

Mediação cultural e comunicação na economia simbólica do centro histórico de Coimbra

*Cultural mediation and communication
in the symbolic economy of Coimbra historical downtown*

*Mediación cultural y comunicación
en la economía simbólica del centro histórico de Coimbra*

Jamile Miriã FERNANDES PAIVA

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 130, diciembre 2015 - marzo 2016 (Sección Monográfico, pp. 127-144)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 30-09-2015 / Aprobado: 25-04-2016

Resumo

Neste artigo busca-se refletir sobre as práticas de mediação e de comunicação no contexto da sustentabilidade cultural do centro histórico de Coimbra, tornado patrimônio mundial pela Unesco em 2013. A mediação cultural vem nos últimos anos sendo amplamente utilizada para relacionar o patrimônio urbano à identidade e à cidadania. Ao mesmo tempo, a abordagem comunicacional da patrimonialização ganha novos contornos ao conectar o recurso patrimonial ativado na interação com os públicos. Partindo de uma pesquisa em fase de conclusão, buscaremos problematizar os papéis desempenhados nestas duas dinâmicas, considerando que a patrimonialização é um processo contínuo de salvaguarda, disseminação e acesso aos bens culturais no fluxo da economia simbólica.

Palavras-chave: produção cultural; comunicação; patrimonialização; identidade; patrimônio.

Abstract

This work aims to reflect on practices of mediation and communication in the context of the cultural sustainability of Coimbra historic downtown. In recent years the concept of cultural mediation has been widely used to relate the urban heritage to identity and citizenship. At the same time, the communicational approach to heritage status acquisition wins new features connecting the heritage resources fostered in the interaction with the public. Based on a research still ongoing, we intend to problematize the roles of these two dynamics, considering that heritage process is a continuous progression in safeguarding, dissemination and access to cultural assets in the flow of the symbolic economy.

Keywords: cultural production; communication; heritage status acquisition; identity; heritage.

Resumen

Se busca reflexionar sobre las prácticas de mediación y de comunicación en el contexto de la sostenibilidad cultural del centro histórico de Coimbra, nombrado patrimonio mundial por la Unesco en 2013. La mediación cultural ha sido ampliamente utilizada durante los últimos años para relacionar el patrimonio urbano a la identidad y la ciudadanía. Al mismo tiempo, el abordaje comunicacional de la patrimonialización obtiene nuevos rasgos, sirviendo para conectar el recurso patrimonial activado en la interacción con los públicos. Partiendo de una investigación aún en marcha, pretendemos problematizar los papeles que desempeñan estas dos dinámicas, considerando que la patrimonialización es un proceso continuo de salvaguarda, diseminación y acceso a los bienes culturales en el flujo de la economía simbólica.

Palabras clave: producción cultural; comunicación; patrimonialización; identidad; patrimonio.

1. Introdução

Por meio de quais agentes o centro histórico de Coimbra está a ser valorizado no âmbito das políticas urbanas e culturais? Diferentes respostas vêm sendo dadas a esse questionamento. Pois, se por um lado, os centros históricos patrimonializados podem ser vistos como produtos de políticas urbanísticas e culturais recentes –no sentido de que não existem em si mesmo–, por outro, ao envolver uma multiplicidade de agentes que interagem com diferentes intensidades e regularidades é difícil circunscrever a linha cronológica rígida os movimentos que resultam nessa valorização.

O argumento aqui defendido é que a patrimonialização dos centros históricos, ao representar uma síntese dialética entre permanência e mudança no espaço urbano, tem o grande desafio de dar sustentabilidade ao seu potencial representacional e simbólico. Importa-nos assim saber quais papéis desempenham a mediação e a comunicação na política de revalorização do centro histórico de Coimbra, tendo em vista a zona que foi classificada como patrimônio mundial. Isso porque as políticas vinculadas à requalificação, ao selecionar e valorizar determinados bens culturais como representativos da localidade, não servem apenas para legitimar os processos que foram desencadeados pela Unesco.

A que ponto essas duas práticas permanecem apenas direcionadas para transmitirem informação aos seus interlocutores? Ou estão a ser utilizadas na participação inclusiva desses atores sociais? Embora nossa proposta se baseie em uma compreensão reflexiva de dados empíricos, coletados no âmbito de uma pesquisa de doutorado, nesse artigo daremos significativa ênfase à discussão teórica. Nesse contexto, os fatores desencadeadores das estratégias de gestão urbana apontam para o consumo cultural como ponto focal. O *status* de patrimônio é assim legitimado não só pelo consumo simbólico que se caracteriza na apropriação de determinados signos, demarcando estilos de vida e relações sociais, mas também pelas diferentes possibilidades que representa de democratização da cultura.

2. Na trama da patrimonialização no centro histórico de Coimbra

À construção social, a qual se atribui o termo patrimonialização (Raunteberg, 2003), é definida como sendo um meio técnico responsável por identificar um valor simbólico representativo da identidade coletiva de determinado grupo. Para o autor, mais que identificar e recuperar um bem é preciso, sobretudo, desenvolver um discurso que justifique sua escolha e permita modificar seu *status*. Os esforços para reabilitar os centros históricos envolvem ao mesmo tempo questões políticas, econômicas, sociais e identitárias. Nessa perspectiva,

Innerarity (2010, p. 131) chama atenção ao mencionar que (...) “o centro de uma metrópole pode ser restaurado, mas isso não é o mesmo que recuperar seu significado e inseri-la num dinamismo vivo”. Mas a ideia de valorização econômica é dada quase como garantida, como se o patrimônio fosse, por si só, a pedra de toque para a transformação em ouro de tudo que toca.

Em Portugal, a noção de patrimônio alinhada ao reconhecimento das edificações que acompanham o *continuum* urbano deu origem a diferentes programas de requalificação, seguindo modelos implementados em diversos países da Europa. O que, com o reconhecimento da importância do patrimônio vernacular, iniciou uma verdadeira corrida à aquisição do estatuto de patrimônio mundial (Peixoto, 2006). É interessante observarmos que, se por um lado, as cidades são reconhecidas como testemunhas vivas do passado e expressão da cultura e, portanto, sua preservação seja considerada fundamental para manter a identidade diante do perigo da homogeneização que caracteriza a sociedade contemporânea (Salgueiro, 1992). Por outro lado, o desencadeamento de intervenções em antigas áreas urbanas pela economia simbólica –marcada sobremaneira por uma simbiose entre imagem e produto (Zukin, 1997)– é um processo que se caracteriza por uma culturalização dos centros históricos (Peixoto, 2006).

Em sua análise teórica e crítica dos centros históricos portugueses como elemento central de uma nova síntese do espaço urbano, Peixoto (2006) discute as ações de preservação e de valorização como um trabalho de construção retórica em torno da imagem da cidade. O autor menciona que se trata de uma complexa rede de interesses, na qual a sustentabilidade suportada no patrimônio cultural do lugar é o eixo norteador das estratégias de reabilitação urbana. E, tem por repetidas vezes questionado, em sua reflexão sociológica, a integração entre interesse público e interesse privado na reabilitação de centros históricos, dando relevo aos desafios postos a uma abordagem que busque o equilíbrio entre preservação e sustentabilidade socioeconômica.

Nesse contexto, é possível verificar que Coimbra, já em 1982, encontrava-se entre as cidades portuguesas que procuravam reforçar a atratividade de seu centro histórico, reconhecido pelas duas áreas que o formam: a zona da Baixa e da Alta. Em um breve intervalo de tempo, essas zonas sofreram alterações profundas com a oferta de habitação moderna, em locais onde o preço do terreno era mais barato. O objetivo era, para lá da lógica de mercado voltada para a oferta de residências atrativas para as classes médias urbanas, mudar a imagem de decadência que os imóveis degradados projetavam sobre o centro histórico, como símbolo de Coimbra. Procurava-se redimensionar a imagem da cidade para torná-la mais competitiva no mercado turístico internacional. Avançar nessa direção significava encontrar alternativas para os problemas relativos à fragilidade demográfica e socioeconômica e a degradação dos imóveis residenciais. Não deixa de ser ilustrativo a esse respeito que, na Europa, em diversas cidades e centros históricos, foi necessário criar uma estratégia fortíssima de incentivo a uma vida densa e urbana. E isso não apenas no plano residencial, mas também

econômico e da animação cultural. Assim, a integração de políticas urbanas de conservação do patrimônio, ordenamento do território e coesão social depende do cumprimento de metas e objetivos de médio e de longo prazo bem como a criação de políticas ativas para a ocupação desses espaços.

Em Coimbra, a política adotada pela municipalidade previa que em curto espaço de tempo seria possível impulsionar a formação de novo mercado imobiliário, capaz de devolver à antiga centralidade seu valor residencial e comercial. Contudo, a trajetória das intervenções não apenas se processou de modo muito lento, como também não atingiu o resultado esperado na retoma do protagonismo da antiga centralidade. Na primeira década deste milênio, em Portugal, a parceria entre instituições públicas e privadas se constituiu como a grande promessa da reabilitação urbana das zonas históricas, apoiada no desenvolvimento do seu potencial turístico.

Ao tomar como referência o caráter histórico que a Universidade de Coimbra ocupa no espaço urbano, a instituição iniciou em 2002 a proposta de candidatura ao título de Patrimônio Mundial. A riqueza da sua história e suas tradições acadêmicas foram consideradas as principais motivações para visitas à cidade. Sob o título *Universidade de Coimbra – Alta e Sofia*, a Câmara Municipal apoiou a candidatura, promovida pela universidade, ao título, obtido em 2013. Com a lógica de redesenvolvimento de Coimbra, baseada nos recursos de natureza simbólica, a renovação dos espaços urbanos depende do papel da cultura na construção e disseminação de identidades coletivas (Fortuna e Peixoto, 2002).

As soluções para o centro histórico devem ser contextualizadas com o desenvolvimento e afirmação da imagem da cidade. Mas como assegurar preservação e uso? Conforme Choay (2006), entendemos que um dos principais obstáculos da patrimonialização se encontra na gestão de uma política que permita maior engajamento em termos de educação, sensibilização, difusão e apropriação em sentido amplo. As identidades territoriais também assumem escalas variadas de produção, de saberes simbólicos e técnicos, os quais materializam a noção de cultura como um fato social. Uma concepção que está intimamente relacionada à capacidade de mediação cultural e de comunicação quanto aos esforços de interação com seus públicos.

Abre-se assim, a discussão sobre a ação mediadora nos lugares patrimoniais, associada à cultura como importante fator de desenvolvimento das economias locais. Enquanto, no plano teórico, se assume uma postura que ecoa por sua importância no desenvolvimento sociocultural, no plano prático, procura-se responder às demandas das instituições culturais, que em todo o mundo vêm passando por transformações em busca de adotar novas propostas de interagir individual e coletivamente com seus públicos, em termos de seleção, de promoção e de legitimação das suas produções culturais.

Assim, a mediação cultural adquiriu expressividade no discurso das políticas públicas para as cidades, ao propor investimentos culturais como instrumentos de regeneração urbana, econômica e social. Nesse sentido, “os monumentos

e patrimônio históricos adquirem dupla função – obras que propiciam saber e prazer, postas à disposição de todos; mas também produtos culturais, fabricados, empacotados e distribuídos para serem consumidos” (Choay, 2006). Tal situação leva-nos a refletir a mediação cultural como uma ação de ressignificação, isto é, de construção de sentidos, pois estes não são inerentes aos objetos culturais.

No cenário internacional, ações coordenadas de mediação com os públicos são cada vez mais cruciais e determinantes para o sucesso de projetos culturais. Em Portugal, os sinais claros do que tem sido trabalhado em termos de mediação cultural aparece de um modo particularmente evidente nos teatros municipais, como por exemplo, o investimento na *Rede Nacional de Teatros e Cineteatros*, que visa dar resposta aos direitos de acesso da população a uma série de bens culturais. Contudo, a existência de uma malha mínima de equipamentos e atividades, o que implicaria mais gastos para a municipalidade com a cultura, sofreu graves restrições sob a crise econômica vivenciada no país desde 2008.

A mediação intrínseca à patrimonialização tem o objetivo de decodificar a informação científica, convertendo-a em discurso cultural, em um contexto no qual o redescobrimento da cultura nas cidades ganhou densidade com a lógica da democratização cultural. Não obstante, tal processo costuma ser caracterizado por uma dimensão impositiva que resulta de uma escolha elitista de fruição, a qual desconsidera a diversidade cultural e resume a problemática da acessibilidade aos bens culturais basicamente ao caráter geográfico e financeiro (Bourdieu, 2007). Outra questão também se refere à noção de público, que fica limitada à caracterização superficial das pessoas por critérios homogeneizantes, a partir dos quais se dá prioridade à oferta de atividades de animação cultural.

A preservação dos centros históricos e o uso dos seus espaços não é uma questão que se limita à acessibilidade física, uma vez que a cultura viva já não é concebida apenas em termos de relações humanas e de sua relação com o cotidiano das cidades, mas sim como um produto já finalizado. A construção e a legitimação de práticas culturais, vista como algo complexo e, por vezes conflituoso, situa a mediação na tensão entre os diferentes interesses sociais que interferem na modelagem cultural da cidade e na dinamização dos lugares e de seus modos de vida. Vista sob o prisma da aproximação do público aos bens culturais em termos de acesso e apropriação, a mediação cultural é uma atividade que ocorre no espaço público enquanto lugar onde ocorrem processos dialéticos de socialidades e de representações sociais (Lamizet, 1999).

O conceito de mediação cultural surge na medida em que as questões culturais passam a adquirir relevância política, apoiado em discursos e práticas que evidenciam o desenvolvimento de formação, qualificação e atração de públicos para as artes e a cultura (Quintela, 2011). Em face dessa perspectiva pragmática, Caune (2014) propõe que o conceito de mediação seja repensado no tocante aos princípios fundadores da experiência cultural. Apresenta essa proposta, retomando-a

do paradigma da democratização cultural sob outras bases. Assim, a mediação passa a envolver a vertente de ação cultural, partindo da premissa de que a produção de bens simbólicos pressupõe a participação ativa dos atores sociais. Dos debates sobre as condições de acesso aos bens culturais, a mediação figura também na formação de públicos sensíveis e capazes de interpretar determinado consumo cultural do ponto de vista da experiência.

Por conseguinte, a mediação enquanto prática relacional e social implica sensibilização a respeito da dimensão patrimonial do objeto, na tomada de consciência do seu valor, do desenvolvimento do pensamento reflexivo (Toussaint, 2004), e o estímulo à capacidade do cidadão de fazer escolhas. Um tipo de interação que pressupõe atender às novas demandas das políticas culturais e, que se dá por meio de dinâmicas de experiências partilhadas entre os membros de uma coletividade. Essa aproximação é feita com o objetivo de facilitar a compreensão da obra, seu conhecimento sensível e intelectual –na busca de formação de públicos para a cultura, apreciadores ou expectadores– ou de iniciar esses indivíduos e coletividades na prática efetiva de determinada atividade cultural. Desse modo, o ato de mediar deve subentender uma abordagem patrimonial em permanente articulação, a fim de ser compreendida por segmentos variados de públicos. Isso permite trabalhar com ferramentas que tenham como características a diversidade ao invés da complementaridade, com o intuito de criar ou renovar o elo entre as pessoas e os bens culturais do lugar, situação na qual o mediador faz uso de estratégias de comunicação.

Nesse sentido, Davallon (2006) esclarece que o êxito das ações de mediação cultural depende da coordenação de diferentes processos comunicacionais, ou, em outras palavras de uma abordagem comunicacional do patrimônio. Tal perspectiva deixa entrever que os esforços de interação entre as práticas culturais e seus públicos, estão intimamente relacionados, no sentido da aquisição de conhecimento sobre códigos e linguagens. Como destaca Caune (2014), a mediação não é mediação, mas a primeira pode ser uma componente da segunda, portanto são processos complementares e não excludentes.

No caso dos centros históricos, a mediação cultural contribui para a ligação do passado ao presente por meio da relação entre dois atores em particular: os agentes responsáveis pela intervenção e produção do espaço e o público, considerando o poder que os atores sociais voluntariamente possuem em atribuir ou não significado a um lugar em específico (Monnet, 2000). Para Mateos (2008), não é um processo fácil adaptar a informação científica a fim de viabilizar a acessibilidade física, intelectual e emocional para os diferentes segmentos de público. Ao propor uma experiência estética, a patrimonialização pretende comunicar uma ideia, a partir da qual sugere que o receptor apreenda e interprete o patrimônio.

Se por um lado, é necessário ter um discurso cultural atrativo, enriquecedor e sustentável em torno do objeto patrimonial, por outro, é indispensável que este seja comunicado por meio de mensagens eficazes para a efetiva conexão

dos atrativos culturais com os públicos. Com a democratização cultural, o uso social dos bens culturais delimitados a uma minoria foi estendido a um número inimaginável de pessoas e níveis sociais. No predomínio de um modelo vertical de gestão, o contato com o público é mantido por um papel secundário. Com os esforços concentrados na contemplação, comunicar o patrimônio restringe-se a uma perspectiva informativa dos interesses institucionais, estabelecidos pela transmissão unidirecional de mensagens cujos significados já são dados como prontos.

Ocorre que a patrimonialização é um processo dinâmico, que precisa manter-se adaptado à realidade do momento, principalmente devido à relação com a sociedade, que está sempre sujeita à mudança. Só recentemente planos de comunicação aparecem integrados a programas de gestão dos atrativos patrimoniais (Mateos, 2008). Sendo estes recursos práticas instauradoras de sentidos, em determinada realidade social e sua representação simbólica, além disso, demandam processos interativos orientados por um modelo dialógico, na qual o sujeito não se limita a mero decodificador dos conteúdos culturais uma vez que é, ao mesmo tempo, produtor dos significados em circulação. Assim, de modo abrangente, pode-se dizer que “uma maneira (intuitiva e não “definitória”) de referir-se à interação comunicacional é considerar que se trata de processos simbólicos e práticos que, organizando trocas entre seres humanos, viabilizam as diversas ações e objetivos em que se veem engajados (...)” (Braga, 2001, p. 17). A interação comunicativa auxilia na preservação conceitual e, na transmissão de informações, valores e sensações, abrangendo o amplo espaço social.

De um sujeito monológico, que fala para o outro, chama-se atenção para o sujeito que também fala com o outro. Tomar como referência um modelo dialógico em contraposição ao informacional é assumir que as relações dos atores sociais no espaço público estão continuamente sendo modeladas (Queré, 1991). Mas o que caracteriza um relacionamento com os públicos como sendo de duas vias é o interesse comum, um ponto de acordo entre as partes, mesmo que existam tensões e conflitos. Contudo, o *feedback* somente após as decisões tomadas pode resumir-se apenas a um aparente processo dialógico, em que ainda predomina a persuasão e o controle, componentes típicos do modelo informacional.

Sem dúvida, os bens culturais adquiriram notável visibilidade na primeira década do século XXI. Mas, ao mesmo tempo, esta realidade revelou que ainda se tem uma distância longa entre contemplação, apropriação e uso. Ou seja, “pensar processos comunicacionais em um contexto de mediações culturais significa romper com a redução da questão da comunicação à questão tecnológica, tendência que concebe as transformações sociais como meros efeitos da implantação de inovações tecnológicas” (Rossetti, 2008, p. 17). Desse modo, a busca de resultados mais concretos também depende de um modelo de gestão que assegure a acessibilidade para todo o tipo de público, ao colocar o ator social no papel central da ativação patrimonial. O recurso a este pensamento pode revelar-se heurístico no sentido de posicionar a comunicação no contexto

dos estudos culturais. Na crítica a modelos hegemônicos em que o essencial da comunicação não está no uso de suas técnicas, mas na capacidade de ligar seu potencial performático ao social, sem supervalorizar o primeiro em detrimento do segundo.

Assim, apesar de parecer que o essencial da comunicação está do lado da técnica, seu êxito também depende do interesse despertado na recepção, no que diz respeito à dimensão social e cultural implícita no processo. Como diz Wolton, “comunicar, portanto, não é apenas produzir informação e distribuí-la, é também estar atento às condições em que o receptor a recebe, aceita, recusa, remodela, em função de seu horizonte cultural, político, filosófico, e como responde a ela” (2006, p. 16). Se a comunicação atua como agente de reprodução cultural, há também que se considerar a diversidade, o pluralismo sociocultural, o hibridismo.

No centro histórico, cabe à mediação cultural promover a possibilidade de diferentes interpretações, para com isso posicionar os bens culturais como “uma obra aberta” – um convite ao diálogo, visto que o público atribui sentido às coisas tomando como referências elementos com os quais se identifica. Em termos de abordagem comunicacional, tornar essa proposta comum, visível, não significa compreensão mútua, posto que as trocas simbólicas também representam a possibilidade de tudo re-interrogar. Mas esse caminho conduz a repensar e refletir as práticas culturais à luz dos fatores que impactam sobre os modos como os atores sociais, individuais e coletivos, organizam-se, relacionam-se e atuam em relação às mensagens que circulam na sociedade.

3. Método

A discussão que o presente artigo abarca envolve a verificação empírica no âmbito de uma tese em fase de conclusão. O problema geral do estudo trata das práticas de mediação cultural e comunicação na patrimonialização dos centros históricos. A partir daí procuramos dar conta de como estas práticas se inserem na produção cultural, como suporte de uma política de preservação do patrimônio urbano sustentada na economia simbólica. O *corpus* da pesquisa de campo envolve duas frentes, são elas respectivamente: a) A patrimonialização do centro histórico de Coimbra e; b) A problemática que envolve a apropriação e uso público pela ressignificação do espaço urbano.

Destacamos neste artigo seis diferentes vozes vinculadas ao discurso institucional, envolvendo pessoas ligadas à Universidade de Coimbra, à administração municipal e a agentes culturais, obtidas por um protocolo de entrevistas semiestruturadas. As entrevistas tiveram em média uma hora de duração e foram integralmente transcritas para posterior análise, na qual inserimos excertos indicando os interlocutores.

Assim, sob um olhar dos elementos conceptuais delineados na introdução desta discussão, buscamos descrever e interpretar os resultados das entrevistas na perspectiva da análise do conteúdo, tal como proposta por Laurence Bardin; ou seja, um método de investigação concreto e operacional no campo das investigações sociais. Optamos por esta metodologia visando atingir níveis mais aprofundados de compreensão, uma vez que envolve “um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens” (Bardin, 2010, p. 38). Dessa forma, centramos nossa atenção na análise exaustiva das transcrições das entrevistas, visando levantar possíveis interpretações no interior do *corpus* da pesquisa. No percurso analítico, procuramos compreender criticamente as significações às quais o discurso encontra-se suscetível, a fim de aprofundar as reflexões acerca da apropriação e uso dos bens patrimoniais na funcionalização como símbolo de pertencimento e esfera do consumo cultural.

4. Resultados

4.1 Mediação cultural no centro histórico de Coimbra: uma prática emergente?

O aumento constante de centros históricos patrimonializados servindo de incremento para o desenvolvimento territorial leva à necessidade de uma melhor articulação com os modos de vida e as dinâmicas das cidades. Suportado pelo fortalecimento das noções de identidade e memória cultural compartilhada, essas novas reconfigurações, material e simbólica do patrimônio urbano, apresentam-se cada uma à sua maneira, apoiadas no valor coletivo e na geração de novas práticas culturais. Esse processo desvela aspectos importantes sobre o que se espera dos centros históricos e de sua presença como uma forte oferta cultural na dinâmica da cidade.

A renovação dos espaços urbanos históricos torna o binômio cidade e cultura de importância crescente na disseminação de identidades coletivas (Fortuna e Peixoto, 2002). Coimbra, tal como muitas cidades portuguesas, tem procurado sua afirmação socioeconômica sob a relação de dualidade entre o global e o local, o patrimonialismo e a modernidade. Mas, sendo a reabilitação urbana um trabalho centrado em torno do valor material e simbólico do patrimônio, as intervenções no centro histórico precisam estar contextualizadas como locais de convívio e de encontro.

Embora não exista receita para que as intervenções sejam coerentes com a realidade da cidade, observa-se que cada vez mais as novas práticas demandam maior protagonismo do poder público local (Innerarity, 2010). Trata-se de superar a ideia de intervenção na cidade existente, limitada a ter um plano de estudos envolvendo propostas e remodelações de bairros, ruas e edifícios centrais, sem que se tenha bem definido os critérios e os cronogramas com que serão

executados. A aproximação entre o plano e a capacidade de intervir depende da articulação entre os órgãos de decisão.

Assim, não é por acaso que a esfera municipal ocupa lugar privilegiado como protagonista na política de intervenção, na adequação entre os instrumentos e os objetivos que visam alcançar. Em relação a essa questão, o prof. José António Bandeirinha¹ comenta que para requalificar o espaço urbano com base nesse ponto de vista “a primeira coisa a pensar é se estrategicamente nós queremos reocupar o centro. Se queremos, temos que dirigir toda a regulação da política camarária, da política autárquica para isso”. Por esse olhar, ele chama a atenção para o fato de que a ocupação desses espaços não é uma coisa corriqueira, que envolva apenas despachos e busca por incentivos, pois é preciso acreditar na requalificação. No caso de Coimbra, é preciso acreditar ser possível requalificar como foi feito em outras cidades. O processo demanda a conjugação de diversos agentes públicos e privados no desenvolvimento da oferta patrimonial, com o tratamento coerente do espaço público.

Como defende Salgueiro (1992), as intervenções nas áreas antigas têm potencial para beneficiar a cidade como um todo, em razão dos valores culturais que transportam, portanto, é necessário recuperar e revalorizar os centros históricos quanto ao uso do passado no presente, dirigido por critérios que confirmem significado ao lugar. Nesse sentido, o prof. Fernando Seabra Santos² menciona que, entre os fatores motivadores da inscrição da Universidade de Coimbra ao título de patrimônio mundial, está o fato de representar uma viagem ao passado com forte sentido no presente em termos de preservação do patrimônio e de tradição cultural. No caso, as dimensões material e imaterial do patrimônio fazem referência ao espírito do lugar, sendo a relação entre si indissociável. Assim, a inscrição na lista da Unesco da *Universidade de Coimbra – Alta e Sofia* demonstra a importância do patrimônio imaterial, uma vez que a candidatura se sustenta nas tradições e cultura coimbrãs, tanto no seu interior, em nível local, quanto para o seu exterior.

As novas políticas urbanas em relação à cidade existente envolvem mudanças em nível institucional para obter efeitos favoráveis à intervenção, em função dos recursos e das competências técnicas. Em Coimbra, o processo de candidatura mostrava-se promissor em relação à gestão participada entre a Câmara Municipal e a Universidade de Coimbra, principais parceiros institucionais, ressalta o engenheiro Sidónio Simões³. Segundo comenta, havia sinais que indicavam mudanças na maneira de olhar para esses esforços patrimoniais não apenas para a zona candidata, mas para o centro histórico alargado. Todavia, considerando que o patrimônio urbano diz respeito a um recurso que mobiliza inúmeros

1 Professor Associado do Departamento de Arquitetura da Universidade de Coimbra; deputado da Assembleia Municipal.

2 Professor catedrático da Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade de Coimbra; foi eleito reitor em 2003 e reeleito em 2007.

3 Chefe de Divisão de Reabilitação Urbana da Câmara Municipal de Coimbra.

especialistas (Raunteberg, 2003), continuam a serem muitos os desafios enfrentados para garantir a revalorização urbana do centro histórico a partir de uma visão multidisciplinar, que permita maior articulação entre o contexto político e o econômico, o técnico e o humano, o cultural e o ambiental.

Por meio do desenvolvimento de metodologias participativas, busca-se integrar tanto os meios jurídicos, técnicos e financeiros como a participação dos habitantes e usuários, visando à produção de lugares de memória patrimonial. Para o prof. *Raimundo Mendes da Silva*⁴, enquanto membro da equipe responsável pela candidatura, trabalhar essa questão na fase anterior à classificação teria sido mais importante se o processo resultasse da sensibilização para o patrimônio. No caso, foi um processo *top down*: “há uma decisão para fazer a candidatura a patrimônio mundial, e, portanto, quem decide sabe o que decide”. Ainda assim, ele ressalta que deveria ter-se investido em uma discussão mais próxima com a comunidade em determinado momento, para incentivar as pessoas a reverem-se nos atributos que a Universidade enfocou como candidata a patrimônio mundial. Mas Silva é enfático ao dizer que na pós-classificação, a questão é outra: “estamos a demorar tempo demais a saber o que fazer da candidatura, da classificação, uma coisa interessante para as populações”. Tal perspectiva coloca em evidência os processos de mediação quanto à política cultural que se quer fomentar no território.

De fato, somente nas últimas décadas do século passado, a cultura e o desenvolvimento passaram a se articular no mesmo contexto. Essa articulação contribuiu para a mediação cultural ganhar relevância política quanto à apropriação cultural nos equipamentos culturais e nos espaços patrimoniais (Quintela, 2011). Nesse sentido, segundo o produtor cultural, João Aidos⁵, só há menos de dez anos é que em Portugal se começou a trabalhar práticas relacionais e sociais de envolvimento da comunidade com a cultura. Assim, em termos de mediação cultural, ressalta que se passou muito tempo na perspectiva limitada de serviços educativos. Contudo, a estrutura conceitual de mediação, enquanto termo atualizado e contemporâneo de ação cultural, ainda suscita mais atenção na apropriação da cultura com o objetivo de fomentar a participação pelo acesso democrático (Caune, 2006).

Desse modo, são vários os elementos a serem pensados nos processos de mediação cultural na valorização e promoção do centro histórico, tendo em vista sua apropriação física, cognitiva e simbólica por um grande leque de intervenções e relações que se produzem no contato com os públicos. Ou seja, é preciso posicioná-la de forma situacional, em particular, uma vez que pode acontecer em contextos diversos (Davallon, 2006). Por esse direcionamento, a

4 Professor Associado do Departamento de Engenharia Civil da Universidade de Coimbra; coordenador geral do processo de candidatura da Universidade de Coimbra, Alta e Sofia à patrimônio mundial, atualmente membro, sem pelouro, do executivo camarário.

5 Gestor cultural; coordenador do projeto do Centro de Convenções e Espaço Cultural do Convento de S. Francisco, Coimbra.

profa. Clara Almeida Santos⁶ considera que se tem trabalhado para não repetir os erros do passado em relação à mediação e à comunicação, mesmo que ainda não exista uma ação suficientemente ampla, existe um esforço concentrado nessa direção. Segundo comenta, há sinais claros de mudança de paradigma na maneira de olhar para esse patrimônio. Assim, embora somente dê frutos mais tarde, já começa a ocorrer uma dinâmica cultural que não se percebia antes em Coimbra. Do seu ponto de vista, isso tem a ver com a classificação, mas também com um movimento mais alargado de sensibilização para aquilo que são os recursos patrimoniais.

Sendo a mediação cultural reconhecida como essencial para qualquer ação produtora de práticas culturais (Teixeira Coelho, 1999), o encontro entre o centro histórico com seus públicos representa uma ação voltada para a apropriação cultural que se dá pela interação e pelo compartilhamento. Dada a trajetória da reabilitação urbana em Coimbra, a vereadora da Cultura, Carina Sousa Gomes,⁷ considera que a cidade vive o desafio de aprender a coordenar esforços. Nesse sentido, vários fatores têm contribuído para se investir na formação de práticas culturais, no entanto, reconhece que ainda se tem muito a amadurecer em termos de mediação cultural.

O uso social e econômico do passado no presente tem muito mais a ver com a maneira como se vive cotidianamente, pois não se refere simplesmente à interpretação de um sistema abstrato. Em Coimbra, o cidadão comum muitas vezes é gente com formação universitária, mas mesmo isso não garante a procura pela oferta cultural. Se há uma predisposição para a redescoberta do centro histórico, a concretização do envolvimento dos agentes culturais se encontra na relação de reciprocidade e dependência entre desenvolvimento urbano e cultural na valorização do patrimônio urbano local. Sobre a questão, Simões chama a atenção para o fato de que inúmeras vezes a instrumentalização do espaço urbano é concebida por uma lógica, enquanto que, do ponto de vista do uso, a forma de apropriação ocorra de maneira inteiramente distinta. Esse quesito reveste-se de relevância, pois pode ser estendido a uma série de atividades que estão ocorrendo em torno da questão patrimonial, as quais se tornam significativas somente quando atuam para além da animação do espaço.

Desse modo, tomando como referência as abordagens apresentadas, percebe-se que não basta apenas vontade política para legitimar o patrimônio cultural junto à vida cotidiana dos moradores ou como atrativo turístico. Visto que a questão fulcral do patrimônio se define pela participação, vale destacar o registro de que essa prática ocorreu em determinado momento da candidatura com a Associação RUAS⁸, cuja promoção do diálogo entre diversas instituições resultou

6 Professora auxiliar no Departamento de Filosofia, Comunicação e Informação da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra; pró-reitora da comunicação.

7 Vereadora da Cultura da Câmara Municipal de Coimbra.

8 A Associação RUAS (Recriar a Universidade, Alta e Sofia) foi fundada pela Universidade de Coimbra, a Câmara Municipal de Coimbra, a Direção Regional da Cultura do Centro e a Coimbra Viva (Sociedade de Reabilitação Urbana).

em maior aproximação com o público. Segundo comenta Silva, houve uma clivagem após a classificação e a RUAS não está a atuar com a intensidade de antes, embora as várias entidades envolvidas continuem a desenvolver suas funções.

Ao se considerar o centro histórico como dispositivos produtores de sentidos que permitem o acesso aos bens simbólicos, as ações de mediação cultural são compreendidas como práticas socioculturais inseridas na produção e recepção desses bens. Como comenta Bandeirinha, o centro histórico continua a mitificar o passado sem trabalhar a re-identificação das pessoas com essas temáticas de maneira atualizada. A cultura tradicional fica sujeita a ser uma coisa amorfa porque não existe no cotidiano real das pessoas, o que pode dificultar a criação de um sistema de representação identitária com a cidade.

Sendo a patrimonialização um recurso voltado para a conservação dos bens culturais (Jeudy, 2005), pode-se perceber a partir das entrevistas que as estratégias adotadas no centro histórico convergem para uma mediação tal como prevista no modelo de democratização cultural. Assim, tem-se uma mediação pautada por uma abordagem de massificação do acesso à cultura, fortemente hierarquizada. Dentro das novas políticas de intervenção urbana, torna-se imprescindível uma política cultural para os centros históricos centrada na participação social.

4.2 A Comunicação na gestão dos atrativos patrimoniais

A patrimonialização dos centros históricos relaciona a recuperação das memórias ao cotidiano da cidade. Na projeção do patrimônio cultural como um recurso acessível a diferentes segmentos de públicos, à primeira vista sua transmissão parece algo simples. Contudo, comunicar o patrimônio vai muito além de transmitir informações a um receptor passivo por um canal neutro, de ter a intenção de que a mensagem chegue sem ruído. A abordagem funcional da comunicação tende a ignorar os conflitos interpretativos e as divergências que o indivíduo abriga enquanto receptor, a interpretação subjetiva do que lhe é apresentado.

Constituindo-se como componente que facilita a conexão entre o público e os recursos patrimoniais ativados no espaço urbano patrimonializado, a comunicação é um processo que explora o papel social da comunicação como um ato que transforma e não apenas in-forma (Scheiner, 2003). Para Seabra Santos, o título de patrimônio é de grande importância, mas “por si só não vale de nada”. Ou seja, a classificação não traz para Coimbra nem mais recursos, nem mais interesses, nem mais visibilidade, a não ser que seja convenientemente trabalhada por pessoas competentes e com visão de futuro. Como observa Capriotti (2008), a gestão da comunicação é uma necessidade das instituições culturais, ao mesmo passo em que muitas delas não tomaram consciência de sua importância como conjunto integrado de ações. Nesse sentido, Seabra Santos destaca que nas estratégias de comunicação, mais do que atrair pessoas para Coimbra, é preciso aproximá-las do conceito de cidade, criar empatia. Abre-se a um debate no qual a problemática da comunicação apresenta sua interface com a cultura e a política.

Comunicar o patrimônio com o objetivo de ser uma ferramenta no campo da patrimonialização pressupõe o entendimento de que a comunicação acompanha o desenvolvimento urbano e a modernidade. Em um ambiente que demanda criatividade e inovação como os espaços urbanos patrimonializados, a forma de construir o simbólico ainda está imersa no tecnicismo e nas informações pouco significativas. Considerando tal problemática, para Aidos, falta um projeto sério de comunicação que incentive pessoas a se envolverem com os recursos patrimoniais da cidade. Segundo Bandeirinha, um dos entraves deve-se às experiências malsucedidas na contratação de empresas de comunicação. Os objetivos de tais empresas eram estimáveis no início, porém, muito pequenos ou até mesmo inexistentes sob o ponto de vista comunicacional.

Embora seja verdade que, em pleno século XXI, não se tenha conseguido um modelo de gestão que assegure plenamente o acesso a todo tipo de público (Mateo, 2008), as práticas comunicacionais típicas do século passado se mostram pouco justificáveis na atualidade. Neste caso, a informação de via única, não considera as condições sociais de produção de sentido, o que leva a deixar de fora o reconhecimento dos interlocutores como sujeitos sociais capazes de inserir o novo no processo de comunicação. Sob a perspectiva desse modelo, pode-se compreender que o centro histórico de Coimbra apesar de estar em constante interação com o público, não consegue atender às novas necessidades do patrimônio quanto à preservação conceitual – responsável pelo processo de transmissão dos seus valores.

Com efeito, a crescente difusão e promoção dos recursos patrimoniais como recurso econômico demanda que se leve em conta diferentes aspectos que gravitam em torno da noção de patrimônio (bens, valores e pessoas). Para Santos, não se pode negar que há um potencial real a ser ainda desenvolvido. “Mas agora há um esforço concentrado, ainda que não seja aquilo que pode ser”. Em sua opinião, mesmo que a comunicação não esteja suficientemente organizada, tem-se começado a pensar estrategicamente a comunicação para o grande desafio que é ter um projeto social e econômico para o centro histórico. Contudo, é preciso lembrar que nas últimas décadas não se tem conseguido implantar uma gestão sustentada nas novas necessidades associadas ao patrimônio.

Um olhar mais crítico revela que não se comunica o patrimônio apenas pelos anúncios publicitários, ações de *marketing* e campanhas de relações públicas. Isso implica romper com a redução da comunicação à questão tecnológica. Como alerta Capriotti (2008), na atualidade, a gestão da comunicação converteu-se em um dos elementos mais importantes, quando se reconhece que comunicar significa difundir a identidade e a diferença. Como um recurso endógeno, o centro histórico embora seja um lugar físico não é estático, e sim uma atividade representacional no campo da semiótica, submetida a códigos, linguagens, imagens mentais que dependem de produções discursivas dinâmicas. Portanto, é preciso toda uma atividade cotidiana adequadamente planejada para um processo interativo dialógico, de reconhecimento dos interlocutores enquanto sujeitos sociais.

5. Conclusões

Nosso objetivo neste artigo voltou-se para a concepção de mediação cultural e de comunicação na valorização do centro histórico, na aposta em novas formas de sociabilidade nos espaços públicos com o intuito de incentivar o consumo de bens culturais. Ao retomar a fala dos atores institucionais, foi possível verificar que a criação de novos contextos depende da emergência de uma política diferente da que foi realizada nas últimas décadas. É preciso conjugar ações de gestão urbana com as instituições, integrando-as ao objetivo de impulsionar a dinâmica sociocultural da área monumental da cidade.

No centro histórico de Coimbra, a valorização do patrimônio resulta em uma projeção imaginária de cidade, que procura transmitir significado e identidade, associados ao entretenimento e à ocupação do tempo livre, sob o fluxo da economia simbólica proposta pelo *marketing* urbano. Nesse sentido, o papel da mediação cultural está associado à divulgação informada por uma concepção instrumentalista dos meios de comunicação. Ou seja, o centro histórico funciona como uma entidade comunicadora de um passado que aposta na midiáticação para captar novos públicos. Porém, para transmitir uma identidade forte e coerente do espaço urbano como um produto patrimonial, a cidade depende de legibilidade, de mostrar-se claramente presente no imaginário das pessoas. Um processo que demanda maior aproximação com a comunidade.

Restringir a mediação ao uso político e teórico tende a remeter à abordagem comunicacional da patrimonialização às utopias de comunicação já anunciadas por Breton (2006), ou seja, a um campo pragmático definido por técnicas voltadas basicamente à divulgação. Sua tendência é considerar que as estratégias de comunicação por si só podem interpretar os discursos, colocando-os sob seu controle na prática. O centro histórico, como qualquer outro objeto cultural reificado é mobilizado por diferentes dispositivos de comunicação, sobre os quais, Wolton (2006, p. 25) observa que “as técnicas não são senão a ponta visível de um imenso *iceberg*”. Portanto, apesar de seu enorme impacto, a comunicação funciona conforme o sistema simbólico e cultural dos sujeitos que se organizam em sociedade.

Os centros históricos vivem uma realidade marcada pela competitividade e a necessidade de inovação para atender às expectativas de desenvolvimento socioeconômico. Os cidadãos ficam expostos a diferentes mecanismos de mediação, inseridos em uma lógica que pretende passá-los de espectadores à condição de atores de uma experiência cultural. A patrimonialização é um mecanismo de afirmação e de legitimação do espaço urbano que se estabelece mediante a relação dialética de luta e de negociação.

As práticas culturais em centros históricos como alavanca para o desenvolvimento econômico é um quesito que continua a ganhar notoriedade ao atribuir significado à memória. Sabe-se que se não tiver associado a um projeto forte, partilhado por diferentes atores, não será bem-sucedido. Por seu turno, a

mediação cultural e a comunicação ainda não se consolidaram como facilitadoras dos elementos de produção e recepção de bens simbólicos, de apropriação e de interação entre os sujeitos sociais.

Referências bibliográficas

- Bardin, L. (2010). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Bourdieu, P. (2007). *O amor pela arte. Os museus de arte na Europa e seu público*. São Paulo, Porto Alegre: USP, Zouk.
- Braga, J. (2001). Constituição do campo da comunicação. En Fausto Neto, A.; Porto, S.D.; Aidar Prado, J.L. (eds.) *Campo da comunicação - caracterização, problematizações e perspectivas* (pp. 11-39). João Pessoa: Editora Universitária.
- Breton, P. (2006). *Sociologia da comunicação*. São Paulo: Loyola.
- Capriotti, P. (2008). La planificación estratégica de la comunicación del patrimonio cultural. Em Mateo, S.M., *La comunicación global del patrimonio cultural* (pp. 133-174). Gijón: TREA.
- Caune, J. (2006). *La démocratisation culturelle, une médiation à bout de souffle*. Grenoble: Presses universitaires de Grenoble.
- Caune, J. (2014). *Cultura e comunicação - convergências teóricas e lugares de mediação*. São Paulo: Unesp.
- Choay, F. (2006). *A alegoria do patrimônio*. São Paulo: UNESP
- Davallon, J. (2006). *Le don du patrimoine - une approche communicationnelle de la patrimonialisation*. Paris: L'Harmattan.
- Fortuna, C. (2006). *As intervenções obedecem ao um exibicionismo cultural promovido pelas cidades*. Coimbra: CES, nº 254.
- Fortuna, C., & Peixoto, P. (2002). A recriação e reprodução de representações no processo de transformação das paisagens urbanas de algumas cidades portuguesas. Em Fortuna, C. (Ed) *Projecto e circunstância: culturas urb* (pp. 17-63). Porto: Afrontamento.
- Innerarity, D. (2010). *O novo espaço público*. Texto Editores.
- Jeudy, H. (2005). *Espelhos da cidade*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra.
- Lamizet, B. (1999). *La médiation culturelle*. Paris: L'Harmattan.
- Mateos, S.M (2008). Hacia una comunicación global del patrimonio cultural, o cómo potenciar su uso fomentando su preservación. Em S. R. (Ed), *La comunicación global del patrimonio cultura* (pp. 19-14). Oviedo: Trea.
- Monnet, J. (2000). Les dimensions symboliques de la centralidade. *Cahiers de Géographie du Quebec*, 44(123), 399-418.
- Peixoto, P. (2003). *Centros históricos e sustentabilidade culutral das cidades*. Acesso em 15 de agosto de 2015, recuperado de <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/artigos8511.pdf>
- Peixoto, P. (2006). Oficina do CES, Coimbra.
- Queré, L. (1991). D'un modèle épistémologique de la communication à un modèle

- praxéologique. In: RÉSEAUX n° 46/47. Paris: Tekhné, mar-abr.
- Quintela, P. (2011). Estratégias de mediação cultural: inovação e experimentação no Serviço Educativo da Casa Música. *Revista Crítica de Ciências / Sociais*, n. 94, p. 63-85, set.
- Raunteberg, M. (2003). *La rupture patrimoniale*. Grenoble: A la Croisée.
- Rossetti, R. (2008). Visões teóricas acerca das confluências entre comunicação, sociedade e inovação. Em M. P. Caprino, *Comunicação e inovação* (pp. 63-81). São Paulo: Paulus.
- Salgueiro, T. (1992). *A cidade em Portugal*. Porto: Edições Afrontamento.
- Scheiner, T. C. (2003). Comunicação, Educação, Exposição: novos saberes, novos sentidos. *Semiosfera - Revista de Comunicação e Cultura*, 4-5.
- Teixeira Coelho. Dicionário crítico de política cultural: cultura e imaginário. São Paulo: Iluminuras.
- Toussaint, R. (2004). *La notion de compétences en éducation et en formation*. Paris: L'Harmattan.
- Wolton, D. (2006). *É preciso salvar a comunicação*. São Paulo: Paulus.
- Zukin, S. (1997). *The culture of cities*. Oxford: Blackwell.