



**XXXI CONGRESO ALAS  
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

**BELO HORIZONTE, BRASÍLIA E LISBOA: OBSERVANDO PROCESSOS DE  
GENTRIFICAÇÃO**

Rachel de Castro Almeida

[rachel.castro.almeida@gmail.com](mailto:rachel.castro.almeida@gmail.com)

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas)  
Brasil

Sávio Guimarães

[savio.guimaraes.2010@gmail.com](mailto:savio.guimaraes.2010@gmail.com)

Centro Universitário de Brasília (UniCEUB)  
Brasil

Patrícia Pereira

[patricia.pereira@fcsb.unl.pt](mailto:patricia.pereira@fcsb.unl.pt)

Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais (CICS.NOVA), Faculdade de Ciências Sociais e  
Humanas da Universidade Nova de Lisboa (NOVA/FCSH), Bolseira da Fundação para a Ciência e a  
Tecnologia( SFRH/BPD/92799/2013)  
Portugal



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

### RESUMO

As estratégias de *gentrificação*, ou enobrecimento urbano, revelam assimetrias de poder e dominações de ordem econômica, social e cultural que enfatizam ou reinventam os processos de produção de desigualdades socioespaciais. Iniciativas esparsas conduzidas pelo mercado para a reapropriação e revitalização de zonas centrais nas décadas de 1970 e 1980, nas grandes cidades norte-americanas e europeias, ganham consubstancialidade de política urbana nos anos 90, configuradas a partir das técnicas de planejamento estratégico associadas ao marketing urbano, e a *gentrificação* em breve se torna uma estratégia urbana global. Há nessas reconfigurações espaciais um alarde em torno da criação de uma espacialidade diferenciada. Vários estudos indicam que nessa dinâmica de enobrecimento os resultados remetem à produção de um espaço segregado, associado às práticas globais de consumo, a alterações nos padrões de sociabilidade, à homogeneização de paisagens comerciais e residenciais e à destradicionalização das práticas locais.

Esse processo é geralmente marcado por um conjunto de tensões que atuam de forma concomitante, demonstrando as dinâmicas que conformam a vida urbana. Tendo em vista este pano de fundo, o principal objetivo deste ensaio é abordar três estudos de caso: o Mercado Central de Belo Horizonte, as quadras residenciais e comerciais 412/413 da Asa Norte de Brasília e a Rua Poço dos Negros, em Lisboa. Esta pesquisa ainda em fase exploratória que recorre à etnografia para compreender as atuais atividades comerciais empreendidas nesses espaços, o modo como o cotidiano é vivenciado, seus principais usuários, suas trocas materiais e simbólicas.

As conclusões iniciais sugerem que esses espaços se caracterizam pelo fato de evidenciarem historicamente múltiplas tendências e processos sociais, econômicos e culturais que se reelaboram continuamente, demonstrando dinâmicas dialéticas de *gentrificação* e resistência cotidiana.

### ABSTRACT

The strategies of gentrification reveal asymmetries of power and economic, social and cultural domination, emphasizing or reinventing processes of production of socio-spatial inequalities. The sparse, market-driven initiatives for the reappropriation and revitalization of central zones in large North American and European cities the 1970s and 1980s have gained consubstantiality in urban policy in the 1990s, shaped by strategic planning techniques associated with urban marketing, and gentrification soon became a global urban strategy. There is, in these spatial reconfigurations, a fanfare about the creation of a differentiated spatiality. Several studies indicate that in this dynamic of elitization the results refer to the production of segregated spaces associated with global consumption practices, changes in sociability patterns, homogenization of commercial and residential landscapes and the re-enactment of tradition within local practices.



**XXXI CONGRESO ALAS  
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

This process is usually marked by a set of connected tensions contributing to the dynamics that shape urban life. Considering this context, the main objective of this paper is to account for three case studies: the Central Market of Belo Horizonte, the residential and commercial blocks 412/413 of the North Wing of Brasília and Rua Poço dos Negros in downtown Lisbon. This research is still in an exploratory phase and researchers mobilize ethnography to understand the current commercial activities undertaken in these spaces, its main users, how everyday life is experienced and the material and symbolic exchanges that occur. The initial conclusions suggest that these spaces are historically shaped by multiple social, economic and cultural tendencies and processes that are in constant re-elaboration, thus demonstrating the dialectical dynamics of gentrification and everyday resistance.

**Palabras clave**

**Gentrificação, espaços comerciais, transformações urbanas**

**Keywords**

**Gentrification, commercial spaces, everyday resistance**



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

### I. Introdução

Este artigo é fruto de uma pesquisa ainda exploratória que procura estabelecer comparações entre três realidades distintas, lidas a partir de espaços comerciais de três metrópoles, Belo Horizonte e Brasília, no Brasil e Lisboa, em Portugal. O objetivo deste estudo é o de perceber as dinâmicas e transformações nesses espaços comerciais visando analisar tensões e relações dialéticas entre gentrificação e resistência no cotidiano.

Desse modo, em Belo Horizonte, abordaremos o Mercado Central, um espaço de referência para a população local e regional, que tem sua história associada à própria história da cidade e configura há décadas um ponto importante de turismo. Em Brasília, percorreremos as dinâmicas de transformação urbana nas quadras residenciais e comerciais 412/413 e 213/214, da Asa Norte, decorrentes especialmente da implantação do Parque Olhos d'Água, na década de 1990. Em Lisboa, a pesquisa tem como foco de estudo a área em torno da Rua Poço dos Negros, situada no centro histórico da cidade.

Estes três estudos de caso consistem em espaços públicos comerciais que vêm já há algum tempo se evidenciando enquanto fontes instigantes à pesquisa, em razão de numerosas transformações constatadas em sua conformação espacial e social e que aqui serão explicitadas num esforço analítico de sistematização do conhecimento que tais espaços e seus usos permitem ser assimilado.

Assim, o presente ensaio é resultado de um trabalho etnográfico, efetuado por uma equipe de pesquisadores, por meio de uma série de incursões ao local. O método etnográfico tem a vantagem de evitar aquela dicotomia que opõe o indivíduo e as megaestruturas urbanas, pois a perspectiva de análise «de perto e de dentro» (Magnani, 2002) é capaz de apreender os padrões de comportamento, múltiplos e heterogêneos, os grupos, as redes e os sistemas de troca. Por esta via, as análises deste trabalho recaíram predominantemente sobre as atuais atividades comerciais, o cotidiano vivenciado em seus espaços, seus principais usuários e suas trocas materiais e simbólicas. Com o desenrolar desta pesquisa espera-se discutir questões que se encontram na primeira linha do debate teórico e metodológico atual sobre *gentrificação*, entre outras, a utilização do conceito em contextos distantes daquele (anglo-saxônico/europeu e norte-americano) em que foi produzido e as novas possibilidades conceituais e teóricas que desenhos de pesquisa verdadeiramente comparativos Bernt (2016), como este, permitirão acionar. Entendemos que os recentes debates em torno do uso do conceito *gentrificação* em cidades fora do contexto Europeu e Norte Americano, e em específico na América Latina (Bernt 2016, Ghertner 2015, López-Morales 2015 e López-Morales, Shin & Lees 2016), devem incentivar a (auto)reflexão sobre as formas como o mobilizamos neste estudo comparativo. Não é, todavia, este o local onde iremos explorar a questão.

### II. Marco teórico

Os espaços públicos comerciais são extremamente potentes do ponto de vista das dinâmicas urbanas por serem locais de circulação, de criações e de trocas, tanto materiais quanto simbólicas, efetivadas por meio de pessoas, de produtos e de imagens (Lefebvre, 1999). Com a crescente diversificação e especialização dos serviços nos últimos séculos, edifícios-galeria, ruas comerciais e *shopping*



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

*centers* coexistem no espaço, favorecendo as dimensões comerciais das cidades, proporcionando a constante recriação de centralidades, de distintas formas físicas e sociais.

Cada vez mais as transformações no comércio e os seus impactos nas vivências cotidianas e nos processos de *displacement* são relevantes para pensar a gentrificação. Profundamente vinculado a essa histórica dimensão das cidades, o processo de gentrificação, tradução portuguesa do termo *gentrification* (do inglês *gentry*, pequena nobreza) foi assim cunhado pela socióloga britânica Ruth Glass, em 1964, a partir de um de seus estudos de Londres, associando múltiplas questões como sociabilidade, espaço público e especulação imobiliária, apesar de ser comumente reduzido a uma ideia de enobrecimento urbano. Desde então, a gentrificação tornou-se uma estratégia urbana global (Smith, 2002).

O processo é geralmente marcado por um conjunto de tensões que atuam de forma concomitante em uma mesma centralidade, ampliando o potencial das forças capazes de destruir os conteúdos ali reunidos. Ou seja, é um fenômeno cujas forças são suficientemente potentes para romper as tradicionais práticas de sociabilidade, de trocas materiais e simbólicas e para ameaçar o direito à cidade, especialmente a um conjunto majoritário que é considerado como minoria do ponto de vista dos capitais financeiros e simbólicos. A gentrificação identifica-se também pela presença crescente de práticas globais de consumo, de homogeneização de paisagens comerciais e de relações de sociabilidade que excluem populações que não têm acesso ao novo padrão de consumo ou instrumentalizam a sua presença, enquanto sinal de “autenticidade”, conforme sugere Brown-Saracino (2004).

Os espaços comerciais aqui analisados, que não são locais de transações econômicas apenas, são espaços sociais onde práticas de sociabilidade urbana são formadas, aprendidas e reproduzidas. Cada local de compras cria sua própria identidade aninhada à percepção de que o mercado é uma cidade, dentro da cidade (Zukin, 2012). Uma vez que, deliberada ou silenciosamente, nestes espaços coexistem cotidianamente tensões que revelam tanto as relações dialéticas entre local *versus* global quanto os processos de *gentrificação* e resistência, o mesmo se torna especial objeto de pesquisa. Consideramos que a resistência à *gentrificação* se compõe não só de oposição declarada, mas também de resistências cotidianas. É a estas últimas que aqui nos dedicamos. Trata-se de formas de resistência muitas vezes invisíveis que se consubstanciam na continuidade da presença e de práticas do dia-a-dia ligadas a uma realidade que antecede a lógica da regeneração urbana e profundamente enredadas no contínuo processo de transformação a que os espaços urbanos estão sujeitos (Lees, Annunziata & Rivas-Alonso, 2017; Giroud, 2007).

As dinâmicas e tendências associadas aos processos de *gentrificação* comercial sublinham as contradições presentes na produção e reprodução das trocas materiais e simbólicas, concretizadas por meio de pessoas, de produtos e de imagens. Neste sentido, há que se considerar que essas transformações de espaços comerciais impactam nas relações sociais que aí se efetivam, pois o processo de *gentrificação* acaba por exercer um «filtro social» e passa a integrar um processo de acumulação de capital, com seus respectivos movimentos cíclicos de fluxos de circulação (Mendes, 2014).



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Nosso argumento principal está alinhado ao pressuposto de que tais dinâmicas e tendências colocam em xeque a capacidade desses espaços serem o suporte e fazerem parte da construção de uma sociabilidade urbana plural e inclusiva: processo que é produzido e reproduzido cotidianamente por meio da pequena escala de interações sociais; pelo enraizamento da propriedade individual das mais variadas lojas; pelo caráter dos produtos comercializados; pelas tradicionais negociações culturais que acontecem entre lojistas e clientes habituais; além de dois fundamentais princípios da vida urbana - «familiaridade e estranheza» (Zukin, 2012). A gentrificação comercial, não raramente associada a processos de gentrificação residencial, rompe com as lógicas referidas anteriormente, impactando a vida cotidiana dos utilizadores das áreas em causa e provocando pressões indiretas de expulsão das populações residentes no entorno (Gant, 2015). São as características múltiplas dos espaços comerciais urbanos e suas tantas transformações que visamos analisar a partir dos casos escolhidos como objeto.

### III. Metodologia

O método etnográfico, eleito para esta pesquisa, tem a vantagem de evitar aquela dicotomia que opõe o indivíduo e as megaestruturas urbanas, pois a perspectiva de análise «de perto e de dentro» é capaz de apreender os padrões de comportamento, múltiplos e heterogêneos, os grupos, as redes e os sistemas de troca (Durhan, 1986 Magnani, 2002; 2014).

Voltado para os processos do cotidiano, seguindo os atores sociais e dialogando com eles em suas escolhas e arranjos em suas interações sociais usuais, em seus modos de vida. Tal estratégia depende da potencialidade de estranhamento, do insólito, da experiência, da necessidade de examinar por que alguns eventos, vividos ou observados, nos surpreendem. Em geral, as etnografias cumprem, pelo menos, três condições: i) consideram a comunicação no contexto da situação; ii) transformam, de maneira feliz, para a linguagem escrita o que foi vivo e intenso na pesquisa de campo, transformando experiência em texto; e iii) detectam a eficácia social das ações de forma analítica. Associadas à etnografia, entrevistas serão realizadas também com o propósito de interpretar os significados subjetivos. Essa prática, desde a elaboração do seu instrumento (roteiro) delinea perguntas que estimulem a reflexividade e a narratividade, renuncia às reivindicações de neutralidade dos dados obtidos e reconhece que o processo de validação passa pela contextualização das situações sociais em que são produzidos.

Os exercícios de interpretação apoiados - na dupla vertente, pensamento e ação, e nas finalidades de conscientização e dialética da investigação sobre o conjunto dos fenômenos observados, conferem à investigação etnográfica uma intencionalidade própria: a interpretação e a crítica. Sendo que o pressuposto da totalidade, nesta investigação científica, seguirá os pressupostos de Magnani:

*(...) posto que não se pode contar com uma totalidade dada, postula-se uma, nunca fixa, a ser construída a partir da experiência dos atores e com a ajuda de hipóteses de trabalho e escolhas teóricas, como condição para que se possa dizer algo mais do que generalidades e platitudes a respeito do objeto de estudo. (Magnani, 2009, p.137).*



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Portanto, por esta via, as análises deste trabalho recaíram predominantemente sobre as atuais atividades comerciais, o cotidiano vivenciado em seus espaços, seus principais usuários e suas trocas materiais e simbólicas.

### IV. Análises e discussões de dados

O Mercado Central de Belo Horizonte, localizado nesta área central, foi inaugurado em 1929 para suprir as necessidades de abastecimento da cidade e, desde então, se tornou uma referência para a população local e regional. Com efeito, sua história está associada à própria história da cidade e configura, há décadas, um ponto importante de turismo regional, nacional e até mesmo internacional. Caracteriza-se por uma *“mistura de religiosidade, cultura popular e tradição pela variedade de produtos existentes e que vai de verduras, frutas, ervas a utensílios domésticos, artesanato e artigos religiosos”*<sup>1</sup>.

Neste sentido, o Mercado Central releva, de modo peculiar, alta capacidade de polarizar fluxos, atraí-los ou dispersá-los, concentrar e aproximar, ao menos fisicamente, uma vasta diversidade de pessoas e atividades. Ao mesmo tempo, consoante ao movimento dialético, tal espaço é capaz de exibir as forças presentes na centralidade que são capazes de destruir, estilhaçar e até mesmo solapar os conteúdos ali reunidos.

Ao longo de mais de um século o Mercado passou por múltiplas fases em que seu potencial de centralidade foi colocado à prova, pelas próprias tendências e dinâmicas capitalistas associadas ao comércio e abastecimento de gêneros alimentícios. Especialmente a partir da década de 1980 destaca-se a presença dos grandes hipermercados e dos *shoppings centers* que inauguravam um novo estilo de compras e de relação entre cliente e comerciante. Para enfrentar estes desafios, tal espaço físico suportou várias e sucessivas obras de expansão e de adequação, o que gerou, como consequência, uma série de ajustes e adaptações das lojas e dos produtos comercializados, no entanto, mantendo sempre suas principais características em termos de produtos, formas de comercialização e de sociabilidade.

De forma mais intensa, nos últimos anos, assiste-se a um gradual processo de transformação de suas atividades. Além dos referidos espaços, marcadamente mais tradicionais, somam-se alguns novos estabelecimentos, de usos peculiares como uma casa lotérica, salões de beleza, lojas de produtos alimentícios japoneses, uma loja das sandálias Havaianas, uma ótica e saltam aos olhos um conjunto de 9 lojas de suplementos alimentares, atendendo à moda fitness.

A presença de lojas de franquia com fins diversos, como casas Lotéricas, Havaianas, Empada de Minas e a inserção de atividades que não têm vínculos diretos com os tradicionais usos do mercado, como as lojas de produtos e suprimentos de informática, lojas de produtos indianos e de alimentos japoneses indiciam uma prática de comercialização de produtos indiferenciados que podem ser

---

<sup>1</sup> A este respeito, sugerimos ver os seguintes sites:  
<http://portalpbh.pbh.gov.br/pbh/contents.do?evento=conteudo&idConteudo=30331&chPlc=30331>  
<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/250>



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

encontrados em qualquer outro shopping do país. Essas lojas se caracterizam não só pelo produto, mas também por um formato de relação com o cliente, que rompe com as tradicionais trocas simbólicas, como a pechincha. Assim, este processo retira do Mercado a sua marca simbólica de lugar das trocas materiais locais e regionais, de produtos muitas vezes manufaturados e com uso de insumos (alimentos, madeiras, minerais) das diversas regiões do estado de Minas Gerais. Ou seja, notadamente interfere em uma característica histórica do Mercado que é o fato de ser um lugar de referência para a compra de um conjunto de mercadorias peculiares à cultura local, comercializadas de uma forma determinada e apresentações específicas, o que daria real singularidade ao Mercado.



**Foto 01:** Vista de uma típica banca de legumes e verduras no Mercado.

**Fonte:** autores.



**Foto 02:** Vista geral de um dos corredores comerciais do Mercado.

**Fonte:** autores.



**Foto 04:** Detalhe de loja de suplementos aberta recentemente no Mercado.

**Fonte:** autores.



**Foto 03:** Detalhe de loja de informática aberta recentemente no Mercado.

**Fonte:** autores.





## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

As novas tipologias de lojas configuram novos usos e, conseqüentemente, são atraídos novos públicos, que confirmam o potencial deste espaço para o entrecruzar de vários fluxos, contudo, faz-se notória a crescente perda de espaço dos diversos e tradicionais produtos que legaram ao Mercado o atributo de “patrimônio cultural mineiro”.



**Foto 05:** Detalhe de nova queixaria recentemente implantada.  
**Fonte:**autores.



**Foto 06:** Detalhe de nova padaria recentemente implantada.  
**Fonte:**autores

Logo, somam-se um conjunto de novos estabelecimentos especialmente queijarias, cachaçarias, cafés e padarias, a exemplo da “Padaria Du Pain” e “Roça Capital: Armazém Mineiro, que revelam tendências à gentrificação, que seja pela gourmetização dos produtos que reforça o «consumo da cultura», pela «destracionalização» de determinados conjuntos de práticas associadas ao hábito alimentar ou pela tendência a estabelecer um padrão seletivo de clientes.

O caso do Mercado Central, em particular, distingue-se das práticas recorrentes de *gentrificação*, pois não há uma política pública ou uma ação coletiva concertada que vise promover alterações



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

substanciais no espaço. É então imperioso acompanhar esse processo, pois se configura como um fenômeno disperso que, sem muito alarde, aos poucos, poderá trazer sérias consequências do ponto de vista da preservação de um patrimônio cultural. De modo similar ao já estudado por Viana Cerqueira (2014), no caso das ruas de Paris, as novas lojas do mercado central, diversificam e associam múltiplas práticas e padrões culturais que se tornam cada vez mais complexos.

O segundo estudo de caso está localizado em Brasília, cidade que foi inaugurada em 1961, um marco no planejamento urbano e regional brasileiro, cujo projeto urbanístico, concebido por Lúcio Costa, tinha como missão, em seu discurso oficial, expandir o mercado nacional e promover a ocupação da região centro-oeste.

Entretanto, o crescimento de Brasília se deu a partir das chamadas cidades satélites que se configuravam como cidades-dormitório e áreas invadidas gravitando ao seu redor, uma vez que seu projeto não incluía justamente todos os migrantes, especialmente os trabalhadores da construção civil, de menor poder aquisitivo. Entre 1960 e 1980 a cidade cresceu em função da migração sendo que, entre os anos de 1984 e 1998, há um incremento de mais de 50% da área urbana, com consequências urbanas e ambientais. (Ribeiro & Holanda, 2015). Assim, a cidade de Brasília, desde seu original projeto, é marcada pelas desigualdades socioespaciais que se reproduzem e reforçam as assimétricas relações de poder e de dominação de cariz econômico, social e cultural.

Um dos elementos urbanísticos mais singulares do projeto do plano é a superquadra, voltada à escala residencial tendo como apoio as escalas bucólica e gregária. Em cada superquadra, suas componentes morfológica, tipológica e ambiental, na concepção do próprio Lucio Costa, possibilita a *“reaproximação do habitante com o seu lugar de morada, reconectando aspectos bucólicos às edificações a partir de uma relação do ambiente construído com os espaços circundantes, livres e arborizados (...)”*. (Magalhães, 2015, p.12). Além disso, em cada quadra há uma área comercial, originalmente com o propósito de abrigar a diversidade de comércios e serviços que atendessem aos moradores do entorno imediato.

O projeto original do plano piloto previa que os blocos residenciais das quadras 100, 200 e 300 fossem de seis pavimentos, enquanto, os blocos das quadras 400, em razão da proximidade do Lago Paranoá, seriam de até três pavimentos, com ou sem pilotes, sem a obrigatoriedade de garagens e de elevadores, portanto, uma tipologia mais econômica. Logo, desde o projeto da cidade, as quadras 400, especialmente as residenciais, se dirigem a um público de menor poder aquisitivo quando comprado aos das quadras 100 e 200, configurando já à priori configurações espaciais que criam demarcações físicas e simbólicas.

No caso dos comércios locais, há diferenças marcantes em sua configuração quando comparamos as soluções adotadas para Asa Sul e Asa Norte, pois os da Asa Sul, em geral, obedeciam a uma tipologia uniforme, semelhante nas diversas quadras, já os blocos comerciais da Asa Norte adotaram uma tipologia mais diversificada.

Nosso objetivo de análise recai sobre as dinâmicas de transformação urbana nas quadras residenciais e comerciais 412/413 e 213/214, da Asa Norte, decorrentes especialmente da implantação do Parque Olhos d'Água, na década de 1990.



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

A hipótese é que este fato potencializou a dinâmica de especulação imobiliária residencial e comercial no entorno e vem provocando nas quadras comerciais 412/413 uma concentração homogênea de estabelecimentos ligados à alimentação – mercados orgânicos, padarias, cafeterias, restaurantes – dirigidos a um perfil de consumidor bastante determinado, altamente capitalizado ou a ele vinculado, e a um modelo “gourmetizado” de serviço. Esta dinâmica é observada, primeiro, pela construção recente de dois novos blocos comerciais da quadra, e, segundo, pela implantação de lojas bastante peculiares: a Colaborativa (mercearia), a La Boutique (padaria), o Clandestino (espaço de café e música), a Houston (hamburgueria), o Cookers Cozinha Criativa (café e restaurante lounge). Estes empreendimentos comerciais somam-se aos mais antigos restaurantes da Quadra – Santé, El Negro e Dona Lenha – configurando uma espacialidade altamente homogênea quando comparada aos padrões usuais das demais quadras comerciais de Brasília.



**Foto 07:** Vista de bloco de construção mais recente na Quadra CLN 412/413.

Fonte: autores.



**Foto 08:** Detalhe das lojas na Quadra CLN 412/413.

Fonte: autores.

Já as quadras comerciais 213/214 revelaram uma maior resistência aos processos de enobrecimento de suas atividades e clientela, mantendo a diversificação de atividades e serviços os mais gerais, o que se aproximada dos modos de uso e ocupação original do projeto da cidade e que ainda estão vigentes nas múltiplas opções de serviço encontradas nas demais quadras comerciais desta Asa. Vale ressaltar, entretanto, que há indícios de dinâmicas da *gentrificação*, por exemplo, pelo fato de o Banco do Brasil implantar nesse local uma agência de atendimento a clientes mais capitalizados financeiramente, conhecidas como “Agência Estilo”. Com efeito, quando se observa o recente padrão de uso e ocupação dos novos edifícios residenciais construídos nos últimos cinco anos, nas



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina  
La sociología en tiempos de cambio

adjacências dessa área comercial, verifica-se, pelo padrão da tipologia arquitetônica, o predomínio da produção de moradia para classes altamente capitalizadas.



**Foto 09:** Vista de blocos na CLN 213/214 com serviços tradicionais e diversificação comercial.  
Fonte: autores.



**Foto 10:** Vista de blocos na CLN 213/214 com serviços tradicionais e diversificação comercial.  
Fonte: autores.

Em Lisboa, até recentemente, o processo de gentrificação no centro histórico era, sobretudo, o que se apelida “*gentrificação marginal*” (Rose, 1984). O patrimônio imobiliário vinha a degradar-se desde os anos 1980: o congelamento dos aluguéis e os elevados custos associados à reabilitação promoveram o abandono de muitos edifícios e sua conseqüente desvalorização. Os censos de 2011 mostram um abrandamento da tendência de perda populacional da cidade iniciada na década de 70 e estudos qualitativos mostram que alguns bairros do centro histórico, como Alfama (Costa, 1999) e o Bairro Alto (Mendes, 2006, Pavel 2015) atraíram, sobretudo nos anos 90 e início do século XX, pequenos grupos de novos residentes oriundos das classes médias urbanas.

Em Alfama, a reabilitação urbana não foi imediatamente acompanhada de um processo de gentrificação: “Outros fatores, como os que se têm vindo a analisar, cruzaram-se com este, dando ao conjunto do processo uma feição geral não gentrificadora, se bem que recheada de contra-exemplos e soluções ambivalentes, e mantendo, também, uma grande margem de indeterminação quanto ao futuro” (Costa, 1999, p. 442). Mendes e Pavel (Mendes 2014, Pavel 2015) apontam o início dos anos 2000 como momento de viragem neoliberal das políticas de reabilitação urbana no país e mais especificamente na cidade de Lisboa. Esta nova direção das políticas tem vindo a facilitar os processos de gentrificação em curso.

A partir de 2008, com a crise econômica, parte significativa do investimento imobiliário foi sendo desviado dos grandes empreendimentos suburbanos, para a reabilitação do centro, em especial no segmento de luxo. Neste ponto interessa convocar para a análise a *rent gap theory* de Neil Smith (1996). A crise surgiu como oportunidade para implementar uma política de cidade neoliberal que inclui, por parte de agentes públicos, a promoção turística agressiva e incentivos às chamadas classes criativas e a potenciais investidores nacionais e internacionais. A dinâmica do mercado imobiliário, resultante destes e outros fatores, é essencial para compreendermos os fenômenos de transformação urbana a que assistimos hoje nesta área de Lisboa. Segundo dados recentemente



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

divulgados pela Confidencial Imobiliário<sup>2</sup>, os aluguéis na cidade de Lisboa têm tido um aumento considerável nos últimos anos; a oferta de venda de casas tem diminuído e os preços aumentado. As expulsões são consequência desta combinação de fatores e uma realidade hoje impossível de negar.

É neste contexto que analisamos a área em torno das ruas Poço dos Negros, Poiais de S. Bento. Situadas entre a Bica e a Madragoa e historicamente ligadas ao trabalho e aos trabalhadores do porto e das embarcações, mas também da pequena indústria (Alcântara, 2013), Estas ruas foram, até recentemente, uma referência espacial para populações oriundas de Cabo Verde (Malheiros, 1998; Pereira, Raposo & Alves 2004).

A herança portuária, a decadência do edificado e a presença de atividades ligadas ao tráfico de droga e de populações estigmatizadas como imigrantes, prostitutas e população em situação de rua, atribuiu a esta área, e a outras adjacentes como o Cais do Sodré, uma forte imagem externa negativa que durou as últimas décadas do século XX. Mesmo nessa época, a área logrou manter a atividade comercial – embora com menos vigor – a cujo declínio assistimos na transição do século.

As razões apontadas pelos residentes e comerciantes locais para este fenômeno são diversas: a abertura de supermercados como o Minipreço, a atuação da ASAE<sup>3</sup> que obrigou ao encerramento de mercearias que não correspondiam aos novos padrões de higiene e segurança, a abertura do Metrô do Chiado que desviou todos os potenciais compradores. A estas acrescentamos o declínio da atividade portuária desde meados dos anos 80, o consequente desaparecimento de postos de trabalho e diminuição da população residente, também relacionada com as más condições de habitabilidade e com os processos de suburbanização e metropolização de Lisboa.

No início do século XXI, discernia-se ainda, na paisagem comercial da área, a forte presença de população africana, sobretudo cabo-verdiana, apesar de esta nunca ter sido majoritária entre os residentes e de estar já em franco declínio. Dos vários restaurantes, tascas, bares e lojas, cujos proprietários e muitos clientes eram oriundos do arquipélago, restam hoje um restaurante na Rua Poço dos Negros e outro na Rua da Silva. A porta fechada do restaurante Taki Tala é um marco dessa presença, que passa facilmente despercebido. Podemos aqui invocar a noção de *discursive displacement* (Holgersson, 2014), que resulta de alterações estéticas e simbólicas do ambiente urbano e do edificado, que forçam a invisibilidade de determinadas populações ou heranças urbanas: deixam de fazer parte das narrativas e imagens do lugar, a não ser por vezes de forma estetizada.

---

<sup>2</sup> A Confidencial Imobiliário produz e vende dados estatísticos sobre preços de transação e contratos de arrendamento de imóveis residenciais com vista a responder às necessidades de informação dos operadores de mercado, seja na decisão sobre investimentos, seja na ação comercial ([www.confidencialimobiliario.com](http://www.confidencialimobiliario.com)).

<sup>3</sup> ASAE (Autoridade de Segurança Alimentar e Económica).



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio



Foto 11: porta do Taki Tala.



Foto 12: Pólo Cultural Gaivotas. Fonte: autores

Na mesma época, promotores imobiliários começam a reabilitar antigos dois palácios devolutos: o Palácio Flor de Murta, que foi transformado em estúdios, em 2004, mas conheceu à época dificuldades de comercialização, e o Palácio Mesquitela, cujo projeto se iniciou em 2002, mas apenas recentemente foi comercializado. Também na virada do século, assistimos à chegada de residentes ligados às artes - juntando-se a uma mão cheia de pioneiros - e de estruturas artísticas ditas “alternativas”, como a companhia teatral Cão Solteiro em 1997 e o Atelier Real em 2005. O fluxo de novos residentes continuou associado a agentes do campo artístico. Em 2015, o Teatro Praga instalou-se numa parte da Escola da Rua das Gaivotas e, em 2016, a Câmara Municipal inaugurou aí um Polo Cultural. Em entrevista, um residente procura explicar esta dinâmica, na qual participa:

*Portanto, a rua sempre teve uma mistura e hoje aquilo que tu vês, imensa gente que ou é de Cabo Verde, ou é brasileira ou é chinesa. Teve até aos anos 90 uma vida qualquer muito multicultural e que é uma herança histórica. Depois a partir daí eu acho que ela está estagnada, essa população é toda muito envelhecida, depois quando eu vim, eu moro aqui há cerca de 10 anos, quando eu vim havia muitos artistas, muita gente nova porque era uma rua que estava a ser modificada numa artéria próxima do centro, mas não havia mesmo barulho e, portanto, existiam muitos artistas e a partir daí não sei o que é que aconteceu, se foram os artistas ou não, nós também começamos a fazer uma série de coisas [ ... ] (Tomé, morador, 2016)*

Foi a partir de 2013, que a crescente especulação imobiliária no centro histórico, o programa municipal BIP ZIP e o crescimento da atividade turística em Lisboa, entre outros fatores, ditaram uma transformação profunda da dinâmica comercial, cultural, residencial e dos espaços públicos desta área.

No que respeita às recentes e profundas transformações no comércio local na Rua Poço dos Negros e circundantes, a tendência é para o encerramento de lojas antigas cujos produtos e serviços são de



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

uso cotidiano, a estagnação da clientela de muitas das que ficam abertas - excetuando alguns cafés e restaurantes - e a abertura em catadupa de novas lojas com produtos design e gourmet/tradicionais/autênticos e cafés/restaurantes, muitas vezes temáticos. Na primeira categoria relevamos o encerramento da drogaria no n.º 109 da Rua Poço dos Negros 2016, e da mercearia no n.º 105 em 2015, ambas bastante antigas. Outros lojistas antigos revelaram, durante o trabalho de campo, receio ou mesmo vontade de fechar portas, sobretudo devido à falta de clientes, como a ervanária, o fotógrafo ou o oculista, que veio entretanto a fechar. Encerrou também portas em 2016, a Livraria Avellar e Machado (no n.º 19), “o mais antigo alfarrabista de Lisboa”, devido ao aumento de aluguel. Mantêm-se com clientela e movimento, por exemplo, os restaurantes Zapata e Tambarina, e a pastelaria Nita, na Rua Poço dos Negros. Ao contrário de outros estabelecimentos na zona, estas casas parecem resistir às mudanças e beneficiar do afluxo de novos visitantes e residentes. Elencamos, por outro lado, a abertura muito recente de vários cafés para uma clientela de classe média (sobretudo jovem) e turistas, de uma loja de chás e um salão de chá, todos na Rua Poço dos Negros. Ainda no campo da nova restauração, encontramos na zona duas mercearias gourmet, uma aberta há já alguns anos e outra há poucos meses, dois estabelecimentos de pastelaria francesa, uma pastelaria de bolos caseiros, uma loja de empadas e bolos argentinos. Na Rua Poiais de S. Bento, menos dedicada à comida e bebida, encontramos várias lojas roupa, arte e design, como a +351 e a Apaixonarte. A arquitetura e o design têm também uma presença forte na área, com vários ateliers e espaços de co-work.



Foto 13: Oculista, R. Poço dos Negros

Apesar dos fluxos crescentes de turistas nesta zona próxima ao Cais do Sodré e Bairro Alto (polos de grande atração), a dinamização do comércio é ainda uma preocupação local, quer por parte dos antigos, quer dos novos comerciantes, que se juntam em mais de uma iniciativa: Feira Vizinha e Triângulo Aberto, organizadas por grupos diferentes de comerciantes.



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

### V. Conclusões: notas sintéticas

Este texto marca o início de um trabalho de pesquisa comparativo a três mãos que, partindo da análise da mudança do comércio, visa contribuir para pensar a *gentrificação* à escala global, analisando tendências semelhantes e diferenças associadas ao contexto local no Brasil e em Portugal. Uma das tendências comuns mais interessantes que registramos nos três casos, e que procuraremos aprofundar de futuro, é a coexistência ao longo do processo, de elementos de transformação, por lado, e de permanência ou resistência, por outro. Se alguns comércios mais antigos não conseguem sobreviver face às pressões de mudança, outros se mantêm abertos, logrando alguns desses adaptar-se à procura atual, utilizando o potencial comercial da “autenticidade”.

De modo exemplar o Mercado Central é uma cidade dentro da cidade, um lugar que exprime formas materiais e simbólicas de elaborar os modos de vida. Na etapa em que se encontra o trabalho de campo já é possível identificar tendências múltiplas que vão desde a reificação de determinadas leituras da identidade local, até a ressignificações de patrimônios culturais imateriais, como o queijo mineiro e a cachaça de alambique, com um viés bastante *gourmetizado*. Somadas à presença de novos estabelecimentos vinculados a redes e franquias, que exprimem as dinâmicas locais-globais. Já Brasília revela nas reconfigurações específicas das quadras comerciais aqui analisadas tendências associadas às práticas globais de consumo, alterações nos padrões de sociabilidade e homogeneização de paisagens comerciais e residenciais. No caso de Lisboa, sugere-se que estamos perante um fenômeno de *gentrificação* residencial e comercial que envolve a transformação física, simbólica e social: a reabilitação dos edifícios; alteração substantiva da paisagem comercial e cultural e das vivências urbanas. Assistimos também à substituição de populações locais residentes, trabalhadoras e utilizadoras por novos residentes com poder aquisitivo superior (residentes permanentes e temporários, mas também lojistas, trabalhadores e turistas). Fica clara a pressão de expulsão sentida por algumas populações e o *discursive displacement* das populações imigrantes e trabalhadoras da área, assim como a estetização dos elementos físicos associados à sua presença, substituídos pela nova narrativa em torno das artes performativas e do design.





XXXI CONGRESO ALAS  
URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

## VI. Bibliografía

- Alcântara, A. (2013). Uma geografia da Lisboa operária em 1890. I Congresso de História do Movimento Operário e dos Movimentos Sociais em Portugal. Lisboa.
- Araujo, E.; Caldeira, J. & ; Oliveira, L. (2015). Superquadras 400 Sul: habitação social no plano piloto de Brasília. Brasília: Editora Kiron.
- Bernt, M. (2016). Very particular, or rather universal? Gentrification through the lenses of Ghertner and López-Morales. *City*, 20(4), 637–644.
- Brown-Saracino, J. (2004). Social Preservationists and the Quest for Authentic Community. *City and Community*, 3(2), 135–156.
- Cerqueira, E. D. V. (2014). A evolução das formas de gentrificação: estratégias comerciais locais e o contexto parisiense. *Cadernos MetrÓpole*, 16(32), 417-436.
- Costa, A. F. (1999). Sociedade de bairro: dinâmicas sociais de identidade cultural. Oeiras: Celta.
- Gant, A C. (2015). Tourism and commercial gentrification. The ideal city. Between myth and reality. RC21 International Conference. Urbino, 27th-29th August, ISA. PDF
- Ghertner, D. A. (2015). Why gentrification theory fails in ‘much of the world’. *City*, 19(4): 552-563.
- Glass, R. (1964). Introduction. In *London: aspects of change*. London: MacGibbon & Kee, xiii–xlii.
- Holanda, F. de & Ribeiro, R. J. da C. (2015). “A MetrÓpole de Brasília na rede urbana brasileira e configuração interna”. In: Holanda, F; Ribeiro, R.; Tenório, S. (orgs.) *Brasília: transformações na ordem urbana*. Rio de Janeiro: Letra Capital.
- Holgerson, H. (2014). Post-Political Narratives and Emotions: Dealing with Discursive Displacement in Everyday life in E. Jackson & H. Jones (eds) *Stories of Cosmopolitan Belonging: Emotion and Location*. Milton Park: Routledge Earthscan.
- Jayme, J. & Trevisan, E. (2012). Intervenções urbanas, usos e ocupações de espaços na região central de Belo Horizonte. *Civitas-Revista de Ciências Sociais*, 12(2), 359-377.
- Lees, L., Annunziata, S. & Rivas-Alonso, C. (2017). Resisting Planetary Gentrification: The Value of Survivability in the Fight to Stay Put, *Annals of the American Association of Geographers* (online first)
- Lefebvre, H. (1999). *A revolução urbana*. Belo Horizonte: Editora UFMG.



**XXXI CONGRESO ALAS  
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

- Lemos, C. B. (1998). Determinações do espaço urbano: a evolução econômica, urbanística e simbólica do centro de Belo Horizonte. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.
- López-Morales, E. (2015). Gentrification in the Global South. *City* 19 (4): 564–573.
- López-Morales, E., Shin, H. B. & Lees, L. (2016). Latin American gentrifications. *Urban Geography* 37(8): 1091-1108.
- Magalhães, A. (2015). Apresentação. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Brasil). Superintendência do Iphan no Distrito Federal. Superquadra de Brasília: preservando um lugar de viver. IEPHA: Brasília.
- Magnani, J. G. C. (2002). De perto e de dentro: notas para uma etnografia. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 17 (49), 11-29.
- Malheiros, J. (1998). Minorias Étnicas e Segregação nas Cidades: uma aproximação ao caso de Lisboa, no contexto da Europa mediterrânica. *Finisterra: Revista Portuguesa de Geografia*, 33 (66), 91-118.
- Mendes, L. (2006). A nobilitação urbana no Bairro Alto: análise de um processo de recomposição sócio-espacial. *Finisterra: Revista Portuguesa de Geografia*, 41(81), 57–82.
- Mendes, L. (2014). Gentrificação e políticas de reabilitação urbana em Portugal: uma análise crítica à luz da tese rent gap de Neil Smith. *Cadernos Metrôpole*, 16(32), 487-511.
- Pavel, F. (2015). Transformação urbana de uma área histórica: o Bairro Alto. Reabilitação, identidade e gentrification. Dissertação (Doutoramento): Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa (FAUL).
- Pereira, P., Raposo, O., Alves, M., Antunes, M., & Casqueira, F. (2004). Rotas Cruzadas: Imigrantes no Coração de Lisboa [Relatório Final].
- Rose, D. (1984). Rethinking Gentrification: Beyond the Uneven Development of Marxist Urban Theory. *Environment and Planning D: Society and Space*, 2(1), 47–74.
- Smith, N. (1996). *The new urban frontier: gentrification and the revanchist city*. Londres, Nova York: Routledge.
- Smith, N. (2002). New Globalism, New Urbanism: Gentrification as Global Urban Strategy. *Antipode* 34(3): 427–450.
- Sobrinho, A. S., (2013). São Paulo e a Ideologia Higienista entre os séculos XIX e XX: a utopia da civilidade. *Sociologias*, Porto Alegre, ano 15, 32, p. 210-235.



**XXXI CONGRESO ALAS  
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Zukin, S. (2012). The social production of urban cultural heritage: Identity and ecosystem on an Amsterdam shopping street. *City, Culture and Society*, 3, 281–291.