

## **A reificação da cidade: a cultura e a história como objetos de consumo**

*The reification of the city: the culture and the history as objects of consumption*

*La reificación de la ciudad: la cultura y la historia como objetos de consumo*

SOUZA, Regina Prado Lima de; Doutora em Planejamento Urbano e Regional; Instituto de Planejamento Urbano e Regional – Universidade Federal do Rio de Janeiro (IPPUR-UFRJ).  
regina.souza@iphan.gov.br

### **Resumo**

Com base na análise inaugural de Karl Marx (1998) sobre o conceito de *reificação*, procuramos formular teoricamente o fenômeno de *reificação* da cidade, isto é, quando esta passa a constituir uma mercadoria passível de ser constantemente trocada. Tal fenômeno adquire intensidade na contemporaneidade, tanto na produção de novos objetos arquitetônicos, quanto na apropriação de sítios históricos. Para a análise desse fenômeno, recorreremos a Guy Debord (1997) e a sua formulação de uma sociedade do espetáculo, a Jean Baudrillard (1995, 2004) e seu enfoque sobre as produções simbólicas e, ainda, à abordagem de Fredric Jameson (1997) sobre a cultura e a história como objetos de consumo na lógica do capitalismo tardio.

**Palavras-chave:** Cidade. Cultura. Consumo.

### ***The reification of city: the culture and the history as objects of consumption***

### **Abstract**

*Based on the inaugural analysis of Karl Marx (1998) about the concept of reification, we seek to formulate the theory of reification of the city phenomenon, that is, when this happens to be a commodity to be constantly replaced. This phenomenon takes on intensity in contemporary times, in both the production of new architectural objects, as in the appropriation of historical sites. For the analysis of this phenomenon, we resorted to Guy Debord (1997) and the formulation of a society of the spectacle, Jean Baudrillard (1995, 2004) and its focus on the symbolic*

*productions and the Fredric Jameson approach about culture and history as objects of consumption in the logic of late capitalism.*

**Keywords:** *Town. Culture. Consumption.*

## **La reificación de la ciudad: la cultura y la historia como objetos de consumo**

### **Resumen**

*Basado en el análisis inaugural de Marx (1998) sobre el concepto de reificación, tratamos de formular la teoría de la reificación del fenómeno de la ciudad, es decir, cuando esta pasa a ser una mercancía a ser reemplazado constantemente. Este fenómeno adquiere intensidad en épocas contemporáneas, en tanto la producción de nuevos objetos arquitectónicos, como en la apropiación de los sitios históricos. Para el análisis de este fenómeno, hemos recurrido a Guy Debord (1997) y la formulación de una sociedad del espectáculo, Jean Baudrillard (1995, 2004) y su enfoque sobre las producciones simbólicas y el enfoque de Fredric Jameson sobre la cultura y la historia como objetos de consumo en la lógica del capitalismo tardío.*

**Palabras clave:** *Ciudad. Cultura. Consumo.*

## **A reificação da cidade: a cultura e a história como objetos de consumo**

### **Introdução**

Este trabalho parte da ideia de que a modernidade instaura uma nova lógica de produção do espaço. Segundo Lewis Mumford (1991) foi no século XVII que se consolidou a passagem de uma economia mercantil para uma economia monetária, a qual influenciou decisivamente as concepções de tempo e de espaço.

Com base em sua abordagem, compreendemos que nesse contexto se inaugurou uma nova relação econômica com o espaço: este se tornou um produto altamente cambiável e a arquitetura adquiriu um caráter efêmero. Diante disso, consideramos que a cidade passou a ser produzida pela lógica do mercado, isto é, também ela passou a se constituir numa mercadoria, passível de ser constantemente trocada.

A partir dessa ideia inicial, formulamos teoricamente o fenômeno de *reificação* da cidade ou, num sentido mais amplo, do espaço. Numa análise etimológica, verificamos que, em latim, *res* quer dizer bem concreto ou coisa e, daí deduzimos que *reificação* seria o processo de tornar algo uma coisa ou de coisificar. A *reificação* da cidade seria, portanto, o processo de *coisificação* desta. Mas, essa interpretação suscita o pensamento de que a cidade só se torna coisa a partir desse processo e a questão de que, do ponto de vista de sua concretude, o que ela é, e sempre foi, senão uma coisa ou um acúmulo de coisas?

Ao tentar responder a essa questão, consideramos que, evidentemente, a cidade sempre foi coisa no sentido de que lhe é inerente uma materialidade. Contudo, o que queremos dizer é que, até então, a cidade constituía uma construção humana para seus próprios fins e, a partir dessa nova ordem econômica, lhe é atribuída uma autonomia e uma independência em relação aos seres

humanos. É esse processo de autonomização da cidade que designamos de *reificação* e que procuramos examinar, tomando como ponto de partida a visão inaugural de Karl Marx (1867) sobre esse conceito (MARX, 1998), posteriormente aprofundada por Georg Lukács (2003).

Marx (1998) e Lukács (2003) se debruçam sobre a análise do processo de divisão social do trabalho e da mercadoria – elementos essenciais do fenômeno de *reificação*. Por um lado, a divisão social do trabalho aparece como fundamento desse fenômeno, na medida em que as relações de produção passam a ser mediadas por coisas, e estas assumem uma existência autônoma em relação aos seres humanos. Por outro lado, a mercadoria, com seu caráter *fetichista*, constitui a figura central da sociedade capitalista e do fenômeno de *reificação*.

De tal fenômeno podemos depreender que decorrem dois problemas. O primeiro diz respeito ao sujeito que, no plano coletivo, deixa de se relacionar diretamente com outros homens e, no plano de sua individualidade, se *reifica*, não só através da transformação de sua força de trabalho em mercadoria, mas também em sua própria consciência. O segundo problema se refere ao objeto, a sua condição de autonomia e independência em relação aos homens.

Em nossa abordagem sobre a *reificação* da cidade, nos interessa tanto o sujeito que se *coisifica*, ao ter as suas relações sociais e a sua consciência dominadas pela mercadoria, quanto o objeto – a cidade – que se *personifica*, ao se tornar uma entidade autônoma em relação aos seres humanos.

Assim sendo, o nosso interesse recai sobre um fenômeno no qual, de um lado, os lugares são transformados em objetos *sagrados* e, de outro, as pessoas que os louvam têm a sua consciência unificada a ponto de os produzirem e os consumirem, sem qualquer sentido mais profundo que não seja a aura de *fetiche* que os envolve.

Mais de um século após a teorização da *reificação* por Marx, percebemos a atualidade e a força deste fenômeno na produção do espaço na contemporaneidade. A cidade, nesse contexto, aparece como a exacerbação do reino da mercadoria. No exame de algumas cidades brasileiras, sejam as denominadas históricas ou, simplesmente, as turísticas, percebemos que o foco maior encontra-se na produção e no consumo de espaços mercadológicos – lojas, shoppings, restaurantes, bares, etc. O público que as visita não se interessa pelas pessoas e pelos modos de vida típicos, mas somente pelos novos produtos especialmente fabricados para elas. Assim, os sítios considerados passíveis de serem produzidos e consumidos como *culturais* ou *pitorescos* são submetidos a intervenções de *revitalização*, as quais tendem paradoxalmente a contribuir para a perda de suas singularidades físicas e vivenciais, bem como para a sua transformação em cenários.

É sobre estes lugares, ou melhor, é sobre esse processo de *reificação* do espaço que pretendemos nos debruçar. No século XIX, como manifestação material das transformações econômicas e sociais, a cidade mostra os primeiros traços de sua *reificação*, isto é, de sua autonomização segundo as leis do capital. Ao modificar-se ininterruptamente, como uma sucessão de cenários que simbolizam um novo tempo – a modernidade -, essa nova cidade se torna tão excitante para os novos tipos humanos que nela transitam, quanto exerce um grande fascínio para os olhos de quem a observa.

Mais adiante, na cidade contemporânea, tal fenômeno adquire extensão e intensidade, através da produção de novos espaços e da apropriação de lugares *antigos* e *pitorescos*. É nesse contexto, onde a cultura e a história tornam-se objetos de consumo, que concentramos o nosso maior interesse e pretendemos examinar.

Fundamentados na abordagem de Georg Simmel (1896 apud SOUZA; ÖELZE, 2005), passamos a compreender as bases que impulsionam os processos de homogeneização cultural e de produção do espaço na sociedade contemporânea. Na economia monetária, onde tudo se reduz ao dinheiro, os lugares e os modos de vida tendem a se unificar e, em decorrência disso, há uma incessante busca de distinção. É nesse processo que identificamos um paradoxo: a redução das esferas objetiva e subjetiva ao dinheiro leva a uma homogeneização, a qual estimula, por sua vez, uma busca por diferenciação. Mas, como os meios e os fins para atingi-la são sempre os mesmos, tal distinção redundante sempre em algo semelhante.

No que se refere às intervenções em espaços urbanos, no contexto mais amplo da globalização, observamos que são desconsiderados os aspectos culturais e históricos dos lugares, bem como são utilizados padrões recorrentes - de um lado, a *revitalização* e a reprodução de espaços *antigos* e *pitorescos*, e de outro, a produção de novos espaços de alta tecnologia e de autoria de arquitetos de renome internacional (a denominada *arquitetura de grife*). Ao mesmo tempo em que os meios para se alcançar essa distinção se aproximam, as finalidades também são as mesmas – a produção e o consumo de *espaços-globais*, com vistas a atrair investimentos e públicos na lógica de uma economia mundial.

### ***A reificação da cidade contemporânea***

Para a análise desse fenômeno, recorreremos a autores que elaboram uma visão crítica sobre a sociedade atual, observando os seus condicionantes e efeitos. Embora suas construções teóricas se desenvolvam em campos distintos, podemos, efetivamente, recolher uma unidade em suas proposições. Referimo-nos, pois, à formulação da sociedade do espetáculo em Guy Debord (1997), à análise de um novo estatuto das produções simbólicas em Jean Baudrillard (1995) e à amplitude do espectro do pós-modernismo e seus traços constitutivos a partir de Fredric Jameson (1997).

A linha que identificamos e que perpassa a crítica desses autores ajuda-nos a perceber uma mudança na própria concepção dominante de realidade, a qual se traduz diretamente na produção material e simbólica da cidade.

Como primeira referência, trazemos aqui a análise de Guy Debord (1997) sobre o *espetáculo*, não como um mero produto cultural, mas enquanto o modo de vida e a visão de mundo preponderantes na atual sociedade. Para ele, o *espetáculo* não pode ser entendido como

o abuso de um mundo de visão, o produto das técnicas de difusão maciça das imagens. Ele é uma *Weltanschauung* que se tornou efetiva, materialmente traduzida. É uma visão de mundo que se objetivou (DEBORD, 1997, p. 14).

Não é, tampouco, “[...] um suplemento do mundo real, uma decoração que lhe é acrescentada”, e sim, “o âmago do irrealismo da sociedade real” (DEBORD, 1997, p. 14).

Sob essa ótica, o autor afirma que ocorre, no contexto contemporâneo, uma *inversão da realidade*, ou seja, há uma hegemonia da imagem sobre a realidade objetiva e o mundo passa a ser transformado em imagens.

Toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos.

Tudo que era vivido diretamente tornou-se representação (DEBORD, 1997, p. 13).

É nesse ponto de sua abordagem que percebemos uma proximidade com a nossa formulação sobre uma *reificação* da cidade. Pois, em sua visão, essa inversão se manifesta no momento em que a mercadoria dominou totalmente a vida social, e cuja forma última é a imagem.

A partir daí, entendemos que o espaço na contemporaneidade tende a transformar-se em imagem ou mera aparência. Tal mudança constitui a sua *reificação* que se manifesta, tanto num plano concreto, através da sobreposição de imagens publicitárias, quanto numa dimensão simbólica, pela substituição de lugares tradicionais da cidade, por outros que expressam imagens de marca, veiculadas pela mídia e impostas pelo capital.

Em sua abordagem, Debord (1997) também considera que ocorre a *reificação* do tempo e do espaço. No que se refere ao tempo, afirma que, hoje, a história é um produto de consumo corrente, assim como prevalece o *tempo das coisas*, que corresponde, simultaneamente, ao *tempo do consumo das imagens* e à *imagem do consumo do tempo* (o *fetiche* das férias e do lazer).

No que tange ao espaço, o autor aborda os processos de sua transformação no âmbito da sociedade espetacular e, de modo quase profético<sup>1</sup>, anuncia o fenômeno de mundialização da economia e a decorrente unificação do espaço, que consiste num processo de *banalização*, ou seja, de homogeneização e de dissolução das singularidades dos lugares.

A produção capitalista unificou o espaço, que já não é limitado por sociedades externas. Essa unificação é ao mesmo tempo um processo extensivo e intensivo de banalização. A acumulação das mercadorias produzidas em série para o espaço abstrato do mercado, assim como devia romper as barreiras regionais e legais e todas as restrições corporativas da Idade Média que mantinham a qualidade da produção artesanal, devia também dissolver a autonomia e a qualidade dos lugares. Essa força de homogeneização é a artilharia pesada que faz cair todas as muralhas da China (DEBORD, 1997).

Nessa perspectiva, aponta para o turismo como atividade de produção e de consumo de lugares *banais* e, ainda, como a “circulação humana considerada como consumo” e o “lazer de ir ver o que se tornou banal” (DEBORD, 1997, p.111). Acrescenta ainda que o planejamento de lugares diferentes corresponde à garantia de sua equivalência.

Fundamentando-nos no aporte teórico fornecido por Debord (1997), compreendemos que, na contemporaneidade, o ser humano tanto consome a realidade transformada em imagens (*reificação* do espaço), quanto procura preencher seu tempo vazio com o *fetiche* das férias e do lazer (*reificação* do tempo). Mecanizado pela divisão social do trabalho, ele se sente no dever de se divertir, isto é, de consumir o seu tempo livre em espaços produzidos especialmente para isto (*reificação* do tempo e do espaço).

Em sintonia com o pensamento de Debord (1997), outro pensador que fornece base para a nossa discussão é Jean Baudrillard (1995, 2004), uma vez que examina

---

<sup>1</sup> A obra A sociedade do espetáculo data de 1967.

a sociedade contemporânea sob o prisma da *reificação* e aborda o processo de autonomização dos objetos.

Seu enfoque sobre o estatuto dos objetos na denominada sociedade de consumo representa uma chave fundamental para a compreensão dessa realidade. Em conformidade com a teoria de Karl Marx (1998) sobre a *reificação*, o autor considera que os objetos adquirem uma autonomia e um domínio sobre os seres humanos.

Hoje, os objetos se apresentam antes de terem sido adquiridos, antecipam-se à soma de esforços e do trabalho que representam, seu consumo por assim dizer precede sua produção [...] acham-se como que suspensos acima de mim, que os devo pagar. Não me acho mais dependente por meio deles da família nem de um grupo tradicional; em compensação, torno-me dependente da sociedade toda e de suas instâncias (ordem econômica e financeira, flutuações da moda, etc.) [...] Se antes, era o homem que impunha seu ritmo aos objetos, hoje são os objetos que impõem seus ritmos descontínuos aos homens (BAUDRILLARD, 2004, p.168).

Na visão de Baudrillard (2004), é preciso perceber os objetos enquanto um sistema de signos que traduzem os valores da atual sociedade. Tal abordagem nos encaminha para um exame dos novos objetos arquitetônicos, bem como das reapropriações de sítios históricos, enquanto um sistema de signos distintivos dessa sociedade.

Ao considerar o processo de autonomização dos objetos e estes como um sistema de signos, o autor teoriza sobre o processo de *redução semiológica*, fundamental para a nossa argumentação. Primeiramente, ele estabelece uma distinção entre as categorias de *símbolo* e de *signo*, para posteriormente, construir teoricamente tal fenômeno, que corresponde a passagem do *símbolo* ao *signo*.

Como nos indica, o *símbolo* pressupõe uma relação entre sujeitos, enquanto o *signo* é a abolição dessa relação. De um lado, o *símbolo* remete à ausência enquanto relação virtual de desejo entre seres humanos ou membros de um grupo social, de outro lado, o *signo* se refere apenas à ausência de relação e a sujeitos individuais separados.

Sobre essa distinção, Baudrillard (1995, p.54) acrescenta que o *símbolo*, numa sociedade ou num determinado grupo social, era dado ou trocado, já o *signo* é apropriado e manipulado como um código que rege o valor social.

O que percebemos no objeto "simbólico" (o presente e também o objeto tradicional, ritual ou artesanal) é não só a manifestação concreta de uma relação total (ambivalente, e total porque ambivalente) de desejo, mas também através da singularidade de um objeto, a transparência das relações sociais numa relação dual ou numa relação de grupo integrada. O que percebemos na mercadoria é a opacidade das relações sociais de produção e a realidade da divisão do trabalho. O que percebemos na atual profusão de objetos-signos, dos objetos de consumo, é a opacidade, a imposição total do código que rege o valor social, é o peso específico dos signos que regem a lógica social das trocas.

Para o autor, o fenômeno de *redução semiológica* consiste no atual *fetichismo* do objeto, ou seja, este é esvaziado de sua substância e de sua história e reduzido ao estado de marca. Em sua visão, "[...] é a própria organização semiológica, a

absorção num sistema de signos que tem por fim reduzir a função simbólica” (BAUDRILLARD, 1995, pp 92-93).

Sob essa ótica, considera que na sociedade contemporânea tanto o *valor econômico* quanto o *valor simbólico* são transformados em *valor signo*. Nesse processo, o *símbolo* é reduzido somente à sua mera aparência.

De um lado e doutro, valor de troca econômico e valor simbólico perdem seu estatuto próprio e tornam-se satélites do valor/signo. [...] o valor simbólico converte-se em função estética, isto é, não representa mais do que um adorno por de trás da operação do signo... (BAUDRILLARD, 1995, p 117).

A partir da abordagem de Baudrillard (1995), compreendemos que o processo de *redução semiológica* significa a própria *reificação* do objeto simbólico. Este que outrora representava um valor e era carregado de sentido para um determinado grupo social, agora perde a sua profundidade e se reduz a uma imagem, ou como diz Baudrillard (1995, p.54), torna-se intransitivo (não mais transitivo) e, desse modo, autônomo.

É a partir do momento (teoricamente isolável) em que a troca deixa de ser puramente transitiva, em que o objeto (o material da troca) se imediatiza, enquanto tal, que ele se reifica enquanto signo. Em vez de se abolir na relação que funda, e desse modo tomar o seu valor simbólico (como no presente), o objeto torna-se autônomo, intransitivo, opaco, e passa a significar, pelo mesmo fato, a abolição da relação. O objeto-signo já não é aquele significante movediço da falha entre dois seres; é a relação reificada (como noutra plano, a mercadoria é força de trabalho reificada).

Ao trazermos esse enfoque para a nossa discussão, percebemos em algumas cidades no contexto contemporâneo brasileiro, a predominância dos *signos* sobre os *símbolos*. Os símbolos tradicionais – as praças que constituem centros cívicos e espaços de sociabilidade, bem como as catedrais e as sedes das principais instituições - são desprezados e substituídos por *signos*. Estes são, recorrentemente, tanto imagens e ícones publicitários, quanto novos edifícios de autoria de arquitetos renomados internacionalmente (a denominada *arquitetura de grife*), os quais abrigam museus e centros culturais e evidenciam a apropriação da cultura e da história enquanto produtos.<sup>2</sup>

Em proximidade com Debord (1997), Baudrillard (1995) também aponta para a omissão do mundo real pela imagem, ponto de convergência com a nossa discussão acerca de um espaço que se transforma em imagem/*signo*. Em sua visão, a imagem é evocadora. Todavia, cria um vazio, pois não passa de aparência. Ela oferece para, depois, decepcionar. É preciso, então, segundo ele, compreender a sua função de omissão da realidade, função de frustração.

---

<sup>2</sup> Aqui, fornecemos o exemplo da cidade de Niterói no Estado do Rio de Janeiro, onde, por um lado , o centro histórico da cidade foi desprezado no âmbito das políticas urbanas dos últimos anos e, por outro, foi projetado e parcialmente edificado um novo centro cívico - o *Caminho Niemeyer* – com obras do arquiteto Oscar Niemeyer, tais como um museu, um teatro popular, uma catedral católica, uma igreja batista e uma estação hidroviária. Nesse sentido, enquanto o governo municipal procura construir uma nova imagem mercadológica para a cidade, cujo signo é o *Caminho Niemeyer*, com a finalidade de atrair o turismo nacional e internacional e novos investimentos econômicos, os antigos espaços centrais da cidade, como são os casos do Jardim São João e da Praça da República, encontram-se ameaçados do ponto de vista físico e simbólico.

Aqui, mais uma vez, encontramos uma aproximação com a nossa abordagem, na medida em que consideramos que, hoje, os espaços são produzidos e ofertados apenas enquanto imagem/aparência desprovidos do sentido de historicidade e de suas singularidades culturais.

Assim como Debord (1997) e Baudrillard (1995, 2004) nos fornecem fundamentos para uma compreensão mais ampla da sociedade contemporânea, através de seu enfoque sobre o pós-modernismo, Fredric Jameson (1997) nos possibilita perceber o papel central da cultura nesse contexto, bem como as novas tendências de produção da arquitetura e da cidade.

Com base nas formulações do economista Mandel (1978 apud JAMESON, 1997) que em sua obra *O Capitalismo tardio* expõe os rumos do atual terceiro estágio do capitalismo, Jameson (1997) considera que este momento é marcado pela expansão global da forma mercadoria.

Pautado na visão marxista, Jameson (1997) afirma que o desenvolvimento tecnológico é um resultado do capitalismo e não uma instância determinante em si mesma. Nesse sentido, indica que é possível distinguir estágios da revolução tecnológica no interior do capitalismo e destaca a contribuição de Mandel (1978 apud JAMESON, 1997, p.61) ao definir três rupturas na evolução do maquinário no capitalismo:

[...] a produção de motores a vapor a partir de 1848; a produção de motores elétricos e de combustão a partir dos anos 90 do século XIX; a produção de motores eletrônicos e nucleares a partir dos anos 40 do século XX [...]

Tal periodização fundamenta a tese central de Mandel (1978 apud JAMESON, 1997) de que houve três momentos no capitalismo, a saber: o capitalismo de mercado; o estágio do monopólio ou do imperialismo e o atual, denominado capitalismo tardio ou multinacional ou de consumo.

Para Jameson (1997, pp.22-23), não há uma ruptura, mas uma continuidade entre o capitalismo tardio e o estágio que o precedeu. Dentre as suas características, destacam-se:

[...] a nova divisão internacional do trabalho, a nova dinâmica vertiginosa de transações bancárias internacionais e das bolsas de valores [...], novas formas de inter-relacionamento das mídias [...], computadores e automação, a fuga da produção para áreas desenvolvidas do Terceiro Mundo, ao lado das consequências sociais mais conhecidas, incluindo a crise do trabalho tradicional, a emergência dos yuppies e a aristocratização em escala agora global.

Com base em Mandel (1978 apud JAMESON, 1997), afirma que as pré-condições tecnológicas para o capitalismo tardio já estavam dadas no final da Segunda Guerra Mundial, a qual também teve o efeito de reorganizar as relações internacionais, acelerar a descolonização e lançar os alicerces para a emergência de um novo sistema econômico mundial. Entretanto, no âmbito cultural, as pré-condições se encontraram nas transformações sociais e psicológicas dos anos 1960.

Em sua visão, a cultura não pode mais ser entendida enquanto uma expressão autônoma de uma organização social, mas como a própria lógica do sistema capitalista. Fundamentado no esquema tripartite de Mandel (1978 apud JAMESON,

1997), adota uma periodização dos estágios culturais, respectivamente, correspondente àquela dos momentos do capitalismo, a saber: o realismo, o modernismo e o pós-modernismo.

Para Jameson, o que distingue o pós-modernismo das fases anteriores é o fato de que as esferas econômica e cultural se encontram intimamente relacionadas. Todavia, ressalta que, ao considerar o pós-modernismo como a dominante cultural desse terceiro estágio do capital, não quer dizer que exista uma homogeneidade cultural do campo social, e sim que, apesar da coexistência de forças heterogêneas e resistentes, estas são dominadas e anuladas por aquela.

Nesse sentido, Jameson (1997, p.74) reafirma a sua visão sobre o pós-modernismo, não como um estilo, mas enquanto a dominante cultural e a própria lógica do capitalismo tardio. Para ele, nesse contexto, ocorre uma explosão da esfera da cultura

[...] até o ponto em que tudo em nossa vida social – do poder econômico e do poder do Estado às práticas e à própria estrutura da psique – pode ser considerado como cultural, em um sentido original que não foi, até agora, teorizado. Essa proposição, no entanto, é totalmente consistente com o diagnóstico anterior de uma sociedade da imagem ou do simulacro, e da transformação do 'real' em uma série de pseudoeventos.

E é justamente o seu entendimento sobre a posição central da cultura no sistema econômico e a concepção desta como um produto, que constitui o ponto de maior convergência com a nossa abordagem sobre uma *reificação* do espaço. Se para Jameson (1997, p.30), a lógica do capitalismo tardio é cultural e a cultura é mais um produto, a arquitetura e a cidade não poderiam escapar desse processo mercadológico de produção. Como nos diz: “a produção estética hoje está integrada à produção de mercadorias”.

É nessa perspectiva que o autor examina os elementos constitutivos do pós-modernismo, dos quais destacamos os que se relacionam mais diretamente com a nossa discussão, a saber: o surgimento de um novo tipo de matiz emocional básico; uma falta de profundidade do espaço e um enfraquecimento da historicidade.

No que se refere ao primeiro elemento constitutivo – o surgimento de um novo tipo de sentimento básico -, Jameson considera que este costuma ser dominado por uma *euforia*. Em nosso entendimento tal *euforia* corresponde a um novo *modo de ser* dominante na atual sociedade, mais superficial e imediatista, típico da sociedade de consumo e que se traduz, nas palavras de Jameson (1997, p 14), como “uma prodigiosa alegria diante da nova ordem, uma corrida às compras”.

Com relação ao segundo elemento constitutivo - uma falta de profundidade ou um “achatamento” do espaço -, o autor destaca que este não é meramente metafórico, mas ao contrário, se evidencia na cultura da imagem, destacadamente, na produção arquitetônica e da cidade. E como modo de explicar tal tendência, contrapõe a produção arquitetônica moderna à pós-moderna: enquanto na primeira se visava uma transformação utópica do mundo através da arquitetura, na segunda, não há uma preocupação com os conteúdos, mas estes “[...] são somente outras imagens” (JAMESON, 1997, p.13).

Além disso, em sua visão, no pós-modernismo, a alienação do sujeito, característica do estágio cultural anterior (o altomodernismo), é substituída pela sua fragmentação, o que suscita um dos temas mais em voga na contemporaneidade: o da *morte do sujeito*. Para ele, o fim do sujeito determina o fim de muitas outras coisas e, dentre estas, o fim do estilo pessoal na produção cultural. No que tange à

arquitetura, considera que o desaparecimento do sujeito individual e a sua consequência formal, a crescente inviabilidade de um estilo pessoal, conduz à prática quase universal do *pastiche* – “a imitação de estilos mortos, a fala através de todas as máscaras estocadas no museu imaginário de uma cultura que agora se tornou global.” Acrescenta ainda que essa situação conduz ao que os historiadores da arte denominam de *historicismo* – “a canibalização aleatória de todos os estilos do passado, o jogo aleatório de alusões estilísticas e, de modo geral, aquilo que Lefebvre chamou de primazia crescente do ‘neo’ ” (JAMESON, 1997, p.45).

Contudo, ressalta que essa onipresença do *pastiche* é também compatível com “[...] esse apetite, historicamente original, dos consumidores por um mundo transformado em mera imagem de si próprio, por pseudo-eventos e por espetáculos (o termo utilizado pelos situacionistas)”. É para esses objetos que, segundo ele, “devemos reservar a concepção de Platão do ‘simulacro’, a cópia idêntica de algo cujo original jamais existiu” (JAMESON, 1997, p.45).

É nesse ponto de sua abordagem que percebemos uma congruência com a nossa discussão sobre uma *reificação* do espaço, isto é, a sua perda de profundidade, ou ainda, como nos apontou Debord (1997) e Baudrillard (1995), a sua transformação em imagem. Para Jameson (1997, p.45):

[...] a cultura do simulacro entrou em circulação em uma sociedade em que o valor de troca se generalizou a tal ponto que mesmo a lembrança do valor de uso se apagou, uma sociedade em que, segundo observou Guy Debord, em uma frase memorável, ‘a imagem se tornou a forma final da reificação.

Acrescenta ainda que a lógica do *simulacro*, com a sua transformação da realidade em imagens, não só reproduz a lógica do capitalismo tardio, mas a reforça e a intensifica. Em sua visão o *simulacro* é uma forma cultural de vício da imagem que, ao transformar o passado em uma miragem visual ou em estereótipos, abole qualquer sentido de tempo e de um projeto coletivo.

No que se refere à produção arquitetônica pós-moderna, Jameson (1997) aponta para o papel preponderante da fotografia e a transformação da arquitetura em imagem. Na mesma linha de pensamento de Baudrillard (1995), aborda a crise do *símbolo* e a transformação de documentos históricos em *antiguidades* ou peças de decoração *yuppie*. Tal discussão se relaciona diretamente com a nossa abordagem sobre uma *reificação* do espaço que, de *símbolo* de uma história e de uma cultura, se reduz a *signo*, imagem e objeto de consumo.

Para ele, essa nova lógica espacial tem um efeito significativo sobre a nova concepção de tempo e, em proximidade com Debord (1997), considera que a sociedade atual é privada de toda a historicidade. Ressalta, porém, que não se trata de uma indiferença quanto à história, e sim de uma nova concepção - o *historicismo*. Trata-se, pois, de “uma impressionante fixação com a imagem fotográfica, a qual é um sintoma tangível de um historicismo onipresente, onívoro e bastante próximo ao libidinal” (JAMESON, 1997, p.45).

A esse respeito, fornece o exemplo dos denominados *filmes de nostalgia* (ou *la mode rétro* como chamam os franceses), os quais não enfrentam a questão da *representação* do conteúdo histórico, mas abordam o passado através de uma conotação estilística. E acrescenta que hoje, por um lado, há uma incapacidade de se produzirem representações da experiência corrente e, por outro, se manifesta uma tendência de buscar a História através de *imagens pop* e dos *simulacros*. Para

ele, o sujeito perdeu a capacidade de se organizar no tempo e a produção cultural nada mais é do que “um amontoado de fragmentos” (JAMESON, 1997, p.52).

Como exemplo de uma produção arquitetônica pós-moderna, a qual traduz as novas concepções de tempo e de espaço, Jameson (1997, p.139) aponta para a casa de Frank Gehry na Califórnia. Ao analisar a parte antiga da casa, nos diz que esta foi apenas *citada*, esvaziada de vida concreta, transformada em uma imagem e apropriada como uma Disneylândia. Acrescenta que nessa casa

[...] é a realidade presente que foi transformada em simulacro pelo processo de envolvimento, ou citação, e tornou-se, desse modo, não histórica, mas historicista – uma alusão a um presente excluído de história real que poderia muito bem ser também um passado removido de história real.

Para ele, essa parte da casa se relaciona a outros fenômenos não só do campo da arquitetura, mas também da teoria e da arte pós-moderna – “[...] a transformação da imagem em simulacro, o historicismo como substituto da história, a citação, enclaves na esfera cultural, e assim por diante” (JAMESON, 1997, p.139).

Ao comparar a produção cultural do altomodernismo (estágio cultural precedente) com a do pós-modernismo nos diz que: enquanto no primeiro caso foi estabelecida a distância entre os seus autores (considerados gênios) e os seus leitores, no segundo momento, a produção cultural torna-se aberta a todos. Tal mudança, por sua vez, acarreta um problema, pois o que antes era uma obra passa a ser um texto ou uma citação aleatória. Com isso, Jameson (1997) aponta para uma transformação no modo de produção da cultura – antes, havia uma separação entre o autor e o leitor e, agora, há uma generalização da produção cultural, ou seja, esta adquire um caráter popular.

Sob essa ótica afirma que, dentre as manifestações culturais da contemporaneidade, é na arquitetura que se percebem as modificações mais claras em termos práticos e teóricos. Ao contrapor novamente o modernismo ao pós-modernismo, ressalta que no primeiro havia uma nítida fronteira entre a alta cultura e a cultura de massa, enquanto no segundo movimento, ocorre o apagamento desta.

Não obstante os distintos enfoques dos autores examinados, compreendemos que, sob o viés da *reificação*, todos apontam para uma nova concepção dominante de realidade, na qual prepondera a aparência, a imagem ou a superfície. Nesse sentido, consideramos que o mais importante é perceber que, seja sob a perspectiva de uma inversão da realidade, de um processo de *redução semiológica*, ou ainda, de uma perda de profundidade do espaço e de um enfraquecimento do sentido de história, tais pensadores contribuem para a nossa teorização sobre uma *reificação* do espaço e a concepção da cultura e da história como objetos de consumo. Além disso, a partir desse aporte teórico, reforçamos a compreensão de que uma análise crítica sobre a produção do espaço na contemporaneidade é indissociável do exame do fenômeno de *reificação*, entendido enquanto a extensão e a intensificação do domínio da mercadoria a todas as esferas da vida.

### **Agradecimento**

Ao Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), pelo apoio e incentivo.

## **Referências**

BAUDRIALLARD, J. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Ed. 70, 2007.

\_\_\_\_\_. **O sistema de objetos**. São Paulo: Perspectiva, 2004.

\_\_\_\_\_. **Para uma crítica da economia política do signo**. Lisboa: Ed. 70, 1995.

BENJAMIN, W. **Charles Baudelaire: um lírico no auge do capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

\_\_\_\_\_. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

\_\_\_\_\_. **Passagens**; edição alemã de Rolf Tiedemann; organização da edição brasileira Willi Bolle; colaboração na organização da edição brasileira Olgária Chain Féres Matos. Belo Horizonte: Editora UFMG; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2006.

BERMAN, M. **Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade**. São Paulo: Companhia das Letras, 1986.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FONTENELLE, I. **O nome da marca: McDonald's, fetichismo e cultura descartável**. São Paulo: Boitempo, 2002.

GARCIA CANCLINI, N. **Imaginários urbanos**. Buenos Aires: Eudeba/Universidad de Buenos Aires, 1999.

GUELMAN, R. P. L. S. **A Reificação do Patrimônio: a reapropriação de sítios históricos reconhecidos como patrimônio na lógica da indústria cultural**. Rio de Janeiro, 2009. Tese de doutorado em Planejamento Urbano e Regional. Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ.

GUERRA, I. Planejamento estratégico das cidades: organização do espaço e ação coletiva. **Cidades**, Lisboa, n. 1, dez. 2000.

HABERMAS, J. **O discurso filosófico da modernidade**. Lisboa: Dom Quixote, 1990.

\_\_\_\_\_. Modernidade: um projeto inacabado. In: ARANTES, Otília Beatriz Fiori; ARANTES, Paulo Eduardo. **Um ponto cego no projeto moderno de Jürgen Habermas: arquitetura e dimensão estética depois das vanguardas e duas conferências de Jürgen Habermas**. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1992.

HARDT, M.; NEGRI, A. **Império**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

HARVEY, D. **A condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural.** São Paulo: Loyola, 2000.

HORKHEIMER, M.; ADORNO, T. W. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos.** Rio de Janeiro: J. Zahar, 1985.

JAMESON, F. **A cultura do dinheiro: ensaios sobre a globalização.** Petrópolis: Vozes, 2001.

\_\_\_\_\_. **Espaço e imagem: teorias do pós-moderno e outros ensaios.** Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

\_\_\_\_\_. **Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio.** São Paulo: Ática, 1997.

JENCKS, C. **What is post-modernism?** Chichester: Academy Editions, 1996.

KLEIN, N. **Sem logo: a tirania das marcas em um planeta vendido.** Rio de Janeiro: Record, 2003.

KUMAR, K. **Da sociedade pós-industrial à pós-moderna: novas teorias sobre o mundo contemporâneo.** Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

LEFEBVRE, H. **Lógica formal, lógica dialética.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1975.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas.** São Paulo: Companhia das letras, 1989.

LUKÁCS, G. **História e consciência de classe: estudos sobre a dialética marxista.** São Paulo: Martins Fontes, 2003.

LYOTARD, J.F. **A condição pós-moderna.** Rio de Janeiro: J. Olympio, 2004.

MARX, K. **O capital: crítica da economia política.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1998. Livro I, v.1.

MUMFORD, L. **A cidade na história, suas origens, transformações e perspectivas.** São Paulo: Martins Fontes, 1991.

PEIXOTO, N. **Paisagens Urbanas.** São Paulo: Editora SENAC, 1996.

ROUANET, S. P. **A razão nômade.** Rio de Janeiro: UFRJ, 1993.

SANTOS, M. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção.** São Paulo: Edusp, 2004.

SARTRE, J.P. **Questão de método**. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1972.

SASSEN, S. **As cidades na economia mundial**. São Paulo: Studio Nobel, 1998.

SIMMEL, G. **A metrópole e a vida mental**. In: VELHO, Gilberto (Org). *O fenômeno urbano*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1976.

SOUZA, J.; ÖELZE B., (orgs.). **Simmel e a modernidade**. Brasília, DF: UnB, 2005.

NESBITT, K. (org.). **Uma nova agenda para a arquitetura: antologia teórica 1965-1995**. São Paulo: COSAC & NAIFY, 1995.

VAINER, C. B. **Pátria, empresa e mercadoria: notas sobre a estratégia discursiva do Planejamento Estratégico Urbano**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

VENTURELLI, S. **Arte: espaço, tempo, imagem**. Brasília: UnB, 2004.

VENTURI, R.; SCOTT, D. B.; IZENOUR, S. **Aprendendo com Las Vegas**. São Paulo: COSAC & NAIFY, 2003.

WERTHEIM, M. **Uma história do espaço de Dante à Internet**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2001.

ZUKIN, S. Aprendendo com Disney World. **Espaço & Debates**, São Paulo. p. 43-44, já./dez. 1981.