



UMA INTERFACE ENTRE CIDADES CRIATIVAS, *CITY MARKETING* E *VISUAL MERCHANDISING* EM TRÊS VILAS DE SÃO PAULO.

**Geise Brizotti Pasquotto (1), Ana Carla Fonseca Reis (2) e
Maria de Fátima Lourenço Nunes (3)**

(1) Arquiteta e Urbanista – geisebp@gmail.com,

(2) Administradora Pública e Economista - anacarla@garimpodesolucoes.com.br,

(3) Artista Plástica e Vitrinista- fatimalou@hotmail.com

1 Introdução

A paisagem de uma cidade, seus fluxos e as relações entre agentes só podem ser entendidas em sua plenitude quando abordadas de maneira plural e sistêmica, tratando a cidade em sua transversalidade setorial. A presente análise se propõe a apresentar três abordagens a essa visão caleidoscópica: cidades criativas, *city marketing* e *visual merchandising*. A apresentação da cidade no mundo, sua competitividade, seu modo de se fazer ver, sentir e gerar aspirações por meio da comunicação de uma imagem caracteriza o *city marketing*. Por outro lado, a atração de talentos, a vivacidade criativa e a inserção da cidade no mundo são características vitais das cidades criativas. A partir dessas constatações, o *visual merchandising* expande a relação entre externo e interno, da faixa de transição entre a loja e a rua para a que apresenta a cidade ao mundo. A estrutura deste trabalho terá início, portanto, com uma interface entre esses três temas e para ilustrá-los na prática, elegemos três vilas de São Paulo, com histórico, momento de transição e busca de identidade peculiares a cada uma: Vila Madalena, Vila Mariana e Vila Leopoldina. Antigos bairros de São Paulo, cujo passado ainda hoje se faz presente, mas com cores e nuances que se esvanecem na busca de um espaço na São Paulo contemporânea.

2 Entrelaçamento dos conceitos e sua presença nas vilas

2.1 Três Conceitos Convergentes

A partir da análise dos temas foram identificados critérios que se encontram presentes nos três temas (cidades criativas, *city marketing* e *visual merchandising*), embora

elaborados por cada um de forma distinta. Conforme sintetizado na Tabela 1, são eles: i) Diálogo com o externo – em termos macro, como a cidade se relaciona com o mundo; no micro, como o negócio dialoga com seu entorno; ii) Posicionamento – envolve a identidade da marca (cidade ou negócio) e sua diferenciação frente às demais; iii) Múltiplas dimensões – abrange a interdependência das dimensões estética, social e econômica na estratégia urbana ou empresarial; iv) Parcerias – refere-se à presença e/ou papel desempenhado pelos setores público, privado, terceiro setor e academia e suas eventuais articulações em parceria; v) Atenção e incorporação de tendências – revela o grau de abertura, da cidade ou empreendimento, a absorver e ditar tendências, incorporar e fomentar inovação, adotar novas tecnologias e promover a diversidade.

Tabela 1 – Itens de intersecção dos temas abordados e suas especificidades.

	Cidades Criativas	Marketing Urbano	Vitrine
Diálogo com o Externo	Diferenciação no contexto cultural e econômico mundial	Divulgação mundial e competitividade entre as cidades globais.	Zona de Transição
Posicionamento (diferenciação e identidade de marca)	Identificação dos setores econômicos e culturais com maior impacto mundial	Utilização das “marcas”: do arquiteto, do edifício e da intervenção.	Identidade Corporativa
Múltiplas dimensões (estética, econômica, social)	Crescimento e desenvolvimento baseados no binômio social-econômico, com forte inspiração cultural	Valorização estética e intervenções pontuais em detrimento ao master-plans.	Estética: Composição / Cor Iluminação Funcional: Social / Emotiva Informativa
Parcerias	Público – Privado - Terceiro Setor – Academia	Público-Privado	Privado-privado (stricto sensu) Público-privado- terceiro setor (lato sensu)
Atenção e incorporação de tendências	Fundamental para fomentar inovação, tecnologia e garantir diversidade	Utilização do “novo” como forma de incrementar o turismo e investimentos.	Moda / Decoração Design Comportamento

FONTES: Tabela elaborada pelas autoras



2.2 As Vilas de São Paulo

A escolha da Vila Madalena, da Vila Mariana e da Vila Leopoldina como base do estudo prático se deve por uma confluência de dois motivos: i) transformação recente de sua estrutura urbana, comercial e cultural, em oposição a um passado recente de bairros com características residenciais (Vila Mariana e Vila Madalena) e fabris (Vila Leopoldina) marcantes e ii) diferentes graus de maturidade de posicionamento dos três bairros, que atravessam momentos distintos em sua relação com a cidade contemporânea.

Vila Madalena, Vila Mariana e Vila Leopoldina

A Vila Madalena é caracterizada por um bairro criativo e de muita originalidade. Possui várias construções (casas geminadas) que remetem ao seu passado popular-operário, algumas intactas e outras reformadas para atender às novas necessidades do bairro. Em alguns setores, devido à especulação imobiliária, a paisagem da Vila transforma-se através de conjuntos habitacionais de altura mediana e muralhas de arranha-céus. Outra característica da Vila são as escadarias ladeadas por muros, elo entre uma rua paralela à outra. Como o Beco da Vila, esses corredores são todos grafitados, mas não tão bem cuidados como ele, que recebe nova pintura a cada seis meses¹. No setor comercial as lojas de *griffe*, design e artesanato são o ponto alto da região, além dos bares, cafés, casas noturnas e restaurantes, que fazem com que ela seja conhecida por ser o reduto criativo e boêmio da cidade de São Paulo. As fachadas dos comércios tendem a ser muito coloridas, (com inserção principalmente de mosaicos), criando uma atmosfera alegre e descontraída. Esses mosaicos surgem também em muros e pisos, transformando os espaços públicos em ambientes diferenciados. No setor cultural, as galerias de arte, as feiras, os festivais, os shows, as livrarias, escolas e ateliês de arte, estão em crescente progresso. Exemplo disso são os movimentos Arte da Vila, Vila Viva, o Teatro Escola Brincante do Programa Cultura Viva, a Cidade Escola Aprendiz, entre outros.

A Vila Mariana revela um bairro que parece buscar um posicionamento próprio na cidade de São Paulo. Nota-se claramente uma transformação imobiliária e no comércio, que tem como epicentro a valorização da área limítrofe ao Parque do Ibirapuera. Entre os dois extremos estabeleceram-se as sedes do Unicentro Belas Artes e a ESPM. Com

¹ O beco é exemplo de espaço público que foi transformado com a ajuda dos grafiteiros com a parceria entre uma organização não-governamental (ONG).



isso, a Vila Mariana estabelece um diálogo crescente com a cidade, no qual abundam estabelecimentos de arte, serviços multimídia, escolas de formação artística e lingüística, restaurantes e bares étnicos e multiculturais, além de uma vista noturna que sustenta a boemia dos estudantes. Paralelamente à arquitetura de época com exemplares icônicos, como o Instituto Biológico, encontram-se equipamentos culturais como a Cinemateca Brasileira e o SESC Vila Mariana com arquitetura arrojada, tornando-se um marco do bairro e da cidade. O posicionamento do bairro parece ainda estar em formação, construída a cada dia, por iniciativa exclusiva do setor privado². Ao lado das novas construções persistem casarões e casebres antigos, uma miríade de ruas sem saída e alguns resquícios do comércio. A multiculturalidade do bairro firma-se assim como um traço distintivo, reforçando a abertura ao exterior e uma imagem que vai se formando sem seguir um processo de planejamento do *design* urbano. Parte dos problemas advindos é identificável na presença da única favela do bairro, que se estende ao longo de três quadras de uma única rua (Mário Cardim) e que é alvo recorrente das ações de inclusão socioeconômica do SESI e dos comerciantes locais.

A Vila Leopoldina possui uma característica diferente das outras vilas estudadas. Ela está em processo de formação, tanto de uma identidade cultural e estética quanto de uma identidade econômica. Portanto, a Vila oferece várias faces que mudam repentinamente, entre um local de galpões, um ambiente depredado, prédios de luxo e casas populares. A partir da Marginal Pinheiros situam-se os galpões industriais que remetem à história do bairro (onde muitos deles já estão ocupados por grandes empresas e associações). Nessa parte da região não se tem um diálogo com o externo, pois todas as entradas são fechadas com portaria, sendo proibida a entrada dos pedestres sem autorização. Vale ressaltar que quase todas as edificações desse local não alteraram a forma de antigos galpões, apenas reformaram o exterior e modificaram internamente, e as que realizaram modificações no edifício procuraram em suas diretrizes arquitetônicas remeter a construção fabril. Afastando-se um pouco mais da Marginal ocorre um processo de decadência dos galpões, tornando-se um lugar depredado, com pichações, favelas, etc. A partir da passagem do pontilhão, inicia-se outra face da Vila, residencial e com uma especulação imobiliária em ampla expansão. Nessa área localizam-se

² Não foram identificadas obras de intervenção pública de nota, nos últimos quinze anos



grandes edifícios de luxo e casas populares que estão sendo encurraladas pelo processo de verticalização, se rendendo a incorporação de tendências do setor imobiliário.

3 Conclusão

Das breves análises relativas às Vilas Madalena, Mariana e Leopoldina, tendo por base os critérios de intersecção descritos ao longo deste artigo, confirma-se que cada vila possui, de fato, características, vocações e peculiaridades. De modo geral, o que se observa é que a Vila Madalena e a Vila Leopoldina localizam-se em pontos polarizantes das escalas de cada tópico, ao passo que a Vila Mariana se posiciona entre ambos.

Assim, no que tange ao **diálogo com o externo**, a Vila Madalena tem um caráter essencialmente aberto, dado não só pela apresentação das lojas e espaços presentes no bairro, como também graças aos produtos expostos à venda nas ruas e às feiras ao ar livre. A Vila Mariana traz um comércio com características semelhantes, porém seus espaços cívicos têm a tônica do interior – atividades na Cinemateca ou no SESC, aulas entre quatro paredes, deparando-se com um obstáculo entre o fruir e o entorno. Por sua vez, a Vila Leopoldina é toda voltada para dentro, em virtude das características de suas empresas (prestação de serviços *business-to-business*) e devido à ausência de comércio, serviços e atividades de rua, configurando um longo corredor murado.

Não por menos o **posicionamento** da Vila Leopoldina reflete uma diferenciação enquanto pólo de tecnologia e inovação audiovisual e de comunicações, ao passo que a Vila Mariana firma-se como centro acadêmico-cultural que respira e transpira diversidade e a Vila Madalena o comércio alternativo, o consumo diurno consciente e a boemia noturna jovem para todos os gostos.

A monolínguem econômica marca assim a Vila Leopoldina, enquanto na Vila Madalena convivem **múltiplas dimensões**, em uma profusão de negócios e atividades econômicas, não raro voltadas ao social (como a iniciativa da Cidade Aprendiz) e que transitam pelo fluxo estético. A mesma configuração se faz presente na Vila Mariana, embora com formato distinto. Aqui, a estética passa a ser lapidar para a riqueza dos centros acadêmicos de propaganda, marketing e belas artes, tornando-se pedra de sustentação dos negócios e serviços oferecidos no bairro. Complementarmente, a oferta de uma programação cultural diversificada e de qualidade renomada, em diferentes instituições vizinhas, ocorre mediante ingressos de preço muito reduzido frente à média do mercado, incentivando o consumo cultural.



Apesar disso, a participação privada é a tônica na Vila Mariana, quando comparada a uma presença de **parcerias** mais marcantes do privado com instituições sem fins lucrativos e pontos de comércio solidário na Vila Madalena. Já quanto ao setor público, é somente na Vila Leopoldina que se faz relativamente mais presente, devido ao interesse recente do governo federal de incentivar o florescimento do audiovisual na região, em especial por meio de concessões de financiamento do BNDES³.

Por fim, cumpre ressaltar a **atenção e incorporação de tendências**, que é notada nos três bairros, embora sob moldes distintos. Na Vila Madalena, a oferta de vários serviços em um mesmo estabelecimento, a presença de lojas de artesanato e moda alternativa e a variedade gastronômica são complementadas pela vivacidade noturna, que renova bares e restaurantes a uma velocidade vertiginosa. Na Vila Mariana, a antena voltada ao futuro se sustenta em dois pilares: os centros de debate acadêmico e as instituições culturais, de caráter francamente promotor da diversidade mundial. A Vila Leopoldina, por sua vez, vive de inovação e tecnologia, já pela própria característica de seus negócios e serviços de ponta (multimídia, tecnologia, comunicação).

Tabela 2 – Itens de intersecção dos temas abordados e sua aplicação nas três Vilas de estudo.

³ Como o empréstimo de R\$7 milhões do Departamento de Economia da Cultura à empresa Quanta.

	Vila Madalena	Vila Mariana	Vila Leopoldina
Diálogo com o externo	Zona de transição de: Lojas / Bares / Restaurantes / Ateliês. Feiras e comércio ao ar livre Presença do imaginário da vila na cidade	Comércio de rua, centros acadêmicos fervilhantes, equipamentos culturais promotores de acesso Diálogo urbano em crescimento, especialmente com bairros vizinhos	Fechado (com indícios de uma abertura) Inexpressividade no imaginário paulistano e falta de diálogo com o próprio bairro
Posicionamento (diferenciação e identidade de marca)	Posicionamento de bairro “descolado”, de comércio alternativo, locais diurnos de consumo consciente e boemia noturna	Centro acadêmico-cultural, com serviços e negócios que gravitam ao seu redor Gastronomia multicultural e boemia em formação, lojas de ponta em emergência	Pólo de comunicação e audiovisual, voltado essencialmente a negócios
Múltiplas dimensões (estética, econômica, social)	Grafitas / Mosaicos Exposição dos produtos à venda / Feira da Vila / Feira da Benedito Calixto Lojas especializadas: brinquedos, design, livraria, molduraria, etc. Bares GLS / Música Função: Social, Emotiva e Informativa	Estética baseada no trinômio negócios diferentes/centros acadêmicos de comunicação e artes/equipamentos culturais Sustentação econômica de negócios e acesso social à programação	Monolinguagem econômica
Parcerias	Privado-Terceiro Setor	Privado-Privado	Público-Privado
Atenção e incorporação de tendências	Moda / Design / Brechós Comportamento (entretenimento) Serviços: Gastronomia Vários serviços no mesmo estabelecimento	Debates acadêmicos, programação multicultural, comércio e restaurantes com posicionamentos distintos	Negócios e serviços de ponta (multimídia, tecnologia, comunicações) Especulação Imobiliária

FONTE: Tabela elaborada pelas autoras.

4 Bibliografia e sites de referência

BIGAL, Solange **Vitrina: do outro lado do visível**. São Paulo: Nobel, 2001.

CASTELLS, Manuel, **La Ciudad de la nueva economía**. *La Factoria*, Junio-Septiembre 2000, n.12. Disponível em

<<http://www.lafactoriaweb.com/articulos/castells12.htm>> Acessado em 06/06/07.



CREATIVE CLUSTERS CONFERENCE, www.creativeclusters.com

DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORT (DCMS), Reino Unido,

<www.dcms.gov.uk>

PONCIANO, Levino, **Bairros Paulistanos de A a Z**. São Paulo: Ed. Senac, 2001.

_____ **450 bairros, São Paulo, 450 anos**. São Paulo: Ed. Senac, 2004.

SANCHEZ, Fernanda A **Reinvenção das Cidades para um Mercado Mundial**.

Chapecó:Argos, 2003.