

## O FETICHISMO NA EXPERIÊNCIA DA PAISAGEM URBANA DE CACHOEIRA-BA: ALGUMAS REFLEXÕES

Adriana Santana Bittencourt<sup>1</sup>

**Resumo:** Tratar sobre a experiência da paisagem urbana de Cachoeira é perfilar um caminho entre objetividade e subjetividade das formas/conteúdos existentes na cidade, assim como da objetividade e subjetividades daqueles que a experienciam, envolvendo um misto de consciência, inconsciência, razão, memórias e vivências. Na ocasião em que determinadas paisagens tornaram-se numa espécie de contraveneno da sociedade moderna, nota-se as paisagens que se constituíram obra sendo apropriadas e transformadas em produto sob a égide do novo nicho de consumo: o cultural. Neste pacote, tanto a paisagem humana, sobretudo atrelado a manifestações culturais de matriz africana (Boa Morte, Samba de Roda, Capoeira, dentre outros) quanto as edificações são fetichizadas e, em certa medida, transformada em cenário e espetáculo.

**Palavras-Chave:** Cachoeira; Patrimônio; Paisagem Urbana.

### INTRODUÇÃO

A experiência da paisagem tem sido abordada por diversos estudos científicos que visam abarcar como as pessoas experimentam as paisagens em suas experiências corporais com a cidade<sup>2</sup> – sejam elas população moradora ou não - e como as

<sup>1</sup> Mestranda em Geografia pela Universidade Federal da Bahia. Membro do grupo CiTePlan (Cidade, Território e Planejamento) e bolsita CAPES. drica\_gov@hotmail.com.

<sup>2</sup> Cabe ressaltar que, por entender a paisagem como importante experiência geográfica que envolve a percepção, sobretudo na esfera do mundo vivido, a “experiência corporal da cidade” é colocada como critério de pesquisa. A pesquisa, assim empreendida, possibilita a fuga de uma análise meramente superficial que abarque apenas a imagem da cidade. De acordo com Jeudy e Jacques (2006) “a experiência corporal da cidade é o exato oposto da imagem urbana fixada por um logotipo publicitário. Pois uma experiência corporal singular não se deixaria reduzir a uma simples imagem de marca. Essa experiência da cidade feita pelo cidadão lhe dá um corpo, às vezes imaginário, um outro corpo “urbano” que se move de maneira enigmática...”(p. 09). Deve-se considerar que mesmo experienciando a cidade, não se foge por completo dos logotipos, imagens, rótulos e retóricas que a circundam. Entretanto, considera-se que conhecer, usar e transitar pela cidade possibilita uma forma peculiar e enriquecedora de experiência geográfica da paisagem de modo que em alguns momentos pode-se vencer as pré-leituras e significados já existentes.



re)significam. Autores como Kevin Lynch, Edward Relph, e Lowenthal possuem publicações representativas que tem servido de base para inúmeros estudos desenvolvidos. Na construção teórica de tais autores, nota-se em comum a relevância dada à percepção, a memória e a imaginação daqueles que observam uma dada paisagem e a partir destes constroem a sua significação. A luz de ambos os autores – e em meio a outros – é que será decorrida a temática da experiência da paisagem e o fechismo da mesma como embasamento teórico e metodológico parcial desta pesquisa.

Adentrando na especificidade em questão, nota-se que as cidades históricas tombadas têm em sua paisagem urbana uma relevante marca erigida em distintas épocas. Em Cachoeira, situada no Recôncavo Baiano à 120 km de Salvador, as feições de estilo barroco atrelam-se ao período colonial em que a cidade teve os seus auspícios relacionados aos rendimentos provenientes da cultura da cana-de-açúcar e do fumo. Tombada em 1971 pelo IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico Nacional) a cidade reúne para além do patrimônio tombado, diversas manifestações culturais, dentre elas as cunho étnico afrodescendente que na atualidade também passam por processos de patrimonialização, porém sob um outro tratamento que o dado ao patrimônio de “pedra e cal”.

Neste artigo trataremos de notas introdutórias que circundam em torno de algumas reflexões de um trabalho maior de dissertação de mestrado que encontra-se em construção no programa de pós-graduação e Mestrado em Geografia (MGEO) da Universidade Federal da Bahia. Cachoeira é objeto de estudos do grupo de pesquisa CiTePlan (Cidade, Território e Planejamento) no qual a presente pesquisa encontra-se inserida.

## A PAISAGEM COMO EXPERIÊNCIA GEOGRÁFICA

De acordo com Relph (1979), “as experiências variadas e mesmo contraditórias que nós temos de espaço, paisagens e lugares combinam as qualidades e aparências destes espaços com os nossos modos e atitudes, e que essas experiências são fundidas em “geograficidade”, a base preconiente e preconceitual da geografia” (RELPH, 1979, p. 02). O referido autor relaciona o experimento da paisagem com uma experiência geográfica na vida de qualquer indivíduo e possibilitada pelas experiências no mundo vivido. Merleau-Ponty (1948) já ponderava que na exploração do mundo percebido: “[...] nossas relações com o espaço não são as de um puro sujeito desencarnado com um

objeto longínquo, mas as de um habitante do espaço com o seu meio familiar” (MERLEAU-PONTY , 1948, p. 16). Em outro ponto, assevera ainda que “[...] o homem não é um espírito e um corpo, mas um espírito com um corpo, que só alcança a verdade das coisas porque seu corpo está como que cravado nelas” (MERLEAU-PONTY , 1948, p. 17-18). Torna-se explícito, dessa maneira, as imbricações existentes entre o homem, a paisagem e o espaço. Nesta conjuntura reconhece-se que o homem, não está num invólucro e que as experiências de paisagem, lugares e espaços dizem muito mais do que a observação das suas qualidades objetivas.

As coisas não são, portanto, simples objetos neutros que contemplaríamos diante de nós; cada uma delas simboliza e evoca para nós uma certa conduta, provoca de nossa parte reações favoráveis ou desfavoráveis, e é por isso que os gostos de um homem, seu caráter, a atitude que assumiu em relação ao mundo e ao ser exterior são lidos nos objetos que ele escolheu para ter a sua volta, nas cores que prefere, nos lugares onde aprecia passear. (MERLEAU-PONTY, 1948, p.23)

Tal citação elucida como os objetos que nos circundam, para além do seu sentido meramente funcional, possuem uma participação efetiva e por que não dizer afetiva em nossas vidas. Nos estudos fenomenológicos traçados por Relph, a geograficidade<sup>3</sup> torna-se o cerne da questão, uma vez que o autor a coloca como possibilidade de abarcar as experiências do mundo vivido que são experiências de espaços, lugares e paisagens. Neste trabalho o foco é para paisagem, ela é o ponto de partida, entretanto ela – a paisagem – não se constituirá no ponto de chegada. Partir-se-á dela para entender os significados e usos atribuídos a tal cidade.

Cachoeira por ser uma cidade história e tombada por seu conjunto paisagístico possui, a priori, a possibilidade de uma experiência marcante de paisagem urbana visto a presença das antigas edificações, do Rio Paraguaçu margeado pela cidade, além da acentuada presença das manifestações culturais étnicas. Relph (1979) afirma que podem existir experiências mais “intensas ou fracas” de paisagem, e Lynch (1997) corrobora ao afirmar que existem cidades que aguçam sobremaneira o olhar de quem a contempla. Tais colocações imbricam-se com o sentido qualitativo dos espaços, e as qualidades que

---

<sup>3</sup> Segundo Relph (1979), a geograficidade tem a ver com o modo com o qual vivenciamos o mundo, bem como as experiências ambientais que realizamos ao longo da vida. A partir do reconhecimento da geograficidade podemos entender as experiências geográficas que temos que são experiências de espaços, lugares e paisagens pré-científicas e pré-conscientes que podem fazer erigir – por meio da fenomenologia – significados até então ocultados.

os espaços, paisagens e lugares possuem. Estas, por sua vez, podem provocar experiências agradáveis (topofilia) ou repulsivas (topofobia).

[...] topofilia inclui qualquer coisa dos ambientes que nos faça senti-los como estar nos relaxando ou estimulando, e tudo o que nas nossas atitudes e costumes nos capacite a experienciar locais como dando-nos prazer... Entretanto, topofilia provê apenas uma descrição parcial da geofricidade semiconscente, porque muitos de nossos encontros com nossos mundos vividos estão longe de serem agradáveis. Por causa do costume, das circunstâncias, ou do próprio ambiente, as experiências de paisagem e de lugar podem ser topofóbicas. (RELPH, 1979, p.19).

O turismo de praia, por exemplo, tem como aliado usualmente à experiência relaxante – para a maioria das pessoas – por contemplar tal natureza. Mas como acontece com as paisagens urbanas edificadas no passado, sobretudo nas cidades históricas patrimonializadas?

Sendo assim, a “geofricidade envolve bons e maus encontros com os ambientes” (RELPH, 1979, p.21). Frequentemente a experiência dos lugares, paisagens e espaços acabam por ser superficial, um dos motivos seria as retóricas e discursividades atrelados a estes. Acabamos vendo-os como uma espécie de repertório, como um roteiro pré-definido, uma espécie de *script* de significados. De tão repetidos, estes que acabam por serem tomados como verdadeiros e por fim, não nos permitimos experienciá-los efetivamente, com mais profundidade, curiosidade e singularidade de nossas experiências individuais. Por muitas vezes, enxerga-se com uma lupa dada e construída socialmente – pelas instituições principalmente – e não se enxerga a olho nu, com os próprios olhos. E a lupa – que, a priori, teria o efeito de melhorar a percepção – acaba por embasar os sentidos e os significados que permeiam os espaços, lugares e paisagens e, por conseguinte embasa-se o homem a si mesmo e o seu imaginário.

Analisar a experiência da paisagem é também, neste momento, problematizar o simulacro criado em torno das paisagens tidas como agradáveis aos olhos – na cidade em questão, relativo ao patrimônio edificado, a representação da natureza dada pela marcante presença do Rio Paraguaçu às margens da cidade e a paisagem humana das manifestações culturais afro. Com efeito, tornou-se um paradigma a experiência de certas paisagens e do patrimônio como evocativa de sentimentos positivos. É comum na atualidade a cobrança de um sentimento afetivo positivo com relação a algumas paisagens. Este tratamento é corriqueiro ao patrimônio, no que concerne, em certo

ponto, a exigência de um sentimento de prazer, de identidade, de segurança emocional e de enobrecimento intelectual ao reconhecê-lo, dentre outros sentimentos.

A cobrança que pesa sobre ambos – paisagem e patrimônio – na contemporaneidade parece análoga no que se refere ao seu ponto de partida na relação contemplação e percepção sujeito/objeto, assim como no fato de tal postura (de promoção de sentimento positivo mediante a paisagem e o patrimônio) obscurecer as dimensões sociais, econômicas, culturais e religiosas que permeiam estes e que, quase sempre, são conflituosas. Estas, por seu turno, aparecem escamoteadas pela imagem de convivência harmônica entre as diferenças e pela aceitação pacífica de determinados símbolos da paisagem e do patrimônio como veneráveis a qualquer indivíduo que seja. O rio Paraguaçu, por exemplo, pode suscitar algum tipo de fobia para quem possui alguma experiência negativa com águas profundas, ou ainda pode passar a imagem de descuido e sujeira mediante a situação de assoreamento e poluição em que o mesmo se encontra. As ruas estreitas e repletas de ruínas da cidade, tanto comum as cidades históricas, podem também trazer sensação de insegurança e medo aos seus transeuntes. Entretanto, tais situações, antes citadas, são ocultadas pelo fetichismo que ronda tais paisagens. Observa-se que o mundo, assim entendido, é experienciado não como um acúmulo de espaço e tempos, mas de modo relacional entre o indivíduo, seu contexto, vivências e interesses que o cercam.

## PAISAGEM E FETICHISMO: NOTAS INTRODUTÓRIAS

A abordagem da paisagem no seu processo de fetichização pauta-se na transformação dela em mais um produto de consumo do modo de produção capitalista. A paisagem, desde a sua origem, esteve relacionada ao esteticismo, estando este último presente nas pinturas que buscavam, através da perspectiva, dar as telas uma representação de um fragmento da natureza. Entretanto, o tratamento estético contemporâneo da paisagem do qual se aterá, relaciona-se ao consumo visual do espaço urbano, imbricando-se com a exacerbação de determinados símbolos que convertem os artefatos, materiais e simbólicos, em produtos a serem consumidos.

Luchiari (2001) e Zurin (1991) situam em seus estudos distintos modos pelos quais diferentes paisagens têm sido valoradas. A primeira, respectivamente, acentua como a natureza tem sido reinventada, enfocando de que modo as paisagens naturais têm sido apropriadas e transformadas em produto. Zurin (1991), por seu turno, enfoca

as paisagens fruto do labor humano, situando exemplificações que a priori parecem bens distintas – Walt Disney e Centros Históricos – ambas como paisagens urbanas pós-modernas sujeitadas ao consumo visual.

Tal autora em suas formulações assinala que o Walt Disney, já fora produzido mediante a intenção de consumo de imagem. Esta produção se deu por meio da criação de nexos fictícios através da reprodução de diversos lugares do mundo e de diversos personagens. Quanto aos centros históricos, foram produzidos mediante os auspícios de ostentação de um determinado período econômico e social. Assim, o princípio constituiu-se em praticamente o mesmo: o da visibilidade. Os grandes casarios (nos quais, a quantidade de janelas, a presença de eira, beira e tribeira, indicavam o acúmulo de riqueza da família), as casas de senhores de engenho (enormes para indicar a riqueza e poder escravagista dos senhores de engenho) e as igrejas (que por sua vez representavam muito mais do que um espaço destinado às práticas religiosas, serviam também para demonstrar a hegemonia da igreja católica, principalmente nos primeiros centros urbanos do país).

Estas marcas (casarios, engenhos, igrejas, dentre outros) materializam na paisagem o período colonial, herança da cultura luso-brasileira, de modo que estes foram os primeiros patrimônios a serem legitimados no Brasil visando impor ideários de identidade e nacionalidade. Após um considerável processo de ruína e desatenção, estes objetos têm passado por processos de preservação e restauro, ao mesmo tempo em que se tornaram valorados perante a lógica de consumo cultural. Nota-se, que a lógica do capital seleciona diferentes paisagens a serem mercantilizadas, implicando em um consumo do espaço e do tempo, com desdobramentos sociais no mínimo relevantes.

[...] uma paisagem urbana pós-moderna também diz respeito à restauração e à renovação de antigos lugares, à sua abstração da lógica do capitalismo industrial ou mercantil, e à sua renovação como espaços de consumo na última moda por trás das paisagens de ferro fundido ou de tijolos vermelhos do passado. (ZURIN, 1991, p. 82).

Cachoeira e tantas outras cidades históricas passam desse modo, a ser referendados como um importante segmento de mercado de consumo visual, no qual a arquitetura não aparece apenas como símbolo do capitalismo, mas como uma espécie de capital simbólico. Ora as arquiteturas das cidades patrimoniais aparecem como produto a ser consumido em si, ora aparecem como pano de fundo para o consumo de outros

produtos culturais contemporâneos, sobretudo relacionados à apropriação das manifestações culturais pelo turismo cultural.

Frequentemente a apropriação dos símbolos da cidade, se dão, sobretudo no espaço público. Segundo Serpa (2005) os espaços públicos dos centros históricos têm sido apropriados para a promoção da imagem da cidade, além de servirem de cenário para variadas festas. Lefebvre (2001) explicita de que maneira ocorre esta apropriação simbólica e como eles são convertidos em produto:

As qualidades estéticas desses antigos núcleos desempenham um grande papel na sua manutenção. Não contêm apenas monumentos, sede de instituições, mas também espaços apropriados para festas, para os desfiles, passeios, diversões. O núcleo urbano torna-se, assim, produto de consumo de uma alta utilidade para estrangeiros e turistas. (LEFEBVRE, 2001, p. 12).

Transformadas em mercadoria e incorporadas ao processo de acumulação capitalista, as formas simbólicas têm alterado ao mesmo tempo os seus significados e funções, muitas vezes em detrimento da preservação dos valores simbólicos. Os símbolos ou representações sociais consumidos tendem assim a transformar as identidades sociais em espetáculo. De acordo com Corrêa (2007:181): “[...] desse modo, a paisagem urbana cumpre, de um lado, o papel de mistificar a realidade social e, de outro, o de viabilizar a circulação do capital. Efetiva-se, assim, plenamente, o seu caráter político”.

A paisagem fetichizada e transformada em mercadoria – quer seja a paisagem materializada ou a humana, visto que ambas em Cachoeira são notoriamente divulgadas pelos instrumentos da mídia e expostas à consumo – trazem alterações significativas aos valores das propriedades, no caso das edificações, e modificações em atividades tradicionais (samba, camdonblé, dentre outros), quando estas últimas se deslocam da condição de prática social de cunho cultural para a função de trabalho, com o intuito de levantamento de renda configurando-se como troca.

A inserção do elemento troca implica em relações que extrapolam os objetos e as coisas. Abarcam caráter abstrato e objetivo, sentimento e consentimento, criando uma relação que o Lefebvre em suas obras chamou de reciprocidade. A reciprocidade, por seu turno, relaciona-se ao contrato estabelecido entre sujeitos. Uma espécie de ética reguladora das relações entre estes. Porém, as trocas são, quase sempre, desiguais.

De acordo com Kripendorf (2001), o turismo é o segmento que atua, no molde de produção capitalista, como atividade econômica que utiliza a paisagem como mercadoria vendida nos planfetos de promoção turística do lugar, no qual as exacerbações da imagem colonial e das manifestações da cultura afrobrasileira, na cidade em questão, ganham maior realce. Todavia, nesta atividade econômica, os danos causados não são pagos.

Luchiari (2001) ao analisar a (re)significação da paisagem contemporânea e o seu processo de construção no imaginário social, enfocou como a paisagem foi reinventada, transformando-se em antídoto para o homem moderno, ávido pela necessidade de prazer e lazer em espaços tidos como raros em sua vida cotidiana. Ao serem abordadas como uma espécie de contraveneno à vida urbana das metrópoles ou ainda dos centros urbanos com pouca aptidão cultural, as cidades patrimoniais enquadram-se como um exemplar do catálogo turístico, reunindo alguns aspectos atualmente tão valorizados dentro da atividade em questão.

## O PROCESSO DE FETICHIZACAO EM CACHOEIRA

Em Cachoeira, o fato de agregar a condição de cidade interiorana (que se desenvolveu em momentos auspiciosos às margens do rio Paraguaçu), manifestações de cunho afrodescendente que foge a cultura hegemônica de origem européia e um conjunto de edificações estilo colonial, fazem de Cachoeira, um “prato cheio” em termos de qualidades valorizadas na seara turística (turismo histórico, cultural, náutico, religioso, de festas). Neste processo, observa-se que as manifestações afrodescendentes são fetichizadas e convertidas aos olhos dos turistas e visitantes em um fenômeno “exótico” que chama atenção, sobretudo, dos turistas estrangeiros.

Neste limiar, a composição lúdica e real da paisagem participam efetivamente na criação de uma imagem da cidade. Percebe-se que alguns elementos recebem holofotes e outros permanecem ofuscados. Investem-se grandes quantias nas reformas das edificações em ruínas enquanto é crescente o processo de favelização dos morros da cidade. Paralelamente, evoca-se o turismo étnico cultural, assentado, sobretudo nas religiões de matrizes africanas, colocando-as como um verdadeiro rótulo da cidade, inclusive em escala internacional, como se nesta apenas convivessem pessoas apenas dessas matrizes religiosas. Assim, percebe-se o mercado criando cada vez mais nichos

de consumo, de modo que os símbolos, muitas vezes em detrimento ao objeto, passaram a ser a “bola da vez” através do *marketing* da imagem.

A abordagem do processo de fetichização da paisagem imbrica-se, com certa freqüência, a tautologia da paisagem como visão materialista, destituídas das implicações trazidas pelos fluxos da subjetividade que permeiam a sua constituição social da paisagem. Deve-se considerar, que a paisagem tratada como fetiche, ela prescindiu de um dado objeto material a ser contemplado. Mas paralelamente, a paisagem carrega conteúdos e intencionalidades incutidas, quer seja na sua produção, na sua leitura ou na exploração como objeto de consumo. Objetividade e subjetividade permanecem intrínsecos, mesmo na paisagem fetichizada e transformada em objeto – reservadas as suas proporções, visto que a transformação da paisagem em mercadoria representa, em certa medida, a celebração do objeto, e, por conseguinte da objetividade frente a lógica capitalista. Mesmo assim, o seu caráter subjetivo não se esvai, ele permanece. A permanência do caráter subjetivo da paisagem, neste sentido, ocorre através dos sistemas de símbolos e de valores a ela atribuídos, bem como pelas diferentes representações da qual ela participa.

A cerca do fetichismo da paisagem humana das manifestações afrodescendentes percebe-se um caminho diferenciado da paisagem edificada no representativo das antigas construções. As antigas edificações do centro de Cachoeira simbolizam um padrão estético arquitetônico e um momento de opulência econômica da cidade. Mas, por muito tempo, esteve um tanto quanto esvaído de subjetividade, constituindo em um objeto amorfo no centro da cidade em estado de ruína tendo a sua importância e significação, muitas das vezes atrelada ao contar a história da cidade. Com o processo de restauro, as antigas formas vão aos poucos se revestindo de novos conteúdos. Agrega atualmente – além de um padrão da cultura dominante relativo a impressão de padrão estético europeu das construções – elementos com valores turísticos. Relacionados a possibilidade de proporcionar ao turista reviver um dado período histórico – no que Menezes (1995) convencionou classificar como uma espécie de “voyerismo”, quer seja por meio da hospedagem em casa antigas transformadas em pousadas e hotéis, assim como da sua exacerbação como símbolo identitário para população.

Já relação às manifestações afrodescendentes, ocorre de forma diversa. Elas que eram, a priori, na cidade não tão representativamente materializadas na paisagem, devido ao seu status, por muito tempo, de cultural marginalizada, surgiu agora – mediante a sua absorção na lógica capitalista de consumo cultural – como manifestações

“objetalizadas”. Esse processo de aproximação da manifestação cultural à condição objeto ancora-se na sua transformação em produto para consumo. Com efeito, este artifício ocorre por meio da comercialização da participação – mesmo que enquanto que espectador – de visitantes e turistas em momentos que antes eram restritos aos sujeitos sociais destas manifestações, ou por meio de artesanatos que se pretendem réplicas desses sujeitos ou de suas manifestações, a exemplo da: capoeira, samba de roda, camdonblé, Irmandade da Boa Morte, dentre outros.

De uma maneira em geral, neste limiar de exposição da paisagem urbana como um potencial recurso da cidade à venda, nota-se um processo de seleção do que é divulgado. Selecciona-se, fragmenta-se, com o intuito de expor apenas o que é tido como positivo, sublimando assim a contradição e fatos tidos como negativos de tal espaço urbano. Com isso, ocorre a produção e a reprodução das imagens e subjetividades da cidade, através da manipulação daqueles que atuam na construção de imagens e na exacerbação de específicos valores.

Sob a égide da lógica de competitividade entre cidades, o poder local, e as instâncias estadual e federal, empreendem esforços para a construção de uma imagem positiva por meio de estratégias que permitam proporcionar o *marketing* do lugar. Tal situação visa à atração de investidores externos de cunho privado, que em consonância com os outros entes governamentais, modificam o ordenamento de tal espaço urbano em favor da imagem e do produto, translocando a sua condição de espaço que se constitui obra para a qualidade de produto.

Percebe-se uma assimetria no que concerne o tratamento desigual entre as porções da cidade que se traduzem em espaço de interesse turístico e o descaso relativo a projeção e execução de políticas públicas nos espaços periféricos. Os ambientes apenas freqüentados pela população moradora são relegados no planejamento urbano, no qual a orla fluvial e o centro histórico “concentrado” – situado nas principais ruas da cidade – ganham maior realce na medida em que recebem maiores incrementos pelo governo.

Com efeito, esta expansão de repertório de paisagens para consumo gera, por sua vez, alterações no lugar e nas tradições:

Enquanto o capital móvel pode sujeitar uma paisagem que, de outro modo, permanecia estável, a ruptura causada pelas “forças de mercado”, as atividades diárias e os rituais sociais que constituem o vernacular estão, inelutavelmente, vinculados ao “lugar”. Assim, os interesses capitalistas desempenham um papel essencial, como agentes da dialética dentre o mercado e o lugar (ZURIN, 1991, p. 85).

Desse modo, redefini-se o significado social de um lugar histórico para um segmento de mercado, trazendo implicações significativas, tais como a dissolução de identidades espaciais tradicionais e a apropriação da cultura para o consumo visual. Zurin (1991) ainda sublinha que o consumo visual dos centros antigos estariam relacionados a uma espécie de didatismo, enquanto que a Disney atrelaria-se ao modo de consumo voltado para ao entretenimento. Cabe ressaltar que nem sempre a lógica de consumo dos centros históricos vão se pautar no consumo didático, com fins de conhecimento intelectual com a presença de um guia para explanar sobre um referido arranjo arquitetônico. É notória a inserção de elementos que projetam o espaço urbano das cidades históricas como lugares para o entretenimento criando excepcionais “parques temáticos” (FERNANDES, 2006), ou ainda estes mesmo podem ser considerados como mais um procedimento de “disneificação” (HARVEY, 2005).

## À GUIA DA CONCLUSÃO

Ao exacerbar uma referida relação identitária para com o bem tombado, bem como para com as manifestações culturais, a apropriação cultural aparenta ser menos hostil para com os grupos economicamente mais dependentes, pois escamoteia-se com o engodo da inclusão social pela valorização da cultura e da identidade. Entretanto, as conseqüências por ela produzidas não ficam a dever perante as outras estratégias “nuas e cruas” de acumulação do capital.

A nova forma de acumulação de capital – por meio do fetiche da paisagem – apresenta-se, como uma das mais novas formas perversas de acentuar as desigualdades, no momento em que aguça a preocupação com a aparência estética da cidade esvaída das subjetividades das coletividades e dos perfis tradicionais de usos da cidade, bem como quando situam a cultura como mais um produto de mercantilização na vida urbana contemporânea. A paisagem tratada dessa forma acaba, por sua vez, pairando no limbo de uma experiência superficial da cidade, perdendo dessa forma a sua profundidade, calcunhar de Aquiles de tantos geógrafos da abordagem cultural.

REFERÊNCIAS:

CORREA, Roberto L.. A Geografia Cultural e o Urbano. In.: CORRÊA, R. L. e ROSENDAHL, Z. (orgs). **Introdução à Geografia Cultural**. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007. 224p.

JEUDY, H.P. & JACQUES, Paola B.(orgs). **Corpos e Cenários Urbanos**: territórios urbanos e políticas culturais. Salvador EDUFBA, 2006. 182 p.

HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna**. São Paulo: Edições Loyola, 2005. 352p.

HUSSERL, Edmund. **A Ideia da Fenomenologia**. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70[sd.]. (1989)

KRIPPENDORF, Jost. **A Sociologia do Turismo**. Sao Paulo: Aleph Editora, 2008. 272p.

LEFEBVRE, Henri. **Espaço e Política**. Tradução Margarida Maria de Andrade e Sérgio Martins. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2001. 192 p.

LOWENTHAL, David. Geografia, experiência e Imaginação: em direção a uma epistemologia geográfica. In.: CHISTOFOLETTI, A. (org.). **Perspectivas da Geografia**. São Paulo: Difel, 1982.

LYNCH, Kelvin. **A Imagem da Cidade**. Sao Paulo: Martins Fontes, 1997. 227 p.

LUCHIARI, M.T.. A (Re)significação da Paisagem no Período Contemporâneo. In.: CORRÊA, R. L. e ROSENDAHL, Z. (orgs). **Paisagem, Imaginário e Espaço**. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2001. 228 p.

MENESES, U. T. B. Os “Usos Culturais” da Cultura - Contribuição para uma abordagem crítica das práticas e políticas culturais. In: YÁZIGI, Eduardo (org.). **Turismo: Espaço, Paisagem e Cultura**. São Paulo: Hucitec, 1999. p. 88 – 99.

MERLEAU-PONTY. **Conversas – 1948**. Tradução de Martins Fontes. São Paulo: 2004.

OLIVEIRA, B. A.C. de C.; MORAES, C. S.. As Teorias das Formas em Lefebvre. In.: **Henri Lefebvre e o Retorno à Dialética**. São Paulo: HUCITEC, 1996.

RELPH, E.C. As bases da Fenomenologia da Geografia. **Geografia**. Vol. 4, n 7- Rio Claro UNESP, abril / 1979. p 1-25.

SANTOS, Milton. **Natureza do Espaço**: Técnica e Tempo, Razão e Emoção. 4. ed. EDUSP: São Paulo, 2006. 392 p.

SERPA, A. S. P. Por Uma Geografia das Representações Sociais. **OLAM. Revista de Ciência e Tecnologia**. Vol. 5, n 1- Rio Claro, 2005. 220 p..

SOUZA, Luciana C. T. Morro de São Paulo/Cairu – Bahia: uma decodificação da paisagem através dos diferentes olhares dos agentes socioespaciais do lugar. Dissertação de Mestrado. Salvador, 2002. 167p.

ZURIN, Sharon. Paisagens Urbanas Pós-modernas: mapeando cultura e poder. **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**, n 24. Tradução de Silvana Rubino. Rio de Janeiro, 1996.