

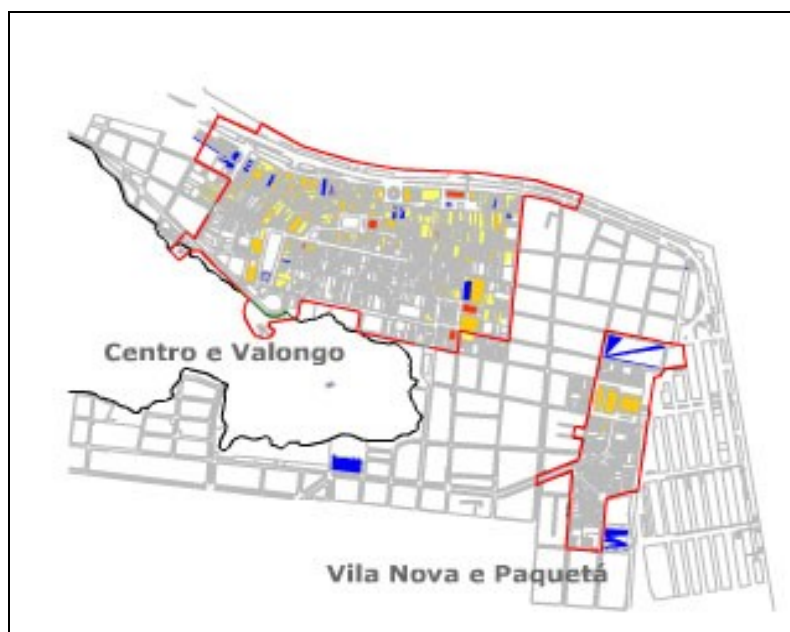
O PROCESSO DE REVALORIZAÇÃO DO CENTRO HISTÓRICO DE SANTOS (SP): As contradições do programa Alegra Centro.

Paula Dagnone Malavski[\[1\]](#)

Introdução

O Alegra Centro é uma lei complementar municipal santista (470/2003), um produto de uma estratégia do poder público municipal santista, em complementação ao Plano Diretor do Município de 1998, vigente até o presente momento, e à lei no. 53 de 15 de maio de 1992 que inseriu na legislação de Uso e Ocupação do Solo de Santos, a criação das Zonas Especiais de Interesse Social (ZEIS) no centro histórico da cidade, a fim de incentivar empreendimentos imobiliários e turísticos que denotassem de algum tipo de interesse social[\[2\]](#).

Área de abrangência do Programa Alegra Centro



fonte: www.alegracentro.com.br <site visitado em: 25/01/2009>.

Esta lei é definida como um programa de revitalização urbana do centro histórico de Santos, onde se encontra um grande acervo do patrimônio histórico-arquitetônico da cidade, indicando que estas ações de intervenção propiciariam à área uma nova *vida*, como se esta não existisse, mas nesta área habitam diversas famílias, muitas de baixa

renda, que reproduzem o espaço através de um cotidiano permanentemente, e assim pode-se concluir que se trata de um programa de renovação urbana ideológica específica, pois, visa a retomada do desenvolvimento socioeconômico do Centro, através de fomento à preservação do Patrimônio Histórico.

Este programa prevê uma renovação urbana com implantação de edifícios inteligentes (edifícios dotados de infra-estrutura de alta tecnologia), nos bairros do Valongo e Paquetá, e requalificação urbana com solução habitacional na Vila Nova.

A expansão destas ações do poder público municipal santista, através do Alegria Centro, relacionadas com a preservação do seu patrimônio cultural e artístico, e também o desenvolvimento de atividades turísticas, tornou-se prioritárias a partir deste Plano Diretor Municipal de 1998. Dentro destas ações, desenvolvem-se os planos de ações integradas, destacando-se o desenvolvimento turístico e a integração Porto/Município.

As normas de uso e ocupação do solo, a partir de então, criaram categorias distintas pra classificar e ordenar o uso do solo santista, destacando-se a criação dos Corredores de Proteção Cultural (CPC), que correspondem às áreas de interesse cultural com acervos de imóveis que serão alvo de proteção, ampliando o incentivo à recuperação e preservação do conjunto existente, e a criação dos Corredores de Desenvolvimento de Renovação Urbana (CDRU) que correspondem à áreas públicas ou privadas, as quais se pretendem incentivar o maior adensamento destes imóveis.

Assim, este termo revalorização urbana, é mais apropriado para este estudo, pois, estas ações reforçam o sentido econômico. Segundo Yázigi (2005), nos países periféricos as intervenções urbanísticas e paisagísticas tendem à uma valorização econômica para a área sem considerar ou valorizar a importância cognitiva e simbólica do patrimônio para a população local e, no pior dos casos, podem levar à expulsão desta, a qual habita estes conjuntos arquitetônicos gerando um processo de *gentrificação* [3]. Nestes casos, estas intervenções urbanas e o patrimônio abrangido, tendem, geralmente, à uma adaptação da área, como um “cenário”, para as atividades de turismo e de lazer, não representando para a população um sentimento cívico e nem a imagem da cidade através deste patrimônio material.

Estas ações do poder público municipal santista se enquadram na perspectiva de reprodução do capital a partir de interesses de determinados setores econômicos, dentre eles, o setor de serviços, de comércio, turismo, logística portuária e imobiliária, sendo, portanto, uma tentativa de fazer retornar estes agentes ao centro histórico santista, aonde ainda é possível a reprodutibilidade do capital, tratando-se, enfim, de um processo de

revalorização urbana.

Neste artigo pretende-se analisar, enfim, as ações de revalorização urbana santista através da aplicação do programa “Alegra Centro”, como um programa ideológico da municipalidade santista, seus direcionamentos e primeiros resultados.

O centro histórico santista, a municipalidade (o Alegra Centro), o patrimônio e as atividades turísticas: o possível conflito entre “vencedores” e “perdedores” do programa Alegra Centro.

A cidade é um processo cumulativo relativamente contínuo: acumulação de conhecimentos, de técnicas, de coisas, de pessoas, de riqueza, de dinheiro e de capital. É espaço entre várias lógicas, as quais se confrontam e, às vezes, se chocam, mas a ordem suprema de todo o processo é a ordem da mercadoria, a organização da produção para o consumo (LEFEBVRE, 2005). Mas não se pode desconsiderar ou melhor, subestimar, a ordem do Estado, neste caso a municipalidade santista (as políticas de planejamento do território e o urbanismo), a do cotidiano, a produção do espaço pela materialidade e ações de quem ali habita, o povo santista, mas contudo é pertinente reforçar que todos estes ainda obedecem à lógica da mais-valia[4].

O espaço produzido dentro da cidade não é homogêneo, é complexo e dinâmico, sendo o espaço urbano onde pode atrair para si tudo o que povoa as imediações: coisas, obras, pessoas. Em geral os lugares de lazer, de festa, de saber, de transmissão oral ou escrita, fazem parte de uma centralidade. O centro urbano desempenha um papel importante, e cada vez mais importante no modo de produção capitalista, não sendo apenas uma superestrutura sem relação com as forças produtivas e o modo de produção, mas sim por comportar as estruturas de decisão, centros de poder, ou seja, pontos onde concentram maciçamente os elementos da riqueza e do poder.

Pensar o espaço urbano santista, na tentativa de compreender sua essência e dinâmica, o seu centro histórico e seu patrimônio, leva a pensá-los, também, dentro do processo de mundialização[5] espacial, o qual vem se realizando de forma a produzir novas dinâmicas espaciais em diversos níveis, desde o nacional até o local, onde há uma nova racionalidade de apropriação do espaço, este sendo tomado como uma mercadoria (dentro da lógica global da mercadoria) e incorporado no circuito da produção (da produção ao consumo). Dando ao espaço urbano, portanto, uma nova dinâmica,

passando de espaços de uso à espaços de troca, reforçando a dinâmica direcionada para o consumo do espaço em contradição à produção espacial.

A heterogeneização espacial em escala global, característica e necessidade para a reprodução do capital neste processo de mundialização, também atuante no processo de transformação do espaço urbano é uma ordem distante[6], através das mudanças do setor produtivo, do crescimento do setor de serviços e dos avanços da ciência e da informática. Esta ordem distante propicia ao capital, com ajuda da intervenção estatal em uma escala local, como uma ordem próxima[7], a apropriação de diferentes espaços de forma muita intensa e aparentemente homogeneizante materialmente, reafirmando a apropriação do espaço como mercadoria.

Nota-se que os espaços urbanos antes vazios ou abandonados cada vez mais são apropriados pela atividade turística, de lazer, de comércio, de logística portuária que transformam suas materialidades espaciais, com uma aparente tendência à homogeneização estética e arquitetônica, à nível global, de forma reprodutiva e repetitiva, produzindo simulacros[8] espaciais, como simulação de espaços novos, visuais, seguros, vigiados, normatizados, privados ou inacessíveis, novos espaços abstratos[9] presos ao mundo das imagens, destruindo o espaço da sociabilidade e proximidade cotidiana.

As ações do poder público municipal santista são a representação do Estado, em nível municipal, como vontade destes agentes políticos, os quais detêm este poder e têm uma estratégia política, e como representação, pois, estes homens de Estado, possuem uma concepção política ideologicamente justificada no espaço. Estes agentes políticos dispõem de instrumentos ideológicos, sob lógica de classe (a política do espaço e a segregação sócio-espacial), e científicos, em especial o urbanismo (LEFEBVRE, 2005), como instrumento e técnica que deve modificar a distribuição dos rendimentos, trazer os agentes catalisadores de investimentos no local.

O patrimônio histórico e cultural santista é a essência e a razão para o desenvolvimento do programa Alegria Centro, e dentro desta perspectiva, inicialmente, pretende-se discutir, brevemente, o que vem a ser um patrimônio histórico, arquitetônico e cultural [10]. Este patrimônio histórico e arquitetônico presente em centros históricos urbanos é compreendido, segundo CASTILHO & VARGAS (2006), como referencial simbólico da cidade, eleito para a localização de diversas instituições públicas e religiosas, um lugar de valorização do passado da população, além de seu uso cívico e de exercício de cidadania da população.

O Alegria Centro faz do patrimônio ambiental urbano santista [11], o patrimônio e

seu entorno, alvo das atividades de turismo e de lazer, muito característico dos projetos de intervenção urbana em centros e cidades históricas no Brasil após os anos 70. Estes programas, através do poder público em parceria com o capital privado, criaram leis e normas de uso do solo urbano para readequar os centros históricos e seus patrimônios para o desenvolvimento destas atividades, dentro da perspectiva da preservação voltada para o mercado. Segundo Leite, a participação do setor privado no gerenciamento das políticas de patrimônio é transformar um “bem simbólico” em “mercadoria cultural”, pois, estes programas, e neste caso também o Alegria Centro, implica formas de interação baseadas no consumo pressupondo alternativas de preservação a partir das necessidades do mercado.

Estas ações de intervenção urbana nos espaços públicos são justificadas pelo interesse social segundo o Estado, como ações capazes de melhorar a imagem da cidade, perpetuar a sua história, promover a reutilização destes edifícios para atividades comerciais e turísticas, otimizar o uso da infra-estrutura existente no entorno dos imóveis, dinamizar o comércio, atrair investimentos para a atração de turistas, usuários e novos moradores, gerar novos postos de trabalhos e propiciar a melhoria da qualidade de vida da população, mas estes bens patrimoniais, assim como os monumentos dentro desta perspectiva, em geral, autoritária para os casos brasileiros, onde a participação popular é mínima ou nula, estas ações de intervenção urbana pelo poder público são essencialmente repressivos e visam dinamizar a vida econômica deste local através das atividades turística e de comércio turismo, e dificilmente são aplicadas para a melhoria da população local.

Estes programas, assim como o Alegria Centro, também devem ser analisados como programas de *city marketing*, de melhoria da imagem da cidade, por realçar os aspectos mercadológicos do patrimônio, o qual altera o sentido público e político dos cidadãos neste espaço urbano, ao tomar estes como consumidores, atualizando os nexos entre cultura de consumo e produção de mercadorias (LEITE, 2004). Assim, a melhoria da imagem urbana do centro histórico santista, originada da visão que entende a cultura na perspectiva dos resultados econômicos e a cidade como empresa, prevê a concentração de escritórios de empresas e corporações reforçando a imagem do centro, como espaço central e nobre da cidade.

As ruas do centro histórico santista, após o abandono dos imóveis devido ao declínio das atividades cafeeiras relacionadas ao porto, perderam seu papel de encontro para ser lugar de passagem de pedestres, pessoas que passavam pelo centro para fazer

compras e/ou para usufruírem dos serviços públicos, assuntos relacionados à prefeitura, alfândega etc. O objetivo do Alegria Centro é reorganizar as ruas abrangidas em uma rede organizada pelo e para o consumo, podendo, a velocidade dos pedestres ser determinada e marcada pelo tempo suficiente de olhar as vitrines, de comprar os objetos expostos, reforçando o “tempo da mercadoria” (LEFEBVRE, 2005), pois o objetivo é reforçar o caráter comercial do centro histórico através de um aumento e sofisticação do comércio já existente e também criar uma rede de comércio elitista.

Neste contexto, os quarteirões e as ruas abrangidos pelo programa Alegria Centro não devem ser avaliados simplesmente como lugar de passagem, comércio, lazeres, mas como lugar dos encontros possíveis (cafés, teatros, cinemas etc) controlados pelo tempo da mercadoria. Estas atividades comerciais privilegiadas pelas ações do programa, animam a rua e são favorecidos por sua animação da população ou então não existem.

O programa Música na “XV”



O programa “Música na XV” é a promoção de shows e eventos culturais na rua XV de Novembro todas sextas-feiras.

As mesas e cadeiras são oferecidas pelos bares locais, mas é obrigatório uma consumação mínima para utilizá-los.

Fonte: Paula Dagnone Malavski - 30/11/2007

Estas ruas abrangidas, com a implantação de diversos comércios e atividades, as quais sugerem o programa, podem através de suas vitrines e exposição de objetos à venda vir mostrar como a lógica da mercadoria é acompanhada de uma contemplação

passiva. O acúmulo de objetos acompanhada do acúmulo do capital através dos investimentos locais é a *colonização* do espaço urbano, que se efetua na rua pela imagem, pela publicidade, pelo espetáculo dos objetos, os quais são tornados símbolos (LEFEBVRE, 2005). Esta observação contemplativa, a renovação urbana das ruas do centro histórico santista são um atrativo para os consumidores e também para os novos investidores potenciais.

O turismo como uma atividade social e econômica, produto da sociedade moderna, capitalista, industrial[12] e também elitista[13], é capaz de gerar novos fluxos de pessoas para o centro histórico santista, no sentido de produzir um novo “pólo” ou reafirmar um “pólo” já existente, como o Museu da Bolsa do Café e a rua XV de Novembro, orientados pelo uso turístico e comercial, através do desenvolvimento da informação e do marketing. A atividade turística, como um dos focos do desenvolvimento econômico do centro histórico santista, dentro do processo de revalorização deste pela municipalidade consiste em utilizar alguns exemplares do patrimônio histórico e arquitetônico como âncoras culturais para a atração de turistas ao centro.

A priorização destas atividades, turísticas e de lazer no centro histórico santista através do programa Alegria Centro, podem reduzir o acesso e o uso do patrimônio à sua população local, pois estarão ligados à uma elite econômica, pessoas dotadas de capital cultural [14] e turistas. Sendo estes os únicos capazes de usufruir do patrimônio e das atividades culturais no centro histórico esta área passará por um processo de *gentrificação* diferente, ou seja, um processo de *gentrificação* cultural, uma ocupação geográfica e cultural da elite em substituição a um uso cultural que era popular, no mesmo lugar (YÁZIGI, 2005: 86). Neste caso, o centro histórico santista e o seu patrimônio tenderá à uma adaptação, transformado-se em um “cenário” para atividades turísticas e culturais. Esta “adaptação” transfigurar-se-à em uma fronteira simbólica para a população ali presente, configurando-se em profundas mudanças que influenciarão, ou extinguirão, as práticas sócio-espaciais ali existentes, assim como poderá gerar diversos conflitos entre seus habitantes, pois, para estas pessoas este espaço se reproduz enquanto lugar onde se desenrola suas vidas em todas as dimensões, e as ações do programa em nenhum momento menciona, conformes suas diretrizes e normas, as ações destinadas à esta população local.

O patrimônio ambiental urbano santista, além de uma “sede” de uma instituição pública, é também lugar onde a vida coletiva (social) pode conceber-se e imaginar-se. Os monumentos projetam uma concepção de mundo, de Cosmos, no terreno, enquanto a

cidade projetava e ainda projeta no patrimônio a vida social (o mundo). Estes monumentos proclamam o poder, o saber, a alegria e a esperança. Eles são uma representação da dimensão simbólica, que se refere às ideologias e instituições presentes ou passadas (LEFEBVRE, 2005). Não existem espaços urbanos sem “símbolos” produzidos pelo cotidiano, pois, este “viver” se revela enquanto constituição de uma multiplicidade de relações sociais como prática espacial que está na base do processo de constituição de identidade com o lugar. Esta população atingida pelo Alegria Centro possui suas próprias imagens sobre o espaço do centro e seu patrimônio, construção da identidade da própria cidade, as quais são capturadas e percebidas, ou não, diferentemente pelos diversos agentes sociais, o Estado e a população.

As normas e diretrizes do programa Alegria Centro são uma estratégia ideológica da municipalidade santista, as quais pretendem capturar esse imaginário social afim de canalizá-lo em outras direções e criações de novas imagens, como a reconstrução da imagem do centro histórico, antes degradado, agora *revitalizado*, *reabilitado*, etc. Mas a captura deste imaginário coletivo poderá ser inviável visto que, nem tudo poderá ser capturado, pois, a municipalidade poderá impor novos usos espaciais (turístico e o comercial, por exemplo), conteúdos muito diferenciados da prática social vivida pelo cotidiano, mas o imaginário coletivo e o cotidiano destas pessoas criarão notáveis adaptações e usos não desejados pela municipalidade. Estes novos usos e adaptações, esta subversão de uso esperado pela municipalidade, de maneira prática e simbólica do espaço, segundo Rogério Proença Leite podem revelar mais que uma insatisfação ou rejeição de resultados previstos pelas intervenções urbanas e sim sugerir que certos setores da população tendem a desenvolver formas próprias de interagir com o espaço e com o patrimônio, seja de forma afetiva ou racional, independentes daqueles usos oficiais esperados.

Segundo Henri Lefebvre, mesmo o cotidiano mais irrisório retém um vestígio de grandeza e de poesia espontânea, exceto, talvez, quando não passa de aplicação da publicidade e encarnação do mundo da mercadoria, a troca abolindo o uso. Assim os conflitos na cidade existem entre as lógicas e as estratégias de todos seus agentes envolvidos: as lógicas do espaço submetidas às exigências do crescimento, do urbanismo, do espaço político e da população local por moradia, por exemplo. É o choque entre as lógicas privadas e o públicas. Este choque entre o público e o privado no caso do Alegria Centro ocorre entre municipalidade santista e a população pobre, esta a qual habita criticamente muitos destes imóveis do centro histórico santista, bairros do Paquetá

e da Vila Nova, apontando para um processo de *gentrificação* diferenciada, como o caso do Pelourinho em Salvador[15] onde a população local foi substituída por lojas, restaurantes, centros culturais e escritórios públicos.

Os cortiços e o comércio local no bairro do Paquetá



Fonte: Paula Dagnone Malavski – 14/03/2008.

Considerações finais

As ações do Alegria Centro, assim como as outras ações locais, como o Plano de Desenvolvimento e Zoneamento do porto de Santos, por exemplo, como principais vetores da retomada do desenvolvimento socioeconômico do centro histórico santista, apresentam alguns aspectos positivos em seu desenvolvimento, pois, há algumas ações pontuais que merecem destaque, por exemplo: a retomada do projeto de construção das avenidas perimetrais e a construção do “Mergulhão” (passagem subterrânea para caminhões ligando as duas margens do canal do porto).

Ambos projetos são uma reorganização do sistema viário e ferroviário, paralelos aos terminais do porto (margem direita do canal), desenvolvidos pela Companhia das

Docas do Estado de São Paulo e financiados pelo governo federal, estadual, municipal e iniciativa privada. Estas ações como medidas que visam aliviar o intenso tráfego de caminhões da região central e seu entorno conseqüentemente ajudarão na preservação dos prédios históricos, pois, as estruturas físicas dos edifícios apresentam, em geral, diversos problemas causados pelo intenso tráfego de caminhões, além da poluição sonora e visual da área.

As ações da municipalidade santista voltadas para o desenvolvimento cultural e patrimonial da cidade promoveram a criação da Fundação Arquivo e Memória de Santos, em 1995, órgão municipal responsável pela gestão, restauro e armazenamento dos arquivos públicos documentais e iconográficos da Prefeitura de Santos. Esta desenvolve trabalhos relativos à salvaguarda, a preservação e a disseminação desse patrimônio, órgão este também responsável pelo restauro e manutenção de parte do patrimônio edificado da cidade, como o Outeiro de Santa Catarina (marco oficial da fundação da Vila de Santos) e da Casa da Frontaria Azulejada (importante edifício histórico comercial do centro histórico santista).

Porém cabe questionar a finalidade e o destino de muitos outros representantes do patrimônio histórico e arquitetônico restaurados da cidade, pois, muitos destes equipamentos culturais instalados são destinados à uma elite econômica e de capital cultural, assim como para os turistas, porque o programa incentiva a criação de galerias de arte, museus, escolas de artes, equipamentos culturais com acesso restrito, e também a expansão e sofisticação do comércio existente no núcleo inicial do programa (bares, restaurantes e outros serviços comerciais em prédios históricos comprados, restaurados e alugados pela prefeitura em parceria com a iniciativa privada), o qual pode revelar, durante os trabalhos de campo realizados entre setembro e dezembro de 2007, que são freqüentados por funcionários dos escritórios da área, servidores públicos e turistas, sendo os preços das refeições, cafés, em geral, caros em relação à outros em edifícios comuns mais distantes do perímetro inicial do programa [16].

Outro aspecto negativo das ações do Alegria Centro é o seu caráter autoritário, o qual demonstra pouco dialogar com os interesses dos proprietários desta área, pois, estas ações têm gerado conflitos, entre os proprietários dos imóveis particulares e a municipalidade. Muitos destes edifícios, tombados pelo poder público municipal santista estão degradados e não há interesse para restauração segundo seus proprietários porque os custos para restauração são altos, e mesmo porque estes prédios são usados, atualmente, para estacionamentos ou armazéns de contêineres como atividades

lucrativas para seus proprietários. Um exemplo é o casarão do Valongo, futura sede do Museu rei Pelé, que após ter sido sede da prefeitura no início do século XX e um hotel depois, foi abandonado por décadas e em meio de disputas judiciais sobre sua posse, em 1985, após seu tombamento pelo Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Turístico (CONDEPHAAT), órgão estadual responsável pelos tombamentos no Estado de São Paulo, acredita-se que este foi incendiado propositalmente por sua proprietária, pois, esta teria interesse em utilizar o terreno para abrigar contêineres, sendo esta atividade mais lucrativa e menos dispendiosa que a recuperação do edifício.

O Alegria Centro apresenta também algumas medidas diferentes e conflitantes de outras *commandes* (encomendas) dos moradores do centro histórico. Tendo estas ações privilegiado os agentes dos setores comercial, turístico, logística portuária e imobiliário, o programa não apresenta enfaticamente em seu plano, medidas relacionadas com a questão da moradia para a humilde e numerosa população local, pois, as ações do programa, sobre habitação, são citadas de maneira superficial e sem um prazo definido[17]. Assim, o aspecto mais preocupante do programa Alegria Centro é a possibilidade que esta área passe por um processo de expulsão de sua população local pelas atividades comerciais e turísticas, como ocorreu em outros centros históricos brasileiros que também foram alvos de renovação urbana, como, por exemplo, as ações de renovação urbana do Pelourinho, onde a população pobre ocupava precariamente os casarões históricos da capital baiana foram deslocadas ou expulsas para a periferia e favelas da cidade, enquanto estes casarões foram transformados em comércios, bares e restaurantes para incentivar e promover as atividades turísticas na cidade.

Referências bibliográficas

ALVES, G. Cidade, como te ver? Dissertação de mestrado. São Paulo: Universidade de São Paulo, 1992. p.18-23.

_____. São Paulo: uma cidade global. In: Carlos, A. & CARRERAS, C. (Org.). Urbanização e Mundialização: estudos sobre a metrópole. São Paulo: Editora Contexto, 2005.

ARAÚJO FILHO, J. Santos, o porto do café. Rio de Janeiro: Fundação IBGE, 1969.

BARBOSA, M; CERQUEIRA, R; DIAS, N. Santos na formação do Brasil: 500 anos de

história. Santos: Prefeitura Municipal de Santos, Secretaria Municipal de Cultura de Santos, Fundação Arquivo e Memória de Santos, 2000.

BORDIEU, P. A Economia das Trocas Simbólicas. São Paulo: Editora Perspectiva, 1974. p. 293-316.

CARLOS, A. O consumo do espaço. In: CARLOS, A. (Org.) Novos caminhos da geografia. São Paulo: Contexto, 1999, p. 173-186.

_____. A produção do não-lugar. In: CARLOS, A. O lugar no/do mundo. São Paulo: HUCITEC, 1996, Cap. 7.

_____. A reprodução da cidade como “negócio”. In: Carlos, A. & CARRERAS, C. (Org.). Urbanização e Mundialização: estudos sobre a metrópole. São Paulo: Editora Contexto, 2005.

CARDOSO, J. Patrimônio Ambiental Urbano e Requalificação: Contradições no Planejamento do Núcleo Histórico de Santos. Tese de Doutorado (Geografia Humana). São Paulo: Universidade de São Paulo, 2007.

CARRERAS, C. Da cidade industrial à cidade dos consumidores: reflexões teóricas à debater. In: Carlos, A. & CARRERAS, C. (Org.). Urbanização e Mundialização: estudos sobre a metrópole. São Paulo: Editora Contexto, 2005.

CARRIÇO, J. Legislação urbanística e segregação nos municípios centrais da Região Metropolitana da Baixada Santista. Dissertação de Mestrado (Faculdade de Arquitetura e Urbanismo). São Paulo: Universidade de São Paulo, 2002.

CHOAY, F. A alegoria do patrimônio; tradução de Luciano Vieira Machado. 3^a ed. – São Paulo: Estação Liberdade: Unesp, 2006. p. 95-232.

CRUZ, R. Geografias do turismo – de lugares a pseudo-lugares. São Paulo: Ed. Roca, 2007.

DAMIANI, A. O lugar e a produção do cotidiano. In: CARLOS, A. Novos caminhos da geografia. São Paulo: Contexto, 1999, p. 161-172.

FLORES, D. Transformações urbanas em Santos: o porto e o centro. Dissertação de Mestrado (Faculdade de Arquitetura e Urbanismo). São Paulo: Universidade de São Paulo, 2006.

LEFEBVRE, H. A revolução urbana. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2004.

LEITE, R. Contra-usos da cidade: lugares e espaço público na experiência urbana

contemporânea. Campinas: Editora da UNICAMP; Aracaju: Editora UFS, 2004. Cap. 1 e 2.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTOS. PLANO DIRETOR MUNICIPAL. Santos, 1998.

ROBIRA, R. Áreas metropolitanas: espaços colonizados. In: Carlos, A. & CARRERAS, C. (Org.). Urbanização e Mundialização: estudos sobre a metrópole. São Paulo: Editora Contexto, 2005.

RIGOL, S. A *Gentrification*: conceito e método. In: Carlos, A. & CARRERAS, C. (Org.). Urbanização e Mundialização: estudos sobre a metrópole. São Paulo: Editora Contexto, 2005.

VARGAS, H. & CASTILHO, A. (Org). Intervenções em Centros Urbanos: objetivos estratégias e resultados. Barueri: Manole, 2006.

YÁZIGI, E. A Conceitualização de Patrimônio Ambiental Urbano em Países Emergentes. Geionova – Revista do Departamento de Geografia e Planejamento Regional. Número 12. Lisboa: 2006.

_____. Funções culturais da metrópole: metodologia sobre requalificação urbana do centro de São Paulo. In: Carlos, A. & CARRERAS, C. (Org.). Urbanização e Mundialização: estudos sobre a metrópole. São Paulo: Editora Contexto, 2005.

Sites Visitados.

Plano Diretor de Santos. <http://www.portodesantos.com/pdz/PDZPS2006.PDF>, site visitado em 28/11/2007.

Prefeitura Municipal de Santos. <http://santos.sp.gov.br>, site visitado em 25/10/2007.

Associação Viva Santos. <http://vivasantos.com.br>, site visitado em 27/02/2008.

Notas

[1] Mestranda do Programa de Geografia Humana pela Universidade de São Paulo, Brasil.

[2] Plano Diretor da cidade de Santos (1998)

[3] O conceito *gentrificação* significa uma substituição social, um reinvestimento econômico na área abrangida, e, em geral, uma mudança de significado e imagem das áreas centrais e de centros históricos. Enfim, são mudanças morfológicas e sociais nestas áreas, após processos de recuperação e restauração do conjunto arquitetônico e melhorias na infra-estrutura urbana.

[4] Mais-valia: é a diferença entre o valor produzido pela força de trabalho, pelo operariado, e o custo de sua manutenção, sendo portanto, um saldo sempre positivo para o capitalista.

[5] Processo de extensão e aprofundamento da formação social capitalista, termo geralmente mais utilizado para ressaltar também a intensificação das trocas culturais, simbólicas, além das trocas comerciais.

[6] Segundo LEFEBVRE, H. (2005): “Heterotopias (ordem distante) o outro lugar e o lugar do outro, ao mesmo tempo excluído e imbricado”.

[7] Segundo LEFEBVRE, H. (2005): “Isotopias (ordem próxima) lugares do mesmo, mesmo lugares. São as partes comparáveis do espaço que se expressam e se lêem (nos planos, nos percursos, nas imagens, mais ou menos elaboradas pelos “sujeitos”) de modo que se possa aproximá-las. Por exemplo, há uma notável isotopia dos espaços produzidos pelo racionalismo de Estado: grandes linhas retas, avenidas largas, vazios, perspectivas amplas, ocupação do solo tabula rasado precedente, sem observar os direitos e interesses dos “de baixo”.

[8] Segundo Ana Fani Alessandri Carlos: a idéia de simulacro é a formação de um não-lugar em relação dialética com o lugar, produto das relações humanas, entre homem e natureza, tecido por relações sociais no plano do vivido. Para Rita de Cássia Ariza da Cruz os simulacros, definidos por pseudolugares são constituídos por pseudo-objetos, estes compreendidos por Jean Baudrillard, como cópias, esteriótipos, etc.

Portanto a compreensão deste simulacro, ou pseudolugar se dá pela vida que o anima e sua relação tecida com o espaço envolvido.

[9] Segundo Henry Lefebvre: “o capitalismo e o neocapitalismo produzem abstrato que conduziu ao “mundo da mercadoria”, suas “lógicas” e suas estratégias à escala mundial, e ao mesmo tempo que a potência do dinheiro e daquela do Estado político”.

[10] A definição de patrimônio material pode se dar como: artefatos materiais capazes de garantir a identidade desenvolvida através de duração e memória de uma comunidade, ou mesmo nação. CHOAY, F. “Alegoria do patrimônio”.

[11] Segundo Eduardo Yázig: “o patrimônio ambiental urbano se constitui de conjuntos arquitetônicos, espaços urbanísticos, equipamentos públicos e elementos naturais intra-urbanos, regulados por relações sociais, econômicas e culturais. In: “A Conceitualização de Patrimônio Ambiental Urbano em Países Emergentes”.

[12] A atividade turística e de lazer, como atividade social e econômica organizada, só podem ser compreendidas como tal a partir da criação do tempo livre, extra-laboral, em oposição ao tempo de trabalho. O tempo livre, como direito trabalhista conquistado, é também um tempo de consumo, cooptado estrategicamente pelo capitalismo, onde o trabalhador consome atividades ligadas ao setor de prestação de serviços.

[13] Ver BOYER, M. “História do turismo de massa”. Cap. 2.

[14] Segundo Pierre Bordieu: “... o legado de bens culturais acumulados e transmitidos pelas gerações anteriores, pertencem *realmente* (embora seja *formalmente* oferecido à todos) aos que detêm os meios para dele se apropriarem, quer dizer, que os bens culturais enquanto bens simbólicos só podem ser apreendidos e possuídos como tais (ao lado das satisfações simbólicas que acompanham tal posse) por aqueles que detêm o código que permitem decifrá-los. Em outros termos, a apropriação destes bens supõe a posse prévia dos instrumentos de apropriação”. In BORDIEU, P. A Economia das trocas simbólicas.

[15] Sobre o processo de intervenção urbana do Pelourinho, ver: NOBRE, E. Intervenções

urbanas em Salvador: turismo e “gentrificação” no processo de renovação urbana do Pelourinho. Belo Horizonte: Anpur, 2003. WIPFLI, M. Intervenções urbanas em centros históricos: estudo de caso da Cidade de Salvador. Dissertação de Mestrado (Faculdade de Arquitetura e Urbanismo). São Paulo: Universidade de São Paulo, 2001.

[16] Por exemplo, um almoço nos restaurantes, estilo “self-service”, para uma pessoa, no entorno da rua XV de Novembro e rua do comércio, durante as pesquisas de campo realizadas, custaram em média R\$ 18,00.

[17] No site oficial do programa, dentre os seus objetivos, eles citam que ações visam requalificação urbana com soluções habitacionais na Vila Nova, mas não em outros bairros.