

A MERCANTILIZAÇÃO DA PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO EDIFICADO EM BUENOS AIRES: O CASO DO SHOPPING ABASTO

Vanessa Regina Freitas da Silva¹

1 RESUMO

Este trabalho tem como objeto de estudo o Shopping Abasto, localizado em Buenos Aires, Argentina, e busca compreender o processo da intervenção na edificação, apontando uma reflexão sobre a mercantilização da preservação do patrimônio edificado na atualidade.

2 INTRODUÇÃO

O trabalho apresentado² tem como objetivo avaliar as influências mercadológicas na preservação do patrimônio edificado, tomando-se como objeto o Shopping Abasto – antigo Mercado de Abasto Proveedor da cidade de Buenos Aires, Argentina, refuncionalizado como centro comercial. A base investigativa se firmou nos levantamentos bibliográficos e fotográficos sobre a construção e seu entorno, apresentando desde a história do mercado até a atualidade como centro comercial.

3 O SHOPPING ABASTO

O Shopping Center Abasto, inaugurado em 1998, surgiu como uma tentativa de refuncionalizar todo o entorno a partir do edifício que abrigou o Mercado Abasto Proveedor de Buenos Aires. Uma intervenção para recriar um pólo metropolitano

¹ Arquiteta e Urbanista formada pela Universidade Federal de Minas Gerais/UFMG e mestranda em Memória Social e Patrimônio Cultural na Universidade Federal de Pelotas/UFPel (2009-2011), sob orientação do Prof. Dr. Sidney Gonçalves Vieira do departamento de Geografia do Instituto de Ciências Humanas da UFPel. Contato: vanessareginafreitas@gmail.com

² O trabalho apresentado é resultado do estágio de mestrado-sanduíche (junho a setembro de 2010) realizado através do Programa de Centros Associados para o Fortalecimento da Pós-graduação (CAFP/BA) – Cooperação Internacional Brasil-Argentina, por meio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) dentro do programa de Pós-graduação em Economia Política da Cultura – “Estudos sobre as Produções Culturais e Patrimônio” – da Faculdade de Filosofia e Letras/FFyL, Universidade de Buenos Aires/UBA e sob a orientação do Prof. Alejandro Balazote.

comercial e recreativo na área.³ A denominação popular da região conhecida como Abasto surgiu com a instalação do Mercado na edificação construída pela Sociedade Anônima Mercado de Abasto Proveedor, o qual foi inaugurado oficialmente em 1893.

A partir da década de 1940, com a intensificação das atividades do Mercado, eram crescentes os inconvenientes como ruídos, mau cheiro e ocupação das calçadas por moradores de rua. Inclusive os primeiros habitantes do local, vinculados ao trabalho do Mercado, se mudam para outros bairros mais residenciais. As edificações são ocupadas por comércios e serviços; muitas casas se deterioraram ou foram abandonadas e outras de má reputação se multiplicaram.



FIGURAS 1, 2 e 3 – Fachadas e interior do Shopping Abasto, Buenos Aires, Argentina.

Fonte: Vanessa Regina Freitas da Silva. Acervo particular, setembro de 2010.

Em fins da década de 1970, a municipalidade decidiu pela criação do Novo Mercado Central da cidade, construído em terrenos da grande Buenos Aires. Assim, o Mercado de Abasto Proveedor funcionou entre 1893 e 1984, ano do seu fechamento definitivo. A Cooperativa El Hogar Obrero adquire a edificação em 1984 com a ideia de “constituir um grande centro de compras com cinemas, restaurantes, bares e hipermercado” (PIÑEIRO; TRUEBA, 1996, p.41) visto que nessa época não existiam *shoppings* em Buenos Aires.

Com a recessão econômica no início dos anos 90, a Cooperativa paralisa as obras iniciadas em 1987 e coloca a venda o terreno e o imóvel. O abandono da região se agravou enquanto não surgia um comprador para a área. Na edição de 20 de novembro 1994, o diário Clarín noticiou “Abasto: Bronx portenho: drogas,

³ O Shopping Abasto possui 120 mil metros quadrados de área construída distribuídos em quatro pavimentos com mais de 230 lojas e ainda: dois subsolos de estacionamento para até 1300 veículos; praça de alimentação para 1500 pessoas e 12 salas de cinema, somando 3172 poltronas. Destaque para o Parque de Diversões dentro da construção e para o Museu interativo e educativo, o “Museo de los Niños”, onde é recriada uma cidade, em escala adequada para as crianças.

prostituição, AIDS, marginalidade, delinquência (...) a sensação de abandono e sordidez como em um filme sobre o Bronx de Nova Iorque” (citado em PIÑEIRO; TRUEBA, 1996, p.41).

Em 1995, a empresa Inversiones y Representaciones Sociedad Anônima/IRSA comprou o imóvel e terrenos do entorno e iniciou o processo de instalação do *shopping* em 1997. Observa-se então o processo de mercantilização:

Logo após a controvertida “hibernação” desde a clausura do Mercado em 1984, o bairro começou a experimentar uma vertiginosa mercantilização de seus espaços. O fechamento do Mercado de Abasto provocou uma deterioração ainda maior do que o que já existia, (...) a separação do mesmo capitalizou suas riquezas latentes: a estratégica localização do bairro, seu exotismo e seu patrimônio histórico-cultural, concentrado em boa medida ao redor da polifacetada figura de Carlos Gardel. (CARMAN, 2006, p.97)

4 A MERCANTILIZAÇÃO DO PATRIMÔNIO

O *shopping* surgia como uma espécie de resolução para uma área degradada, acreditando na mudança de perfil de frequentadores do bairro e no aumento da segurança. Acreditava-se que o *glamour* de um centro comercial no local poderia inclusive atrair pessoas de outros bairros e posicionar o Abasto dentro do circuito dos bairros turísticos como La Boca e San Telmo. Para tanto, a edificação analisada sofreu o que foi denominado como “refuncionalização ou reciclagem”, uma intervenção preservacionista com novas tecnologias para abrigar novos usos. (MELLO E VASCONCELLOS, 2006). Porém, houve controvérsias:

Uma remodelação? Uma reciclagem? É impossível catalogar esta intervenção. Esvaziou-se um monumento da arquitetura e da engenharia argentinas deixando somente a casca de uma obra concebida de maneira integral. Esvaziou-se em todo o sentido – material e conceitual e o “recheou” com a instalação de um shopping ignorando a hierarquia e o estilo de um marco da nossa cidade. Este horror ao vazio foi pura exigência comercial? (BERJMAN; FISZELEW, 1999, p.184)

Ao manter as fachadas da monumental construção, a imagem urbana do lugar foi preservada, buscando atender a uma pretensa demanda turística, a qual incide sobre o espaço urbano, transformando-o. Uma desconstrução do que outrora era para que represente um novo espaço produzido, considerado melhor ou mais “adequado” para ser consumido. Considerando que a cultura tornou-se mercadoria, segundo Harvey (2005), o patrimônio como representação cultural é a materialização dessa mercantilização. As

edificações históricas “podem ser e claramente são objeto de transação mediante práticas de comercialização da indústria turística” (HARVEY, 2005, p.32)

5 CONCLUSÃO

O Shopping Abasto é a representação da mercantilização quando a sua imagem arquitetônica tornou-se diferencial. Porém, ao se tornar o próprio produto a ser comercializado, perdeu-se o seu valor simbólico e diferenciado. As práticas culturais e artefatos historicamente construídos são diferenciais, contudo, ainda conforme Harvey, quanto mais se “disneyfica” um lugar menos excepcional e especial ele se torna.

O Mercado Abasto Provedor sempre foi referencial patrimonial e assim permanece ao manter as fachadas históricas; porém, em seu interior, não há nada que referencie ou simbolize o que era antes. Assim, o presente torna-se espaço temporal para reafirmar o que o Mercado foi um dia, mantendo-o como uma imagem de um passado. Um patrimônio, ao ser restaurado, reconstruído, reciclado ou refuncionalizado, mantém o passado no presente para fazer parte de um projeto futuro, inserido na dinâmica de mercantilização da cultura.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERJMAN, Sonia; FISZELEW, José. *El abasto: un barrio y un mercado*. Buenos Aires: Corregidor, 1999. 205p.

CARMAN, María. *Las trampas de la cultura: los intrusos y los nuevos usos del barrio de Gardel*. 1ed. Buenos Aires: Paidós, 2006. 288p.

HARVEY, David. El arte de la renta: la globalización y la mercantilización de la cultura. IN: Smith, Neil; Harvey, David. *Capital financiero, propiedad inmobiliaria y cultura*. Museu d'Art Contemporani de Barcelona, Barcelona; Bellaterra (Cerdanyola del Vallès), 2005. p.29-57.

MELLO, Maria Cristina Fernandes de; VASCONCELLOS, Léia Mendes de. Re: atrás de, depois de...In: CASTILHO, Ana Luisa Howard de; VARGAS, Heliana Comin (orgs). *Intervenções em Centros Urbanos: objetivos, estratégias e resultados*. Barueri, SP: Manole, 2006. p.53-65.

PIÑEIRO, Alberto Gabriel; TRUEBA, Carlos Manuel. Los mercados. IN: PIÑEIRO, Alberto Gabriel; TRUEBA, Carlos Manuel. *Balvanera y el Once, una parroquia y un barrio*. Buenos Aires: Ed. Fundación Banco de Boston. 1996. p. 39-41.