

REQUALIFICAÇÃO URBANA NO CENTRO DE VITÓRIA: O PODER PÚBLICO MUNICIPAL COMO IMPOSITOR MORAL.

Amanda Alvarenga Nespoli¹

Resumo: O presente artigo tem como proposta analisar as políticas públicas municipais de revitalização urbana no espaço Centro de Vitória nos últimos 20 anos. Essa região passou por variadas intervenções urbanas desde o final do século XIX e durante todo o século XX. Especificamente em meados dos anos 90, a Prefeitura Municipal de Vitória promoveu de forma intensa processo de revitalização desse espaço com projetos ligados principalmente a área de preservação patrimonial e desenvolvimento da região com o intuito de transformá-la em atrativo turístico. A partir dessa perspectiva, analisaremos até onde essas políticas podem ter influenciado a requalificação da área, transformando a Prefeitura Municipal em um empreendedor moral. **Palavras-Chaves:** Centros Urbanos – Empreendedorismo Moral – Requalificação Urbana.

INTRODUÇÃO

Frequento o Centro de Vitória há muito tempo, mais precisamente, desde criança, quando era enviada a *Cidade* para resolver questões bancárias para o meu pai, o que provocou meu interesse por esse lugar. Desde então, não parei mais de frequentá-lo. Amigas moravam na região e eu frequentava suas casas. Surgia um restaurante diferente, ou precisava comprar algo, ia ao Centro de Vitória. No entanto, mais adulta, voltei à região a trabalho e, visitando-a com maior frequência, comecei a perceber e a me interessar por sua passagem do tempo, sua história, seus transeuntes e seus personagens. E aí me dei conta de uma coisa: mesmo não morando na região, o Centro de Vitória sempre esteve presente em minha vida e no meu imaginário².

Os centros das cidades mantem-se como núcleo simbólico e o coração administrativo e burocrático dos centros urbanos. Podem ainda ser reapropriados como locais turísticos, dado o agrupamento de monumentos que remontam a história e a memória local e a sua tomada para a prática das mais variadas formas de sociabilidade, o que pode sugerir diferentes apropriações desse espaço.

São lugares com grande fluxo de circulação de pessoas, nativas, estrangeiras ou transeuntes nesse espaço, que recebem estímulos, o que pode acarretar em processos de

¹ Mestranda do Programa de Pós- Graduação em Sociologia Política da Universidade Vila Velha – Bolsista CAPES.

² Segundo a categoria nativa, “cidade” refere-se ao Centro da cidade de Vitória, ir à cidade, portanto, é ir ao Centro, também em referência às atividades que lá são realizadas.

sociabilidade muito distintos, tendo em vista os mais diferenciados graus de interesses desses tipos sociais de frequentadores.

Desse modo, os processos de revitalização dos quais o Centro de Vitória foi objeto são aqui analisados como mecanismos utilizados pelo Estado para ressignificar esses espaços. A cidade de Vitória passou por esse processo em sua área central em meados dos anos de 1990, sob a intervenção da Prefeitura Municipal de Vitória.

Dentro dessa política, a área central da cidade de Vitória foi contemplada por se destacar como núcleo da região metropolitana, diante da necessidade de valorização geral da área e proteção do patrimônio histórico ali existente, o que foi complementado pela implantação do Projeto Visitar. Cabe avaliar os direcionamentos de tais políticas, as ações empreendidas e os discursos que as sustentaram na medida em que o poder público municipal foi o grande implementador dessas políticas e até onde suas ações podem vir a configurá-lo a partir dessas ações, como um empreendedor moral no espaço requalificado.

O ESPAÇO CENTRO DE VITÓRIA

A região conhecida como Centro de Vitória foi a área nuclear da ocupação da cidade, desde meados dos 1500, mais precisamente a partir da atual microrregião da Cidade Alta.

Essa ocupação foi influenciada pela geografia do local, tendo em vista a Cidade Alta ser estratégica para a segurança da capitania, pois se concentra numa região mais alta da ilha, o que torna a identificação de invasões mais fácil. Segundo Mendonça et. al, a cidade se contém em torno desse núcleo histórico por três séculos e meio, desde a sua fundação:

As partes baixas da ilha são de difícil ocupação, devido não apenas aos constantes alagamentos – influência direta das marés – mas ao risco de ataques e invasões indígenas e estrangeiras. Essa realidade fez com que a orla tenha ocupação rarefeita, visto que as partes mais altas da ilha oferecem condições naturais mais favoráveis, onde estão localizadas construções oficiais e religiosas. O solo de topografia acidentada obriga a uma ocupação com ruas e ladeiras estreitas e tortuosas (2009: 42).

Para Campos Junior, desde o período colonial, o Espírito Santo demonstra ser uma capitania pobre. Apenas com a implantação da cultura do café no Estado no século XIX, a província do Espírito Santo começou a ter uma importância econômica na região Sudeste, capitaneada pela sua vocação portuária. A ocupação e a colonização do interior

por imigrantes europeus e a expansão da cultura cafeeira indicam alterações dinamizadoras, ainda que modestas, no quadro da economia estadual na passagem do século (apud MENDONÇA et all., 2009).

O autor demonstra que Vitória, no final do século XIX, é polo econômico apenas da região central do Estado, sendo responsável pela comercialização de somente 40% da produção do Espírito Santo, que não é, no total, de grande porte. Desse modo, o plano de governo de Muniz Freire (1892-96) tenta *promover, a partir da iniciativa do governo, uma nova organização do espaço em âmbito estadual e motivar o seu desenvolvimento através da atração e centralização espacial de capitais privados em Vitória, dirigidos ao comércio* (CAMPOS JUNIOR, 2002: 17).

Vasconcelos (2011) destaca que, só a partir do século XIX, o Espírito Santo começa a se desenvolver em termos econômicos e sociais, quando emergiram demandas de reestruturação e infraestrutura urbana como pontes e estradas, além de melhoras sociais para população, porém,

A economia continuou baseada na agricultura, com sinais de aquecimento com a lavoura do café. A consciência política florescera quando a vila retoma sua autonomia e se faz cidade. A chegada de colonos europeus corroborou tanto para o povoamento do interior quanto para o crescimento econômico (2011: 90).

A partir desse processo de desenvolvimento, o núcleo central da cidade cresceu populacionalmente, como reflexo desse novo progresso e no interior de um processo mais amplo de êxodo rural, que atraiu, segundo Mendonça et all (2009) uma grande quantidade de pessoas para os centros urbanos brasileiros, de um modo mais geral. Em Vitória, havia a necessidade de expandir o espaço, entretanto, esse centro ficava na parte insular do território. A solução encontrada foi desbravá-lo, no intuito de promover a expansão da ocupação do território para comportar uma grande quantidade de pessoas que estavam migrando para a capital. Um dos modos encontrados para fazê-lo foi expandir essa área através de aterros, tendo como reflexo a expansão territorial da cidade de Vitória, efeito do projeto do Novo Arrabalde.

Esse crescimento populacional foi incentivado pelo êxodo populacional vindo do campo em tempos de fim de Império e início da República no Brasil, por conta da chegada de imigrantes e ex-escravos que então ocuparam os grandes centros, de forma precária, em busca de melhores condições de trabalho e vida. Isso acabou por provocar a proliferação de epidemias, atingindo setores econômicos e sociais elevados. Restou

aos governos da época criar políticas de saneamento e embelezamento das cidades (MENDONÇA et al, 2009).

A expansão do território, numa tentativa de solucionar os problemas urbanos e de insalubridade, partiu do governo de Moniz Freire (1892-96). Em sua gestão, *são empreendidos esforços para superar a condição de vila colonial. Com os olhos voltados para os importantes centros europeus, a Capital lhe parece mal construída* (MENDONÇA, et all, 2009: 43). O governo de Moniz Freire, no processo de expansão territorial, ainda segundo os autores, acaba transformando a região de praia, que fica a Nordeste da região nuclear no município, na área destinada a receber o projeto de expansão, mesmo com a existência de outras áreas próximas ao Centro que pudessem contribuir para esse crescimento. É o Novo Arrabalde³, que surge em consonância com processos de saneamento então vigentes em grandes cidades do mundo na virada do século XIX para o XX, e pelas mãos do engenheiro sanitaria Saturnino de Brito.

Para Ferreira (2005) todo o processo de desenvolvimento urbano de Vitória foi semelhante a outros processos de crescimento de cidades brasileiras e de outras partes do mundo: ocorreu de forma *desordenada*, segundo seus termos, apresentou um crescimento acelerado, com deficiências aos serviços básicos para a população, e fora marcada pela agressão ao meio ambiente, devido a uma intensa ocupação, comprimindo o que chamamos de núcleo central, restando à população de menor poder aquisitivo a ocupação dos morros no entorno do núcleo e da região de mangue da capital. *Por outro lado, as regiões tradicionalmente ocupadas pelas classes médias e altas sofreram um rápido adensamento populacional, agravado pelo processo de verticalização* (FERREIRA, 2005: 178).

Siqueira entende que o espaço urbano da Região da Grande Vitória será significativamente modificado tendo em vista um grande contingente migratório vindo do interior em busca de melhores condições de vida e trabalho na região mais desenvolvida do Estado e *que se caracterizou pela intensa concentração demográfica em Vitória e seus municípios vizinhos, promovendo o processo de metropolização da região, inerente ao novo modelo econômico adotado pelo estado* (2009: 10).

³ Segundo CAMPOS JR. (apud MENDONÇA, et al, 2009), foi o projeto que previu a expansão da cidade em direção à Jucutuquara (hoje bairro de Vitória) à região litorânea da cidade, dentro de uma área seis vezes maior que o núcleo do município. Tornou-se, segundo Mendonça et all (2009), o primeiro projeto de intervenção planejada de Vitória, o que compreende hoje os bairros da Praia do Canto, Praia do Suá, Santa Lúcia, Barro Vermelho, parte de Itararé, Jucutuquara e Horto.

A cidade de Vitória passou por grandes transformações espaciais na primeira metade do século XX. Campos Junior entende que essas transformações fizeram parte de um processo de modernização urbana, o que afetou diretamente a sua área central. Todo esse processo de urbanização na cidade de Vitória teve grande importância em três administrações específicas durante o século XX, que promoveram grandes transformações urbanas em Vitória até a década de 1950: Jerônimo Monteiro (1908-1912), Florentino Ávidos (1924-1928) e Jones dos Santos Neves (1951-1954) (apud GOMES, 2008).

Até a década de 1950, as funções urbanas de Vitória não passaram por muitas modificações, mantendo-se como capital, centro comercial e prestador de serviços. Conforme Campos Junior, antes desse período as mudanças urbanas foram *discretas, relativamente às ocorridas nos anos subsequentes, onde o espaço urbano expressava modelação impressa pela lógica comercial* (2002: 45). Percebemos aqui que a década de 1950 tornou-se divisor de águas no que diz respeito ao desenvolvimento econômico e urbano de Vitória, atingindo diretamente o seu Centro com melhorias urbanas que conferiram destaque para a importância econômica, política e administrativa dessa região.

No final da década de 1960, a solução para o “atraso” do Espírito Santo em relação aos demais estados da região foi a industrialização, que surgiu para dar mais dinamismo a economia do Estado (BITTENCOURT apud SIQUEIRA, 2009: 25). Esse foi considerado o grande *boom* da industrialização no Estado, envolvendo a criação de grandes indústrias, principalmente na região da Grande Vitória:

(...) as décadas de 60 e 70 nos chamaram a atenção pelas transformações ocorridas no Espírito Santo e principalmente pelas suas manifestações verificadas na região de Vitória. Vitória cresce, se consolida como principal centro terciário do Estado, lugar privilegiado da classe média e da população de maior poder aquisitivo no Espírito Santo (CAMPOS JUNIOR, 2002: 13)

Reafirmando esses dados, Espírito Santo (1980) citado por Mendonça et. all (2009), confirma que, ao final da década de 1970, é o Centro de Vitória que se caracteriza como a área de mais intensa concentração de serviços e comércio, e também de oferta educacional e institucional, atraindo grande contingente de pessoas para consumo e produção desses serviços. Entretanto, para Botelho (2005), essa intensidade é apenas um reflexo de injeções de investimentos nessa área por parte do poder estatal até os anos de 1960, o que, provavelmente, indica que essa dinâmica existente nos anos

de 1970 era reflexo dos investimentos para lá direcionados na década anterior, segundo Botelho (2005).

Ainda conforme Botelho (2005), a partir dos anos de 1970 há uma estagnação nesse dinamismo, por conta de uma saturação funcional da região, que acabou por não corresponder à demanda da expansão, levando a um *abandono* da região central por parte do poder público municipal, bem como o que ocorrera com relação a outras regiões. A especulação imobiliária e a ação planejada do poder público teriam acabado por descentralizar e criar uma polinucleação da cidade, transformando o Centro em apenas um *corredor de tráfego*, diminuindo sua importância e transferindo a população de maior poder aquisitivo para outras regiões da cidade. Todo esse processo provocou a deteriorização dos imóveis da região que, por consequência, gerou uma desvalorização e o abandono dos mesmos durante esse período.

Para Monteiro, desde a década de 1980, o Centro de Vitória já possui um processo negativo de *degradação e deteriorização de sua forma física*, fruto de um crescimento *sem controle*, da verticalização urbana e do tráfego intenso, além da perda de valor do patrimônio edificado (2008 apud TRINDADE, 2015: 56).

Entretanto, Botelho (2005) entende que há um retorno de ações positivas em relação ao Centro nos anos de 1980, em consonância com as novas tendências nacionais de planejamento urbano. Conforme o autor, essa mudança de olhar tem como estratégia o melhoramento na qualidade de vida e valorização do patrimônio histórico da área a ser modificada, juntamente com a participação popular nessas intervenções.

Esse tipo de estratégia acaba por seguir uma tendência mundial, ao se espelhar em ações conhecidas como *city marketing* e do planejamento estratégico catalão, executado sob sua influência (BOTELHO, 2005).

Essa tendência, nascida nos EUA, vê a cidade como uma mercadoria a ser inserida no mercado global e tem como intuito angariar capital para a sua sobrevivência e o seu crescimento. Seu surgimento deu-se através de uma adaptação da base de modelo de planejamento estratégico oriundo do setor privado para o setor público. Um dos maiores exemplos de sucesso desses modelos foi o projeto executado na cidade de Barcelona. Segundo Gonçalves (2005), apesar de desde 1986 a cidade utilizar desse tipo de planejamento, os Jogos Olímpicos de 1992 foram o marco do sucesso do modelo, privilegiando as transformações urbanísticas, com grandes investimentos nas

áreas ligadas a infraestrutura, com foco na mobilidade e comunicação, bem como na revitalização de antigos espaços e investimento em novos espaços.

Para Botechia (2003) o discurso de valorização da importância histórica da região do centro da cidade, ou seja, a estratégia de *city marketing*, fora central ao projeto de planejamento urbano utilizado no Centro de Vitória por parte do poder público nesse período.

Após alguns anos de ausência de investimentos, o Centro de Vitória passou a ser visto por outra ótica pelo poder municipal. Nesse contexto, destaca-se o Projeto 21 Vitória do Futuro: Plano Estratégico da Cidade (1996-2010), da Prefeitura Municipal de Vitória. Nesse plano, os *problemas do Centro* são ressaltados e soluções propostas para a melhoria do local, tendo o *processo de revitalização da área* como marco-chave categórico (VITÓRIA, 1996: 76).

Conforme entendimento da Prefeitura Municipal de Vitória, o Centro, até o final dos anos de 1970, era o núcleo central vital do Município, bem como da região que englobava os municípios vizinhos, e já estaria apresentando uma descaracterização de seus principais atrativos, não mais correspondendo aos ideais de investimentos, como segurança e beleza. Com o objetivo de solucionar esse problema, o Plano Estratégico para a cidade foca no patrimônio cultural ali existente, identificando-o como de grande importância para a memória social e histórica da cidade e do Estado, e documenta as iniciativas já em andamento para a identificação e proteção do patrimônio cultural através do projeto de revitalização do centro da cidade e que, posteriormente, recebeu dentro de sua área uma delimitação criada pela própria Prefeitura: Centro Histórico de Vitória, uma estratégia de marketing⁴ para divulgação do local (VITÓRIA, 1996).

Observa-se nesse período um planejamento voltado para a valorização da região central da cidade pela Prefeitura Municipal de Vitória. Dono de monumentos datados de mais de 400 anos, o Centro de Vitória passa a receber atenção oficial do governo municipal. Ainda dentro do Projeto 21, o Centro de Vitória é visto como um grande fornecedor de atividades turísticas, endereço de edifícios e prédios históricos, a sua reforma sendo percebida como meio de promoção de espaços de convivência e que

⁴ Segundo informações da Secretaria Municipal de Desenvolvimento da Cidade – SEDEC, a denominação *Centro Histórico* é uma delimitação dentro do Centro de Vitória e, que, na criação do PROJETO VISITAR foi bastante utilizada como referência à promoção do espaço trabalhado.

implantar atividades comerciais com finalidades culturais e turísticas (VITÓRIA, 1996).

Em outro documento, intitulado Vitória do Turismo – Plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo da Cidade de Vitória (2000-2008), produzido pela Prefeitura Municipal de Vitória no ano 2000, a Prefeitura projeta a revitalização do Centro com o propósito de valorização da área, criando várias estratégias para implementação desse projeto, como a conscientização da população para a preservação patrimonial da área e a criação de mecanismo para atração de turistas para esses espaços. São delimitadas vagas para o estacionamento de veículos automotores e estabelecidos horários de visita aos monumentos históricos da região (VITÓRIA, 2000).

Em função da *revitalização patrimonial*⁵ da área, surgido com o Plano Estratégico da Cidade de 1996, envolvendo ações que vão desde a recuperação do patrimônio histórico imóvel existente, como a recuperação e iluminação das fachadas de prédios históricos; a recuperação de praças e melhorias das calçadas, adaptando-as para uma melhor locomoção de idosos e portadores de deficiência; até a criação de estacionamentos próximos aos monumentos históricos. Essas ações estão estreitamente ligadas ao processo de revitalização do Centro de Vitória, que, dentro de uma estratégia de marketing, cria a microrregião denominada *Centro Histórico de Vitória*, assim como o destacado anteriormente no referido Plano Estratégico (PMV, 1996).

Botelho remonta que as transformações apresentadas pelas grandes cidades norte-americanas ao longo do século XX se assemelham ao processo de esvaziamento apresentado no caso do Centro de Vitória:

Em função do processo de suburbanização, agravado pelas grandes intervenções urbanísticas que deterioraram ainda mais esses espaços urbanos e em decorrência das mudanças no planejamento, nas políticas urbanas e nos interesses do capital imobiliário, os centros tradicionais foram perdendo sua característica de centralidade para outras áreas (2005: 55).

Para isso, o autor volta aos anos de 1960, para explicar as evidências que apontavam para novas transformações nesses espaços, os distritos “históricos”, conforme o autor denomina, começavam a ser reocupados por alguns setores mais abastados das classes médias. Ruth Glass, já em 1963 denomina esse fenômeno *gentrificação* (apud BOTELHO, 2005: 55), termo esse que será reapropriado por autores

⁵ Segundo a Carta de Lisboa (1995), essas ações englobam operações destinadas a relançar a vida econômica e social de uma parte da cidade em decadência. Esta noção, próxima da ideia de reabilitação urbana, aplica-se a todas as zonas da cidade, sem ou com identidade e características marcadas.

como Smith para denominar as políticas urbanas pautadas em estratégias articuladas e globais, voltada aos interesses capitalistas (apud BOTELHO, 2005: 55).

Botelho destaca que tais políticas nos colocam *diante da construção do discurso da cidade como imagem* (2005: 56). Nesse sentido, com base nos dados já apresentados sobre os processos de revitalização urbana ocorridos em Vitória, observa-se como esse projeto de intervenção, que implica na realização de obras públicas, por um lado, e a construção de novas funcionalidades para a região, por outro, possui um forte caráter de intervenção simbólica. O que podemos perceber são ações promovidas por esse mesmo plano que, mais do que a valorização do patrimônio, envolvem ações estratégias de transformação simbólica do local, um verdadeiro *empreendimento moral* realizado pela administração municipal em relação à região a ser modificada, no caso, o Centro de Vitória.

Partindo do debate em torno das ações de *city marketing*, Botelho destaca como, desde os anos 80, tais empreendimentos objetivavam atrair fluxos de capital capazes de garantir a sobrevivência e o crescimento da cidade (2005). Com esse objetivo, o planejamento estratégico e a criação de espaços de coparticipação entre os cidadãos são acompanhados de ações que visam garantir um diferencial entre as cidades, o que explica o investimento em patrimônio e cultura locais.

Esse tipo de debate nos remete para além da interferência física nas estruturas existentes nesse espaço e perpassa a um discurso de um empreendimento moral nesses espaços. As estratégias de revitalização impostas pelo poder público municipal no Centro de Vitória colocam a Prefeitura Municipal de Vitória como um impositor de regras central, um empreendedor moral. Becker (2008) entende que as regras para darem certo tem que ser impostas com o máximo de publicidade possível, além disso, o sucesso de determinado empreendimento moral depende do êxito de imposição da própria regra e sua manutenção vai depender, por outro turno, da sua efetivação ou aceitação entre aqueles aos quais se impõe.

Observa-se no Centro então o estabelecimento de determinado padrão de política pública a fim de estabelecer uma padronização dos monumentos históricos ali existentes, bem como uma transformação imposta por parte do poder público de uma dinâmica urbana que se apropria do turismo como mola propulsora do desenvolvimento econômico dentro daquele espaço.

Se essa cidade, que é objeto de intervenção do *city marketing*, deve se mostrar ao mercado segundo uma identidade que a diferencia das demais cidades do mundo, selecionar, valorizar, conferir destaque e reconhecimento a esses elementos implica em um projeto de seleção e promoção de um conteúdo diferenciador, em conformidade com a noção de empreendimento moral assim como definida por Becker (2008).

Por outro lado, em contraste com as cidades das economias centrais, os processos de revitalização ocorridos em cidades da América Latina apresentariam um menor dinamismo, sendo capazes de provocar uma modificação dos usos, mas raramente do padrão residencial das áreas afetadas. O principal elemento diferenciador nesses casos, segundo Botelho, diz respeito ao papel exercido pelo poder público como condutor dos processos de revitalização. Finalmente, o autor entende revitalização como *políticas públicas de investimento em áreas delimitadas dos centros urbanos com a finalidade de reverter processos de degradação física e de “guetização” de determinados espaços* (2005, 57).

Ainda sob a perspectiva do papel do Estado em processos de revitalização, Santos (2014) entende que o Estado é chamado para tentar reverter processos de degradação de determinadas áreas de algumas cidades brasileiras, ideia essa corroborada por Castells:

(...) o Estado não é um agente neutro; nem tampouco o instrumento de uma minoria oligárquica como certas visões esquemáticas, às vezes, tratam de Massinlar. A intervenção do Estado é uma intervenção complexa, determinada no plano do urbanismo, em primeiro lugar, pelos conflitos políticos e sociais subjacentes à ação pública, quer dizer, pelo enfrentamento no seio do Estado e com relação ao Estado de grupos sociais e de grupos de interesse (CASTELLS, 1982, 69 apud SANTOS, 2014: 589)

Desse modo, percebemos um forte interesse por parte do poder público em transformar a região do Centro de Vitória em um grande atrativo turístico, tendo em vista a criação de um projeto destinado a administrar o patrimônio histórico ali existente, o Projeto Visitar. O poder estatal, através dessas políticas, entende que haverá um melhoramento dessa área tanto para os moradores locais quanto para visitantes:

Vitória procurará diferenciar-se criando um produto turístico próprio, especialmente o turismo náutico, o turismo ecológico e o turismo de negócios [...] O centro histórico, ao perder a hegemonia das funções administrativas, favorecerá as atividades turístico-culturais e de moradia. (VITÓRIA, 1996: 61)

Esse projeto visa promover a conscientização da população de uma necessidade de recuperação da área do Centro, incentivando a efetivação de uma identidade histórica

e cultural da cidade, através de cartilhas e folhetos, bem como conferindo subsídios aos cidadãos moradores da região para a recuperação de seus imóveis e fachadas. Com esse intuito, a homogenização dos horários de visitação aos prédios públicos de interesse turístico, no caso, os monumentos históricos ali existentes, também foi parte da proposta (VITÓRIA, 1996). Assim também, este empreendimento envolve o projeto de Iniciação Escolar para o Turismo, executado em parceria com as escolas do Estado do Espírito Santo e no qual pude atuar como professora, assim como o destacado na apresentação deste trabalho.

Ainda sob esse aspecto, a Prefeitura de Vitória reforça a valorização da história e da memória existente nesse espaço como catalisador do processo de revitalização:

No centro da cidade estão também prédios de valor histórico, de grande significação para a memória social e histórica de Vitória e do Estado. Com relação a este patrimônio cultural já vem sendo tomadas iniciativas com vistas à sua identificação e sua proteção, como o Projeto de Revitalização do Centro de Vitória (VITÓRIA, 1996; 39)

O recurso à história da cidade e de seus bens culturais na promoção de políticas de revitalização de determinados espaços urbanos, principalmente latino-americanos, é algo comum em casos analisados diversos autores, como Vaz e Jacques (2003), Botelho (2005), Moraes e Bailetti (2015) e Janoschka e Sequera (2014), entre outros.

O documento Projeto 21 Vitória, em outra proposta de ações, no que diz respeito a revitalização do Centro, está pautado em um entendimento de que a área central de Vitória pode vir a se tornar um produto, quando trata da valorização do Centro como espaço urbano, fortalecendo a ideia de que esse espaço possui características típicas e próprias, enaltecendo um discurso de que essa área pode tornar-se agradável, bela e atraente, tanto para os moradores locais, transeuntes, turistas, comerciantes e investidores o que, conseqüentemente, na visão da administração municipal, incidiria na vitalidade de suas *funções sociais, econômicas e culturais, aumentando a capacidade de atração de interesses, tornando-se mais competitivo em relação a outras áreas urbanas* (VITÓRIA, 1996: 68). O documento centra-se em uma intervenção sobre os imaginários sociais quanto à cidade e a região objeto de intervenção, então içada ao papel de receptáculo histórico-cultural local.

Retomando Botelho (2005), esses tipos de ações acabam por transformar as cidades e suas relações em mercadorias a serem oferecidas ao mercado global. Essas ações tendem a focar em um processo de investimento de capital futuro, garantindo a

sobrevida e o desenvolvimento dessas cidades, assim como o destacado pelo autor anteriormente.

Na intenção de transformar o Centro de Vitória dentro dessa proposta de *city marketing*, o poder público municipal criou o Projeto Visitar em 2006, juntamente com o Instituto Goia⁶, que coordenou o desenvolvimento do projeto até o ano de 2015. O seu objetivo, segundo informações do site do Projeto Visitar, é *envolver a comunidade com os patrimônios dentro Centro Histórico de Vitória, sensibilizando o capixaba da importância de valorizar e preservar sua memória* (INSTITUTO GOIA, 2015).

Ainda segundo o site, desde o surgimento do projeto em 2006, mais de 300.000 pessoas visitaram os monumentos históricos administrados e monitorados pelo Visitar, desde pessoas locais até estrangeiros, o que, segundo o Projeto, é demonstrativo do *reconhecimento do Visitar como ferramenta de fomento ao processo de turistificação dessa importante região da cidade de Vitória* (INSTITUTO GOIA, 2015)

É importante ressaltar que a atividade turística mostra-se como uma grande aliada nos processos de revitalização urbana na atualidade e, ao que tudo indica, é uma grande aliada do *city marketing*. Segundo Barcelos e Almeida (2012), o turismo é uma atividade que aparece em áreas centrais como uma atividade catalisadora, apropriando-se do patrimônio histórico existente naquele espaço, afetando o desenvolvimento da economia local.

Identificamos aí um mecanismo de intervenção urbana, executado e desejado pela administração pública local com o objetivo de alterar a dinâmica urbana existente, criando um novo processo de urbanização, podendo modificar todo o estilo de vida local. Para Harvey (2014: 30), *a urbanização é um fenômeno de classe, uma vez que os excedentes são extraídos de algum lugar ou de alguém, enquanto o controle sob o uso desse lucro acumulado costuma permanecer nas mãos de poucos*. Durante a implementação da atividade turística, ainda segundo o autor, a “qualidade de vida urbana” é tornada uma mercadoria para aqueles que possuem capital, pois o consumismo, o turismo e as atividades culturais são nichos de mercado que estabelecem uma condição de vida urbana. Apoiados no pensamento de Harvey, Moraes e Baletti demonstram que

Na América Latina esse tipo de urbanismo poderia ser pensado como uma forma de neocolonização dos brancos de classe média, já que as políticas

⁶ Associação sem fins lucrativos que possui projetos na área de preservação, restauro e proteção do patrimônio cultural, sediada no Centro de Vitória.

públicas orientadas a esses fins privilegiam uma re-apropriação “sustentável” baseada num padrão anglo do espaço urbano, onde a cultura e a memória histórica são utilizadas como políticas estéticas, e a chamada “indústria do turismo” tem tanto a ver com a especulação e o negócio imobiliário. (2015: 6)

Seguindo o entendimento de que a atividade turística transformaria o local onde ela se desenvolve em mercadoria, Barcelos e Almeida sugerem que a transformação em espetáculo dos monumentos para os visitantes podem transformar os moradores em personagens que compõe o cenário local, *simulacros culturais do que a região foi um dia* (2012: 03).

Pode-se dizer, nesse sentido que o poder público, como ator central ao processo de revitalização, age como um *impositor de regras*, no intuito de estabelecer um novo padrão e dar um determinado valor àquele espaço modificado. O caráter de empreendimento moral aqui se demonstra a partir do engajamento apresentado pela administração municipal com o intuito de provocar uma revitalização cultural e social do local através de diferentes ações.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

BARCELOS, L. ;ALMEIDA, R. H. **Turismo na revitalização de centros históricos: o caso de Vitória**. In: 2º Seminario de Paisajes Culturales Udelar/UPC [Conpadre n.11/2012, 2012, Montevideo. 2º Seminario de Paisajes Culturales Udelar/UPC [Conpadre n.11/2012], 2012. Disponível em: http://www.conpadre.org/conpadritos/c11-2012/art_46.pdf. Acesso em 13/07/2014. Acesso: 0/04/2015.

BECKER, Howard. 2008. **Outsiders**. Rio de Janeiro: Zahar.

BOTECHIA, Flávia Ribeiro. 2003. **Centros e centralidades urbanas em Vitória** – ES. In: SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA, 22., 2003, João Pessoa. Anais do XXII Simpósio Nacional de História, acontecimento e narrativa. João Pessoa: ANPUH. Disponível em <http://anpuh.org/anais/wp-content/uploads/mp/pdf/ANPUH.S22.237.pdf>. Acesso: 22/04/2016.

BOTELHO, Tarcísio R. 2005. **Revitalização de centros urbanos no Brasil: uma análise comparativa das experiências de Vitória, Fortaleza e São Luís**. Revista eure, Santiago de Chile, v. 31, n. 93, p. 53-71. Disponível em: <<http://www.scielo.cl/pdf/eure/v31n93/art04.pdf>>. Acesso em 09/12/2014.

CAMPOS JUNIOR, Carlos Teixeira. 2002. **A Construção da Cidade: formas de produção imobiliária em Vitória**. Vitória: Florecultura.

CASTELLS, Manuel. 1983. **A questão urbana**. Rio de Janeiro, Paz e Terra.

FERREIRA, Giovanilton André Carretta. 2005. **Vitória do Futuro, Vitória para todos?** Uma análise dos “novos” modelos de planejamento e gestão urbanos em Vitória/ES. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRS, Porto Alegre.

GONÇALVES, Raquel Garcia. 2005. **Modelo Emergente de Planejamento: Elaboração e difusão. Um estudo do planejamento estratégico situacional**. Tese de Doutorado (Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ). Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.ippur.ufrj.br/download/pub/RaquelGarciaGoncalves.pdf>. Acesso em: 16/07/2015.

HARVEY, David. 2014. **Cidades Rebeldes: do direito à cidade à revolução urbana**. São Paulo: Martins Fontes.

INSTITUTO Goia. 2015. **Visitar**. Vitória:. Disponível em: <http://www.institutogoia.org/pg/2996/projeto-visitar/>. Acesso em 03/07/2015.

JANOSCHKA, Michael; SEQUERA, Jorge. 2014. **Procesos de gentrificación y desplazamientos em America Latina, uma perspectiva comparativista**. Desafios metropolitanos: un diálogo entre Europa y America Latina. Madrid: Juan José Michelini (ed.), Catarata.

MENDONÇA, Eneida Maria Souza. et all. 2009 **Cidade Prospectiva: o projeto de Saturnino Brito para Vitória**. Vitória: EDUFES/ Annablume.

MORAES, Pedro R. Bodê; BAILETTI, Carolina Cravero. 2015 **Gentrificação, percepção de insegurança e sofisticação da violência: o caso das políticas de “revitalização” na cidade de Curitiba, Brasil**. XI RAM (Reunión Del Antropologia Del Mercosur). Montevideo.

SANTOS, André da Rocha. 2014. **Revitalização para quem? Política urbana e gentrificação no Centro de Santos**. Cad. Metrop. São Paulo, v. 16, n. 32, PP. 587-607, nov.. Acesso em 28/01/2016. Disponível em <http://revistas.pucsp.br/index.php/metropole/article/view/16879/15854>. Acesso: 25/04/2016.

SIQUEIRA, Maria da Penha Smarzaro. 2009. **A Questão regional e a dinâmica econômica do Espírito Santo – 1950/1990**. Fênix – Revista de História e Estudos Culturais, Outubro/Novembro/Dezembro, Vol.6, Ano VI, nº 4.

VITÓRIA (ES). Prefeitura Municipal. Departamento de Turismo. 2000. **Vitória do Turismo**: plano de desenvolvimento sustentável do turismo da Cidade de Vitória (2000-2008). Vitória: PMV, Departamento de Turismo.

VITÓRIA (ES). Prefeitura Municipal. 1996. **Projeto 21 Vitória do Futuro** – Plano Estratégico da Cidade (1996-2010). Vitória: PMV.