

18º Congresso Brasileiro de Sociologia

26 a 29 de Julho de 2017, Brasília (DF)

Grupo de Trabalho 05: AS CIDADES NO SECULO XXI

“Licença quem me dá são meus Orixás!” *Espetacularização urbana e antinormatividades* em Salvador da Bahia.

Ewerthon Clauber de Jesus Vieira

Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia da Bahia – IFBA-Ilhéus

“Licença quem me dá são meus Orixás!” *Espetacularização urbana e antinormatividades em Salvador da Bahia.*

EWERTHON C. DE JESUS VIEIRA¹

Resumo

Os processos contemporâneos que configuram a lógica de produção urbana das cidades tendem a dissimular o caráter público dos espaços, através da regulação de usos, eventualmente contraposto por práticas antinormativas, prospectadas acerca das apropriações e reapropriações culturais vinculadas as imagens de consumo das cidades. Para tanto, a construção de espaços de consumo torna-se uma importante estratégia, potencialmente capaz de fomentar a indústria turística e angariar investimentos financeiros externos. Sob essa perspectiva empreendedora, algumas práticas e costumes culturais locais são apropriados enquanto um negócio criativo, mas efetivamente perverso, na medida em que consolida cidades cada vez mais segregadas, desiguais e valoradas por um tipo de estética baseada numa espécie de beleza do morto. A análise apresentada nesse texto sugere interpretar esses aspectos como características da espetacularização urbana, fenômeno que apesar de ser cada vez mais geral na contemporaneidade, tem sido ainda pouco precisado conceitualmente nas ciências sociais. O trabalho proposto resulta de uma dimensão investigada na pesquisa doutoral concluída, a respeito das políticas urbano/culturais e a reinvenção da imagem de consumo da cidade de Salvador-BA, durante a preparação e realização das Copas do Mundo de futebol da FIFA. A investigação operacionalizou-se através de pesquisa documental, observação direta e entrevistas semiestruturadas, realizadas entre os anos de 2012 e 2015.

Palavras-chave: Espetacularização da Cidade; Espaço Público; Antinormatividades

I- Introdução

Desde as últimas três décadas do século XX, notadamente em virtude da reorientação do modo de produção capitalista, em menor ou maior grau, a forma de se conceber e intervir nas cidades tem se modificado². Sob essas alterações, as características mais tradicionais que dimensionavam a vida urbana, vinculando-a a industrialização, maior oportunidades de trabalho,

¹ Professor doutor EBTT de Sociologia do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia da Bahia – Campus Ilhéus, Pesquisador do Laboratório de Estudos Urbanos e Culturais da Universidade Federal de Sergipe (LABEURC-UFS) e Coordenador do Núcleo de Estudos e Pesquisas urbanas e culturais da Região Sul Baiana – Eixo Ilhéus Itabuna (NEPUC-SB IFBA).

² Conforme assinalam vários autores, entre eles Harvey (1994), Zukin (1995), Sánchez (2001), Matarasso (2009), Vainer (2009), Maricato (2009), Arantes, O. (2009), etc.

aumento de serviços e infraestrutura, são crescentemente questionadas. Nessa ótica, a regulação dos espaços passa primordialmente a mediar deveres e restringir direitos. Especialmente planejada e produzida para transformar os usos públicos em seletivos *espaços de consumo*³, as cidades especulam atratividades destinadas a angariar investimentos financeiros e mercado turístico, em detrimento do conjunto político de direitos fundamentais, como moradia, transporte, educação e saúde.

Esse artigo busca desenvolver, a partir da tese doutoral⁴, um escopo analítico mais geral, considerando como fundamento empírico específico a relação entre as políticas urbano/culturais e a reinvenção da imagem de consumo da cidade de Salvador-BA, durante o contexto de preparação e realização dos megaeventos esportivos da FIFA no Brasil (2013-2014). Interessa especificamente apresentar a noção de cidade espetacularizada, com ênfase nos mecanismos de regulação e contraposição *antinormativa*⁵.

Nessa perspectiva, objetiva-se analisar as características da mercantilização urbana, sistematizando-a enquanto um normativo processo de *espetacularização*⁶, capaz de comportar as *estratégias* (CERTEAU, 1998) de *apropriação empreendedora* e suas irreverentes *táticas* (CERTEAU, 1998) de *reapropriações culturais*. Nossa interpretação sugere compreender que o uso dado à noção de cultura local, isso quer dizer, bens, costumes e fazeres sociais, é racionalizado através da mediação imagética que comporta o reconhecimento abstrato de uma suposta representação da cidade. Assim, a histórica ideia de *terra da alegria e berço da civilização brasileira* de Salvador da Bahia foi reinventada pela positivada marca da *diferença* experimentada.

³ Por *espaços de consumo* entendemos aqui a apropriação de localidades, que podem ser, a princípio, *espaços públicos* ou *lugares* (LEITE, 2007), a partir da incidência tanto de intervenções de caráter urbanístico, quanto de representações imagéticas criadas com o intuito de produzir consumo, sobretudo sob a forma de lazer.

⁴ O trabalho, orientado pelo prof. Dr. Rogerio Proença Leite, no Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de Sergipe é intitulado “Espetacularização da Cidade e (Re)apropriações culturais: Políticas urbanas e as novas imagens de consumo de Salvador-BA” (VIEIRA, 2016).

⁵ Apesar da noção de antinormatividades vincular-se a algum nível de contraposição da norma, aqui nos referimos não a fragilidade da produção normativa, mas a sua reacomodação gerencial-política.

⁶ Essa categoria é definida aqui a partir de uma apropriação da ideia de *espetáculo*, de Guy Debord (1997), e *espetacularização da cultura*, de Leite (2008). Diz respeito, portanto, a um processo normativo de tornar a cidade suscetível a investimentos financeiros e práticas de consumo, notadamente vinculados ao mercado turístico. Através da construção de *espaços de consumo* e reificação cultural das práticas e costumes locais, se empreende uma mediação imagética da cidade forjada pela mercantilização urbano-cultural.

Não obstante, o imperativo slogan “Salvador, você sente que é diferente”, enunciado primordialmente pela Prefeitura Municipal de Salvador nos últimos 3 anos, não é por isso somente uma idealização do *city marketing* contemporâneo. Ao se materializar na promoção de alguns poucos promotores culturais, o fenômeno se complexifica em face dos limites das condicionantes mercadológicas e as astúcias de sobrevivência e resistências de seus atores ordinários. Tanto nos emblemáticos casos das baianas de acarajé, como dos vendedores informais, “ambulantes”, exemplificam-se formas de apropriação e reapropriações em torno da cultura espetacularizada.

De modo geral, a espetacularização se caracteriza fundamentalmente por intervenções especulativas e/ou superficiais estabelecidas em detrimento de políticas estruturais relativas ao conjunto de *direito à cidade* (LEFEBVRE, 2008), sobretudo das camadas populares mais empobrecidas. Apesar de se constituir pela égide da valorização da cultura e desenvolvimento socioeconômico local, as *apropriações culturais espetaculares* tendem a simular a própria atividade humana de acordo com o funcionamento normativo da produção capitalista. A depender de cada situação verificada, essa regulação e normatização, operacionalizada pela *política às avessas*⁷, tende a ser, em menor ou maior grau, tensionada por *reapropriações culturais*. No limite, elas não eliminam a lógica produtiva do espetáculo, apesar de incidirem na destituição do consenso que forja o espectro político-gerencial da espetacularização urbana.

II- Cidade espetacularizada

O que frequentemente passou a ser identificado como processo de reestruturação urbana, sobretudo a partir da década de 1970, reflete também

⁷ Essa categoria é sugerida como forma explicativa a lógica gerencial que circunscreveu a *espetacularização da cidade* de Salvador no contexto de preparação e realização das Copas da FIFA. Em diálogo com a noção de *política*, desenvolvida por Rancière (1996), argumentamos que o caso analisado revela o avesso da participação e concessão de direitos a determinadas camadas sociais da população da capital baiana, na medida em que a retórica da *oportunidade única* e do *desenvolvimento socioeconômico* local contribuiu para formar, do ponto de vista dos *construtores oficiais da cidade*, uma imagem de consumo atrativa ao mercado turístico e financeiro. Nesse sentido, o avesso da política se materializa na suposta excepcionalidade construída através de um conjunto de mecanismos legislativos, jurídicos e militares, que configuram uma espécie de *cidade de exceção* (VAINER, 2011). Em nome do questionável *legado urbano*, leis podem ser alteradas em virtude da privatização e financeirização urbana, ainda que ocorra em detrimento dos espaços de participação e decisão, bem como dos usos públicos da cidade.

fenômenos acerca das transformações urbano/culturais das cidades e suas lógicas particulares de mercantilização. Debruçado sobre essas inquietações, investigamos à luz de algumas das características sistematizadas por Debord (1997), em *A sociedade do espetáculo*, como a representação pode ser entendida como necessidade material da experiência vivenciada por mediações imagéticas.

Segundo o autor (DEBORD, 1997), a vida social não é só a vida do capital e da sua forma mercadoria, mas é também o conjunto de *espetáculos*, que assumem a face necessária das mercadorias, soberanizadas nas relações sociais. Logo, as práticas culturais, *a priori*, carregadas de significados e sentimentos de pertença, tradição, história e modo de vida, acabam hoje sob o império das indústrias culturais, precisando servir para um fim específico. Na lógica capitalista, isso quer dizer que já assumiam, naquele contexto dos anos 1960, uma função de geração de renda, condição econômica de sobrevivência ou manutenção de consumo. Para uns, trata-se de uma *sobrevivência marginal* perversamente inserida na lógica da produção. Para outros, é a forma encontrada para a expansão da geração de mais valor.

O espetáculo (DEBORD, 1997), que opera sob a lógica da separação e da mediação da imagem, é a necessária maneira sob a qual a mercadoria aparenta ser, atraindo aqueles que não podem mais viver a experiência concreta de vida e somente vivem sua representação. Ele é, portanto, a representação da vida social na forma mercadoria. Nessa condição, a realidade não é negada em si, mas subordinada por experiências dissimuladamente invertidas. Por isso, o real ocorre em um tempo distinto, atrasado. Registrada logo em um dos primeiros aforismos⁸ da obra do autor, a reflexão sugere que a realidade é apresentada numa temporalidade dissimuladamente espontânea, por isso ela é o inverso do que aparenta ser. Todavia, vale ressaltar que a caracterização tecida a partir de Debord não se refere ao “espetáculo” enquanto manifestação genuína da humanidade. Não se trata aqui de se opor à necessidade de expansão da apropriação da vida por meio da arte, da cena e suas representações (CLAVEL, 2006; FORTUNA, 2013), mas de perceber que tudo isso convive sob o jugo das

⁸ “No mundo *realmente invertido*, a verdade é o momento do que é falso”. Ver Aforismo 9 de *A sociedade do espetáculo* (DEBORD, 1997).

relações de mercado (DEBORD, 1997; JAMESON, 2006).

Dessa maneira, vale ressaltar que a leitura que baseia nossa apropriação da crítica tecida por Debord, a partir do conceito de *espetáculo*, não diz respeito ao exercício de falsificação da relação opositiva entre “aparência-essência”, “vida-representação”. Trata-se de observar como as atividades humanas (eu diria, especificamente, as práticas culturais) precisam, para existir (sobreviver), inserir-se na lógica de valorização do valor, ou seja, a lógica da mercadoria, que tem no atual estágio do capitalismo a expressão do *espetáculo*. Dessa forma, ainda que os atores (produtores culturais) se identifiquem nas suas práticas culturais, elas não mais se bastam em si, pois agora precisam atender a um ordenamento maior, ao qual Debord caracterizará como *espetáculo*. De maneira mais ampla, a crítica do autor baseia-se na constatação da subordinação das outras esferas sociais da vida à esfera econômica. Esta se autonomiza para subjugar por completo a vida humana. Interessa, portanto, em corroboração a essa argumentação do autor, menos qualificar moralmente a falsidade ou autenticidade do *espetáculo*, e mais identificar o funcionamento que esse processo tem assumido na vida urbana contemporânea.

Não obstante, a nosso ver, é justamente essa caracterização que perpassa os processos de *regeneração urbana* (FERREIRA, 2010) e faz dos espaços requalificados, monumentalizações que pela estética e performance transformam a dinâmica da vida urbana numa cultura espetacularizada (LEITE, 2010), ou seja, fetichizada para o consumo. A configuração dessa produção é especialmente mais intensa quando as cidades se inscrevem nas lógicas da realização de megaeventos (DELGADO, 2007; LA BARRE, 2013). A cidade que se *figura* (BOYER, 1994) sob esse processo é, em algum grau, resultante da *fraude e miséria* (DELGADO, 2007), pois sua projeção idealizada ocorre em detrimento da realidade que se oculta, controla e em certa medida se extermina. A exceção das intervenções militares e alterações legislativas são alguns dos elementos que compõem o pleno estabelecimento da *cidade de exceção* (VAINER, 2011), tornada regra fundamental na gestão dos negócios e do seu avesso, a *barbárie* ⁹

⁹ No limite, conforme assinala Marildo Menegat (2008), a gestão da barbárie corresponderia aos últimos recursos políticos utilizados para equacionar problemas estruturais vinculados à lógica soberana da

(MENEGAT, 2008).

Todo o conjunto articulado dessas ações, não fortuitamente ocultadas, culmina no processo que concebemos por *espetacularização urbana*. Um projeto normativo de mercantilização da vida urbana a partir da criação de determinados espaços voltados para o consumo. O consumo é, nesta perspectiva, fomentado por uma intencional produção de intervenções humanas e práticas culturais, ainda que apresentados sob a aparência da experiência, da imagem singular de si e sejam, de fato, avessas à atividade humana e *política* (RANCIÈRE, 1996), pois, antes de mais nada, são condicionadas pela geração de valor. Por essa razão, argumentamos que as políticas urbano/culturais, que (re)constroem imagens de consumo, tendem a se caracterizar por uma espécie de *política às avessas*, especuladas por uma estética subordinada à lógica do mercado e destituidora das dinâmicas espontâneas existentes nas relações e fazeres culturais locais.

Nesse sentido, o que se pode consolidar não é a emancipação dos fazeres culturais produzidos pelos *de baixo*¹⁰ na escala da promoção oficial da *imagem da cidade* (FORTUNA, 1997; ZUKIN, 2000), muito menos a emergência de sua possível história de repressão ou resistência política crítica, mas sim a lógica de mercantilização do espetáculo que valoriza a cultura na justa medida da valoração mercadológica que lhe for conveniente. Sob esse estatuto, a espetacularização urbana referenda a retórica da *oportunidade única* e o discutível *legado de desenvolvimento socioeconômico local*, edificados para uma projeção consensual da cidade, diante de um contexto de exceção correspondente ao consumo cultural. Conforme a apropriação realizada pelos empreendedores urbanos, os construtores de poder político e econômico existente em cada cidade, as práticas culturais são submetidas à forma mercadoria necessária ao processo espetacular em questão. Assim também são assimilados alguns

produção capitalista. Essa chave analítica nos parece pertinente para refletirmos, em conjunto, a ampliação do poder de consumo e o aumento das forças de repressão estatais. Empiricamente, é sintomático observarmos simultaneamente como funcionaram os programas sociais implementados pelo Partido dos Trabalhadores, no Brasil, através da intensificação da inserção nacional na lógica da financeirização e do aumento da população carcerária, durante os anos de 2000.

¹⁰ Referimo-nos aqui aos atores sociais que se colocam em um patamar desigualmente distinto na relação com os construtores e empreendedores urbanos, dotados de poder econômico e político institucionalizado.

atores, produtores locais, enquanto outros são marginalizados ou efetivamente descartados do processo.

De acordo com essa perspectiva, em Salvador observamos como determinados fazeres locais foram condicionalmente promovidos em alguns *espaços de consumo*. Mesmo sob violentos marcos históricos de escravidão e recorrentes casos contemporâneos de discriminação, referentes às práticas religiosas e festivas com influência de matriz africanas, duas significativas expressões locais (blocos afro e baianas) estiveram dentro da programação cultural da Fan Fest Salvador (Festa Oficial da FIFA realizada durante a Copa do Mundo de Futebol). Se, sob certo ponto de vista, a participação desses atores, durante a Fan Fest, suscita a narrativa de (re)valorização da cultura local no contexto de realização de megaeventos na cidade, por outra perspectiva de leitura, pode-se argumentar que estas são algumas das práticas e personagens que refletem iconograficamente a capital baiana no âmbito da sua autopromoção turística (ver figuras 1 e 2).

Figura 1 – Desfile de Bloco Afro / Fan Fest – FIFA, Salvador, 2014.



FONTE: FOTO DO AUTOR, 2014.

Figura 2 – Desfile de Baianas de Acarajé / Fan Fest – FIFA, Salvador 2014.



FONTE: FOTO DO AUTOR, 2014.

Sob essa condição, afirmamos que o processo de espetacularização se dá mediante a reificação cultural, dissimuladamente estabelecida pela égide da valorização da cultura local, mas efetivamente implementada de acordo com a perversa estética da *beleza do morto* (CERTEAU, 2011). A partir dessa metáfora, o autor satiriza a forma pela qual a *cultura popular* é valorizada, de tal forma que a existência de determinadas práticas somente é considerada na medida em que aquele que a anuncia destitui ela de vida e ordem própria. A *beleza do morto* consiste justamente na compreensão sobre a cultura popular que se nega pela afirmação, ou seja, só é discutida e trazida à tona na condição de usurpada de sua dinâmica e vivacidade. Ela é definida por um exterior que a destitui, tratando-a como coisa e objeto, tão flexível quanto necessário for para o discurso do saber estabelecido: “[...] a cultura popular apreende-se apenas segundo o modo de desaparecimento porque nosso saber se impõe, qualquer que seja o caso, não mais ouvir e não mais saber falar disso” (CERTEAU, 2011, p. 73).

Dessa maneira, toda narrativa que diz acompanhar o conjunto dos saberes e significados da cultura popular dá-se também mediante o esquecimento de toda forma de violência. O “esquecimento” das revoltas e lutas populares caracteriza a memória narrada em coerência e coesão. O

caos e os conflitos são jogados fora daquilo que se lembra. Vale ressaltarmos que, o que problematizamos aqui não é o postulado da falsificação ou demérito da participação de blocos afro e de baianas, mas como essa apresentação reflete uma lógica de apropriação cultural, empreendida através de políticas urbano/culturais de cidades que se inscrevem nos processos de *competição interurbana* (HARVEY, 1994). Nesse âmbito, o *lugar* e “suas culturas” emergem como forças matrizes para o desenvolvimento capitalista, sempre discursivamente alicerçado na ideia de crescimento local para todos.

A *cidade empreendedora* (HARVEY, 2005) deve, portanto, gerar imagens de consumo atraentes, contribuindo com a acumulação flexível do Capital e atendendo dissimuladamente a determinadas camadas sociais vinculadas ao poder político governamental, aos investimentos financeiros e imobiliários. O problema dessa lógica, conforme já assinalamos, em acordo com Harvey (2005), é que se produz maior acirramento das desigualdades sociais e destituição de *direitos à cidade*, em nome do fomento ao consumo. Acrescentaria também que a objetivação mercantilizada das práticas culturais constitui outro fator resultante da *governança urbana empreendedora*, que definitivamente está mais comprometida com a espetacularização de determinados espaços, do que com o estabelecimento de direitos à população mais carente das cidades. O *espetáculo* funciona assim como evidência e ocultação da cultura local, sendo que, enquanto o que se evidencia é geralmente caracterizado por uma apropriação superficial da vida urbana, o que se oculta às vezes é visceral para boa parte da população local mais pobre que vivencia a cidade. Dessa maneira, o espetáculo urbano fetichiza a cidade realizando-se de modo invertido ao que pode se apreender em um primeiro plano ótico: como mercadoria ele não se mostra, não se revela. Oculta-se na festa e na alegria do consumo, enquanto está a reforçar desigualdades mediante o aprofundamento da negação de um conjunto de *direitos à cidade*.

Não obstante, mediante a espetacularização da cidade, conjugam-se novamente as reificadas noções de *festa*, *alegria*, *negritude* e *baianidade* como expressões qualificadoras de uma suposta identidade genuinamente baiana. A própria noção de “referente cultural” (ARANTES, A. 2009) volta à tona nessa perspectiva e mediante um conjunto multitextual, passa a forjar

espetacularmente mais uma *ideia de Bahia* (PINHO, 1998). Assim, instituída através da suposta identidade e territorialidade, ela passou a ser reafirmada *estrategicamente* no contexto excepcional de potencialização da lógica de produção capitalista. Nessa ótica, a nosso ver, os megaeventos não criam a espetacularização, mas dimensionam sua plena realização, na medida em que funcionam como mecanismo de esgarçamento da produção urbana contemporânea.

III- Regulação e Antinormatividades

Para entender as apropriações que engendram os processos de espetacularização das cidades é fundamental compreendermos a dinâmica de sua produção, bem como a forma sob a qual se conformam as regulações normativas e suas destoantes antinormatividades. Nessa perspectiva, diante da configuração dos espaços de consumo observados na Zona Litorânea, Zona Centro Histórico e Zona Arena Fonte Nova¹¹, especialmente durante o período de realização das Copas da FIFA (2013/2014) em Salvador da Bahia, identificamos que as intervenções urbanas ensejaram apropriações *estratégicas* fundadas no *simulacro* e no *pastiche* (JAMESON, 1997; 2006). Na medida em que enunciavam supostas atratividades, configuravam regulações superficiais e especulativas acerca da imagem de consumo da cidade.

O simulacro que se dissimulava na reificada valorização cultural, também se espraiava através de uma regulação formal dos espaços de consumo, embora pouco efetiva. Com efeito, conforme verificado em Salvador, apesar de todas as dissimuladas características que constituem os fenômenos de *espetacularização urbana* e sua *especialização* voltada para o consumo cultural, determinadas práticas puderam tensionar o consenso empreendido pela forma reificada dos *construtores oficiais* da imagem da cidade.

A estas práticas contestativas, fundamentadas em algum teor de antinormatividade, sugerimos o uso da categoria de “reapropriação cultural”,

¹¹ Essas localidades foram tipificadas metodologicamente como espaços específicos para a observação direta durante o trabalho de campo. Notadamente, analisou os usos e a configuração do litoral da Barra, do Pelourinho e Santo Antônio e do Dique de Tororó e seu entorno, mais precisamente a Arena Fonte Nova e as margens do bairro Vasco da Gama.

mediante sua aplicabilidade em quatro tipos de casos¹² distintos e emblemáticos que pudemos observar durante a pesquisa de campo. As diferenças identificadas nesses casos permite-nos classificar as “reapropriações culturais” em: I- *Reapropriação cultural como contracena espetacular*; II- *Reapropriação cultural como empreendimento popular da cultura reificada*; III- *Reapropriação cultural como tática diferencial de comércio*; IV- *Reapropriação cultural mediante a ludicidade crítica do espetáculo*.

Em virtude de limites de tempo e espaço, para esse artigo apresentaremos dois tipos de reapropriações culturais (I e III). A rigor, essa classificação que propomos, tomando como referência determinadas situações empíricas, não se invalida, nem é necessariamente estanque. Eventualmente, os tipos se relacionam entre si em um mesmo caso, de modo a ter características reafirmadas ou até contestadas, a depender de cada processo em questão. Nesse sentido, o esforço de sistematização que fizemos propõe muito mais oferecer didaticamente um recurso analítico amparado em situações emblemáticas, que reflitam práticas que surgem dentro do processo de espetacularização urbana e que, em algum grau, incidem no (re)ordenamento ou destituição do consenso espetacular, sem contudo implicarem na sua restrição produtiva. Conforme veremos, em alguns casos o reordenamento resultante das reapropriações culturais suscita outras estratégias políticas de gerenciamento do espetáculo, o que provoca, por vezes, a impressão de emancipação e liberdade urbana, através da perversa inclusão de atores que tiveram suas práticas e costumes reificados para o consumo.

Nesse âmbito, iniciamos com a análise da *reapropriação cultural como contracena espetacular*, a partir do caso das baianas de acarajé, na cidade de Salvador. Durante os anos de 2012 e 2013, na emergência da preparação e realização da Copa das Confederações FIFA Brasil 2013, circulou na imprensa local uma denúncia que indicava a possível proibição da venda dos

¹² As quatro referências empíricas para a classificação analítica da noção de “reapropriação cultural” são: O caso das baianas de acarajé (I); do bloco afro Tambores do Mundo (II); dos vendedores informais e atores não consumidores nos *espaços de consumo* (III) e dos blocos Pipoca Indignada e Rodante (IV).

bolinhos de acarajé nas proximidades da Arena Fonte Nova. Em pouco tempo, a notícia se multiplicou por diversas fontes de comunicação do país, destacando-se em manchetes que aludiam à hipótese sobre a referida proibição, como: “Regra da Fifa ameaça venda de acarajé em jogos da Copa 2014¹³”; “Big Mac terá prioridade sobre acarajé na Copa do Mundo em Salvador¹⁴”; “Fifa quer proibir venda de acarajé para beneficiar McDonald’s na Bahia¹⁵”; “McDonald’s ameaça acarajé na Copa¹⁶”.

De fato, essa proibição nunca foi oficialmente divulgada, mas considerando a existência da chamada “zona de exclusividade comercial da FIFA”, abriu-se a possibilidade, legalmente instituída na legislação brasileira¹⁷, de a entidade só autorizar a venda e circulação de produtos vinculados aos seus patrocinadores e apoiadores devidamente cadastrados.

A justificativa aparente era que seria preciso atender a requisitos de segurança sanitária. Na tentativa, talvez, de contemporizar a situação, tendo em vista as mobilizações que começavam a germinar, a FIFA divulgou uma nota oficial afirmando que a venda dos bolinhos de acarajé não estariam em si ameaçados, pois mediante uma concessionária brasileira, licitada, o produto poderia ser escolhido e comercializado dentro dos trâmites que o então “Padrão FIFA¹⁸” exigia (ANCOP, 2014). O problema é que dessa forma as baianas perderiam o direito de trabalhar de modo autônomo, como fizeram na maior parte de suas histórias. Não estando de acordo com as condições que lhes foram impostas, as baianas, organizadas legalmente através da ABAM (Associação das Baianas de Acarajé, Mingau, Receptivos e Similares do Estado da Bahia) acionaram o Ministério Público, reivindicando autonomia

¹³ A TARDE UOL BAHIA SALVADOR. Disponível em: <<http://atarde.uol.com.br/bahia/salvador/noticias/1457744-regra-da-fifa-ameaca-venda-de-acaraje-em-jogos-da-copa-2014>>. Acessado em 06/12/2012.

¹⁴ BAHIA NOTÍCIAS. Disponível em: <<http://www.bahianoticias.com.br/noticia/123845-big-mac-tera-prioridade-sobre-acaraje-na-copa-do-mundo-em-salvador.html>>. Acessado em 06/12/2012.

¹⁵ SUL21. Disponível em: <<http://www.sul21.com.br/jornal/fifa-quer-proibir-venda-de-acaraje-para-beneficiar-mcdonalds-na-bahia/>>. Acessado em 06/12/2012.

¹⁶ SINTHORESP. Disponível em: <<http://www.sinthoresp.com.br/site/acordo-mcdonalds/correio-do-brasil-mcdonalds-ameaca-acaraje-na-copa>>. Acessado em 06/12/2012.

¹⁷ Cf. Lei Geral da Copa, nº 12.663, de 5 de Junho de 2012.

¹⁸ A noção de “Padrão FIFA” foi uma expressão que tomou significativa e ambígua apropriação conotativa. Por um lado, dizia respeito a um nível mínimo de alta qualidade exigido pela Federação Internacional de Futebol em todos os serviços e infraestruturas necessárias nos locais-sede. Por outro, serviu como sátira à forma como a referida entidade passou a ser soberana no âmbito das decisões política, administrativa e econômica do Brasil, especialmente nas 12 cidades-sedes da Copa do Mundo 2014. Nessa última perspectiva, o país aparece como “nação” subordinada aos ditames externos.

para efetuar as vendas do bolinho de acarajé.

O caso tomou maiores proporções, até que, no dia 05 de abril de 2013, em plena cerimônia de inauguração da Arena Fonte Nova, que contava com a participação da presidente Dilma Rousseff, do governador da Bahia, Jacques Wagner, e do prefeito de Salvador, ACM Neto, cerca de 100 baianas fizeram um protesto contra a FIFA na porta do estádio. Com a curta e direta informação, “*A FIFA não quer acarajé na Copa*”, estampada nas faixas erguidas pelas manifestantes, elas distribuíram bolinhos nos semáforos e na avenida principal, localizada no entorno da Arena Fonte Nova.

O fato é que após as reivindicações, as baianas figuraram como imagem de consumo oficial, empreendida através das narrativas do poder público e dos empresários urbanos ligados ao turismo e às redes comerciais afins. Se de certa maneira, a condição identitária, patrimonial e histórica desses atores foi apropriada pela lógica da espetacularização urbana, por outra forma, ela também revelou o exercício da *reapropriação cultural*. Nesse caso, observamos que a *reapropriação* ocorre como *contracena espetacular*. Isso quer dizer que, conforme observou Debord (1997)¹⁹, algumas práticas aparentam ser opositivas à lógica espetacular, mesmo sendo efetivamente assimiladas e conformadas ao modo cênico da mercantilização mediada.

Nesse tipo, os atos de protestos protagonizados pelas baianas de acarajé, organizadas através da ABAM, produzem uma destituição do consenso espetacular através de reivindicações que reclamam por inclusão e participação na Copa, notadamente no que se refere ao direito de venda dos bolinhos de acarajé nos espaços de exclusividade comercial da FIFA. O argumento que demanda por inclusão desses atores culturais e seus costumes revela também a concreta reivindicação comercial de indivíduos que têm na figuração das baianas de acarajé a geração laboral dos rendimentos mensais. Nesse sentido, mesmo quando o que esteve na órbita das narrativas questionadoras foi o argumento de *valorização da cultura* e do *patrimônio imaterial*, tratava-se de um protesto por direito ao trabalho. O que evidentemente não circunstancializa nenhum demérito para estes atores, mas também não implica uma subversão da lógica de produção da espetacularização urbana. Não obstante, foi sintomático observarmos, no

¹⁹ Cf. Aforismo 2, de *A Sociedade do Espetáculo* (1997).

decorrer desse processo, que os protestos protagonizados pelas baianas resultou na absorção parcial de suas demandas. A parcialidade corresponde aqui às próprias condicionantes da mercantilização desse contexto espetacular mais amplo. De fato, durante a Copa do Mundo FIFA Brasil 2014, apenas 12 baianas foram autorizadas a comercializar seus bolinhos dentro da zona de exclusividade comercial da FIFA. O comércio, que era bastante comum até então na região da areia da praia da Zona da Barra, foi proibido desde a Copa.

Já durante a Fan Fest, realizada também na Orla da Barra, a programação oficial contou com a participação local de duas mulheres que desfilaram à frente de um trio elétrico. Sem tabuleiro, a identificação de “baiana” configurava-se pelas indumentárias e por uma apresentação estética conveniente à reificação cultural do espetáculo. As pausas para fotografias com visitantes e os largos e duradouros sorrisos expressavam, a nosso ver, o resultado perverso da *reapropriação cultural como contracena espetacular*²⁰.

Sob outras características, a *reapropriação cultural* também pode se estabelecer mediante uma espécie de antinormatividade marginal. Observamos isso a partir da *reapropriação cultural que se realiza como prática diferencial de comercio* (III). A diferenciação que sugerimos aqui ocorre na medida em que determinados atores sociais se relacionam com a espetacularização urbana por meio de restrições a sua sobrevivência. Isso quer dizer, que para alguns indivíduos, a condição de se manter vivo perpassa a forma sob a qual eles convivem com a lógica da mercantilização cultural que inscreve a cidade em que ele vive. Nesse sentido, a *reapropriação cultural como prática diferencial de comercio* acaba se constituindo também em uma prática coexistente a forma mercadoria. Seu caráter fundamentalmente político expressa possibilidades de reivindicações de acesso à lógica da mercantilização em curso, não porque sejam as baianas ou os ambulantes um nicho empresarial da cidade, mas porque, em menor ou maior grau, reclamam pelo direito básico à sobrevivência marginal.

²⁰ A reflexão de Debord (1997) ajuda-nos a pensar, quando assinala que: “O trabalhador não produz a si mesmo, produz uma força independente. O *sucesso* dessa produção, sua abundância, volta para o produtor como *abundância da despossessão*” (grifos do autor). Ver Aforismo 31 da obra citada.

Numa cidade como Salvador, visivelmente marcada pelo trabalho informal²¹, torna-se ainda mais problemático o dilema de ver que, ao ter se tornado sede dos megaeventos, boa parte dessa população que trabalha com vendas avulsas (nos ônibus ou nas ruas) foi excluída do processo de geração de renda. Nesse caso, o que do ponto de vista dos construtores foi chamado de inclusão desses atores foi bastante contestável, pois, em tese, para que os ambulantes pudessem atuar nas imediações da zona de exclusividade comercial da FIFA, precisavam pagar à Prefeitura por uma licença e atuar conforme um conjunto de normativas previamente estabelecidas. Com efeito, entre os que efetuaram o cadastro para obtenção da licença de venda, boa parte afirmou que não estava satisfeita com o que estavam presenciando. A alegação era de que os produtos obrigatórios a serem comercializados ficaram mais caros e muitos consumidores estavam preferindo pagar mais barato em outros pontos da cidade, onde inclusive poderiam escolher o que consumir, diante da oferta que extrapolava os produtos oficiais da FIFA.

As reapropriações culturais, diferentemente dos contra-usos (LEITE, 2007), consistem em um enfrentamento político por dentro da espetacularização urbana. Não estando fora, elas acabam sendo assimiladas pelo processo espetacular, ainda que possam obter algum nível de reorientação política na prática da governança do espetáculo. Sendo assim, a reapropriação cultural como contracena espetacular, identificada nas ações das baianas, não diz respeito a uma prática política que se contrapõe à produção capitalista, mas ao exercício de mobilizar mecanismos para sobreviver a ela.

Mesmo com a norma de acesso estabelecida, muitos vendedores adentraram os espaços de exclusividade comercial sem terem adquirido a licença da PMS. Seja pela condição própria de sobrevivência marginal, em não ter como pagar pelo alvará de autorização ou por não julgarem justo, eles acabaram usando *antinormativamente* o espaço projetado pelas regras da *espetacularização urbana*. A noção de *antinorma* aqui não diz respeito a uma intencionalidade deliberada de afronta, mas refere-se a uma

²¹ Durante boa parte da pesquisa de campo, praticamente em todos os pontos de ônibus, por exemplo, registramos vendedores de diversos produtos (balas, chocolates, doces em geral, bolsas, livros, canetas, chaveiros, etc.) que subiam e desciam, alternando-se a cada parada do ônibus. Além disso, é igualmente notável a quantidade de ambulantes que trabalham durante as principais festividades da cidade, além de circundarem os espaços de consumo.

conformação dos espaços e suas regulações mediante usos inadequados ou destoantes da unidade consensual da imagem espetacularizada. Trata-se, portanto, de uma espécie de variação normativa da conduta que é assimilada e tolerada pela norma.

A venda não autorizada ocorria inicialmente de maneira bastante cautelosa. Durante os dias de jogos na Arena Fonte Nova, a quantidade de policiais era de fato impactante, o que gerava, nestes vendedores, receio em ter a mercadoria não autorizada apreendida. Para “José”, ambulante há mais de 30 anos, ser cobrado para trabalhar era um absurdo. Ele estava atuando como vendedor sem alvará²², mas relatou que estava apreensivo com a possibilidade de ter sua mercadoria apreendida pelos fiscais da Prefeitura. Por isso, diferente dos outros vendedores²³ que tinham a licença da PMS, as bebidas que ele trazia eram colocadas em uma discreta sacola plástica branca, com um pouco de gelo. Dessa maneira, sua tática (CERTEAU, 1998) era caminhar aos poucos. Assim, ele ia se aproximando mais e mais da frente da Arena Fonte Nova, sempre abordando os turistas e torcedores que passavam andando em direção ao estádio. (Ver figura 3).

Figura 3 - Ambulantes no entorno da Arena Fonte Nova, em jogo da Copa, em Salvador-BA.



FONTE: FOTO DO AUTOR, 2014.

²² Licença municipal obrigatória para o exercício do comércio.

²³ A diferença entre os ambulantes regularizados e os não regularizados poderia ser identificada pelo uniforme e material padronizado (como caixa térmica de isopor) que os primeiros utilizavam.

As táticas²⁴ operadas pelos ambulantes não licenciados pela PMS para realizar o trabalho não se encerravam apenas na forma de transportar a mercadoria, e de percorrer os espaços da Zona da Arena Fonte Nova, mas também vinculava-se aos preços cobrados pelos produtos. Assim ele afirmava: “Quando é pra alguém de fora, eu cobro R\$ 3,00 na água. Pra os de dentro é R\$ 2,00. (...) Eu estou trabalhando, não estou roubando ninguém. Por isso que não pago e nunca vou pagar licença nenhuma, oxe! Minha licença quem me dá são meus Orixás e Deus, né prefeitura nenhuma não²⁵!”. O risco de perder tudo era enfrentado pela necessidade material de ter que angariar algum dinheiro, já que praticamente toda a cidade estava voltada para a realização dos jogos da Copa. Em frente ao calçadão do Dique do Tororó, moradores da encosta do bairro Vasco da Gama também tentavam aproveitar a relativa permissividade dos órgãos de fiscalização quanto à venda de produtos por ambulantes não licenciados. Com caixas térmicas de isopor, eles ofereciam bebidas e alguns petiscos, sem serem abordados, mesmo com a presença de policiais militares na área. (Ver figura 4).

Figura 4 – Moradores do Vasco da Gama, em dia de jogo da Copa na Arena Fonte Nova, Salvador-BA.



FONTE: FOTO DO AUTOR, 2014.

²⁴ Embora a prática de vender o mesmo produto com preços diferenciados possa provocar a impressão de uma extorsão em detrimento de uma constatação política, referimo-nos aqui mais precisamente à característica da astúcia de um uso antinormativo. Nesse sentido, a ação do ambulante se conforma à lógica de produção do espetáculo, ao mesmo tempo que reflete os desdobramentos das contradições e desiguais oportunidades ofertadas para a população baiana no contexto dos megaeventos.

²⁵ Depoimento de “Sr. José”. Morador e vendedor ambulante na cidade de Salvador. Relato obtido em 16/06/2014.

Com esses tipos de *reapropriações culturais* analisados, observamos que os casos relatados demonstram muito mais do que um “cenário” plenamente resultante do projeto espetacular. Eles sugerem, portanto, uma percepção, onde a confluência, os desencontros, descompassos e conflitos das mais diversas “experiências corporais” se realizam. Em cada exemplo, evidencia-se uma série de elementos reais e empíricos que só podem ser compreendidos se apreendermos a análise da espetacularização como um *processo* complexo, sob o qual se dinamiza o protagonismo de atores sociais, bem como sua reificação cultural.

Dessa maneira, a noção de *reapropriação cultural* que sugerimos é eminentemente política e está circunscrita à *espetacularização urbana*, mesmo quando se apresenta de modo opositivo ao funcionamento gerencial do espetáculo. Com efeito, sua incidência atinge, em menor ou maior grau, um dos atributos que constituem a espetacularização, que é a característica consensual forjada pelo exercício da *política às avessas*. Sob intensidades e formas distintas, as *reapropriações culturais* são capazes de destituir a configuração do consenso espetacular, ao enunciar outras imagens da cidade. O dissenso apresentado, seja na contestação mais incisiva ou no protagonismo cultural retomado, não destitui a lógica produtiva do espetáculo, mas reorienta-o, de modo a estabelecer determinadas concessões e *estratégicas* assimilações. Ao realizar-se por dentro da *espetacularização urbana*, no limite, as *reapropriações culturais* funcionam em situações que tensionam seu ordenamento funcional, mas não impedem sua (re)produção. Sob essa caracterização analítica, é possível apreender aspectos que se circunstancializam nas relações, eventualmente abordadas unilateralmente, entre as ações de poder *estratégico* (*construtores e empreendedores urbanos*) e aquelas advindas do *saber dos de baixo*, no sentido *tático* enunciado por Certeau (1998).

Considerações finais

Diante o exposto, portanto, é possível asseverar que a cidade espetacularizada comporta características específicas dentro do espectro maior da mercantilização urbana, qualificada em ascendência desde os marcos

históricos da reestruturação urbana da década de 1970. Ainda que sua existência seja fundada na condição resultante da visibilidade de determinados atores e fazeres locais, em face da apreciação e consumo de outros, a promoção que caracteriza a lógica de espetacularização da cidade, cada vez mais geral na contemporaneidade das cidades capitalistas ocidentais, não ocorre enquanto pleno resultado do direito à cultura e sua valorização. Antes, trata-se aqui de um complexo processo de valoração urbano/cultural, condicionado pelas perversas características da forma cultural adequada aos investimentos financeiros e atratividade turística.

Entretanto, em face às regulações promovidas e antinormatividades conformadas pela espetacularização urbana, torna-se preciso problematizarmos além da prática cultural e dos atores que devem ou não caber na cidade espetacularizada. Trata-se, pois, de questionarmos porque eles efetivamente precisam se inscrever nessa lógica. Ademais, sem efetivamente analisar a esfera produtiva do espetáculo, a dualidade inclusão/exclusão tenderá a coexistir.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARANTES, A. Patrimônio cultural e cidade. In: FORTUNA, Carlos; LEITE, Rogério Proença. **Plural de Cidade: Novos Léxicos Urbanos**. Coimbra/PT: Almedina, 2009. p. 11-24.
- BOYER, M. Christine. **The City of Collective Memory. Its Historical Imagery and Architectural Entertainments**. Massachusetts/USA: Massachusetts Institute of Technology, 1994.
- CERTEAU, Michel de. **A Cultura no Plural**. 7. ed. Tradução de Enid Abreu Dobránszky. Campinas/SP: Papyrus, 2011.
- _____. **A Invenção do Cotidiano**. Tradução Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis/RJ: Vozes, 1998.
- CLAVEL, Maité. “Cidades e culturas”. In: JEUDY, Henri-Pierre; JACQUES, Paola Berenstein (orgs.). **Corpos e Cenários Urbanos**. Salvador: EDUFBA, 2006. p. 67-74.
- DEBORD, Guy. [1967]. Tradução Estela dos Santos Abreu. **A sociedade do espetáculo. Comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DELGADO, Manuel. [2007]. **La ciudad mentirosa. Fraude y Miséria del “modelo Barcelona”**. Disponível em: <https://www.kooperation-brasilien.org/de/kick-for-one-world/aktuelles/ANCOP_Dossie2014_WEB.pdf>. Acessado em janeiro de 2015.
- FERREIRA, Claudino. Cultura e Regeneração Urbana: Novas e Velhas Agendas da Política Cultural para as Cidades. In: **Tomo. Revista do Núcleo de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais**. Dossiê Cidades. Ano XII, n. 16, jan./jun, São Cristóvão/SE: Universidade Federal de Sergipe, 2010.

FORTUNA, Carlos. A cidade como palco. Precisamos mais teatro! In: FORTUNA, C. *et al.* (orgs.). **Cidade e espetáculo: a cena teatral luso-brasileira contemporânea**. São Paulo: EDUC, 2013. p. 17-22.

----- Destradicionalização e imagem da cidade: O caso de Évora. In: . (org.). **Cidade, cultura e globalização: ensaios de sociologia**. Oeiras/PT: Celta, 1997. p. 231-257.

HARVEY, David. **A Condição Pós-moderna: uma pesquisa sobre as Origens da Mudança Cultural**. 4. ed. São Paulo: Loyola, 1994.

_____. **A Produção Capitalista do Espaço**. Tradução Carlos Slak. São Paulo: Annablume, 2005.

JAMESON, Frederic. Cultura e capital financeiro. Tradução Carolina Araújo. In: . **A virada cultural. Reflexões sobre o pós-moderno**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006. p. 217-254.

_____. **Pós-Modernismo. A Lógica Cultural do Capitalismo Tardio**. Tradução Maria Elisa Cevasco. São Paulo: Ática, 1997.

LA BARRE, Jorge De. Choque de futuro: Rio dos megaeventos. In: **Revista O Social em Questão**. Ano XVI, n 29. 2013. p. 43-68.

LEFEBVRE, H. **O Direito À Cidade**. Tradução Rubens Eduardo Frias. 5. ed. São Paulo: Centauro, 200

LEITE, Rogerio Proença. A exaustão das cidades: antienobrecimento e intervenções urbanas em cidades brasileiras e portuguesas. In: **Revista brasileira de Ciências Sociais**. v. 25, n. 15. 2010. p. 73-88.

_____. *Image making: notas sobre a estética visual nas cidades contemporâneas*. In:_____. (org.). **Cultura e Vida Urbana: ensaios sobre a cidade**. Aracaju: EdUFS, 2008. p 171-199.

_____. **Contra-usos da Cidade: lugares e espaço público na experiência urbana contemporânea**. 2. ed. Aracaju: EdUFS; Campinas/SP: Unicamp, 2007.

MARICATO, Ermínia. As ideias fora do lugar e o lugar fora das ideias: Planejamento urbano no Brasil. In: ARANTES, O.; VAINER, C.; MARICATO, E. (org.). **A cidade do pensamento único**. Petrópolis/RJ: Vozes, 2009. p. 121-192.

MATARASSO, François. A place in the city.recognising creative inclusion. In: **Paper to the Creative Communities Conference, Surfers Paradise**. Austrália, 2009.

MENEGAT, Marildo. Sem lenço nem aceno de adeus. Formação de massas em tempo de barbárie: como a esquerda social pode enfrentar esta questão?. In: **Revista Praia Vermelha - Estudos de Política e Teoria Social**. v. 18, n. 1. 2008.

PINHO, Osmundo de Araújo. A Bahia no Fundamental: Notas para uma Interpretação Do Discurso Ideológico Da Baianidade. In: **Revista Brasileira de Ciências Sociais, São Paulo**. 13, n. 36, fev. 1998a. [*Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-69091998000100007&script=sci_arttext Acessado em 22/12/2015*].

RANCIÈRE, J. **O Desentendimento. Política e Filosofia**. Tradução Angela Leite Lopes. São Paulo: 34, 1996.

SÁNCHEZ, F. A reinvenção das cidades na virada de século: Agentes, estratégias e escalas de ação política. In: **Revista Sociologia e Política**. Jun, n. 16. Curitiba, 2001. p. 31-49.

VAINER, Carlos. Cidade de Exceção: reflexões a partir do Rio de Janeiro. In: **XIV Encontro Nacional da ANPUR**. Rio de Janeiro: ANPUR, 2011.

_____. Pátria, empresa e mercadoria. Notas sobre a estratégia discursiva do Planejamento Estratégico Urbano. In: ARANTES, O.; VAINER, C.; MARICATO, E. (orgs.). **A cidade do pensamento único. Desmanchando consensos**. 5. ed. Petrópolis/RJ: Vozes, 2009. p.75-104.

ZUKIN, Sharon. Paisagens urbanas pós-modernas: mapeando cultura e poder. In: ARANTES, A. (org.). **O Espaço da Diferença**. Campinas/SP: Papyrus, 2000. p. 80-103

-----**The cultures of cities**. Cambridge: Blackwell, 1995.

Sites Consultados

A TARDE UOL BAHIA SALVADOR. **Regra da Fifa ameaça venda de acarajé em jogos da Copa 2014**. Disponível em: <<http://atarde.uol.com.br/bahia/salvador/noticias/1457744-regra-da-fifa-ameaca-venda-de-acaraje-em-jogos-da-copa-2014>>. Acessado em 06/12/2012.

BAHIA NOTÍCIAS. **Big Mac terá prioridade sobre acarajé na Copa do Mundo em Salvador**. Disponível em: <<http://www.bahianoticias.com.br/noticia/123845-big-mac-tera-prioridade-sobre-acaraje-na-copa-do-mundo-em-salvador.html>>. Acessado em 06/12/2012.

FACEBOOK. **Tambores do Mundo Entretenimento**.

Disponível em: <https://www.facebook.com/tamboresdomundo2014/info?tab=page_info>.

Acessado em 25/02/14.

SINTHORESP. **Correio do Brasil – McDonald's ameaça acarajé na Copa**. Disponível em:

<<http://www.sinthoresp.com.br/site/acordo-mcdonalds/correio-do-brasil-mcdonalds-ameaca-acaraje-na-copa>>. Acessado em 06/12/2012.

SUL21. **Fifa quer proibir venda de acarajé para beneficiar McDonald's na Bahia**. Disponível em: <<http://www.sul21.com.br/jornal/fifa-quer-proibir-venda-de-acaraje-para-beneficiar-mcdonalds-na-bahia/>>. Acessado em 06/12/2012.