

# **Bairro da Liberdade: patrimônio cultural e cultura como parque temático<sup>1</sup>**

*Flávio Daiji Kishigami (USP)*

## Resumo

O bairro da Liberdade é uma referência no turismo na cidade de São Paulo, bastante visitado particularmente nos finais de semana, por sua vocação ao turismo étnico. A atividade turística gera empregos e renda, pois envolve inúmeros setores da economia, mas praticada apenas sob o viés econômico, torna-se predatória. Um espaço e os elementos que o compõe quando são apropriados pelo turismo para serem consumidos como mercadoria turística, tornam-se uma redução, um cenário, um simulacro. O turista ao visitar um local, sofre do que Krippendorff denomina de “Síndrome do Zoológico”, observa os residentes como uma exposição exótica e apenas espera que sua expectativa pré-concebida sobre aquele espaço, sobre aquela cultura seja realizada, não há abertura para novas experiências, não se visita um espaço da reprodução social e sim um parque temático. O bairro da Liberdade, que antes era o espaço da reprodução social, torna-se o espaço da reprodução do capital após a consolidação do turismo, pois o “o turismo, tal como outras atividades – e concorrendo com elas – introduz no espaço objetos definidos pela possibilidade de permitir o desenvolvimento da atividade. Além disso, objetos preexistentes em dado espaço podem ser igualmente absorvidos pelo e para o turismo, tendo seu significado alterado para atender a uma nova demanda de uso, a demanda de uso turístico”, segundo Cruz (2001). Entretanto, o turismo também é uma prática histórico-social de acordo com Gastal e Moech (2007), onde os deslocamentos podem ser permeados pela abstração, estranhamento e por consequência uma movimentação dos sujeitos – o turismo pode ser a atividade da experimentação, da vivência e da convivência – o que proporcionaria atividades que não tem um valor de troca e sim um valor afetivo. É partir dessa perspectiva que a preservação do patrimônio cultural e da cultura pode acontecer, assim como o resgate da memória negra no bairro, apagada com o processo de turistificação e fetichização da cultura asiática.

**Palavras-chave: Liberdade, patrimônio cultural, cultura, identidade, turismo étnico.**

---

<sup>1</sup> VI ENADIR – GT20. Salvaguarda do patrimônio cultural e dos direitos identitários

O desenvolvimento do processo de Globalização, especialmente no pós Segunda Guerra Mundial, possibilitou a expansão da atividade turística por todo o globo, como atividade econômica é bastante utilizada como instrumento de discurso político, apontada como uma grande condutora do desenvolvimento social e econômico. De fato, o turismo gera inúmeros empregos e rendas, pois abrange variados setores econômicos desde a construção civil, parques temáticos, hotelaria, compras, restaurantes, até transporte, cultura e lazer.

O turismo é, incontestavelmente, um fenômeno econômico, político, social e cultural dos mais expressivos das sociedades ditas pós-industriais. Movimenta, em nível mundial, um enorme volume de pessoas e capital, inscrevendo-se materialmente de forma cada vez mais significativa ao criar e recriar espaços diversificados (RODRIGUES, 1999, p.17)

Trata-se de uma atividade que coexiste simultaneamente com outros usos e apropriações contemporâneas do espaço, pois também está inserida no processo de reprodução da acumulação do capital, no entanto, sua especificidade reside na sua própria natureza, que segundo Cruz (2001) “[...] o turismo é a única prática social que consome elementarmente espaço”, apropriando-se dos espaços naturais, das formações espaciais pré-capitalistas – os monumentos, as cidades históricas e os sítios arqueológicos – além dos espaços resultantes da lógica da produção, como as áreas centrais das cidades, da rede de transportes, do comércio, etc.

Ainda segundo Cruz, o turismo tal como outras atividades, que concomitantemente concorre com elas, acaba por introduzir no espaço objetos que permitem o desenvolvimento da atividade, da mesma forma que os objetos já preexistentes, em dado momento, podem ser absorvidos pelo e para o turismo, tendo seu significado modificado para atender a uma nova demanda: a demanda de uso turístico. Isoladamente ou em conjunto com os demais elementos que compõem o espaço geográfico, o turismo produz um território bem delimitado, visível e com características particulares que se impõem com grande força em diversas partes do mundo.

Esse processo de apropriação do espaço para o desenvolvimento dessa demanda turística é observado no bairro da Liberdade, que se tornou conhecido como o bairro oriental de São Paulo. Foi concebido em 1969 por Randolpho Marques Lobato, jornalista e presidente de uma comissão de orientais (japoneses, chineses, coreanos e vietnamitas) radicados ou que se estabeleceram no bairro da Liberdade, teve como inspiração os

bairros chineses das cidades estadunidenses como Nova Iorque e São Francisco, conhecidos como “China Town” e assim como ocorreu nesses espaços, o objetivo era transformar a Liberdade em uma atração turística tirando o proveito natural do bairro de se tornar um núcleo oriental, devido ao processo de ocupação do bairro pelos imigrantes asiáticos.

O bairro reestruturado foi entregue ao domínio público em agosto de 1973 na gestão do então prefeito Figueiredo Ferraz, que prometeu também à Colônia Nipônica a atuação da Secretaria de Turismo Municipal para incentivar os lojistas a implementar o plano paisagístico para efetivar a Liberdade como um bairro oriental. Através desse plano, as luminárias comuns à vapor de mercúrio foram substituídas por lanternas no estilo oriental o “tiotin”, além da construção de um toori – uma estrutura típica da tradição xintoísta que representa a entrada de um santuário ou entrada de um local considerado sagrado – construído na Rua Galvão Bueno. Além disso, Randolpho Marques Lobato previa jardins a serem elaborados no bairro, que na época carecia de áreas verdes, que seriam construídos em áreas de prédios públicos. Estes jardins, segundo o planejamento, teriam um pequeno largo com ponte de madeira envernizada – o “nashi” – caminhos de pedra e vegetação com combinassem com o paisagismo japonês, como é caso do Largo da Pólvora.

A ocupação do bairro pelos imigrantes, em especial os japoneses, foi apropriada pela atividade turística como uma vocação para a atividade, que materializa com a ação do poder público, ou seja, o bairro da Liberdade como é conhecida atualmente – consagrada nacional e internacionalmente como a maior colônia de japoneses e descendentes fora do Japão e uma forte referência de visita na cidade de São Paulo, com inúmeros sites, vídeos no YouTube, visitação por agências de turismo e publicações impressas direcionadas aos turistas – é resultado do encontro desses dois fatores.

Entretanto, muito do que se entende por atividades tradicionais ou um comércio asiático é um reducionismo sem nenhum vínculo com a comunidade oriental que muitas vezes se ancora em referências decorativas do que se entende por asiático, pois segundo Carlos (1999), a produção e o consumo do que pode ser considerado turístico evolue também a criação e o consumo simbólico da imagem dos espaços e atrativos turísticos, pois “[...] o espaço do turismo e do lazer são espaços visuais, presos ao mundo das imagens que impõem a redução e o simulacro”, ou seja, o que importa para o turista é o cenário.

Os residentes do bairro da Liberdade, assim como de qualquer área apropriada pelo turismo, participam de forma involuntária no processo de produção e consumo do espaço turístico, já que compartilham o uso da infraestrutura e dos atrativos do bairro. Esse residente acaba se constituindo como uma condição para a efetivação das práticas socioespaciais do turismo, visto que até mesmo ações de resistência à normatização do espaço para o turismo podem contribuir para o desenvolvimento da atividade.

Esses residentes podem participar da produção do espaço turístico de duas formas distintas: passivamente, quando aceitam as determinações dos agentes turísticos hegemônicos (Estado e o mercado) e, de forma omissa, compactuam com a racionalidade dos atores que imprimem a lógica que deve pautar a produção da destinação turística, ou ativamente, quando se manifesta através dos movimentos sociais e como cidadãos que cobram e exigem seus direitos. (SILVA, 2009).

Segundo Carlos (2007) “A história do indivíduo é aquela que produziu o espaço e que a ele se imbrica por isso que ela pode ser apropriada. Mas é também uma história contraditória de poder e de lutas, de resistências compostas por pequenas formas de apropriação”. A partir dessa afirmação, pode-se concluir que a forma tão particular como cada indivíduo vive e ocupa um determinado lugar/espaço, cria um conjunto de afetos que se entrecruzam e acabam por se manifestar no cotidiano, no espaço vivido, e se manifesta, por exemplo, nas manifestações culturais e religiosas.

Jost Krippendorff em sua obra *Sociologia do Turismo*, afirma que o ser humano vive entre necessidades contraditórias, como esforço-reposo, liberdade-obrigações, trabalho-descanso e encontrar o próprio equilíbrio é dominar a vida, no entanto, na sociedade industrial, as cidades não são planejadas para o relaxamento e o lazer e em consequência disso, a atividade do turismo se faz necessária para que as pessoas consigam suportar os 11 meses de trabalho por ano. As pessoas trabalham pelas férias e as férias permite que as pessoas suportem o trabalho.

As férias, os momentos de lazer, tornam-se um momento de extravasamento com motivação egocêntrica, o comportamento desse turista é agressivo, abusivo e colonialista. A sensação de liberdade, faz com que o turista não respeite determinadas normas e pouco importa a reprovação alheia, já que ele é um consumidor e pagou por este momento. Não há boas maneiras.

No turismo há um anseio pela confirmação da ideia que foi formada pelas imagens pré-fabricadas pela publicidade e pouco importa se são clichês e não correspondam a realidade, apenas há o desejo que essas expectativas criadas sejam confirmadas, fazendo surgir as localidades turísticas que não passam de meros cenários artificiais e tudo que é estranho ao cotidiano do turista é mostrado em doses pequenas e selecionadas para que seja reduzido ao pitoresco.

O encontro dos turistas com a população autóctone não é favorável para a troca cultural, já que a liberdade e o prazer de um correspondem diretamente ao trabalho do outro. A massificação das viagens, que organiza racionalmente e padronizam os passeios, impedem que exista qualquer relação calorosa e intelectual, apenas contatos superficiais com uma educação estéril. É exigido dos autóctones uma permanente disponibilidade, gentileza, atenção e alegria, que os deixa sobrecarregados e esse desgaste aparece em algum momento. Muitas vezes populações visitadas não sentem a necessidade de contato com o visitante, tornam-se agressivas ou desejam o isolamento.

Espaços destinados à visitação não incluem os moradores locais por alguns motivos, entre eles uma renda incompatível, são indesejáveis ou até mesmo proibidos. Há uma política de segregação e jamais de integração, existe o lugar onde o autóctone tem a permissão de frequentar – o bar da vila – e há o lugar produzido para o turista/visitante.

Quando se trata de um turismo “exótico” a possibilidade de ocorrer uma troca intercultural é ainda menor, para que haja um encontro verdadeiro é preciso que exista pelo menos um ponto em comum entre dois seres. Se não existe nada que os aproxime, quando os papéis são distintos, não haverá base para um diálogo, porque além da cultura fundamentalmente distinta, há também a diferença de classe social. O que supostamente deveria ser um encontro, se torna a “síndrome do zoológico”, onde o autóctone se torna um espetáculo e tema para fotografias, além de suas funções serviços: vendedores, dançarinos, cozinheiro, entre outros.

O turista, o visitante, não se desloca para conhecer um país, um lugar e seus habitantes, trata-se de um passante que não observa absolutamente nada, apenas procura a confirmação de uma opinião já formada sobre este lugar e essas pessoas e dessa forma não consegue resistir ao etnocentrismo, a sua superioridade cultural.

“Os turistas são os inimigos mais perigosos que existem, porque eles nos são indispensáveis. Por diversas razões não podemos reservar-lhes a mesma sorte

dos inimigos de antigamente, que simplesmente matávamos, mas podemos permanecer mudos”. (trecho de um texto grego sobre o turismo de Creta)

Santos (2000) afirma que o consumo é o grande fundamentalismo da globalização e acaba por comandar quase tudo, incluindo o lazer. Ele aponta que a facilidade do acesso ao crédito para o divertimento e viagens é um subordinador do sujeito consumidor, que fica totalmente subjugado às regras da indústria do lazer e das viagens, porém, a prática não é disponível para todos.

O turismo e o lazer são fenômenos socioculturais porque foram construídos historicamente pela ação de sujeitos sociais, contudo os agentes econômicos tornaram-se hegemônicos com a evolução dos processos capitalistas de produção, promovendo uma natureza dialética nas relações na sociedade, nos discursos teóricos e, conseqüentemente, no exercício dessas atividades. O resultado é a produção de uma imagem de um turismo e um lazer como atividades estritamente econômicas.

Sob a perspectiva economicista, essas vivências são uma das principais atividades econômicas que concentram riquezas, que se apropriam e excluem espaços, o que resulta na exclusão de segmentos da sociedade. Esse cenário e essa lógica não são questionados por haver um imaginário que o setor de turismo seja um grande propulsor econômico, conforme apontam Ash, Turner, 1991, p. 169, abaixo:

Superficialmente, el turismo puede representar certamente todo un caso de términos económicos. Trae consigo valiosísimas divisas, contribuye a equilibrar la balanza de pagos de los países e genera empleo tanto directa como indirectamente.

Werneck e Isayama (2001) afirmam que há uma confusão entre cultura e indústria cultural, dando como exemplo a equiparação de um shopping a um espaço público de lazer. Segundo os autores, a cultura vai além dos espetáculos e manifestações artísticas e está relacionada com a produção humana, mas também com o seu processo, estreitamente ligado aos processos de produção, reprodução e transformação das práticas coletivas.

No outro extremo, a indústria cultural apenas manifesta a possibilidade da reprodução e consumo, difundindo a ideologia do consumismo do lazer, transformando-o em um produto comercializável na forma de bens de consumo e serviços. Esse consumo possui ênfase no espetáculo, como mostra Werneck e Isayama, 2001, p. 55:

“O espetáculo é uma visão de mundo que se objetivou, sendo ao mesmo tempo resultado e o projeto do modo de produção existente, a principal produção da sociedade atual. Não se trata de um suplemento do mundo real, mas de uma decoração que lhe é acrescentada e, sob todas as suas formas particulares – informação, propaganda ou consumo de divertimentos –, o espetáculo constitui o modelo atual da vida dominante em nossa realidade.”

O processo de transformação do bairro da Liberdade em um local turístico serviu e ainda ser para atender a uma demanda do segmento do turismo étnico. Trata-se de uma apropriação do espaço, dos elementos culturais ali inseridos, materiais e imateriais, que são esvaziados de seus sentidos e usos sociais para se tornarem parte de um espetáculo cenográfico. Para intensificar essa imersão nessa narrativa mercadológica, em agosto de 2018 a estação de metrô Liberdade passou a chamar Japão-Liberdade, após um decreto do então governador Márcio França (PSB), publicada no Diário Oficial do Estado de São Paulo.

Essa alteração gerou uma infinidade de manifestações contrárias, levantando questões sobre memória, patrimônio, identidade e raça, e foi classificada como uma continuidade de uma política histórica antinegitude<sup>2</sup>.

Mas ao analisar o desenvolvimento do bairro em um produto turístico, desde a sua concepção na década de 1960, a mudança do nome da estação de metrô é apenas mais uma etapa desse percurso que atende unicamente ao mercado, o que produziu o apagamento da memória negra na reformulação do espaço e na paisagem de toda a área. Sobreviveram a Igreja Santa Cruz das Almas dos Enforcados na Praça da Liberdade e a capela Nossa Senhora dos Aflitos localizada na rua com o mesmo nome.

Da mesma forma que a cultura asiática se torna parte de uma encenação, reduzida a um simulacro, esses lugares da memória negra que estão ocupando o mesmo espaço apropriado pela atividade turística não é valorizado, não é visto e portanto não é consumido. Da mesma forma que o acarajé, um patrimônio cultural brasileiro e negro, marcava presença no bairro, em uma barraca onde era vendido aos sábados e domingos. Ter uma barraca de acarajé na Liberdade, era uma forte representação simbólica da memória negra, mas devido ao processo de turistificação e fetichização da cultura

---

<sup>2</sup> Disponível em: < <https://www.nexojournal.com.br/expresso/2018/08/07/A-mudan%C3%A7a-de-nome-da-Pra%C3%A7a-da-Liberdade.-E-a-mem%C3%B3ria-negra-em-S%C3%A3o-Paulo>>. Acesso em: agosto de 2019.

asiática, a barraca de acarajé quase não recebia clientes e desde o final dos anos 2000 não há mais nenhuma venda de comida de origem africana na feira. O apagamento da memória negra não aconteceu com a mudança do nome da estação de metrô em 2018. E ter um bairro negro não significa que a memória negra não será apropriada e reduzida como mercadoria pelo turismo, o Pelourinho em Salvador é uma prova desse processo.

A turistificação reduz o espaço e os elementos que o compõe em um simulacro, a crítica não deveria ser ao simulacro, mas sim ao processo e a atividade que reduz a memória, o patrimônio, a cultura em um produto para atender ao turista, que apenas deseja consumir de forma predatória suas ideias pré-concebidas.

Segundo o conceito da OMT (2018), o que se entende por turismo é o deslocamento e as atividades realizadas durante as viagens dentro de um período mínimo de 24h e máximo de um ano, ou seja, há a necessidade de pernoite por parte do sujeito no local visitado. Trata-se de um conceito aceito e utilizado nas pesquisas de turismo, no entanto, não consegue abranger toda a complexidade da prática turística, o bairro da Liberdade, por exemplo, inserido nessa definição não poderia ser classificado como um espaço turístico, mesmo com toda divulgação e o grande número de visitantes, especialmente aos finais de semana.

Uvinha (2007), no trabalho “Turismo e lazer – Interesses turísticos”, diz que a relação do turismo com o lazer encontra-se em praticamente em todas as produções científicas, independentemente do idioma, visto que o turismo é reconhecido como parte integrante do lazer e uma peça fundamental da contemporaneidade para análise da vida humana.

Para ele, o turismo não deve ser compreendido apenas sob a perspectiva do desenvolvimento econômico, mas, sim, como uma dimensão humana, com grande comprometimento com a sociedade e de desfrute de valores que contestem o sistema dominante. A partir dessa interpretação do turismo, há a possibilidade de se valorizar e entender a prática turística como um componente da cultura.

A definição de Falcão (2009, p. 117) sobre turismo está em concordância com a exposição anterior:

Entendido como ato de viajar pela maioria das pessoas, o turismo é, na verdade, uma atividade multidisciplinar que cria relações e situações que combinam



educação, saúde, cultura, lazer e meio ambiente, influenciando as condições de vida de indivíduos e comunidades.

Gastal e Moesch (2007) afirmam que o turismo é “um campo de práticas histórico-sociais que pressupõe deslocamento dos sujeitos em tempos e espaços diferentes daqueles do seu cotidiano”, isto é, trata-se de um deslocamento repleto de abstração que produz um distanciamento do que se vive cotidianamente, gerando novos hábitos. É uma prática que desenvolve estranhamento (grifo das autoras) pois estimula uma movimentação afetiva no indivíduo, independente da distância percorrida, ou seja, é possível realizar turismo na cidade onde se reside.

Nessa perspectiva o turismo está relacionado com experimentar, viver e conviver – que pode ser uma visita a um local desconhecido ou apreciar um espetáculo – abarcando atividades que tem menos significado econômico e sim um valor de uso e um valor afetivo.

A partir desse ponto de vista, do turismo como uma prática social, é possível vislumbrar um bairro onde a memória, o patrimônio e a cultura não sejam um produto descartável, vazio de sentidos. As vivências, as memórias afetivas fazem parte de um processo de pertencimento a um lugar. Que novas relações com o espaço com o bairro da Liberdade possam surgir e que elas abarquem os processos históricos que ali transcorreram, em especial da memória negra que sofreu um apagamento da turistificação, que naturalmente é seletiva. Que os discursos consigam ir além do que o mercado nos restringe e que não haja uma reprodução da ideia de pertencimento através do consumo do espaço e sim o da possibilidade das novas experiências como seres sociais, com múltiplas bagagens culturais.

## REFERÊNCIAS

ASH, John e TURNER, Louis. *La Horda Dorada*. Madrid: Endymion, 1991.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. “O consumo do espaço”. In: CARLOS, Ana Fani A. (org.). *Novos caminhos da Geografia*. São Paulo: Contexto, 1999, pp. 173-186.

\_\_\_\_\_. *O lugar no/do mundo*. São Paulo: FFLCH, 2007, 85p.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. O Turismo e a produção do não-lugar. In: SOUSA, Célia, Pesavento, Sandra,(org) Imagens urbanas: os diversos olhares na formação do imaginário urbano, Porto Alegre: Editora da Universidade/ UFRGS, 1996.

CRUZ, R.C.A. Introdução à geografia do turismo. São Paulo: Roca, 2001.

FALCÃO, C. H. P. Turismo Social. In: BARROS JUNIOR, J. C. Empreendedorismo, trabalho e qualidade de vida na terceira idade. São Paulo: Edicon, 2009, p. 117-140.

GASTAL, S. ; MOESCH, M. Turismo, políticas públicas e cidadania. 1º ed. São Paulo: Aleph, 2007.

GUIMARÃES, Lais de Barros Monteiro. Liberdade, história dos bairros de São Paulo, Prefeitura do Município de São Paulo, Secretaria Municipal de Cultura, 1979.

HARVEY, David. A Arte como renda: globalização e transformação da cultura em commodities. In: Desígnio: Revista de Arquitetura e do Urbanismo. São Paulo: Annablume, 2005 – n. 4 setembro de 2005a.

KRIPPENDORF, Jost. Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. São Paulo: Aleph, 2000.

RODRIGUES, A. B. Uma abordagem geográfica do espaço do turismo. CORIOLANO, L.N.M.T (org.) Turismo com ética. Fortaleza: UECE, 1998, pp.76-99.

SANTOS, M. Lazer popular. In: Lazer numa sociedade globalizada. São Paulo: SESC/WLRA, 2000. p. 31 – 37.

SILVA, Carlos Henrique Costa. O Turismo e a Produção do Espaço: Perfil Geográfico de uma Prática Socioespacial. Geografia Ensino & Pesquisa, vol. 16, n. 2, maio/ ago. 2012.

SILVA, K.M. ; FONSECA, M. A. P. ; ALVES, A. E. L. . O papel do residente na produção do espaço turístico em Natal. CULTUR - Revista de Cultura e Turismo, v. 3, p. 104-121, 2009.

UVINHA, R. R. Turismo e lazer – Interesses turísticos. In: MARCELLINO, N. C. Lazer e Cultura. Campinas: Alínea, 2007, p. 47 – 64.

WERNECK, C. L. G.; STOPPA E. A.; ISAYAMA H. F. Lazer e mercado. Campinas: Papyrus, 2001.

YAZIGI, Eduardo. A alma do lugar. São Paulo: Contexto, 1999.

\_\_\_\_\_ et al (orgs.). Turismo, espaço paisagem e cultura. São Paulo: Hucitec, 1996.