mais do cotidiano dos consumidores.

204

Em um movimento de produção de subjetividades que estende fundamentos como a racionalidade e a competitividade a uma maneira de viver e de agir do indivíduo, o neoliberalismo visa obter um autogoverno do governado, isto é, produzir certo tipo de relação deste consigo mesmo.

O governo requer liberdade como condição de possibilidade: governar não é governar contra a liberdade ou a despeito da liberdade, mas governar pela liberdade, isto é, agir ativamente no espaço de liberdade dado aos indivíduos para que esses venham a conformar-se por si mesmos a certas normas (DARDOT, LAVAL, 2016, p. 18-19).

O neoliberalismo compreende o empoderamento e a motivação da sociedade civil como possibilidades de liberdade e de autogoverno, ou seja, como estratégia no

processo de extensão da racionalidade neoliberal sobre a vida. As ações da sociedade civil que lhe convém são mantidas e tem sua existência permitida, a exemplo da regulamentação dos *parklets*.

A lógica máxima do “faça-você-mesmo” não só admite a falência da gestão pública como também justifica a tomada de responsabilidade urbana por parte da sociedade civil e do mercado. Aqui, a tarefa de firmar alianças e o poder de decisão sobre o espaço público são aparentemente entregues à sociedade civil, através de um discurso de valorização da participação pública, engajamento e “propósito comum”.

E a transformação do Estado se dá internamente através de uma plataforma de governo de Estado mínimo em que, além de um repasse da responsabilidade pública à sociedade civil e ao mercado, renova a maneira de lidar com noção de “público” e de bem comum, reforçando tendências desigualitárias e renovando a noção de democracia em uma ideia bastante particular que muito deriva de um “*antidemocratism*o: o direito privado deveria ser isentado de qualquer deliberação e qualquer controle, mesmo sob a forma do sufrágio universal”¹⁸², ou seja, colocando a frente do público e do coletivo a individualidade de cada um, seja a do indivíduo ou da empresa que o patrocina.

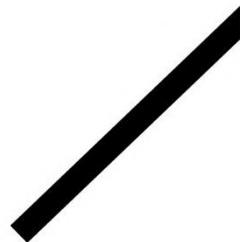
Brenner (2016) finaliza sua crítica apontando para mais um aspecto contraditório da lógica tática apresentada pela mostra, segundo ele “uma forma mais pura de urbanismo tático teria que ser sistematicamente antiprogramática, pois só poderia

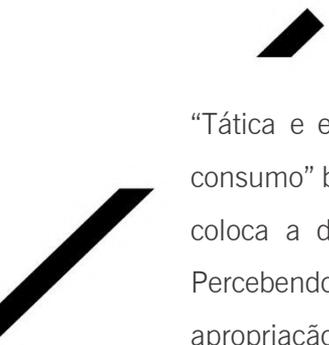
¹⁸² DARDOT, LAVAL, 2016, p.8.

manter uma abordagem consistentemente tática, resistindo e rejeitando qualquer movimento para a institucionalização”. Assim como Certeau (1980), Brenner (2016) entende a tática como ação livre de qualquer norma, técnica, e avessa aos espaços da institucionalização estratégicos, uma vez que ela se dá no *ato de aproveitar a ocasião* que se constrói a partir de uma oportunidade oferecida e não no cálculo de projeto, como apresentado nas soluções propostas pela mostra. Ademais, segundo o professor, a efetiva generalização do urbanismo tático nos processos de urbanização das cidades, implicaria na sua autodissolução, ou mais precisamente, na sua transformação em projetos que solicitariam uma coordenação a ser pensada a longo prazo, em outras escalas, regressando ao terreno supostamente desacreditado e ultrapassado de planejamento urbano “tradicional” que o urbanismo tático se coloca crítico.

As contradições identificadas nos exemplos apresentados só evidenciam a apropriação indevida da noção formulada por Michel de Certeau (1980), por um “tipo” de urbanismo que se propõe cotidiano, participativo e coletivo, mas que atende ou se dispõe a estar aberto a interesses mercadológicos, privados e individuais. O que demonstra a importância em estar atento a discursos amplamente afirmativos e a ações participativas em espaços públicos repletas de boas intenções, que apesar do intuito genuíno de criar ambientes “decentes” de socialização nas cidades, por exemplo, acabam internalizando agendas políticas de privilégio para poucos e contribuindo para o avanço do neoliberalismo no cotidiano das cidades.

CÓNSI-
DERA-
ÇÕES-
FINAIS





“Tática e estratégia em disputa: o caminhar nas cidades como tendência de consumo” buscou delinear a conformação de uma tendência contemporânea que coloca a discussão do caminhar nas cidades em evidência no século XXI. Percebendo, em meio a um contexto neoliberal de diluição de diferenças, a apropriação de questões associadas ao caminhar por processos mercadológicos presentes em discursos contraditórios e em disputas incubadas e sutis. Buscou-se refletir a respeito das intenções que tais processos pareciam ocultar, percebendo nestes processos lógicas distintas de apreensão, percepção e construção de cidade, baseadas nas noções de tática e estratégia formuladas por Michel de Certeau em *A invenção do cotidiano: 1. Modos de fazer* (1980).

A lógica de pensamento do trabalho construiu uma argumentação baseada na apresentação das diferenças entre as noções de tática e estratégia – a partir das reflexões de Michel de Certeau (1980); no entendimento do que seria um caminhar do tipo tático – tanto pela associação já proposta por Certeau, quanto por uma revisão da temática do caminhar nas discussões de cidade e de um olhar à circulação de ideias sobre o tema no século XXI; na exposição da racionalidade neoliberal enquanto estratégia de mercado – através da discussão a respeito do neoliberalismo e da apropriação do discurso que se percebe na norma de vida que ele impõe; e na reflexão sobre a disputa presente em imagens publicitárias em que se percebe a apropriação da tática pela estratégia em virtude da promoção do consumo.

Mediante os debates, reflexões e questionamentos apresentados no decorrer da dissertação, nos cabe neste momento, apontar possíveis considerações e

desdobramentos daquilo que foi apresentado. Sugerimos a discussão de três questões: inversão de escalas; apropriação mediada e esvaziamento do sujeito.

210 Percebe-se, a princípio, uma mudança de paradigma na escala mobilizada em processos mercadológicos de venda da cidade contemporânea. No início do século XXI se propunha inverter o olhar desde o holofote ao cotidiano em busca de possibilidades críticas (JACQUES, 2011) ao vasto processo de espetacularização das cidades e ao Planejamento Estratégico, que operavam em escala global (COHEN, 2016) por meio da implantação de grandes equipamentos, da realização de eventos internacionais e do planejamento de intervenções cada vez mais desencarnadas e sem consciência (JEUDY, JACQUES, 2009). Através de parcerias público-privadas e do avanço da lógica do mercado à gestão das cidades, levando-as a funcionar como empresas, buscava-se garantir à cidade pátria-empresa-mercadoria (VAINER, 2000) um lugar na geopolítica das redes globalizadas das cidades turísticas.

No entanto, o que se percebe na atualidade é um discurso de valorização da pequena escala, do pedestre, da rua e da vida operado pelos mesmos agentes (mercado e Estado), que mediante uma lógica neoliberal que se estende sobre as sociedades, encontram na tática uma estratégia eficiente de disfarce, atualização e consequente avanço de sua racionalidade.

A valorização da tática por processos hegemônicos do capital não enfraquece nem exclui o planejamento urbano espetacular e as intervenções urbanas *extra large*, pelo contrário, compartilha da mesma lógica de privatização dos espaços

e racionalidade estratégica, mas que agora busca iluminar a escala do cotidiano através, por exemplo, da ação do turismo que transforma ofertas em experiências (Economia da experiência) a serem monetizadas e da atuação do urbanismo tático que por meio de um discurso de valorização dos espaços de socialização e convivência na cidade valida a privatização do espaço público (*Parklets*).

A estratégia em fazer da tática a estratégia contribui para a aproximação da racionalidade neoliberal aos modos de viver e aos interesses do consumidor. A lógica imposta dita que o avanço dos negócios depende da associação dos valores das empresa àquilo que move o consumidor, a exemplo de seu posicionamento político e das causas em que ele se engaja. E em um movimento de produção de subjetividades, a racionalidade neoliberal conduz os desejos e o comportamento do indivíduo consumidor através do uso de referências e imagens comuns a uma linguagem que lhe é familiar, de uma escala que ele reconhece, e sem que ele tenha necessariamente consciência disso.

Podemos dizer que a efervescência do debate a respeito do caminhar como potência para se pensar e perceber as cidades, associado a discussões sobre experiência urbana e engajamento político assim como a valorização da escala da rua e a retomada das cidades no início do século XXI atingiu uma dimensão global. A escala do pedestre esteve presente em debates internacionais, em eventos celebrados globalmente e em planos estratégicos de ação de grandes capitais globais. O que pode ter despertado o interesse estratégico, acostumado em operar através do XL (*Extra Large*), a se disfarçar de tático e avançar por um

contexto XS (Extra Small), sem abandonar, no entanto, sua racionalidade mercadológica monumental.

Ainda a respeito da efervescência na discussão percebida no início do século XXI, podemos seguir refletindo sobre como a apropriação da discussão do caminhar nas cidades por processos mercadológicos acontece.

O caminhar que aparece em campanhas publicitárias de grandes empresas automobilísticas, que estampa páginas de revistas em seções de turismo e que compõe o discurso de uma grande construtora e incorporadora imobiliária não necessariamente é o caminhar desprezioso do cidadão nas cidades, senão o “cotidiano” e a “prática” evidenciada em discussões políticas, acadêmicas, artísticas, literárias ou virtuais.

212

Propõe-se então pensar que a apropriação da discussão do caminhar nas cidades evidenciada na transição da década de 1990 para o terceiro milênio tenha se dado por meio de mediações. Identifica-se que, naquele momento, o debate a respeito do caminhar nas cidades estava sendo levantado e conduzido por atores diversos e em espaços distintos. A discussão esteve presente em debates a respeito do desenvolvimento sustentável entre nações; em eventos celebrados nacional e internacionalmente; em pesquisas e publicações do campo da arquitetura e do urbanismo que mobilizaram em seus argumentos experiências artísticas e autores literários; em publicações e reflexões no campo das artes; em parcerias acadêmicas entre pesquisadores e grupos de pesquisa nacionais e internacionais; em grandes projetos de planejamento das cidades; em avanços

legislativos de mobilidade urbana; e no compartilhamento de experiências em redes da internet.

Sendo assim, a emergência do debate conduziu o caminhar nas cidades a um patamar de tendência das discussões a respeito das questões urbanas. E, em um contexto contemporâneo neoliberal em que maneiras de ver e de sentir, de pensar e perceber, são oferecidas a todo instante como qualidade ou valor de algum produto, não demorou muito para que a tendência ao caminhar passasse a operar como tendência de consumo. E até mesmo a potência crítica ao sistema disciplinador e às normas impostas que se propunha pensar a partir do cotidiano, da rua, da tática e do caminhar como forma elementar da experiência, passa a operar a favor da estratégia: a “tática” e o “urbanismo tático”; a “experiência do caminhar” e a “economia da experiência” do turismo; a “resistência”, a “ocupação das ruas” e a “coletividade” do espaço público em discursos de venda de bens privados e/ou individuais.

Outra reflexão que pode ser levantada mediante o contexto e a problemática apresentados é o esvaziamento do sujeito como estratégia em se fazer da tática a estratégia.

Mediante uma produção cultural que observava na época como “racionalizada, expansionista, centralizada, espetacular e barulhenta”¹⁸³, Michel de Certeau (1980) buscou refletir a respeito de como os usuários se apropriavam dos bens culturais, e o que mais lhe interessava era perceber como utilizavam o que lhes era imposto. Ele propôs pensar a tensão observada entre os “sistemas impostos” e a “arte de utilizar” por meio das noções de “estratégia” e “tática. Enxergando no *indivíduo* através do *uso* por si mesmo a arte de dar golpes e de utilizar o tempo. Enxergava a tática presente nas práticas cotidianas astuciosas, teimosas, e contrárias a um sistema de poder estratégico que buscava ordená-las ou suprimi-las. Apesar de pontuar que o estudo realizado em *A Invenção do Cotidiano* não objetivava um “regresso ao sujeito” e que buscava pensar a respeito dos esquemas de ação, das maneiras de fazer, Certeau percebia no caminhar dos praticantes ordinários da cidade, na arte de utilizar do sujeito, a qualidade tática a qual se referia.

Em um movimento similar, no início dos anos 2000, propunha-se pensar a partir do corpo em contato com a cidade, do praticante ordinário de Michel de Certeau e do caminhar tático como potência crítica aos processos espetaculares e esterilizadores da experiência nas cidades. Buscava-se pensar a partir das experiências dos sujeitos e do corpo frente às intervenções urbanas planejadas e descorporificadas.

¹⁸³ CERTEAU, (original de 1980), 2014 p. 88.

No entanto, quando essa discussão passa a ser apropriada por processos hegemônicos do capital, ou seja, quando a estratégia passa a fazer da tática a estratégia, a dimensão do sujeito é esvaziada. Uma vez que o sujeito passa a ser uma representação das grandes empresas, do mercado e da força do capital que se disfarçam de pequeno, por meio, por exemplo, da vantagem concedida a atuação da sociedade civil na produção do espaço urbano em ações patrocinadas por interesses mercadológicos. O sujeito desses processos não é mais o caminhante tático de Michel de Certeau, apesar de que como estratégia de legitimação da apropriação ele siga sendo mobilizado e referenciado.

Diante do contexto desenhado, em que se percebe a apropriação de subjetividades e processos perversos que permeiam nossas vidas cotidianamente, voltar a pensar com Michel de Certeau (1980) pode nos garantir ainda um pouco de esperança.

Depois dos trabalhos, muitos deles notáveis, que analisaram os bens culturais, o sistema de sua produção, o mapa de sua distribuição e a distribuição dos consumidores neste mapa, parece possível considerar esses bens não apenas como dados a partir dos quais se pode estabelecer os quadros estatísticos de sua circulação ou constatar os funcionamentos econômicos de sua difusão, **mas também como repertório com o qual os usuários procedem a operações próprias** (CERTEAU, 2014, p. 88).

Certeau (1980) nos faz pensar no que o consumidor “fabrica” diante das imagens mercadoria e da racionalidade do capital imposta sobre a vida. Entendendo essa fabricação como uma poética que muitas vezes se esconde porque a “a extensão

sempre mais totalitária desses sistemas não deixa aos ‘consumidores’ um lugar onde possam marcar o que *fazem* com os produtos”¹⁸⁴.

Nos diz que “a presença e a circulação de uma representação (ensinada como o código de promoção socioeconômica por pregadores, por educadores ou por vulgarizadores) não indicam de modo algum o que ele é para os seus usuários”¹⁸⁵. A maneira de utilizar e *reempregar* os produtos impostos pode ser também astuciosa, subversiva e tática, mesmo quando o produto oferecido venha ser uma tática do tipo mercadoria.

216

Pensar em *consumo* enquanto *uso*, como nos apresenta Certeau, permite frente à perversidade das estratégias de apropriação observadas na contemporaneidade, o entendimento de um estado de jogo. Uma disputa entre “fracos” e “fortes”, entre “tática” e “estratégia” em que apesar do lugar totalizante de querer e de poder que os espaços estratégicos representam, com suas formas de controle e disciplina, a prática, o uso e as maneiras de fazer táticas poderão sempre provocar uma desestabilização nas normas impostas.

Certeau nos conta que “existe uma estranheza do cotidiano que não vem à superfície”¹⁸⁶, e é nesse lugar de estranheza que o jogo dos passos seguirá moldando os espaços por caminhos antes nunca planejados e em que as táticas permanecerão astuciosas e impossíveis de gerir.

¹⁸⁴ CERTEAU, 2014, p.38.

¹⁸⁵ CERTEAU, 2014, p. 39.

¹⁸⁶ CERTEAU, 2014, p.161.

BÍ
BLIO_
GRA_
FIA_
_

ANDRADE, Victor; LINKE, Clarisse Cunha. **Cidades de pedestres**: a caminhabilidade no Brasil e no mundo. Rio de Janeiro: Babilônia, 2017.

AGAMBEN, Giorgio. **Profanações**. São Paulo: Boitempo, 2007.

ARUP. **Cities Alive**: Towards a walking world, 2016. Disponível em <<https://www.arup.com/perspectives/publications/research/section/cities-alive-towards-a-walking-world>>. Acesso em: 20 out. 2018.

BAHIATURSA. **Destinos indutores da Bahia**. 2008. Disponível em: <<http://www.setur.ba.gov.br/arquivos/File/cartilhaturisticasalvador.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2018.

BENJAMIN, Walter. **Passagens**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2018.

BRENNER, N. Seria o "Urbanismo Tático" uma alternativa ao urbanismo neoliberal? In: Revista **E-metropolis**, Rio de Janeiro, v. 27, n. 27, p.6-18, dez. 2016.

218

CAMPBELL, Brígida. **Arte para uma cidade sensível**. São Paulo: Invisíveis Produções, 2015.

CARERI, Francesco. **Walkscapes**: o caminhar como prática estética. Barcelona: Gustavo Gili, 2013.

CASTELLS, Manuel. **Redes de Indignação e Esperança**: movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: 1. Artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 2014.

CIDADE ATIVA. **Mobilidade a pé**: estado da arte do movimento no Brasil. São Paulo. 2017. 256 p. Disponível em <https://comoanda.org.br/wp-content/uploads/2017/04/170221_ComoAnda_Relat%C3%B3rioFinal_R01-1.pdf>. Acesso em: 10 out. 2018.

Chevrolet do Brasil. **Chevrolet Cruze**. Seja a Mudança. Disponível em: <<https://youtu.be/U81-ZOEPmVQ>>. Acesso em: 20 out. 2018.

Civic Exchange. **Walkable City, Living Streets**, 2012. Disponível em <<https://civic-exchange.org/report/walkable-city-living-streets/>>. Acesso em: 20 out. 2018.

COHEN, Jean-Louis. **O futuro da arquitetura desde 1889**. Uma história mundial. São Paulo: Cosac & Naify, 2016.

Commonwealth/McCann. **Chevrolet mostra o Brasil #COMODEVERIASER em campanha do Cruze**. Disponível em: <<http://www.wmccann.com/trabalhos/comodeveriaser/>>. Acesso em: 20 out. 2018.

DAGNINO, Evelina. Sociedade civil, participação e cidadania: de que estamos falando?. In: GARCIA; MATO (coord.). **Políticas de Ciudadania y Sociedad Civil en Tiempos de Globalización**. Caracas: UCV, p. 95-110, 2004.

DAVILA, THIERRY. **Marcher, créer**. Déplacements, flâneries, dérives dans l'art de la fin du XXe siècle. Paris: Du Regard, 2002.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo Editorial, 2016.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**, original de 1967. Trad. Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DELACROIX, Charles *et al.* Pourquoi Michel de Certeau aujourd'hui? In: _____. (Dir.) **Michel de Certeau. Les chemins d'histoire**. Bruxelas: Éditions Complexe, 2002, p. 13-22.

DOSSE, François. **Michel de Certeau**: el caminante herido. Cidade do México: Universidade Iberoamericana, 2002.

DURAN, Sabrina. **Contra Conduas**: Por trás do Tapume. São Paulo: ECidade, 2017.

FELIX, Leonardo; BRITO, Eugênio Augusto. Twitter questiona campanha da Chevrolet falando de "retomada da cidade". **UOL**. São Paulo. 18 nov. 2016. Disponível em: <<https://carros.uol.com.br/noticias/redacao/2016/11/18/twitter-questiona-campanha-da-chevrolet-falando-de-retomada-da-cidade.htm>>. Acesso em: 02 ago. 2018.

FERRAÇO, Carlos Eduardo; SOARES, Maria da Conceição Silva; ALVES, Nilda. Michel de Certeau e as pesquisas nos/dos/com os cotidianos em educação no Brasil. In: **Pedagogia**

y **Saberes**, Universidad Pedagógica Nacional, facultad de Educación, v. 46, p.7-17, 2017.

GEHL, Jan. **Cidades para pessoas**. São Paulo: Perspectiva, 2010.

GIARD, Luce. História de uma pesquisa. In: CERTEAU, M. de. **A invenção do cotidiano**. Artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 2014, p. 9-31.

_____. (org.). **Michel de Certeau**. Paris, Centre Georges Pompidou, Cahiers pour un temps, 1987.

Global Agenda Council. **Top Ten Urban Inovattions**. World Economic Forum, 2015. Disponível em <http://www3.weforum.org/docs/Top_10_Emerging_Urban_Innovations_report_2010_20.10.pdf>. Acesso em: 20 out. 2018

GOHN, Maria da Glória. A sociedade brasileira em movimento: vozes das ruas e seus ecos políticos e sociais. In: **Caderno CRH**. Universidade Federal da Bahia, Salvador, v. 27, n. 71, p. 431-441, jun./ago., 2014.

GROS, Frédéric. **Caminhar, uma filosofia**. São Paulo: É realizações, 2010.

HAN, Byung-Chul. **Psicopolítica: neoliberalismo y nuevas técnicas de poder**. Barcelona: Herder, 2014.

HARVEY, David. **A crise da urbanização planetária**. 2015. Disponível em: <<https://blogdaboitempo.com.br/2015/01/10/david-harvey-a-crise-da-urbanizacao-planetaria>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

HARVEY, David. **Cidades rebeldes: do direito à cidade à revolução urbana**. Original de 2012. Trad. Jeferson Camargo. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

INDISCIPLINAS / EA-UFMG. Belo Horizonte: Fluxos, 2015. v. 1, n. 1.

Instituto Marca Brasil. **Tour da experiência**. 2010. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Cartilha_Metodologia_Projeto_Economia_Experiencia.pdf>. Acesso em: 20 out. 2018.

JACOBS, Jane. **Morte e vida de grandes cidades**. Original de 1961. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

JACQUES, Paola Berenstein. **Apologia da deriva**: escritos situacionistas sobre a cidade/Internacional Situacionista. Rio de Janeiro, Casa da Palavra, 2003.

_____. **Elogio aos errantes**. Salvador: EDUFBA, 2012.

_____. Espetacularização Urbana Contemporânea. In: **Territórios Urbanos e Políticas Culturais**. Cadernos do PPGAU/FAUFBA, Salvador, n. especial, 2004.

_____. **Notas sobre espaço público e imagens da cidade**. Arqutextos, São Paulo, ano 10, n. 110.02, Vitruvius, jul. 2009. Disponível em <<http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arqutextos/10.110/41>>. Acesso em: 20 out. 2018.

_____. Táticas profanatórias de espaços urbanos. In: FILHO; URIARTE (org.). **Panoramas Urbanos: usar, viver e construir Salvador**. Salvador: Edufba, p. 15-30, 2014.

JEUDY, Henri Pierre; JACQUES, Paola Berenstein. Introdução. In: JEUDY; JACQUES (orgs.). **Corpos e cenários urbanos: territórios urbanos e políticas culturais**. Salvador: EDUFBA; PPG-AU/FAUFBA, 2006.

LONDON, T. F. **Improving Walkability**. Londres. Mayor of London, 2005.

LYDON, Mike, & GARCIA, Antony. **Tactical Urbanism: Short-term Action for Long-term Change**. Washington: Island Press, 2015.

MARICATO, Ermínia. Contradições e avanços da Habitat II. In: Maria Angela Gordilho Souza (org.). **Habitar Contemporâneo**. 1 ed. Salvador: FAUFBA, p. 21-37, 1997.

MORAES, Alana et al (org.). **Junho: potência das ruas e das redes**. São Paulo: Friedrich Ebert Stiftung (fes), 2014.

NASCIMENTO, Rodrigo. **Afinal, o que é Big Data?**. 27 mar. 2017. Disponível em: <www.marketingpordados.com/analise-de-dados/o-que-e-big-data>. Acesso em: 02 ago. 2018

PEIXOTO, Fernanda Arêas. Lembrar Michel de Certeau. In: **Revista de Antropologia**, São Paulo, v. 61, n. 2, p.96-109, mai./ago. 2018.

PEIXOTO, Fernanda Arêas; GIOVANNI, Julia Ruiz di. Apresentação. In: **Revista de Antropologia**, São Paulo, v. 61, n. 2, p.7-10, mai./ago. 2018.

REVISTA TAM. **Tam nas nuvens**. Edição de abril. 2012, p. 44

RIBEIRO, Ana Clara Torres. A acumulação primitiva do capital simbólico. In: JEUDY; JACQUES (orgs.). **Corpos e cenários urbanos**: territórios urbanos e políticas culturais. Salvador: EDUFBA; PPG-AU/FAUFBA, 2006, p.39-50.

RIO, João do. **A Alma Encantadora das Ruas**. Organização de Raúl Antelo. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

_____. **Vida Vertiginosa**. Original de 1911, com crônicas publicadas entre 1905 e 1910. Rio de Janeiro: Livraria Garnier, 1911.

222

ROLNIK, Raquel. Sobre Minhocão e parques. **Blog da Raquel Rolnik**, 2014. Disponível em <https://raquelrolnik.wordpress.com/2014/10/06/sobre-minhocao-e-parques/>. Acesso em: 20 de out. 2018.

SOLNIT, Rebecca. **A Field Guide to Getting Lost**. Londres: Penguin Books, 2005.

_____. **A história do caminhar**. Original de 2000. Trad. Maria do Carmo Zanini. São Paulo: Martins Fontes, 2016.

Sidney. **Walking Strategy and action Plan**, 2015. Disponível em <https://www.cityofsydney.nsw.gov.au/__data/assets/pdf_file/0013/233320/Walking_Strategy_FINAL_for_web.pdf>. Acesso em: 20 out. 2018.

SPECK, Jeff. **Cidade caminhável**. São Paulo: Perspectiva, 2016.

Toronto Public Health. **The Walkable City**: Neighbourhood Design and Preferences, Travel Choices and Health, 2012. Disponível em: <<https://www.toronto.ca/wp-content/uploads/2017/10/9617-TPH-walkable-city-report.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2018.

VAINER, Carlos. Pátria, empresa e mercadoria. In: ARANTES, Otília Beatriz Fiori; VAINER, Carlos; MARICATO, Ermínia. **A cidade do pensamento único**: desmanchando consensos. Petrópolis: Vozes, 2000.

VIDAL, Diana Gonçalves. **Michel de Certeau e a difícil arte de fazer história das práticas**. In: Pensadores sociais e história da educação. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

WGSN. **Consumidor Do Futuro 2020**. 2018. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/388163442/WGSN-Consumidor-Do-Futuro-2020>>. Acesso em: 20 out. 2018.