

DO MUNDO DAS MARCAS ÀS MARCAS DE CIDADES: O “PROBLEMA” URBANO REDUZIDO À COMPETIÇÃO

Luccas da Cunha Coelho¹
Douglas Ladik Antunes²

A virada do último século representa, para as políticas urbanas, um salto em direção a implementação do projeto de planejamento neoliberal frente à derrocada do planejamento moderno. Do pensamento “tecnocrático-centralizado-autoritário” passou-se ao “estratégico”, congregando as formulações empresariais e mercadofílicas aos estudos e planos das cidades. De forma conjunta e paralela a este movimento, o mundo empresarial vivia uma revolução das marcas, onde, “marcas, não produtos!” se tornou o novo mote de renascimento do *marketing*. Ambas dinâmicas atravessadas pela reestruturação da produção capitalista, sobretudo pela revolução nas tecnologias de comunicação, que expandiu as fronteiras e as estratégias de expropriação e acumulação de capital, encontrando nas cidades, a partir de “novas” teorias urbanas — ora sustentáveis, ora criativas ou inteligentes —, mecanismos e técnicas para seu aprofundamento. Nesta linha de entendimento, tal quais as empresas, as cidades competem umas com as outras em diferentes “nichos de mercado”, passando a produzir estratégias de venda de seus territórios. E, neste contexto, os projetos de marcas de cidade (*city branding*) surgem como verdadeiras soluções para o “problema” urbano, sendo esta a conjuntura que viemos a desenvolver a problemática de uma pesquisa de mestrado no programa de Planejamento Territorial e Desenvolvimento Socioambiental na UDESC, a qual aqui apresentamos um recorte. Um primeiro levantamento mostra que dos estudos existentes acerca do tema nas áreas de *Design*, *Marketing*, Administração e Arquitetura, poucos dão conta de compreendê-lo em sua totalidade. Autores como Kavaratzis, Asworth ou mesmo o “guru do *marketing*” Philip Kotler, se limitam a visualizar os aspectos meramente técnicos, revestidos de uma profunda positividade, dos projetos de marcas de cidade, no lugar de estudá-los inseridos nas relações conflituosas e contraditórias posta no espaço urbano. Trata-se do desconhecimento, ou mesmo da desconsideração, de toda uma base teórica que se debruça a mais de um século no entendimento do Espaço enquanto sistema de objetos e ações que (re)produzem as relações sociais. Neste sentido, identificar em Lefebvre, David Harvey, Milton Santos, Ermínia Maricato, Carlos Vainer e Marcelo Lopes de Souza, diferentes elementos e categorias para contrapor à lógica reduzida da competição interurbana, entendendo o processo histórico de formação das cidades e suas diferentes fases de planejamento e desenvolvimento, além das contradições e disputas que se dão nelas, é uma importante etapa para colocar em atrito diferentes paradigmas e perspectivas de se pensar a dinâmica urbana. Um segundo momento, é de uma reflexão teórica e temática acerca de tais projetos frente aos processos de expansão e consolidação de uma “cidade do

¹ (Orientando) É mestrando do Programa de Pós-Graduação em Planejamento Territorial e Desenvolvimento Socioambiental (PPGPLAN) da Universidade Estadual de Santa Catarina (UDESC) e graduado em Design de Produto (2014), pelo Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC). Atua na área do Desenho, com ênfase em sua relação com o Planejamento Urbano e Regional e Política Pública, pesquisando principalmente nos seguintes temas: Direito à Cidade, América Latina, Política Cultural e Questão Urbana.

² (Orientador) Possui graduação em Engenharia Mecânica pelo Instituto Mauá de Tecnologia / Escola de Engenharia Mauá - IMT/EEM (1998), mestrado em Engenharia Ambiental pela Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC (2001) e doutorado em Design pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro - PUC-Rio (2011). É professor adjunto do Departamento de Design da Universidade do Estado de Santa Catarina - UDESC e professor permanente do Mestrado Profissional em Planejamento Territorial e Desenvolvimento Sócio Ambiental - PPGPLAN/FAED/UDESC. Atua em projetos de pesquisa e extensão em temáticas relacionadas à: comunidades tradicionais, artesanato, movimentos sociais, tecnologias tradicionais, tecnologias sociais e tecnologia assistiva.

capital”, levada a cabo por diferentes setores da sociedade civil, de aparelhos privados de hegemonia e do Estado. Trata-se, então, da importância de compreender tais marcas frente às diferentes formações sócio-espaciais de cada cidade, sobretudo levando em consideração as especificidades das cidades brasileiras e latino-americanas. Com o exercício teórico-metodológico produzido até aqui, já é possível desatar alguns nós que insistem em reduzir a questão urbana em mero problema técnico. O empresariamento e a mercantilização do espaço surgem negando a existência dos conflitos, impondo uma cidade unificada e restringindo o Direito à Cidade.

Palavras-chave: Marcas de cidade, Neoliberalismo, Planejamento Urbano, Direito à Cidade