

Gentrificação como procedimento global

Gentrification as global procedure

Catarina Patrício (0000-0002-1904-2775), FCT post-doc fellow at CIC.Digital, Portugal.
 catarinapatricioleitao14@gmail.com

Resumo - Ainda que encarado com suspeição, a gentrificação tornou-se um procedimento inescapável, modelando a geografia urbana das cidades sob a égide do capitalismo. Os bairros gentrificados, se tomarmos por verdadeiro o diagnóstico feito por diversos analistas do Social, tornam-se zonas de clivagem, porquanto a renovação não se dá apenas nos edifícios e áreas adjacentes, mas porque supõe a renovação de toda uma geografia humana. Esta divisão entre propriedade privada (os edifícios) e o espaço público (o lá fora a que se chama bairro), é nitidamente uma questão antiga. Contudo, e isso sim é novo, o processo de gentrificação parece ser cada vez mais suscitado pelo uso das tecnologias da informação – assente particularmente no desenvolvimento do estilo airbnb. Daqui sobrevivem várias consequências. Este capítulo procurará pensar as novas associações compreendidas no espaço urbano, avaliando como a gentrificação se tem constituído um procedimento global.

Palavras-chave - Gentrificação, capitalismo, ambiente tematizado, airbnb, turismo, Teoria Ator-Rede

Abstract - Although viewed with suspicion, gentrification has become an inescapable procedure, modelling the urban geography under the aegis of capitalism. If we take the diagnosis made by various analysts of the Social as true, gentrified neighbourhoods, have become zones of cleavage because renovation not only implies buildings and adjacent areas, but also entails the renewal of a whole human geography. This division between private property (the buildings) and public space (the spaces outside that constitute a neighbourhood) is clearly an old issue. However, and this is new, the process of gentrification seems increasingly to be aroused by the use of information technologies - relying particularly on the development of the “airbnb style”. Several consequences have ensued. This chapter seeks to think the new associations comprised in the urban space, evaluating how gentrification has become a global procedure.

Keywords - Gentrification, capitalism, themed environments, airbnb, tourism, Actor-Network Theory

La Cité, si je ne m'abusee mon sens de citoyen, reconstruit un lieu abstrait, supérieur, nulle part situé, iciséjour pour l'homme. Mallarmé, 1895

INTRODUÇÃO

Depois de estabilizada a grande crise financeira de 2007 e 2008, agilizam-se agora as trocas, adensa-se a circulação de turistas e florescem serviços que formam novas experiências da cidade. Retornam os investimentos no sector imobiliário que, mesmo depois da crise dos *subprimes*, volta a prometer. Assim se têm reabilitado bairros inteiros. A estrutura física da cidade mantém-se mais ou menos inalterada – encontramos as mesmas praças, as mesmas avenidas e arruamentos, os mesmos edifícios – ainda que a cidade se tenha expandido subterraneamente, com os parques de estacionamento, ou para as alturas, com os arranha-céus. Mas agudiza-se a pressão sobre o espaço – entre novos e antigos habitantes, entre a propriedade privada e o uso público do espaço, entre o individual e o comunitário. Contudo, e isso sim é novo, a experiência da cidade vem a ser crescentemente mediada por dispositivos técnicos, e o processo de gentrificação parece cada vez mais ser suscitado pelo uso da chamada *web 2.0* – assente particularmente no desenvolvimento do estilo *airbnb*.

O termo *gentrificação*¹ serve ainda para descrever a dinâmica: os bairros gentrificados², se tomarmos por verdadeiro o diagnóstico feito por diversos analistas do *Social*, tornam-se zonas de clivagem porquanto a renovação não se dá apenas nos edifícios e áreas adjacentes, mas porque supõe a renovação de toda uma geografia humana. Fenómeno total e cíclico, trata-se de um processo de reabilitação em manchas históricas e bairros centrais em cidades cosmopolitas que, por algum motivo, se haviam convertido em zonas de renda acessível. É a procura que os *atualiza* (*upgrade*); é a atualização que motiva a procura, encarecendo os custos da renda à mercearia, forçando por fim o deslocamento das comunidades até então aí residentes, motivando um debate nitidamente antigo, fundado na divisão entre a propriedade privada (os edifícios) e o espaço público (o *lá fora* a que se chama bairro). Aliás, na etimologia da palavra percebe-se como estão em causa os seminais regimes de propriedade: a palavra inglesa *gentry*, que grafa *gentrificação*, deriva por sua vez da palavra francesa *genterie* que designa o proprietário sem título de nobreza. Ainda que encarado com suspeição, a gentrificação tornar-se-ia um procedimento inescapável à modelação das geografias urbanas de cidades sob a égide do capitalismo. Este capítulo procurará pensar as associações aqui compreendidas, avaliando como a gentrificação se tem constituído como um procedimento global.

¹ A gentrificação não é aqui tratada como caso de estudo, o que suporia desde logo uma métrica. Há antes uma tentativa de trabalhar enquanto conceito – “sintagmático”, “conectivo” e “vicinal”. Já os termos *airbnb* e turista surgem como figuras – “paradigmáticas”, “projetivas” e “referenciais”. Para mais consulte-se Gilles Deleuze e Félix Guattari *What Is Philosophy?* (1991).

² Introduzido pela socióloga Ruth Glass, quando em 1964 relatou a nobilitação do bairro de Islington em Londres. Veja-se a passagem: “One by one, many of the working class quarters of London have been invaded by the middle classes – upper and lower. Shabby, modest mews and cottages – two rooms up and two down – have been taken over, when their leases have expired, and have become elegant, expensive residences. Larger Victorian houses, downgraded in an earlier or recent periods - which were used as lodging houses or were otherwise in multiple occupation – have been upgraded once again [...]. Once this process of “gentrification” starts in a district, it goes on rapidly until all or most of the original working class occupiers are displaced, and the whole social character of the district is changed.” (Glass, 1964: xviii-xix).

A rede serve para pensar

Sistematizada e organizada por dispositivos técnicos, a cidade não se livrou do desejo humano de querer cartografar o mundo. Daí que uma reavaliação do processo de gentrificação implique, necessariamente, um exercício ancorado à reticularidade que o espaço contemporâneo desenha. Enquanto trama que se sobrepõe ao espaço físico, a rede permite a expansão total das construções que organizam e modelam as cidades, prometendo agora uma eficiência agregada entre equipamentos, máquinas, processos e indivíduos. É neste contexto que a gentrificação se tem manifestado, cada vez mais, como um procedimento³ global, estimulada pelo surgimento de novos atores, tematizada por novas plataformas, e ativada por novos meios de circulação de indivíduos. Daí que para entendê-la seja necessário um exercício que *desenrede* atores, humanos e não humanos, em *redes de mediação*.

A rede é aquilo que agrega, e serve simultaneamente como metodologia de acesso ao que está a ser feito. Será, por isso, uma *grelha de inteligibilidade*⁴ e constitui-se enquanto tal duplamente: quer como uma espécie de “malha analítica” que *dispõe* uma metodologia para apreensão das estruturas, quer enquanto máquina que lança práticas, constituindo e organizando sujeitos – o que será tratado na secção seguinte. Mas até lá, *a rede serve para pensar*. Um objeto de estudo acede também ao plano definido pelas exigências metodológicas quando se submete a esta espécie de inquirição ontológica.

Consideramos ser essa a recomendação da Teoria do Ator-Rede (Actor-Network Theory, e acrónimo ANT) proposta por Bruno Latour em *Reagregando o Social* (2005). Num mundo global, como assevera, “já não é possível precisar os ingredientes que entram na composição do domínio social” (Latour, 2005: 18). Aí, a sociologia enquanto ciência do social colapsa. São muito duras as críticas de Latour à sociologia, estranhando como esta disciplina, que surge um século depois da revolução industrial, tenha desconfiado tanto dos objetos. O social, como diz, torna-se “uma palavra inapropriada”, incapaz de dar conta do enredamento do espaço e, a existir, é apenas passível de ser detetado nos movimentos de uma associação. O social deve então ser entendido enquanto movimento particular de reassociações e reagregações (Latour, 2005: 25). Está em causa toda uma refundação das ciências sociais; daí a sua pertinência num quadro metodológico. A rede faz-se com as associações, e sobre as associações. Nela, todas as entidades podem ser atores ou actantes: da mais elementar folha de cálculo ao mais sofisticado software. Rege toda esta metodologia de reagregação de associações uma relação mais imediata e potente com o domínio da informação. Latour recupera desta forma a linha de

³ Um procedimento implica uma ação ou conjunto de ações: é um processo. Considerar a gentrificação um fenómeno implica uma fenomenologia, um caminho que aqui não nos interessa seguir.

⁴ Dizem Dreyfus e Rabinow do dispositivo de Foucault, e que aqui tomamos por útil. Cf. Michel Foucault: *Beyond Structuralism and Hermeneutics* (1982).

pensamento de Gabriel Tarde que tomava o Social como um princípio de conexões, i.e., como uma espécie de fluido circulante e não como um tipo específico de organismo. Com a emergência das tecnologias da informação, dadas as novas práticas e experiências instaladas pela mediação, esta ideia evidencia-se necessária. Substitua-se então “sociedade” por “coletivo” (Latour, 2005: 112), justamente porque o coletivo se apresenta enquanto projeto agregador de várias entidades – não só atores humanos como também máquinas de todo o género. Os objetos agem⁵: as panelas fervem água, as facas cortam carne (Latour, 2005: 108). Assim se exprime uma das mais decisivas asserções da ANT para a compreensão dos processos contemporâneos. Aliás, na senda de Latour, mas também de Whitehead e de Simondon, está em curso uma Ontologia Orientada aos Objectos (OOO), um contemporâneo movimento metafísico que integra várias linhas de pensamento a convergir numa crítica geral ao antropocentrismo. Para Levi Bryant, membro deste movimento, a pertinência da ANT manifesta-se na forma como as linhas de força explicam o social, e não o inverso (Bryant, 2014: 190).

Tudo se joga no desenredar das linhas do dispositivo. Assim se desvelam as máquinas atuantes. No fundo, e sintetizando, *“qualquer coisa que modifique uma situação fazendo diferença, é um ator ou, caso ainda não tenha figuração, um actante”* (Latour, 2005: 108) – será a natureza da associação que os caracteriza. Com a ANT, torna-se inteligível a viragem relacional da tecnologia contemporânea, a qual suscitou a emergência de plataformas como o *airbnb* que, enquanto ator, *concretiza virtualidades* (Latour, 2005: 216). Retenha-se então como o social é composto por atores humanos e não-humanos. Sempre existiram conexões entre equipamentos e indivíduos: o lavrador sempre calejou as mãos na enxada. Mas, a rede problematiza esta relação justamente porque a mediação estabelecida é física e *rastreável*. *Satélites, redes de fibra ótica, calculadores e fluxos de dados são o equipamento material que sublinha os vínculos* (Latour, 2005: 261). Esta aparelhagem, que regista e transmite, possibilita uma cartografia das associações, já que transforma em *traço* a forma como se estabeleceu uma ligação. A rede, enquanto base de conformação espacial, faz-se então pelo *“traço deixado por um agente em movimento”* (Latour, 2005: 194), quer seja ele sujeito ou objeto. Chegou o tempo de apreender objetos ou máquinas como atores. Só assim se poderão entender as novas recomposições na paisagem das associações do Social.

Novos atores e novos fluxos: novas recomposições da paisagem

Vindos de uma teorização da rede, em que os indivíduos, máquinas humanas e não humanas, são descritos como estações numa rede de comunicações, pretende-se agora rever algumas das novas associações que constituem o social, pensando os

⁵ Será mais operativo o uso do termo máquina, já que um objeto parece supor que há sempre um sujeito por detrás do seu funcionamento. Ora o presente paradigma tecnológico dá a ver como máquinas operam (e geram) novas máquinas. Para mais consulte-se Levi Bryant (2015) *Onto-Cartography: An Ontology of Machines and Media*. Edinburgh University Press.

fluxos que aí se instalam. Em 2008 nasce uma nova forma de gerir o espaço, o *airbnb*. É pela gestão do espaço, no que tem de medialógico, que se produz território, veja-se como o *airbnb* engendrou a maior cadeia hoteleira do mundo à conta da propriedade privada (de outros), sem custos adicionais de energia⁶. Trata-se de um *motor de busca* que medeia a ligação entre a procura e a divulgação e reserva de apartamentos, geralmente consumada em regime de curta duração, com unidades situadas em bairros gentrificados ou em vias de gentrificação. A partir do seu âmago, a cidade torna-se assim o sítio *fetiché* do albergue, fazendo coabitar passageiros em trânsito com residentes em permanência⁷. Esta espécie de *appificação* do espaço urbano não é uma prática exclusiva do *airbnb*. Surgem outros serviços como a *Uber* ou *Carsharing*⁸, projeta-se o *Google Car*, os quais irão produzir espaço a partir da sua libertação, com os automóveis sempre em circulação ganha-se o lugar do estacionamento. Serão pois novas produções de espaço, e implicarão desterritorializações.

Appifica-se o espaço real “*urbanizando o tempo real*”, como em 1995 o notara Paul Virilio:

“A Revolução dos transportes de massa do século XIX, revolução das transmissões no século XX, uma mutação comutação que afectam ao mesmo tempo o espaço público, o espaço doméstico, ao ponto de nos deixar na incerteza quanto à sua própria realidade, dado que à urbanização do espaço real sucedem, neste momento, as primícias de uma urbanização do tempo real com as tecnologias da tele-acção [...]” (Virilio, 1995: 32)

Com efeito, agora no século XXI, transportes e comunicações parecem fundir-se. Nesta coalescência entre elementos desenvolvem-se serviços laterais como a *UberRUSH*, para os serviços postais, a *UberFRESH*, para as compras de supermercado e a *UberEATS*, para as entregas de refeições, tudo ao domicílio. Fala-se já numa “*uberificação da economia*”⁹ – que será uma *invenção do quotidiano*, revisitando-se aqui Michel de Certeau, sem dúvida alguma assente na sua computadorização. Vem à luz a *Internet das Coisas* (*Internet of Things* e o acrónimo IoT), sistema que interliga, no limite, todos os dispositivos com todo o universo das coisas, entidades humanas e não humanas, máquinas, animais, ferramentas, e que enfim, imbrica tudo o que é

⁶ É Carlo Ratti, arquiteto e diretor do MIT Senseablecitylab, quem o diz em entrevista ao El País: “El lado positivo de Airbnbes que ha forjado la mayor cadena hotelera del mundo sin costes adicionales de energía. Piense en ello: crear una capacidad equivalente requeriría una cantidad enorme de recursos. También ofrece una forma más agradable de conocer una ciudad porque trata con la gente. Pero su cara negativa es el sobreuso de la aplicación, que aumenta precios y vacía los centros urbanos de población local. Crea tensiones dentro de los edificios y en los vecindarios. Algo hay que hacer para controlar eso.” Ver em: https://retina.elpais.com/retina/2017/09/14/tendencias/1505391616_437429.html).

⁷ Tendo em vista o alívio da pressão sobre a habitação, em 2015 o governo britânico introduziu restrições ao aluguer no regime *airbnb*. Contudo, o Município de Londres diz que esta medida ainda não teve o impacto esperado. Parece haver margem para escapar. Ver: <http://www.wired.co.uk/article/airbnb-growth-london-housing-data-insideairbnb>.

⁸ Um serviço que não é absolutamente novo, e que já existia antes da web 2.0. Em Zurich, a *Selbstfahrergenossenschaft* opera desde meados do século XX.

⁹ Ver artigo em: <https://medium.com/@betobetico/the-uberification-of-the-economy-8bced6e70664>.

passível de ser convertido em informação. Eis a revolução do século, a concretização dessa rede idealmente única, dependente apenas de que as coisas se apresentem etiquetadas com o código RFID (ou *arphid*):

“The point of installing these monitors is that they can communicate information about the *arphids* to one another. [...] They become bosses, guards, co-ordinators. Add these monitors into the mix-active hubs of *arphid* data, repeaters, relayers, linked to a global network – and you have created an INTERNET OF THINGS.” (Sterling, 2005: 91)

Dada a IoT, a relação entre humanos e objetos torna-se imediata e contínua: “I no longer hunt anxiously for my missing shoes in the morning. I just Google them” (Sterling, 2005: 94). Um projeto promissor, o dessa fluidez entre humanos e objetos, mas que não se livra do *fetichismo da mercadoria* da produção capitalista, porque torna acessível, em zeros e uns, “a forma fantasmagórica de uma relação entre coisas” (Marx, 1867: 113). Cada vez mais disponíveis, há uma espécie de prontidão geral dos objetos, *uma mobilização infinita* (Sloterdijk, 1989) para o consumo. A IoT intensifica então uma espécie de recrutamento universal. E tudo o que existe pode ser vendido, até uma ideia. Posto isto, voltemos ao *airbnb*. A rede, os *media*, são a sua condição de possibilidade.

Não se encontra o espaço, é sempre necessário construí-lo, lembre-se Gaston Bachelard inferindo como a relação mediada na *airbnb* reterritorializa ativamente o espaço. E vai desenhá-lo irremediavelmente a partir da figura do turista, sobrepondo-se ao existente, mas com novas roupagens, uma *outra cidade genérica*, problematize-se assim o conhecido conceito de Rem Koolhaas e Bruce Mau. Incapazes de resistir a estes novos “enunciados” e aos “regimes de luz”¹⁰ que são irradiados no dispositivo *airbnb*, bairros inteiros vão sendo gentrificados. Reorganiza-se o espaço urbano por meio de experiências *planetárias* suscitadas pelas tecnologias da informação, as quais impelem tematizações do espaço pela *figura* do turista, como se verá mais à frente. Estão em causa fluxos; são eles que, na sua confluência, conduzem a uma gentrificação à escala global, um procedimento que se afigura intravável e inescapável, produto do capitalismo na sua fase mais especulativa. Em *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalisation* (1996) Appadurai traça uma re-teorização do espaço global, interconectando os *media* com as migrações e com as transações, retendo daí sinais *diacríticos* da contemporaneidade. O paradigma “centro-periferia” vai ficando ultrapassado e a *nova economia cultural global* é percebida à luz de um complexo emaranhado de fluxos (Appadurai: 1996, 32), ainda que estes sejam de ordem disjuntiva, dado que a *rede* não recobre heterogeneamente a superfície do mundo. Eis então as cinco correntes que engendram a paisagem cultural contemporânea: (1) as *ethnoscapes*, (2) as *technoscapes*, (3) as *financescapes*, (4) as *mediascapes* e, por último, (5) as *ideoscapes*, correntes que no seu conjunto – e é essa a proposta

¹⁰ Cf. Deleuze (1989) “O que é um Dispositivo?” In *O Mistério de Ariana*, Lisboa, Nova Vega: 83-96.

deste capítulo – orientam a gentrificação enquanto procedimento global. Por (1) *ethnoscape*, Appadurai procura definir a paisagem humana definida pelas correntes migratórias. São migrantes, turistas, novos nômadas, são fluxos em que a mobilidade se constitui como traço identitário do grupo

“Mobility is increasingly central to the identities of many young people, to those who are members of diasporas and to relatively wealthy retired people who can live on the move or spend much time in their cottage or holiday flat.” (Urry e Larsen, 2011: 30)

mas, para lá da mobilidade, uma *ethnoscape* desenha-se também quando grupos étnicos são “construídos” enquanto “atração” (turística) de certos lugares (Appadurai, 1996: 73), hoje o folclore significa isso mesmo. Estes indivíduos *em movimento* produzem e distribuem conteúdos, graças à (2) *technoscape*, isto é, graças à conformação global do uso da tecnologia, quer nos transportes quer nas comunicações. Entrevê-se nesta equação a democratização do acesso à viagem, desde os primeiros cruzeiros aos mais recentes fenómenos *low-cost*, mas também a ascensão da *internet* e o seu impacto na economia política do turismo, particularmente com a Web 2.0 (Urry e Larson: 2011, 56), a qual agiliza a usabilidade do sistema com a inovação do *software as service*, como o *airbnb* ou com o serviço *Yelp*, que mapeia “afetivamente” o espaço urbano através de um sistema participado de *ratings*. A *tecnoscape* corresponde então à supressão das distâncias, na aceleração da viagem, na comunicação instantânea ou na miniaturização, mas também àquilo a que Sloterdijk chamou de “regras para o parque humano”, i. e., as possibilidades do homem se fazer a si próprio, as chamadas *antropotécnicas*: da escrita à manipulação genética. Segue-se a (3) *financescape*, que compreende o fluxo único do capitalismo global; o *capitalismo tardio*, para usar aqui o termo de Fredric Jameson, e que assinala a continuidade em relação ao regime que o antecedeu, em vez de procurar “a quebra, ruptura ou mutação, com que o termo *sociedade pós-industrial* o procurou designar” (Jameson, 1991: 36), e que se caracteriza a partir da

“[...] new international division of labor, a vertiginous new dynamic in international banking and the stock exchanges [...], computers and automation, the flight of production to advanced Third World areas, along with all the more familiar social consequences, including the crisis of traditional labor, the emergence of yuppies, and gentrification on a now-global scale.” (Jameson, 1991: 36-37. Ênfase nossa)

Veja-se como, ainda em 1991, Fredric Jameson apontava para a gentrificação à escala global como uma das faces do capitalismo mais especulativo. Com efeito, é o capitalismo que põe em marcha todas estas *paisagens culturais*. Retorne-se ao espaço dos fluxos de Appadurai, para descobrirmos as (4) *mediascapes*, paisagens produzidas e mediadas pela televisão, cinema e publicidade, e que, ao guarnecer o mundo com infindáveis repertórios de imagens cuidadosamente trabalhadas, fermentam imagens no imaginário coletivo, progressivamente materializadas em ambientes tematizados:

“Tourist sites proliferate across the globe as tourism has become massively mediated, while everyday sites of activity get redesigned in ‘tourist’ mode, as with many themed environments.” (Urry e Larsen, 2011: 30. Ênfase nossa)

A “Conquista da Ubiquidade” (1928) imaginada por Paul Valéry, a seminal antevisão das empresas de “distribuição de Realidade Sensível ao domicílio”, apontava já para esta **mobilização para a experiência** por meio de um “sistema de excitações” (Valéry, 1928), adivinhando como

“Tal como a água, tal como o gás, tal como a corrente eléctrica vêm de longe até aos nossos lares responder às nossas necessidades mediante um esforço quase nulo, assim seremos alimentados por imagens visuais e auditivas, nascendo e esvaindo-se ao menor gesto, como que a um sinal”. (Valéry, 1928: 313)

Valéry compreende antes de tempo as condições para a existência de um mega-arquivo onde máquinas sensíveis (imagens visuais ou auditivas) vêm à frente, mas “[...] já não estarão somente nelas próprias, mas onde quer que alguém e um aparelho estejam” (Valéry, 1928: 313). Com efeito, e fruto de um sistema de excitações, há uma certa expectativa no turista porque antecipa imaginariamente o ambiente que vai encontrar (Urry e Larsen, 2011) “através de uma variedade de tecnologias não-turísticas, como filmes, TV, literatura, revistas, CDs, DVDs e vídeos, construindo e reforçando o olhar” (Urry e Larsen, 2011: 4). Uma certa eferescência cultural exsuda-se por máquinas de todo o tipo – dos postais de viagem mais enfadonhos¹¹, à forma como um motor de busca como a Google vai apresentando sugestões com uma precisão inquietante. Appadurai chama-lhe “a vida social das coisas”, porque a relação entre a troca e o valor é política:

“Economic exchange creates value. Value is embodied in commodities that are exchanged. Focusing on the things that are exchanged, rather than simply on the forms or functions of exchange, makes it possible to argue that what creates the link between exchange and value is politics, construed broadly. This argument [...] justifies the conceit that commodities, like persons, have social lives.” (Appadurai, 1986: 3)

Consubstancia-se aqui um sistema de excitações formado por objetos sensíveis, já coletivamente recebidos, onde as imagens e os imaginários são agora globalmente definidos (Appadurai, 1996: 31). Tudo pode ser arrolado, intercambiado e posto novamente em circulação. É pois sob este artifício que, depois de encenados e tematizados, os bairros gentrificados se convertem em valor-de-uso: são vendidos enquanto ideia. A plataforma *airbnb* até o reforça, porque pode fornecer hospedagem em zonas onde unidades hoteleiras têm pouca representação. Este movimento, entre a homogeneização e a heterogeneização cultural, i.e., do muito específico e particular ao absolutamente global, é próprio do capitalismo (Appadurai, 1996: 32).

¹¹ Veja-se a seleção de Martin Parr *Boring Postcards* editado pela Phaidon.

Em Lisboa, por exemplo, a requalificação do Bairro de Santos foi, por modelagem recíproca, suscitada pela sua tematização em *Design District*. O mesmo fenómeno repete-se no eixo Belém-Ajuda, com o *Museum District* de Lisboa inspirado no *Museumsquartier* de Viena, ou também em Alfama, renovada enquanto *Fado District*. Eis assim o “*espaço-mundo do capitalismo multinacional*” (Jameson, 1991), que faz de um bairro uma “mercadoria”, *fetishizada* na tematização.

Com o capitalismo por pano de fundo chegamos, por fim, às (5) *ideoscapes*, diretamente associadas às ideologias dos aparelhos de Estado, mas também, acrescente-se, às de megaempresas. São as *ideoscapes* que trabalham uma espécie de ideologia global chamando a si “elementos iluminados” de uma visão do mundo propondo, mas como um *slogan* que se repete até deixar de fazer sentido, divisas como a “liberdade”, o “welfare state”, os “direitos humanos” e o termo-chave “democracia” (Appadurai, 1996: 36). É neste ponto que o turismo se introduz no fluxo global das ideologias. Porque a *figura* (*Gestalt*) do turista trabalha uma espécie de **ideologia genérica** – o cidadão ideal. Na verdade, “esteve sempre em curso um trabalho para criar o homem em geral a partir dos seus atributos: ser “*cristão*”, “*uropeu*”, “*operário*”, explica Bragança de Miranda (2018: 235). Mas é agora a figura do turista que põe em marcha uma ideologia genérica, “esse fundo que Marx visa na sua definição de proletário como um universal negativo, ou Musil no seu romance acerca do ‘homem sem atributos’” (Miranda, 2018: 235). Complete-se esta premência da *figura* com Jünger, quando diz:

“Desde o momento em que a nossa experiência toma a forma de figuras, tudo se torna figura. A figura não é pois uma nova grandeza, que fosse necessário, para além das já conhecidas, descobrir; ao invés, o mundo, a partir de uma nova maneira de abrir os olhos, aparece como um palco de figuras e das relações entre elas”. (Jünger, 1932: 9)

Agimos e somos levados a ver e a sentir sob o encantamento das figuras (Jünger, 1932: 9). Porém a figura do turista não entra aqui como algo revolucionário, como esperaria Jünger da figura do trabalhador, ainda que, para qualquer destas figuras, seja a técnica o operador da transformação. A figura do turista, tomada de assalto pelo capitalismo através do fetichismo do estilo *airbnb*, entre outros, é a força que concretiza novas construções, e uma delas é a gentrificação. Tal acontece porque o turista é o alvo-móvel de produções imaginárias, o cidadão-ideal – eis aqui a ideologia genérica –, porquanto circula com o capital enfatizando a “*realidade cinética da Modernidade enquanto mobilização*” (Sloterdijk, 1989: 27).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A rede ofereceu uma ampla percepção sobre o existente: nela se descobre como o incessante movimento de autovalorização do capital capturou a cidade, enredando *media*, migrações e transações, a subsumirem-se num único *espaço de fluxos* (Castells, 1996: 407-409). Assim se vai realizando uma gentrificação à escala global,

suscitada em contínuo pelo uso das tecnologias da informação, muito particularmente no que têm de mais medial. Um dos mediadores desta planetarização da experiência tem sido a plataforma *airbnb* que, enquanto máquina estimulada pelo capitalismo na sua etapa mais especulativa, intensifica a procura e a atualização (*upgrade*) de bairros. O bairro gentrificado torna-se assim “mercadoria”, *fetishizado* como ambiente temático (Urry e Larsen, 2011), reordenando a cidade a partir da figura do turista. Trata-se de uma mobilização para a experiência, dissemo-lo antes, intensificada por meio de um *sistema de excitações* – as imagens e imaginários –, que propala uma ideologia genérica por meio da figura do turista. A “utopia” do capitalismo parece ser fazer de todos turistas, esse cidadão-ideal que circula com o capital. Sendo impossível, induzem-se desejos.

Uma potente disrupção sucede então quando a imaginação é capturada pelo capitalismo: “*The imagination is now central to all forms of agency, is itself a social fact, and is the key component of the new global order*” (Appadurai, 1996: 32). É a indução de um imaginário coletivo que vem determinar a emergência de novas paisagens, oscilando entre o carácter genérico e a tematização. Enfatize-se agora como a imaginação coletiva se tornou um campo organizável, compreendendo práticas sociais, formas de trabalho e de negociação entre agentes (Appadurai, 1996: 31), determinantes no “esquadrinhamento” de uma nova ordem global. É pois uma máquina, ou melhor, tornou-se num dispositivo composto por máquinas de maravilhamento ou de indução, e que atuam como condição de possibilidade do processo de globalização. Ainda assim, há alguma margem para a contestar e até subverter, tensionando o seu controlo. Se a gentrificação de primeira geração motivou trabalhos como *O Direito à Cidade* de Henri Lefebvre (1968), ou o ativismo de Jane Jacobs em *Morte e Vida das Grandes Cidades Americanas* (1961), os quais supunham o ativismo local, enredado que está o planeta na malha das redes, numa gentrificação de segunda geração antevêm-se linhas de fratura translocais e transnacionais.

Não se estranhem por isso os discursos neocomunistas de *Empire* (2000) de Michael Hardt e Antonio Negri, que encontram na globalização e na biopolítica pós-industrial as condições para resgatar esse discurso, enformando-a às intensidades decorrentes do capitalismo mais especulativo, isto é, que as precarizações geradas no capitalismo conduzem a novas formas de protesto, de trabalho e de resistência que o obstaculizam. Ainda que seja, como dissera alguns Žižek, *mais fácil imaginar o fim do mundo do que o fim do capitalismo*. Ainda que inescapável, se a questão da gentrificação faz soar uma espécie de alarme geral, é porque tende a instabilizar a gestão do *comum*, e essa é uma questão política. Os bairros não são enclaves privados mas zonas de intervenção dos Estados e das comunidades. Se não, acentuam-se as diferenças: uns ficam mais ricos e outros mais pobres.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Appadurai, Arjun ([1996] 2005), *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalisation*. Minneapolis, University of Minnesota Press.
- Appadurai, Arjun (1986), "Introduction: commodities and the politics of value" *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. New York, Cambridge University Press: 3-63.
- Bryant, Levi (2014), *Onto-Cartography: An Ontology of Machines and Media*. Edinburgh University Press.
- Castells, Manuel ([1996] 2000), *The Rise of the Network Society*. Vol. 1. The Information Age: Economy, Society, and Culture. Cambridge: Blackwell.
- Deleuze, Gilles ([1989] 2015), "O que é um Dispositivo?, *O Mistério de Ariana*, Lisboa, Nova Vega: 83-96.
- Deleuze, Gilles e Guattari, Félix ([1991] 1994), *What is Philosophy?* New York: Columbia University Press.
- Dreyfus, Hubert & Rabinow, Paul ([1982] 1983), *Michel Foucault: Beyond Structuralism and Hermeneutics. Second Edition With an Afterword by and an Interview with Michel Foucault*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Glass, Ruth (1964), *London: Aspects of a Change*. London: MacGibbon and Kee.
- Jameson, Fredric ([1991] 1997), *Postmodernism, Or, The Cultural Logic of Late Capitalism*. Durham: Duke University Press.
- Latour, Bruno ([2005] 2012), *Reagregando o Social: uma introdução à Teoria do Ator-Rede*. Salvador: Editora da Universidade Federal da Bahia.
- Marx, Karl ([1867] 1974), *O Capital: Crítica da Economia Política*. (Vol. I). Coimbra: Centelha.
- Miranda, José Bragança (2018), "Máscara e Biopolítica", *Revista de Comunicação e Linguagens*. 45/46 (Org. José A. Bragança de Miranda e Catarina Patrício), pp. 233-239. Lisboa: Alêtheia Editores.
- Sloterdijk, Peter ([1989] 2002), *A Mobilização Infinita, para uma crítica da cinética política*. Lisboa: Relógio d'Água.
- Sterling, Bruce (2005), *Shaping Things*. Cambridge: MIT Press.
- Urry, John, Larsen, Jonas (2011), *The Tourist Gaze 3.0*. London: SAGE Publications.
- Valéry, Paul ([1928] 2005), "A Conquista da Ubiquidade", *Revista de Comunicação e Linguagens*. 34/35 (Org. José A. Bragança de Miranda e Eduardo Prado Coelho), pp. 313-315. Lisboa: Relógio d'Água.
- Virilio, Paul ([1995] 2000), *A Velocidade de libertação*. Lisboa: Relógio d'Água.