



As Janelas da Cidade

*Windows of the City*¹

Gabriela Krantz Cesarino

*Arquiteta e Urbanista, doutoranda em Estruturas Ambientais
Urbanas pela FAU USP. gcesarino@hotmail.com*

Marcia Sandoval Gregori

*Arquiteta e Urbanista, doutoranda em Arquitetura e Urbanismo
pela FAU Mackenzie. marciagregori@hotmail.com*

¹ Artigo redigido com base em apresentação oral das autoras no IV World Planning Schools Congress (WPSC), no Rio de Janeiro em 2016, com o título *Urban Windows*. A apresentação foi aprovada a partir de resumo submetido à avaliação dos pareceristas do congresso e não foi publicada, sendo o presente artigo inédito.

Resumo

Esse artigo propõe a investigação de um lugar híbrido na cidade de São Paulo, no qual o antigo e o novo se sobrepõem. Nesse lugar, vidas (in)visíveis em espaços limiares revelam diferentes formas de ocupação e suas relações com a cidade. As transformações desses espaços no tempo parecem resultar de processos naturais, mas na realidade, são consequência direta da ação do capital e do mercado. Tais processos valorizam o novo e abafam a história local, criando novos lugares. Neste estudo apresenta-se o caso de um pequeno trecho de rua na Vila Madalena, bairro em contínua transformação.

Palavras-Chave: Vila Madalena; São Paulo; Memória; História; Transformação Urbana

Abstract

This article aims to investigate a hybrid place in the city of São Paulo, where old and new coexist and overlap. Here, (in)visible lives behind liminal spaces reveal different forms of occupation and relations within the overall city. Although these spaces seem to evolve as a natural effect of time, they are, in fact, the direct result of capital and market decisions. These processes value the new and suppress the local history as they incrementally transform the urban environment. In this study, we present the case of a particular street in Vila Madalena, a neighborhood in a state of continuous transformation.

Keywords: Vila Madalena; São Paulo; Memory, History; Urban Transformation



*At the heart of capitalism is creative destruction.
Joseph Schumpeter, 1943.*

ASPECTOS (IN)VISÍVEIS DAS TRANSFORMAÇÕES DO ESPAÇO URBANO

Uma das características intrínsecas do espaço urbano é a transformação. Transformação que acontece rapidamente e de forma intensa, especialmente nas grandes cidades e nas metrópoles capitalistas, caracterizadas pela aglomeração, pelo consumo de massa e por forças econômicas que agem estrategicamente sobre o território. Apesar da diminuição do ritmo de crescimento de São Paulo, alterações radicais ainda ocorrem como uma resposta

² Fotomontagem das autoras com fotos da Rua Madalena em movimento no trecho tratado no artigo. Fotos: Marcia Gregori.

aos excedentes do capital, que vê na exploração do espaço urbano a possibilidade de geração de novos e vultosos lucros.

Tais alterações apresentam-se como novas formas de ocupação dos espaços públicos e privados, com expansão das novas tecnologias e das possibilidades de utilização da cidade; com o crescimento das instituições públicas e privadas; e com as mudanças no uso do solo e em sua regulamentação. Os interesses econômicos e os novos hábitos sociais e culturais imprimem modificações nos lugares e nas relações humanas, reconfigurando a paisagem com a demolição de edifícios e novas construções, estabelecendo diferentes dinâmicas espaciais e dinâmicas locais que impactam diretamente a vida das pessoas.

Há frestas, entretanto, que resistem: edifícios que permanecem, talvez por obstinação, resistência ou abandono; pessoas que decidem não deixar o lugar que carrega sua identidade, os usos e a vida que ali perduram com resiliência³.

Este artigo procura contribuir com o esforço de recuperação das histórias invisíveis da cidade de São Paulo, obliteradas por trás dos processos globais e homogeneizantes. Processos que ocorrem nos grandes centros urbanos, nos quais a busca pela identidade e habitabilidade se depara com os acelerados processos de transformação urbana que suplantam histórias e rompem relações locais de solidariedade.

Dessa forma, foram investigadas diferentes janelas que se abrem para, e que, ao mesmo tempo, conformam um lugar no qual significativas transformações em curso podem ser observadas. A partir da especificidade de cada janela, ou de cada vista, é possível investigar a complexidade das mudanças, seus efeitos sobre o espaço físico e sobre o imaginário e as relações dos distintos usuários desse lugar. Lugar entendido como uma construção sociocultural expressa nas relações espaciais e

³ Resiliência está presente nas discussões dos urbanistas há algumas décadas, com interpretações diversas que possibilitaram a significativa evolução do conceito. Adotamos nesse artigo, o conceito de resiliência como a “capacidade de um sistema ecológico em continuar funcionando – ou persistindo – quando transformado, mas não necessariamente mantendo-se o mesmo” (Meerow et Alli, 2016, tradução nossa).

sociais, como interação dos diferentes agentes nas relações positivas e conflituosas do cotidiano da cidade. As políticas e incentivos regulamentares que, por sua vez, deveriam estabelecer e mediar as relações entre os poderes dominantes e a sociedade, frequentemente reiteram o sistema hegemônico e priorizam a reprodução do capital, negligenciando histórias e preexistências, exacerbando os conflitos e as desigualdades sociais.

Para essa investigação, selecionou-se um lugar híbrido no qual novas e antigas histórias coexistem e interpenetram-se. Realizou-se pesquisa com base em fontes primárias, entrevistas e visitas a campo, por meio das seguintes perguntas norteadoras: O que resta e o que se transforma através da janela e na memória? O que se perde na memória? Quais são as relações entre o passado e o presente? Quais relações podem ser visualizadas entre as frestas do tempo, (in)visíveis através das janelas?

As “paisagens do poder” gradualmente suplantam os espaços de limiaridade (em conceituação utilizada por Zukin, 1991), os espaços menos alterados, mais intocados, ou seja, os espaços vernaculares⁴. As janelas da cidade expõem esse processo (in)visível, as contradições e complementaridades do dentro e do fora. Em outras palavras, a condição limítrofe da janela ao se abrir e se fechar – híbrida e ambígua particularidade a esconder e mostrar – é aqui utilizada como recurso para investigar os espaços em transição por meio dos processos urbanos e seus contrapontos: a história e a identidade; as experiências e a memória.

O ELEMENTO ARTICULADOR E AS QUATRO JANELAS

Como articulador da investigação, considerou-se um edifício localizado no número 70 da Rua Madalena, em trecho mais estreito da via, na Vila Madalena, Zona Oeste de São Paulo. Com um projeto peculiar, o edifício

⁴ Convém ressaltar que o espaço vernacular puro não existe, sobretudo numa realidade de grande intercâmbio cultural e de dados como o mundo contemporâneo, ainda assim o conceito é importante como parâmetro norteador da pesquisa.

mostrou-se adequado como objeto de estudo, articulando o local investigado tanto pelo fato de representar a sobreposição do novo sobre o antigo, quanto por propor a vista como questão relevante. Interessante notar que tanto o edifício do Estudio Madalena como seu uso sofreram alterações significativas em seu pouco tempo de existência.



Figura 1: Vista do Estúdio Madalena ao término da obra, em 2015, quando foi anunciado para alugar e ainda exibia transparência. Foto: Gabriela Cesarino.

O projeto do Estúdio Madalena (Figura 1), do Apicás Arquitetos data de 2011. Sua construção foi concluída em 2014 em área anteriormente ocupada por uma casa térrea, nos fundos baixos do terreno. O que a princípio chamou a atenção das pesquisadoras para o edifício em estrutura de aço foi sua elevação do solo e os generosos recuos laterais. Como demandava seu projeto original, configurou-se a transparência do edifício, com ampla vista do vale que se estende em frente e abaixo do terreno, característica posteriormente alterada pelos atuais ocupantes.

O Estudio Madalena localiza-se em bairro que tem sido palco de transformações há muitas décadas, resultado da constante pressão por parte do setor imobiliário, situação que se repete em várias outras áreas da cidade.

As janelas deste artigo apresentam as perspectivas de distintos atores sobre um mesmo espaço e são representativas da complexidade da metrópole contemporânea⁵, onde passado e presente, moradia e negócio, arte e mercadoria se interceptam.

A primeira janela, Rua Madalena 89, fica na casa de um antigo morador da Vila Madalena, que ali reside desde os anos 1950, quando as ruas ainda eram de terra batida e remetiam ao passado rural da região, na Rua Madalena 89. A segunda e a terceira janelas referem-se a diferentes vistas do mesmo edifício da Rua Madalena, 70. No lote, uma residência típica da década de 1950 foi demolida nos anos 2000 e deu lugar à nova construção: o Estúdio Madalena, um pequeno edifício de arquitetura contemporânea.

A segunda janela nos mostra a perspectiva dos arquitetos que o projetaram com intenção de proporcionar um espaço flexível e contemporâneo. A terceira janela é a janela do atual ocupante do edifício, a agência digital *Purple Cow*, que oferece serviços e estratégias digitais para empresas e eventos. A quarta e última janela consiste no ponto de vista das autoras do artigo, urbanistas, pesquisadoras e residentes na cidade de São Paulo.

Assim como vários bairros da cidade, a Vila Madalena passou recentemente por um processo intenso de discussão para elaboração do novo Plano Diretor Estratégico de São Paulo (PDE-SP, aprovado em 2014), seguido pelo processo de mapeamento e detalhamento da nova Lei de Parcelamento, Uso e Ocupação do Solo (LPUOS, aprovada em 2016). Durante essas discussões, várias questões foram debatidas: a intensa transformação do bairro nos últimos anos, sobretudo seu enobrecimento⁶; o crescimento descontrolado do

⁵ No presente artigo o termo “contemporâneo” define-se como atual, não configurando o que em arte se define como tal. Quando se refere à arquitetura, denota a utilização de materiais e formas considerados atualizados com a linguagem de seu tempo.

⁶ Enobrecimento é o termo de preferência acadêmica para o conhecido processo de gentrificação, expressão cunhada por Ruth Glass em 1964, depois aprofundado por vários autores, como Neil Smith, em 1979. Pode ser entendida como consequência típica dos processos de revitalização que, ao tornar mais atraente e melhorar as condições de vida de um lugar, torna-o inacessível à

setor terciário, transformando o caráter da área; a intensa especulação imobiliária e a construção de edifícios de alto padrão; a massificação do comércio e festividades do bairro, acompanhada dos inerentes conflitos causados pelas mudanças.

Com a presença de novos atores, novas formas de apropriação do espaço são introduzidas, constituindo novos significados. O crescente uso dos espaços públicos – ruas, calçadas e praças – trouxe novos valores e também conflitos. Hoje esses espaços públicos se adaptam para receber atividades mais variadas, como feiras de artesanato; *food trucks*; *parklets*; eventos artísticos e políticos, além da extensão das atividades comerciais e dos serviços.

ESTRATÉGIAS, TÁTICAS E FRAGMENTAÇÃO

NOS PROCESSOS URBANOS DA VILA MADALENA

Para compreender as relações entre a as dinâmicas globais e a configuração do lugar, foram utilizados os conceitos de *estratégias* e *táticas* desenvolvidos pelo historiador francês Michel de Certeau (1980). As *estratégias* podem ser compreendidas como mecanismos de ação dos poderes político e econômico e as *táticas* como meios de resistência da população local. Esses mecanismos se desenvolvem através da ação de indivíduos ou de pequenos grupos, tipicamente sem organização formal, com a intenção de tomar posse de certos lugares e adaptá-los para seu uso.

O processo de fragmentação dos lugares e das relações sociais promovido pela pressão do mercado imobiliário, observado na Vila Madalena há algumas décadas, tem sido estudado por vários autores. Em pesquisa sobre Nova York, Sharon Zukin descreve como o mercado recria, por meio de uma lógica do simulacro, a cidade para consumo, na qual a identidade, as diferenças locais e a

população “nativa”, que é paulatinamente substituída por outra de maior renda, ou mais “nobre”, como sugere o termo advindo de *gentry*, nobreza ou aristocracia, no inglês.

solidariedade desaparecem gradualmente e permitem a dominação do mercado global. Zukin reverbera ideias análogas às dos geógrafos urbanos David Harvey (2001) e Milton Santos (1996), que enfatizam a importância das ações locais de resistência, as quais permitem que a as relações sociais, os encontros e os acontecimentos solidários se expressem no território e produzam assim uma cidade mais humana. Harvey e Santos advertem sobre os problemas da fragmentação e da homogeneização instauradas pelos processos de globalização por meio da ação do poder econômico sobre a cidade.

DOS INDÍGENAS A BAIRRO DE VANGUARDA

Nos séculos XVI e XVII a Vila Nossa Senhora dos Pinheiros ainda era ocupada por indígenas, que foram aos poucos sendo catequizados pelos bandeirantes. A Vila dos Pinheiros incorporava as terras que viriam a conformar o Sítio do Buraco nos finais do século XIX, depois a Vila dos Farrapos no século XX. Foi em seguida dividido em sítios menores, entre eles os das três irmãs Ida, Beatriz e Madalena, dando origem aos atuais bairros de Vila Ida, Vila Beatriz e Vila Madalena⁷.

Na virada do século XIX, a Vila Madalena configurava-se em área rural ocupada por chácaras que produziam leite, flores, frutas e vegetais. Essa ocupação se manteve até os anos 1950, quando a área foi loteada e construíram-se casas para os trabalhadores manuais e do transporte, muitos deles imigrantes de origem portuguesa. Desde essa época, o futebol e o samba faziam parte da vida do bairro, com vários clubes e campeonatos locais, além da presença marcante da famosa escola de samba Pérola Negra, fundada em 1973.

⁷ Disponível em: <<http://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral,vila-madalena-um-bairro-boemio-que-vem-mudando-dia-a-dia,1609236>>. Acesso em 20/05/2017.

Ainda nos anos 1970 estudantes e artistas começaram a se mudar para o bairro⁸, iniciando mais um ciclo de transformação no perfil sociocultural da área. Em anos da contracultura, com hábitos “alternativos” e politicamente ativos, o bairro torna-se um símbolo da resistência contra a ditadura. Inicialmente não houve resistência por parte dos antigos moradores, que abriram suas casas aos “hippies”, alugando cômodos e edículas. Conta-se que os comerciantes também os incluíram como fregueses e assim o bairro acomodou pacificamente esse novo grupo de usuários e habitantes da área (Verri, 2014).

Os primeiros edifícios verticais foram construídos nos anos 1970/80 e com eles iniciaram-se os conflitos. O movimento Antes Que a Casa Caia foi fundado nos anos 1980 para impedir a demolição das típicas casinhas e sobradinhos do bairro. O grupo que se formou durante o movimento, paradoxalmente, ajudou a criar uma aura criativa e de vanguarda para a Vila Madalena, valorizando ainda mais a região:

Participei do primeiro movimento para tentar segurar a cultura e a fisionomia do bairro. Fundamos o grupo Antes que a Casa Caia, nos anos 80. Mas, por ironia, até nossa batalha contra a ‘gentrificação’ atraiu mais gente e induziu à elevação do preço dos imóveis. Aí vieram cada vez mais artistas, produtoras de cinema, fotógrafos e consultórios de terapias alternativas, reforçando o clima ‘cog’, de vanguarda. (Depoimento de Ermínia Maricato, 2015⁹)

Os anos 1980, foram, segundo Verri (2014) “um período que até hoje se ressignifica para dar sentido à mercantilização da história e do bairro pelos suportes midiáticos”. A imagem do bairro, hoje consolidada como a grife Vila Madalena pela mídia e pelos profissionais do *marketing* urbano, valoriza seu veio artístico, contestatório e de palco do espetáculo da cidade. O lugar-mercadoria (Cesarino, 2015) nesse caso é o bairro que ficou conhecido como “um bairro de artistas”, “de vanguarda”, “da boêmia” e de “intelectuais” (Verri, 2014).

⁸ Bairro que, além de oferecer moradia a baixo custo nessa época, não é muito distante da Universidade de São Paulo.

⁹ A busca por espaço na Vila Madalena, 2015. Disponível em: <<https://www.pressreader.com/brazil/valor-econ/C3%B4mico/20150722/282218009482195>> Acesso em 5/5/2017.

Ainda nos anos 1980, a ênfase da transformação foi na mudança de uso do solo, quando áreas residenciais passaram a dividir seus espaços com estabelecimentos comerciais, lojas, restaurantes e bares. Com a nova ocupação, os imóveis localizados nas áreas mais centrais se valorizaram e se tornaram inadequados¹⁰ para os moradores antigos, principalmente para aqueles que habitavam casas de aluguel e cortiços. Aos poucos os populares bares se expandiram – em tamanho e quantidade – e o comércio *diferenciado*¹¹ se sofisticou para servir a uma freguesia cada vez mais abastada e as bordas do bairro estão sendo também progressivamente ocupadas por edifícios residenciais.

Naquele bairro em que “todos” se conheciam, a sociabilidade fácil e corriqueira foi, pouco a pouco, (in)visivelmente, sendo substituída pela anonimidade típica das metrópoles, pelos conflitos entre a nova e a antiga forma de habitar a cidade. As relações com o lugar e com sua história alteram-se com as diferentes gerações que habitam a Vila Madalena desde os anos 1950 (os “locais” ou “nativos”), aqueles que chegaram nos anos 1970/80 (“os pioneiros”), a geração que se seguiu nos anos 1990/2000 (os “gentrificadores bem-intencionados”) e os recém-chegados de 2005 até hoje (os “gentrificadores sem pudores”)¹².

(...) mesmo que não tenham sido quebradas as relações sociais que constituíram o capitalismo e a modernidade, a cultura atual faz mover o capitalismo segundo padrões não observados anteriormente na história. – através da colonização do inconsciente - (...) Ou ainda, segundo outra expressão utilizada por Jameson, uma ‘revolução cultural’ no próprio modo de produção. (Fridman, 1999)

¹⁰ Inadequados por vários motivos além dos preços de aluguel, o excesso de ruído, de trânsito e o desmantelamento das redes informais comunitárias e de trabalho no bairro.

¹¹ A palavra *diferenciado(a)* surge da diferenciação semântica construída a partir da palavra *diferente*, e hoje traz idéia de algo desejável. Foi adotada pela linguagem publicitária e do marketing como qualidade positiva, de exaltação da boa qualidade, tanto na concepção quanto na execução de algo.

¹² Ressalte-se que os sujeitos da gentrificação e seus agentes agem sempre juntos, dentro de um esquema em que o investidor imobiliário e o construtor criam e respondem – ao mesmo tempo – à demanda de sua clientela. Aqueles aqui designados “bem-intencionados” são os artistas e intelectuais que adotam o bairro por conta das possibilidades que a Vila Madalena lhes deu para moradia e para desenvolver seu trabalho. Os “sem-pudores” são aqueles que compram o direito de usufruir do espetáculo sem, no entanto, contribuir para a sua manutenção no longo prazo.

Desde os anos 1990, o grupo “pioneiro” do bairro vem se profissionalizando e se organizando em galerias de arte, estúdios de *design*, agências de produção de filmes e propaganda. O característico comércio de produtos artesanais, da arte engajada e popular, torna-se aos poucos mais infrequente e mais elitizado.

Com a abertura da estação do metrô nos anos 1990, uma nova onda de verticalização tomou conta do bairro. Mesma época em que a construtora Zarvos iniciou o desenvolvimento de seus edifícios residenciais “únicos” e “exclusivos” com *design* de vanguarda, que têm “a cara da Vila Madalena”¹³. Mais e mais casinhas das ruas centrais do bairro foram substituídas nas ruas centrais por bares e nas franjas por edifícios residenciais de alto padrão. Hoje, as construtoras dominam o mercado imobiliário da região, utilizando-se da chamada estética criativa, voltada para os estratos sociais mais altos.

O sucesso do bairro, divulgado ostensivamente por toda a mídia, nacional e internacionalmente, atrai multidões todos os finais de semana, para comemorar a vitória no futebol e para festejar o carnaval. Ainda que alguns produtores culturais resistam dentro do bairro, a relação entre os comerciantes e moradores do bairro se distancia ao mesmo tempo em que produtos industrializados misturam---se com produtos de grifes exclusivas, voltados para o consumo de massa.

A competição com grandes marcas torna cada vez mais difícil a sobrevivência do pequeno produtor na região. Grandes empresas, como a gigante AMBEV, que promove inúmeros eventos pelo bairro, utilizando-se dos espaços públicos – praças e ruas – para fins publicitários e comerciais, estabelecem difícil competição para os produtores pequenos e artesanais que fizeram a fama do bairro no passado. É interessante notar a mudança de qualidade e de gosto dos consumidores, que tradicionalmente vinham em busca do artigo exclusivo, artesanal e alternativo. Hoje o conceito das lojas, suas mercadorias, o formato dos

¹³ SANCHES, Mariana. SoHo Paulistano: Prédios modernos e arrojados dão uma nova cara a Vila Madalena. In: O Globo, 23/09/2015. Disponível em: <http://ideazarvos.com.br/data/clipping/8/8_pdf.pdf>. Acesso em: 5/31/2017.

negócios e a experiência oferecida ao consumidor têm sido reformulados e, em muitos casos, seguem padrões internacionais e massificados.

Acompanhando as transformações, observa-se o movimento que promove a Economia Criativa¹⁴ e a Economia da Experiência¹⁵ no bairro, atualizando a fama de vanguarda intelectual boêmia com temas ecológicos, produtos orgânicos e com “conteúdo” que celebram o modo de vida “alternativo”. A inovação criativa se faz necessária para garantir e valorizar o lugar, que será então objeto dos grandes especuladores do espaço urbano e grandes corporações¹⁶ que já se expandem pelo bairro.

A Vila Madalena é representativa da difusão da Economia Simbólica como articuladora dos investimentos comerciais na grande metrópole. Artistas, músicos e “excêntricos” compõem um grupo até então economicamente marginalizado pela economia formal, que agora assume importante papel na formação dos padrões estéticos de vanguarda. Os novos padrões de ressignificação do espaço são estrategicamente assimilados pelos setores dominantes como parte intrínseca da proposta de crescimento econômico da cidade e hoje naturalizados como se fossem modelos inevitáveis do desenvolvimento urbano contemporâneo.

¹⁴ A Economia Criativa é definida como a atividade econômica que envolve a criação, produção e distribuição de produtos e serviços, usando o conhecimento, a criatividade e o capital intelectual como principais recursos produtivos. (Howkins, 2001).

¹⁵ Na Economia da Experiência, as empresas aliam ao oferecimento de produtos e serviços as sensações humanas, despertadas por heranças culturais ou por opções pessoais. O valor econômico dessa relação não está só na conquista ou fidelização do cliente, mas na valorização de um mesmo produto por conta de sua condição especial para aquele determinado cliente, assim como em sua capacidade de se eternizar”. (Pine & Gilmore, 1999). Alguns autores, preferem o termo mais genérico Economia Simbólica para designar os modelos da Economia Criativa e da Economia da Experiência, que na Vila Madalena, estão presentes em projetos como o Arranjos Criativos Locais, instaurado em 2015 e promovido pelo Laboratório da Cidade, endossado por vários proprietários de comércio e serviços do bairro.

¹⁶ Na Vila Madalena, o caso mais notável de participação corporativa vem da empresa AMBEV de bebidas, que marca sua presença nos bares, na promoção de inúmeros eventos e até mesmo no desenvolvimento de proposta para a “revitalização” urbana do bairro.

A JANELA VERNÁCULA



Figura 2: Morador olha a rua de sua garagem, de onde pode ver o Estúdio Madalena e o alto edifício da esquina, mas não tem mais a vista do aeroporto ou da Avenida Paulista. Fotomontagem com fotos das autoras.

A primeira janela (Figura 2) se localiza na Rua Madalena 89, onde seu morador vive desde 1959, quando as ruas ainda eram de terra batida:

Naquela época, era uma estrada suja de terra e as crianças brincavam o dia todo na rua. Minha esposa e eu comprávamos produtos lá embaixo, nas fazendas da Vila Beatriz. Em 1966 uma companhia particular veio pavimentar a rua para nós e dividiu o pagamento em 12 vezes. Morador Madalena, 89, 2016.

Da janela da sala da casa do morador se avistavam as crianças jogando futebol na terra, quebrando as vidraças com bolas de meia, os artistas que ocupavam as casas vizinhas e também os blocos no carnaval. Hoje os blocos cresceram e as multidões incomodam, assim como os automóveis que invadem o bairro, que ainda assim preserva um pouco de sua antiga calma.

Da mesma janela era possível ver o Aeroporto de Congonhas e a Avenida Paulista, mas hoje que a vista está coberta por edifícios altos, apenas a lembrança permaneceu. Nas redondezas, vários campos abrigavam os diversos times de futebol, aos poucos substituídos por casinhas e sobrados, abrigando as famílias e os trabalhadores da região de Pinheiros. Os olhos do morador testemunharam, com a chegada dos artistas, as primeiras e sensíveis mudanças no bairro:

Mas então veio construção e mais construção... minha vista para o aeroporto e para a Avenida Paulista desapareceu. Chegaram os artistas, depois o comércio, depois o carnaval. Morador Rua Madalena, 89, 2016

Para ele, até vinte anos atrás a vizinhança ainda era calma e pacífica, mas com o passar dos anos, os usos mudaram, os preços aumentaram progressivamente e muitos de seus amigos e conhecidos mudaram-se para outros lugares da cidade:

Hoje há muita gente bagunçando. A fama da Vila Madalena aumentou o valor das propriedades, o aluguel ficou muito caro por aqui. A maioria dos meus conhecidos se mudou. Morador Rua Madalena, 89, 2016.

A janela vernácula expressa uma vontade de resistência. Moradores de um ponto ainda periférico na Vila Madalena, eles permaneceram na mesma casa que construíram ao se casar. De sua janela testemunharam importantes mudanças ao longo de quase sessenta anos. Hoje a transformação acelerada afeta as franjas do bairro e eles começam a sofrer com maior intensidade essas alterações. Ainda assim, a possibilidade de mudança é para eles remota, a velhice compartilhada com amigos e no seu lugar de hábito lhes parece insubstituível.

Do outro lado da rua, um grande¹⁷ edifício residencial desenvolvido pela construtora IdeaZarvos com a assinatura de reconhecidos arquitetos paulistanos, ao lado do moderno Estúdio Madalena delimitam a vista do morador da Rua Madalena 89. O Estúdio Madalena será apresentado na próxima janela da investigação.

A JANELA DOS ARQUITETOS

A segunda janela (Figura 3) é o projeto arquitetônico elaborado para a rua Madalena, 70. Esta janela trata da perspectiva dos arquitetos que projetaram o novo edifício, seguindo orientação do proprietário do terreno, com intenção de proporcionar “flexibilidade na apropriação dos espaços pelos usuários”. (Apiacás Arquitetos, s/data).

¹⁷ Grande, pois, em proporção que contrasta com a ocupação de sobrados e casas térreas de seu entorno.

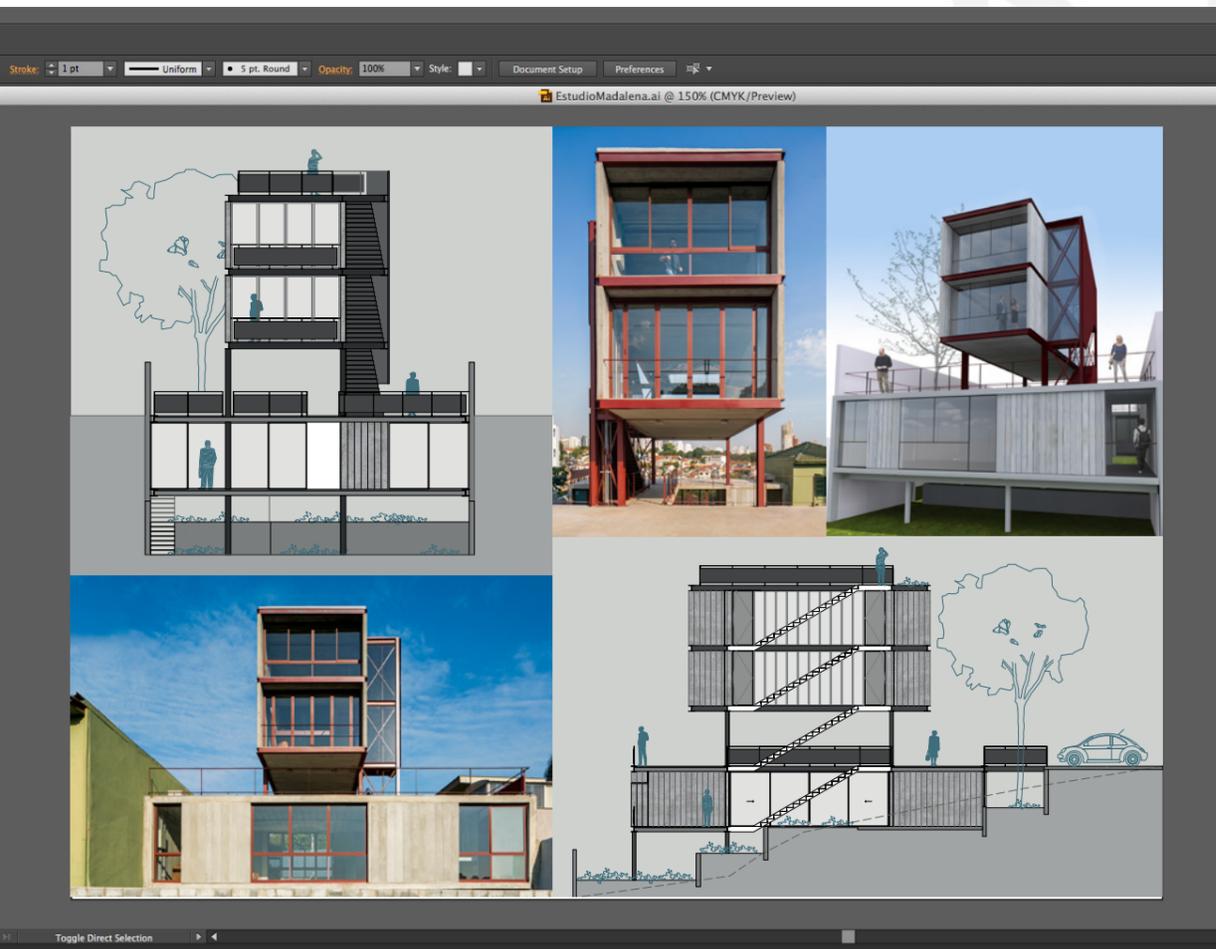


Figura 3: Desenhos do projeto do Estúdio Madalena, do Apicás Arquitetos e fotos do edifício já construído, evidenciando o entorno. Desenhos: Apicás Arquitetos e Fotos: Leonardo Finotti. Fonte: <http://apiacasarquitectos.com.br/projetos/ver/112>.

Destinado a abrigar a residência e o estúdio de um artista, o edifício (Figura 3) foi concebido pelo escritório Apicás em 2011 com intenção de estabelecer relação harmoniosa com o terreno de alta declividade e com a rua. Para tanto, foi proposta a criação de uma praça no térreo que funcionasse como extensão do passeio público, permitindo assim a preservação da vista para a paisagem típica do bairro de Pinheiros – sobrados no primeiro plano e prédios altos ao fundo.

Para os autores do projeto “essa praça-belvedere reafirma a vocação do bairro da Vila Madalena como ‘possuidora/provedora’ de diversas situações de *promenade*, capazes de surpreender os pedestres que por ali circulam”. (Apicás Arquitetos).

Para abrigar o programa bidirecional que o cliente exigiu, os arquitetos tiraram partido da declividade do terreno e propuseram um edifício que se desenvolve em dois volumes independentes, um abaixo e outro acima da praça-belvedere. A praça que se abre ao térreo junto ao passeio público procura manter a vista e a relação com a rua “desimpedida, livre de quaisquer obstáculos”. Internamente, os dois blocos propostos têm planta flexível, permitindo variação de usos e a personalização dos espaços por seus moradores e usuários.

Com orçamento restrito, os arquitetos optaram por construção em estrutura metálica e painéis de concreto pré-fabricados, o que acelerou o tempo de execução da obra e possibilitou também um controle bastante preciso dos custos. O estúdio Madalena segue tendência dos edifícios desenvolvidos pela IdeaZarvos de “arquitetura autoral que refletem sua época, além de respeitar seu entorno e a sua qualidade de vida”¹⁸. Inserindo-se na mesma linha do design criativo e contemporâneo, a proposta de transparência e conexão com a rua não se sustentou por muito tempo, como vemos na janela seguinte, a dos atuais usuários.

¹⁸ Website da IdeaZarvos. Disponível em: <<http://ideazarvos.com.br/pt/quem-somos>>. Acesso em 06/03/2017.

A JANELA DA ECONOMIA CRIATIVA

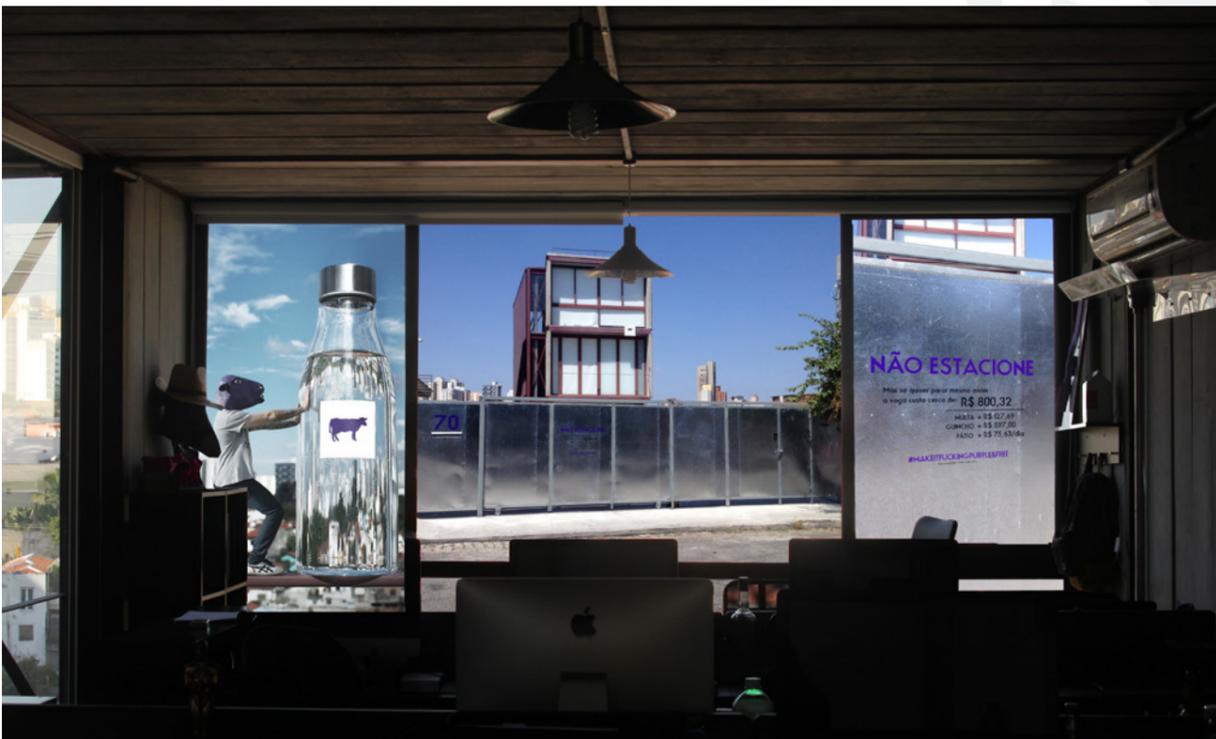


Figura 4: Janela interna da Agência, na Rua Madalena, 70, com montagem de diferentes ângulos do edifício e foto da agência Purple Cow. Fotomontagem com fotos das autoras e da Agência Purple Cow (segunda janela à esquerda).

A terceira janela (Figura 4) é a janela da agência digital *Purple Cow*, que hoje ocupa o Estúdio Madalena. Após a construção, segundo um dos diretores da *Purple Cow*¹⁹, o proprietário do imóvel decidiu não o habitar e alugar o edifício. Foi assim que a agência encontrou novo local e saiu de sua sede anterior.

Para a agência de *marketing* digital, estar ali agrega um valor criativo a sua empresa e reitera a imagem que procura ter, além de ser “uma delícia fazer parte” do bairro. O fato de estar perto do metrô facilita o acesso e pesou na escolha do local, porque muitos funcionários o utilizam para chegar ao escritório. O mais importante, porém, foi “o prédio diferente, como o nosso trabalho” e a possibilidade de estar perto de

¹⁹ Em entrevista presencial com as autoras.

outras empresas de perfil semelhante, num local em que a criatividade faz parte do lugar. Ele, no entanto, considera que:

Apesar de estar muito pop e da verticalização, a Vila Madalena é uma delícia. O lifestyle da Vila é importante porque oferece aos funcionários as amenidades do bairro e impulsiona os negócios, embora a agência não tenha relação direta com os moradores do bairro ou com quem passa na rua. Representante da Agência Purple Cow, 2016.

Para os sócios, o importante é estar numa “bolha de trabalho criativo”, que parece ser, segundo o entrevistado, uma tendência das agências de publicidade. Essa tendência pode ser notada ao percorrer as ruas e observar que várias agências adotam espaços que, de alguma maneira, se fecham com relação ao entorno. Talvez para garantir que o trabalho criativo não se disperse pelas tentações da vida real?

Do lado de fora do edifício não é diferente. Para orgulho da *Purple Cow*, Gilberto Dimenstein²⁰ citou o estêncil que a *Purple Cow* fez no portão do edifício como um dos exemplos da criatividade do bairro. O portão, que no projeto original previa transparência abrindo a praça do térreo visualmente, foi substituído pelos locatários por placas metálicas, para proteger seus equipamentos, encobrir a transparência e isolar-se dos passantes da rua “que podiam ver tudo, inclusive o banheiro”. A mensagem impressa no portão (Figura 4 à direita) deixa claro o mote jocoso-agressivo da empresa.

Apaixonado pelo edifício que, segundo ele, traduz na arquitetura o espírito da *Purple Cow*, o sócio admite:

Esse prédio é uma conquista. Embora seja caro, faz parte do valor imaterial da empresa. Nós também vimos os edifícios da Zarvos, mas esse edifício aqui era a cara da Purple Cow, que quer surpreender todo mundo e que está associada com o criativo da Vila Madalena. Representante da Agência Purple Cow, 2016.

²⁰ Um dos maiores incentivadores da Economia Criativa e da Economia da Experiência na Vila Madalena, por meio de seus vários projetos, tais como o Centro Cultural do Rio Verde, o Arranjo Criativo da Vila Madalena, o website *Catraca Livre* e os inúmeros eventos que promove no bairro. Vale lembrar, não sem muitos conflitos com os antigos moradores do bairro, que se sentem incomodados pelas multidões e pelo ruído dos eventos, pelo encarecimento do comércio e dos imóveis no bairro.

Com tal afirmação, a *Purple Cow* confirma seu perfil típico como empresa da economia criativa, que tem hoje a Vila Madalena como bairro ícone da atividade em São Paulo.

Historicamente, a Vila tem se mantido como centro da cultura de vanguarda desde os anos 1980, sendo, portanto, bairro ideal para obtenção de benefícios econômicos através das atividades culturais e artísticas locais, esquema da economia criativa. Com incentivos para o desenvolvimento da economia criativa em São Paulo e tomando a Vila Madalena como exemplo, o Plano Diretor Estratégico de 2014 propõe que a região central da cidade persiga essa estratégia como estímulo à renovação da área.

Como vanguarda da mídia eletrônica e com foco em relacionamento digital, a agência *Purple Cow* cria novas tendências, utilizando a imagem contemporânea do edifício e de sua localização para promover seus serviços. Como ficou claro na entrevista, a identificação com o espaço físico que ocupam é importante elemento para sua estratégia comercial, de venda do intangível. A essa altura, ele nos revela, sem falsa modéstia: “Nós somos o futuro!” Pensa um pouco e, com olhar curioso, pergunta: “Mas quando é o futuro?”

A JANELA CRÍTICA

A quarta e última janela (Figura 5) é a das autoras do artigo, urbanistas e pesquisadoras, residentes na cidade de São Paulo e do bairro Vila Madalena, onde as janelas que conformam o lugar estudado se localizam. Espaço urbano de caráter híbrido que contém em si o ontem, o hoje e o amanhã presentes na memória coletiva da cidade. A compreensão do lugar metropolitano exige análise das transformações físicas ao lado das transformações imateriais que compõem os significados e os valores, intangíveis – como memória e apego – mas também os valores comerciais – monetários e comerciais de um lugar.

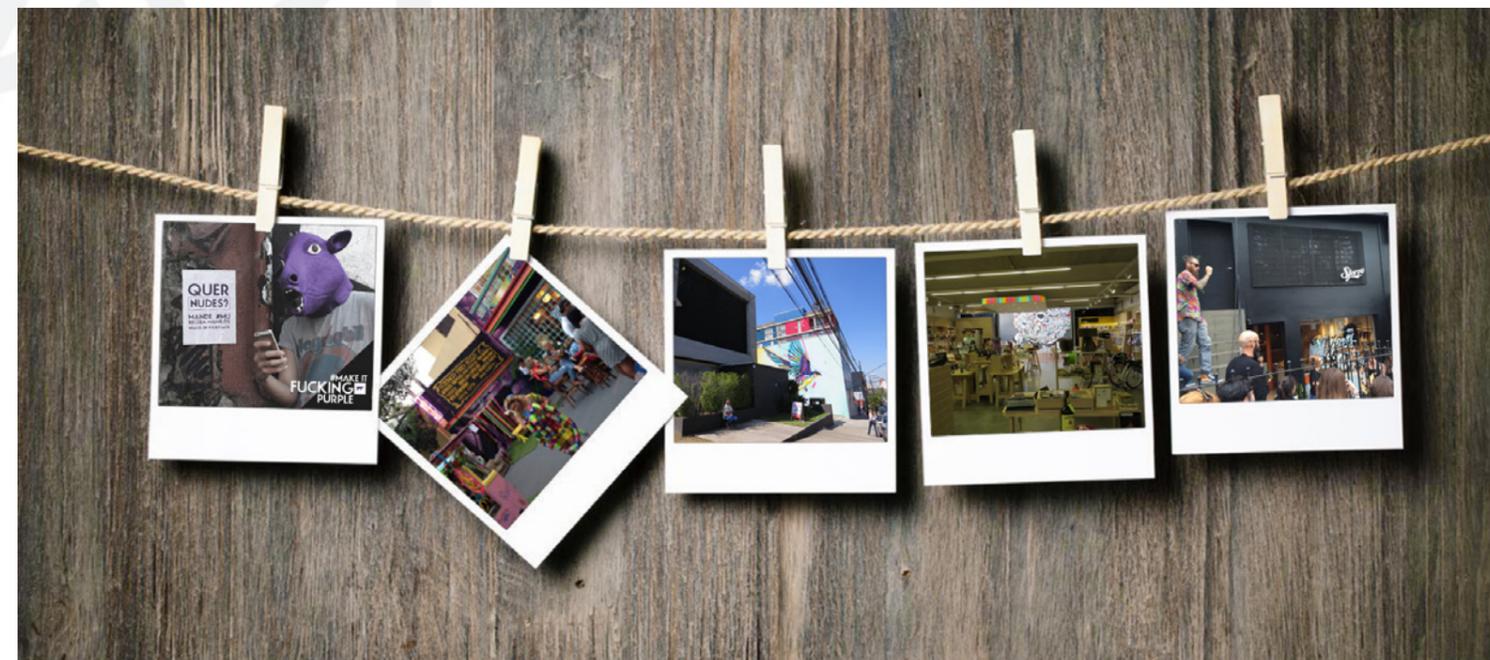


Figura 5: Fotomontagem mostra espaços comerciais e de serviços voltados para o seletor público da Vila Madalena hoje, com o espírito da economia criativa e uso de termos em inglês como atributo que confere um ar de contemporaneidade e diferencia o lugar. Fotos: Agência *Purple Cow* (primeira à esquerda) e Gabriela Cesarino.

Na Vila Madalena o cenário que se estabeleceu com a ocupação de artistas e intelectuais foi reinterpretado pela economia criativa como um produto, cuja mercadoria é o lugar. Esse processo permitiu que a antiga estratégia (de replicar o capital) fosse implementada por meio do uso de táticas originais (Certeau, 1996), seguindo as tradições locais.

Em áreas que são “ricas em capital simbólico, mas pobres em capital econômico” (Bourdieu, 1984), assim como a Vila Madalena dos anos 1970 e 1980, a reinvenção do cenário artístico e de vanguarda permite que grupos economicamente marginais ganhem um papel relevante na formação dos padrões estéticos da elite. Como consequência, verifica-se o aumento do valor econômico da vida cultural de determinadas áreas, que até então eram consideradas como decadentes ou subutilizadas, transformando-as em “clusters da economia criativa”. Tais *clusters* se caracterizam pelas tensões entre a cidade pré-existente e as comunidades ali enraizadas e as forças

abstratas do mercado (Zukin, 1991) que atuam segundo a lógica econômica – ao invés de humana - e global – em oposição ao local. Segundo Zukin, “*é como o longo braço do capitalismo penetrando mais e mais em cada aspecto das nossas vidas*”. (1991)

A economia global transformou o padrão de reinvenção dos espaços urbanos, criando oportunidades para a economia simbólica florescer (Zukin, 1995). No caso aqui estudado, o valor simbólico do edifício Estúdio Madalena, sua arquitetura e localização, é parte elementar da estratégia de mercado da Purple Cow. Na perspectiva da janela do morador, dos vários intelectuais e artistas, assim como de muitos moradores antigos do bairro, a história daquele lugar, que não teria valor monetário, é hoje o principal ingrediente comercializado. A experiência vanguardista oferecida pelo lugar-mercadoria Vila Madalena reflete-se no alto aluguel do Estúdio e nos valores crescentes do solo, implicando a verticalização e a iminente substituição dos grupos que ocupam e frequentam o bairro.

Como bem notou Zukin (quando de sua visita a São Paulo em 2000), muitas vezes, diferentes grupos adaptam seu espaço de acordo com suas demandas particulares, criando lugares diferentes e originais que, com o tempo, são mitificados e podem vir a tornar-se símbolos de inovação cultural. Tais lugares, símbolos da inovação cultural, são então re-apropriados por aqueles que têm mais dinheiro e menos criatividade. Ocorre, então, que aqueles que idealizaram o lugar, têm de se mudar, dando lugar àqueles com mais dinheiro. Esse é o processo de enobrecimento: o lugar perde sua alma e a economia ganha seus frutos.

Na economia simbólica, o espaço passa a ser produzido por meio da glorificação dos ícones culturais, que são recriados como produto. À medida em que estes se tornam mercadoria e deixam de ser desenvolvidos como manifestação cultural e simbólica de uma comunidade, tanto o processo de criação, como seu objeto provocam a destruição para reconstituição destes enquanto produto. Do ponto de vista dos usuários e dos novos moradores do bairro, a experiência de participar da comunidade criativa e de vanguarda da

região, assim como a posse de um espaço físico com tal contexto histórico, são os atributos do produto que buscam comprar.

Dessa maneira, os conteúdos culturais se submetem aos princípios mercadológicos em detrimento da liberdade artística que possibilita a crítica e a independência, em que os objetos de arte são

objetos radicalmente novos, que constituem verdadeiros incrementos da realidade, ‘inovações ontológicas’. Deixando bem claro que ‘ela (*a arte*) não é a execução de qualquer coisa já ideada, realização de um projeto’ previamente concebido. (Garcez, 2017)

Assim, a interpretação, que é tão parte da arte quanto a sua execução, é premeditada dentro do molde do que será melhor aceito pelo mercado. Como dizem os defensores da economia criativa, o ambiente a ser criado deve promover, além do sabor de novidade e aventura, a sensação de conforto, de algo já conhecido pelo usuário. Essa é, no entanto, perspectiva radicalmente diferente da proposta crítica da arte, que atua com o inesperado, com as sensações e com os pensamentos conflitantes.

Como mandam os princípios da destruição criativa de Schumpeter (1943), o lugar, agora tornado produto, tem que se reinventar para manter sua atratividade. Após distintas etapas históricas, a Vila Madalena encontra-se hoje em plena fase de massificação, que implica a perda progressiva de seus requisitos de bairro único e exclusivo, levando a vanguarda a explorar novas fronteiras.

A Vila Madalena ficou insuportável, cafona e cara. O centro tem menos pretensão, não tem isso de “ver e ser visto”. Em resumo: tem menos ‘frescura’, acredita José Tibiriçá, 50, o Tibira. (Fávero, 25/01/2015)

Assim fecha-se o ciclo do visível processo de enobrecimento que utiliza-se da cultura e da criatividade para promover o mercado imobiliário e reproduzir o capital financeiro. Hoje, a re-ocupação da região central da cidade representa esse novo movimento, como confirmou em entrevista o sócio da empresa *Purple Cow*, (in)visível por trás de sua janela criativa: “a Vila Madalena está muito *pop* e já virou meio clichê.”

REFERÊNCIAS

Livros

BOURDIEU, Pierre. *Contrafogos: táticas para resistir à invasão neoliberal*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano – Vol. 1 Artes de fazer*. Petrópolis: Vozes, 1998.

CESARINO, Gabriela. *Os Arranjos Criativos na Transformação da Cidade*. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo), FAU Mackenzie, 2016.

FRIDMAN, L. C. *Pós-modernidade: sociedade da imagem e sociedade do conhecimento*. Ciências, Saúde – Manguinhos VI(2), 353-75, jul-out 1999.

GARCEZ, Maria Helena Nery. *A estética de Luigi Pareyson: alguns princípios fundamentais e alguma aplicação da articulista*. Disponível em: <<http://dlcv.fflch.usp.br/node/52>>. Acesso em 06/04/2017.

HARVEY, David. Space as a keyword. In: Castree, N. e Gregory, D. (org.) *David Harvey: a critical reader*. Malden e Oxford: Blackwell. Tradução livre: Letícia Gianella. Revisão técnica: Rogério Haesbaert e Juliana Nunes.

SANTOS, Milton. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo: Hucitec, 1996.

SCHUMPETER, Joseph A. *Capitalism, Socialism and Democracy*. Londres e Nova York: Routledge, 1943.

TURNER, Victor. *The ritual process: Structure and anti-structure*. Ithaca: Cornell University Press, 1966.

VERRI, Solange Whitaker. *História Imediata da Vila Madalena: uma análise das influências em 2012 da história cultural do bairro na década de 1980*, Tese (Doutoramento em História), Universidade de São Paulo, 2014.

ZUKIN, Sharon. *Landscapes of power: from Detroit to Disneyworld*. Berkeley: University of California Press, 1991.

ZUKIN, Sharon. *The Naked City, The Death and Life of Authentic Urban Places*. New York: Oxford University Press, 2010.

Websites

<https://www.pressreader.com/brazil/valor-econ%C3%B4mico/20150722/282218009482195>

<http://apiacasarquitectos.com.br/projetos/ver/112/memorial>

<http://www.purplecow.com.br/>

<http://www1.folha.uol.com.br/comida/2015/01/1579730-aluguel-barato-atrai-onda-de-bares-e-restaurantes-hipsters-para-o-centro.shtml>