



# **EMBALAGEM A patrimonialização do paisagem cultural urbano do Rio de Janeiro em frente ao urban marketing**

Véronique Zamant

## **► To cite this version:**

Véronique Zamant. EMBALAGEM A patrimonialização do paisagem cultural urbano do Rio de Janeiro em frente ao urban marketing. Second International Conference of Young Urban Researchers (e-book), volume II Urban Culture in Action. Politics, Practices and Lifestyles, Oct 2011, Lisbonne, Portugal. <hal-02541464>

**HAL Id: hal-02541464**

**<https://hal.science/hal-02541464v1>**

Submitted on 13 Apr 2020

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



HAL Authorization

## **Emballage/ Embalagem**

### **La patrimonialisation du paysage culturel urbain de Rio de Janeiro face au marketing urbain/ A patrimonialização da paisagem cultural urbano do Rio de Janeiro em frente ao urban marketing**

*Véronique Zamant*

Architecte D.P.L.G., urbaniste, Doctorante en aménagement et urbanisme L.A.A. —  
L.A.V.U.E. (UMR CNRS 7218), Université Paris Ouest — Nanterre La Défense,  
(v.zamant@gmail.com)

Avertissement: Ce texte fait état de réflexions en cours s'intégrant dans le cadre d'une recherche doctorale.

Dans le contexte actuel de mondialisation, la notion de patrimoine est désormais l'objet de nouveaux enjeux de types identitaires et territoriaux où ville et culture sont intimement liées. Plus particulièrement, la liste du " Patrimoine Mondial de l'Humanité ", dressée par l'UNESCO selon des critères décidés à une échelle internationale, confère à un site, à des us et coutumes, une valeur patrimoniale symbolique qui transcende les échelles d'appréhension et les groupes sociaux. Cette liste apporte ainsi une portée mondiale à la notion de patrimoine.

Lorsque l'on connaît les retombées économiques, politiques, médiatiques et culturelles que génère habituellement une inscription sur la liste du Patrimoine Mondial de l'Humanité, on peut alors s'interroger sur les motivations territoriales et culturelles

Nota: Esse texto apresenta reflexões em procedimento, integrando-se numa pesquisa de doutorado.

No contexto atual de mundialização, a noção de patrimônio é agora objeto de desafios novos. Desafio com características identitárias e territoriais onde a cidade e a cultura são intimamente ligadas. Mais particularmente, a lista do " patrimônio mundial da humanidade " feita pela UNESCO, segundo critérios decididos a uma escala internacional, dá a um sítio, as características desse, um valor patrimonial simbólico que vai além das escalas de apreensão e os grupos sociais. Essa lista do patrimônio mundial leva um grau mundial à noção de patrimônio.

Considerando as consequências econômicas, políticas, midiáticas e culturais de uma inscrição na lista do patrimônio mundial da humanidade, a gente pode, então, perguntar-se em quanto as motivações territoriais e culturais que

qui sont à l'origine des candidatures et de quel corps social ou institutions elles émanent. L'inscription sur la liste du patrimoine mondial peut effectivement devenir un instrument pour les politiques urbaines et culturelles de toute ville ayant l'ambition de se faire (re)connaître sur la scène internationale.

Afin de mesurer l'influence du marketing urbain sur les procédures institutionnelles de patrimonialisation nous étudierons le cas de la candidature de la ville de Rio de Janeiro à l'UNESCO. Cette étude s'appuie sur les résultats d'une enquête de terrain menée depuis 2009 au sein des différentes institutions impliquées dans cette candidature, et réalisée dans le cadre d'une recherche doctorale intitulée: "Logiques globales. Pratiques locales. Le territoire multiple aux marges de la patrimonialisation. Cas de la candidature de Rio de Janeiro à la liste du Patrimoine Mondial de l'UNESCO". L'observation de l'historique de cette candidature, nous permet d'interroger ce processus de patrimonialisation sous l'angle d'un processus industriel d'emballage entraînant une uniformisation et un lissage, une standardisation du produit qu'il traite: le paysage culturel urbain de Rio de Janeiro.

## Introduction

L'internationalisation des échanges économiques et financiers (G20, G8,

estão na origem das candidaturas e também desde que tipo de corpo social e instituições elas chegam. A inscrição na lista do patrimônio mundial pode efetivamente tornar-se um instrumento para as políticas urbanas e culturais de toda a cidade tendo a ambição de ser reconhecida no cenário internacional.

A fim de medir a influência do marketing urbano nos processos institucionais de patrimonialização, estudaremos o caso da candidatura da cidade do Rio de Janeiro à UNESCO. Este estudo apoia-se sobre os resultados duma pesquisa de campo feita desde 2009 dentro das diferentes instituições envolvidas nessa candidatura, realizada no contexto de uma pesquisa doutoral nomeada: "Lógicas globais. Práticas locais. O território múltiplo à margem da patrimonialização. Caso da candidatura do Rio de Janeiro pela lista do patrimônio mundial da UNESCO." A observação do histórico dessa candidatura, nos permite questionar esse processo de patrimonialização sob o ângulo de um processo industrial de embalagem, tendo como consequência uma uniformização, uma estandardização do produto do qual se trata: a paisagem cultural do Rio de Janeiro.

## Introdução

A internacionalização dos intercâmbios econômicos e financeiros

MerCoSul, ONU, crises boursières), mais aussi environnementaux et sociaux (MSF, Action contre la faim), culturels et sportifs (les jeux olympiques, les expositions universelles) définit les contours de la mondialisation<sup>1</sup> actuelle. Les manifestations de la mondialisation n'en sont pas à leur début;<sup>2</sup> ainsi, l'histoire de l'humanité a déjà connu des phases de rapprochement, d'influences et d'échanges économiques, techniques et culturels entre les peuples — autrement appelées “ systèmes mondiaux ”<sup>3</sup> — impulsés par des phénomènes aussi divers que les empires, les grandes invasions ou les religions. Bien que ce terme de mondialisation soit couramment employé depuis les années 80, c'est aujourd'hui, l'aspect culturel de ce phénomène qui représente un nouvel enjeu. Cette “ Autre Mondialisation ” tel que la nomme Dominique Wolton n'est donc pas seulement politique ou économique mais concerne aussi la délicate question de la cohabitation culturelle. *On devine la fin des distances physiques, on ne mesure pas encore l'importance des distances culturelles.*<sup>4</sup> Le développement de la culture de masse tend à nous faire croire le contraire et va dans le sens d'un village global non seulement économique et politique mais aussi culturel. Pourtant les revendications

(G20, G8, Mercosul, ONU, crises do mercado de ações), mas também ambientais e sociais (MSF, Ação contra a Fome), culturais e desportivos (os Jogos Olímpicos, Feiras Mundiais) define os contornos da globalização atual. As manifestações da globalização não estão em seu início; a história da humanidade já experimentou fases de aproximação, de reconciliação, de influência e de trocas econômicas, técnicas e culturais entre os povos — também conhecido como “ sistemas mundiais ” — dirigido por fenômenos tão diversos como os impérios, as invasões ou religiões.

Embora o termo globalização seja amplamente utilizado desde os anos 80, hoje o aspeto cultural deste fenômeno representa um novo desafio. Esta “ globalização alternativa ” (ou “ outra globalização ”), como define Dominique Wolton não é apenas política ou econômica, mas também a delicada questão da convivência cultural. “ Nós podemos adivinhar o fim das distâncias físicas, não medimos a importância da distância cultural. “. O desenvolvimento da cultura de massa tende a fazer-nos crer o contrário e caminha no sentido de uma aldeia global, não só econômica e política mas também cultural. No entanto, as demandas

- 1 Définition de la mondialisation selon la 9<sup>e</sup> édition du Dictionnaire de l'Académie française
- 2 Jonathan Friedman, *Cultural Identity and Global Process*, London, Sage. 1994
- 3 Fernand Braudel, *Civilisation matérielle, économie et capitalisme, XVe — XVIIIe siècles*, 3vol, Paris, Ed. A Colin 1980 (1967)
- 4 Dominique Wolton. *L'autre mondialisation*. Manchecourt: Flammarion, 2003, 211p, p16

culturelles régionales ne cessent de se multiplier<sup>5</sup> (exemple du débat autour de la reconnaissance des langues régionales en France). Dans ce contexte de mondialisation culturelle, le patrimoine apparaît comme une construction sociale complexe qui peut, à la fois, être considérée comme une valeur, un outil et une marchandise.

Le processus de formalisation de la candidature de la ville de Rio de Janeiro à l'inscription sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO, mis en place depuis 2003 a été finalisé en 2011. Les huit années d'élaboration de ce discours représentent une durée qui semble mieux correspondre à un temps court relevant d'une logique de marchandisation qu'à un temps plus long relevant de logiques de conceptualisation de la place de la mémoire et donc du patrimoine, dans une société.

La notion de patrimoine et ses implications (la sélection, la classification, la valorisation, la gestion, la préservation du patrimoine) se retrouvent instrumentalisées par des enjeux économiques, sociaux et politiques, entre pratiques culturelles et marketing urbain. L'hypothèse avancée ici est donc celle d'un patrimoine appréhendé selon les concepts du marketing urbain, comme une marchandise qui aurait suivi pendant ces huit années un processus d'élaboration industriel pour une mise sur le marché dans un

culturais regionais continuam a se multiplicar (por exemplo, o debate em torno do reconhecimento das línguas regionais em França). Neste contexto de globalização cultural, o patrimônio aparece como uma construção social complexa que pode ser considerada como um valor, uma ferramenta e uma mercadoria.

O processo de formalização da candidatura da cidade do Rio de Janeiro para a inscrição na Lista do Património Mundial da UNESCO, estabelecido desde 2003, foi concluído em 2011. Os oito anos de desenvolvimento deste discurso representam um período que parece mais consistente com um curto período de tempo dentro de uma lógica de mercantilização como um longo tempo sob lógicas de conceitualização do papel da memória e do patrimônio, portanto, em uma sociedade.

O conceito de patrimônio e as suas implicações (seleção, classificação, avaliação, gestão, preservação do patrimônio) se encontram manipulados por forças econômicas, sociais e políticas, entre as práticas culturais e o marketing urbano. O pressuposto é, portanto, o de uma herança apreendida seguindo os conceitos do marketing urbano, como uma mercadoria que teria seguido por oito anos um processo industrial para a colocação no mercado numa embalagem

---

5 Jonathan Friedman, *Culture et politique de la culture: une dynamique durkheimienne*, in *Anthropologie et Sociétés*, vol28, n°1, 2004, p23-43

emballage standardisé. Le terme d'emballage, permet d'insister sur les aspects artificiels et contraignants du montage et de la présentation du dossier de candidature.

La communication que je présente propose d'expliciter comment s'est construit un discours collectif à travers l'interprétation de la notion de patrimoine, entre pratiques culturelles ordinaires et politiques internationales, pour produire des arguments convaincants en vue d'une candidature à l'UNESCO. Cette communication s'appuie sur des entretiens semi directifs menés auprès des acteurs de la constitution de la candidature et sur une analyse de certains documents cartographiques du dossier.

Comment se construit un discours collectif sur le patrimoine ? Comment se constitue un imaginaire fondé sur les pratiques ordinaires auxquelles se mêlent des règles du jeu induites par des impératifs internationaux relevant du marketing urbain? Quelles sont les logiques qui prédominent dans l'élaboration de cette candidature? Comment s'est opéré, le lissage, la mise aux normes, l'emballage du paysage culturel carioca ?

Après une première partie théorique portant sur l'ambiguïté de l'instrumentalisation du patrimoine dans le contexte de mondialisation, nous nous pencherons sur le cas de la candidature de Rio à la liste du Patrimoine Mondial de l'UNESCO. Cette seconde partie s'attardera sur le contexte de marchandisation de Rio dans lequel s'inscrit cette

padronizada. A palavra " embalagem " permite enfatizar os aspectos artificiais e restritivos de edição e apresentação do pedido.

A comunicação que apresento propõe explicar como foi construído um discurso coletivo através da interpretação da noção de patrimônio, entre práticas culturais ordinárias e políticas internacionais, para produzir argumentos convincentes para uma candidatura para a UNESCO. Este artigo é baseado em entrevistas semi-estruturadas realizadas com os atores da constituição da candidatura e na análise de alguns dos documentos cartográficos desta aplicação.

Como se constrói um discurso coletivo sobre o patrimônio? Como se constitui um imaginário baseado nas práticas comuns com as quais se misturam as regras induzidas por imperativos internacionais que relevam do marketing urbano? Quais são as lógicas que predominam no desenvolvimento desta candidatura? Como se operou a embalagem da paisagem cultural carioca?

Depois de uma primeira parte teórica sobre a ambigüidade da instrumentalização do patrimônio no contexto da globalização, vou apresentar o caso da candidatura do Rio à UNESCO. Esta segunda parte se concentrará no contexto da mercantilização do Rio em que esta nomeação se integra para depois olhar para a candidatura, em si, como um objeto fabricado.

candidature pour ensuite s'intéresser au dossier de candidature, en soi, comme un objet manufacturé.

### **La patrimonialisation a l'épreuve de la mondialisation**

La différence et l'opposition entre monument et monument historique (définis pour la première fois en 1903 par l'historien de l'art Aloïs Riegl dans l'introduction du "Projet de législation des monuments historiques"<sup>6</sup>), va progressivement s'amenuiser pour être définitivement supprimée en 1972 avec l'élaboration par l'UNESCO de la "Convention pour la protection du patrimoine mondial, culturel et naturel".<sup>7</sup> Cette convention entérine la notion de patrimoine qui, à partir des années 60, s'était peu à peu substituée à celle de monuments historiques.

De cette différenciation, nous retiendrons surtout que la notion de monument apparaissait comme un universel culturel quand celle de monument historique était profondément attachée à la culture de l'Europe occidentale (origine ethnique et spécificité sémantique de la notion de monument historique). Différence désormais occultée par l'image d'un patrimoine mondial à valeur universelle promue par l'UNESCO.

### **A patrimonialização face à globalização**

A diferença e a oposição entre monumento e monumento histórico (definidos pela primeira vez em 1903 pelo historiador de arte Alois Riegl, na introdução do "Projeto de legislação sobre os monumentos históricos"), vai se atenuar de forma progressiva até ser permanentemente suprimida em 1972 com a proposta da UNESCO da "Convenção para a proteção do patrimônio mundial, cultural e natural". Esta convenção aprova o conceito de Patrimônio, que a partir da década de sessenta, tinha pouco a pouco substituído a de monumentos históricos. Dessa diferenciação, é necessário lembrar que o conceito de monumento aparecia como de cultura universal, enquanto o de monumento histórico era profundamente ligado à cultura da Europa ocidental (origem étnica e especificidade semântica do conceito de monumento histórico). Diferença esta, absorvida pela imagem de um patrimônio mundial e de valor universal promovido pela UNESCO.

6 Aloïs Riegl, introduction au "Projet de législation des monuments historiques" traduit sous le titre *"Le Culte moderne du monument. Son essence et sa genèse"*, par D. Wieckzorek, Paris, Le Seuil, 1984

7 UNESCO, "Convention pour la protection du patrimoine mondial, culturel et naturel", 1972, [http://portal.unesco.org/fr/ev.php-URL\\_ID=13055&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/fr/ev.php-URL_ID=13055&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html), consulté le 15 avril 2012

*Le patrimoine comme outil \_ la  
valeur économique du  
patrimoine*

C'est donc à partir des valeurs véhiculées par un groupe social à un instant donné qu'ont été créées une institution internationale, puis des conventions, afin de définir les cadres juridiques internationaux qui régissent aujourd'hui encore la sauvegarde et la protection du patrimoine, et les critères d'élection aux listes de l'UNESCO. Ainsi, les notions d'authenticité et de "valeur universelle exceptionnelle"<sup>8</sup> sont des critères incontournables pour le classement sur la liste du patrimoine mondial alors qu'ils peuvent n'avoir aucune signification dans d'autres cultures. Ces critères constituent un cadre commun, qui peut entraîner une uniformisation du patrimoine au détriment des cultures dont la singularité ne leur permet pas de s'y conformer.

Cependant, l'échelle internationale à laquelle sont décidés ces critères donne une visibilité mondiale de la notion de patrimoine et lui confère ainsi une valeur médiatisable. Le statut de patrimoine de l'UNESCO permet alors à l'objet patrimonialisé d'exister et de prendre une valeur qui transcende les

*Patrimônio como ferramenta \_ o  
valor econômico do patrimônio.*

Assim, a partir dos valores veiculados por um grupo social num determinado momento foram criadas uma instituição internacional e depois convenções a fim de definir os quadros jurídicos internacionais que governam até hoje a salvaguarda e a proteção do patrimônio e os critérios elegibilidade às listas da UNESCO. Assim, as noções de autenticidade e de "valor universal excepcional" são critérios essenciais para a classificação na Lista do Patrimônio Mundial, mesmo podendo não ter nenhum significado em outras culturas. Estes critérios fornecem um quadro comum que promove a uniformização do patrimônio, em detrimento das culturas cuja singularidade não permite o enquadramento.

Entretanto, o nível internacional no qual se determinaram estes critérios dá uma exposição mundial ao conceito de patrimônio e também um valor mediático. O título de Patrimônio da Humanidade conferido pela UNESCO permite então ao objeto patrimonializado, existir e ter um valor que transcende as dimensões apreendidas e os grupos sociais;

8 "La valeur universelle exceptionnelle signifie une importance culturelle et/ou naturelle tellement exceptionnelle qu'elle transcende les frontières nationales et qu'elle présente le même caractère inestimable pour les générations actuelles et futures de l'ensemble de l'humanité. A ce titre, la protection permanente de ce patrimoine est de la plus haute importance pour la communauté internationale toute entière. Le Comité définit les critères pour l'inscription des biens sur la Liste du patrimoine mondial." in Orientations devant guider la mise en œuvre de la Convention du patrimoine mondial, WHC. 05/2, UNESCO, 2005, p15



échelles d'appréhension et les groupes sociaux. Il devient un outil permettant à toute culture de s'exprimer et de se faire reconnaître sur la scène internationale. Le label du patrimoine mondial a ainsi fortement contribué à la médiatisation puis à la marchandisation du patrimoine (l'UNESCO a reçu en 2008 le prix du tourisme mondial<sup>9</sup>). Notons tout de même que cette approche mercantile du patrimoine n'est pas exclusive à l'UNESCO. Ainsi, la loi française 2000-5 du 4/01/02 confère aux musées nationaux français le statut d' "établissements à caractère industriel et commercial", plus tôt, en 1986, le ministre français du tourisme préconise "d'exploiter [le patrimoine] comme les parcs d'attractions."<sup>10</sup>

Par l'acte de muséification que suppose une patrimonialisation, l'élément patrimonialisé prend une valeur foncière et peut devenir un frein ou à l'inverse, un moteur des développements urbains (l'exemple du retrait, de la liste du patrimoine mondial, de la vallée de l'Elbe à Dresde (Allemagne) en 2009, suite à la construction d'un pont à quatre voies au cœur de ce paysage culturel ou bien l'exemple du renouvellement urbain du vieux centre ville de Lyon (France) impulsé suite à sa reconnaissance en tant que secteur sauvegardé, en 1964 puis son inscription sur la

torna-se uma ferramenta de todas as culturas para se expressar e ser reconhecida internacionalmente.

O rótulo de Patrimônio Mundial contribuiu muito para a mediação e a mercantilização do patrimônio (a UNESCO recebeu em 2008 o prêmio do turismo mundial). Notemos, contudo, que essa abordagem de mercantilização do patrimônio não é exclusiva da UNESCO. Assim, a legislação francesa 2000-5 de 01/04/02 dá aos museus nacionais franceses o estatuto de "estabelecimento com caráter industrial e comercial", no início de 1986, o ministro francês do turismo preconiza "explorar [o patrimônio] como parques de diversões "

Pelo ato de museificação implícito pela patrimonialização, o elemento patrimonializado ganha um valor de terreno e pode se tornar um obstáculo ou, inversamente, um motor do desenvolvimento urbano (vejam-se os exemplos da retirada da Lista do Patrimônio Mundial da vale do Elba, em Dresden (Alemanha) em 2009, após a construção de uma ponte de quatro pistas, no coração da paisagem cultural, ou o da renovação urbana do centro da cidade velha de Lyon (França) impulsionado pelo seu reconhecimento como área protegida em 1964 e sua inscrição na Lista do Patrimônio Mundial em 1988).

9 Le Prix du tourisme mondial est co-sponsorisé par les Hotels Corinthia, American Express, The International Herald Tribune et Reed Travel exhibitions et est attribué tous les ans au cours du Salon mondial du voyage à Londres

10 J. Rigaud, " Patrimoine, évolution culturelle ", in Monuments historiques, septembre 1986.

liste du patrimoine mondial en 1988). Le patrimoine est alors un outil de contrôle de l'évolution du territoire concerné et satisfait des volontés territoriales telles que l'obtention de financements, la gestion de l'espace pour le développement économique ou la construction de nouveaux espaces attractifs. Au vu de sa valeur économique et considérant la définition du marketing urbain donnée par Noisette et Vallérugo:<sup>11</sup> " l'ensemble des analyses, stratégies, actions et contrôles conçus et mis en œuvre (...) dans le but, d'une part, de mieux répondre aux attentes des personnes et des activités de son territoire, d'autre part, d'améliorer la qualité et la compétitivité de la ville dans son environnement concurrentiel", le patrimoine peut être considéré comme un outil pour les stratégies de marketing urbain.

*Le patrimoine comme parade \_  
la valeur identitaire et temporel-  
le du patrimoine*

"Il n'y aurait pas de culture s'il n'y avait pas de loisirs " affirme André Malraux lors de son intervention au sénat le 9 novembre 1963. Le terme culture est ici entendu comme essentiellement lié à l'idée de loisir et non plus à la notion de civilisation. La culture est ici envisagée comme un objet de consommation permettant de satisfaire l'industrie du loisir.<sup>12</sup>

Patrimônio é, portanto, uma ferramenta para o acompanhamento da evolução da zona em questão e atende aos desejos territoriais, tais como obtenção de financiamento, gestão do espaço para o desenvolvimento econômico ou a construção de novos espaços atrativos. Tendo em conta o seu valor econômico, e considerando a definição do marketing urbano dada por Noisette e Vallerugo "o conjunto das análises, estratégias, ações e controles projetados e implementados (...) para, em primeiro lugar, melhor atender às expectativas das pessoas e das atividades no seu território, por outro lado, para melhorar a qualidade e a competitividade da cidade em seu ambiente competitivo." o patrimônio pode ser visto como uma ferramenta para estratégias de marketing urbano.

*O patrimônio como escudo \_ o  
valor identitário e temporal do  
patrimônio.*

"Não haveria nenhuma cultura se não houvesse entretenimento", diz André Malraux, durante seu discurso no Senado em 9 de novembro de 1963. O termo cultura é aqui entendido como essencialmente ligado à ideia de lazer e não à noção de civilização. A cultura é aqui vista como um objeto de consumo para satisfazer a indústria do lazer.

11 Noisette P. et Vallérugo F. (1996), Le marketing des villes, Un défi pour le développement stratégique, Les éditions d'organisation, 1996, p167.

12 Hannah Arendt, La crise de la culture, Gallimard, 1989, 384p, p270-271.

Cette nouvelle culture de masse promeut “ l’image d’un monde où nous serions tous en train de désirer, consommer et construire les mêmes objets”<sup>13</sup>, se mettent en place des discours sur le village planétaire<sup>14</sup> “ où le contexte ne serait plus le local mais l’absolument planétaire ” (Augé, 2006).<sup>15</sup> Cette culture de masse véhicule l’idée d’une identité globale de notre planète pour laquelle le contexte local n’a plus aucun poids et où l’individu est désormais considéré comme un récepteur. Une approche qui occulte la sensibilité et l’esthétique de l’individu, issues de sa propre culture; ce qui peut entraîner une perte de sens. L’objectif de l’industrie culturelle est alors de recréer chez chacun un attrait pour cette culture de masse, vidée de sens par rapport au contexte local. Les événements internationaux tels que les expositions universelles participent de cette logique de diffusion d’un modèle culturel allié à un modèle de gestion du territoire. On assiste alors à une disneylandisation des espaces urbains s’apprêtant à accueillir ces grands événements. Il s’agit là de l’avènement à l’échelle mondiale d’une révolution culturelle sous la forme, entre autre, d’un processus

Esta nova cultura de massa promove “a imagem de um mundo em que as pessoas estariam desejando, consumindo e construindo os mesmos objetos, ” aparecendo discursos sobre a aldeia global “onde o contexto não é mais o local mas o absolutamente planetário” (Augé, 2006). Esta cultura de massa transmite a idéia de uma identidade global do nosso planeta para a qual o contexto local não tem mais peso e onde o indivíduo é agora considerado um receptor.

Uma abordagem que esconde a sensibilidade e a estética do indivíduo, oriundo de sua própria cultura, o que pode causar uma perda de sentido. O objetivo da indústria cultural é, então, recriar uma atração para todos nesta cultura de massa, desprovida de significado em relação ao contexto local. Eventos internacionais, como feiras universais são parte da lógica da difusão de um modelo cultural combinado com um modelo de gestão do território. Há então uma “disneylandisation” das áreas urbanas se preparando para sediar esses grandes eventos. Este é o advento numa escala mundial de uma revolução cultural na forma, entre outras coisas, de um processo de homogeneização que conduz

- 
- 13 L. A. A., Architectures et villes face à la mondialisation, axe de recherche n°01 du Laboratoire Architecture Anthropologie, <http://www.laa.archi.fr/spip.php?article1>, consulté le 15 avril 2012.
  - 14 Traduction de “ Global Village ”, expression de Marshall McLuhan, *The Medium is the Message*, 1967.
  - 15 Marc Augé, “ La planète comme territoire. Un défi pour les architectes ”, in “ Chez nous ” territoires et identités dans les mondes contemporains, Alessia DE BIASE et Cristina Rossi (sous la dir. de), 2006

d'homogénéisation entraînant la perte des spécificités culturelles.

Autre conséquence de la mondialisation: l'évolution du rapport au temps. Les progrès techniques ont favorisé un développement des moyens de communication qui tendent vers toujours plus d'immédiateté. Le temps long de la mémoire est délaissé au profit de l'instantané. L'horizon temporel se réduit " au seul présent instantané comme valeur absolue du présent".<sup>16</sup> Les différents projets urbains, les interventions architecturales éphémères, les transformations du territoire agissent comme des révélateurs de cette évolution du rapport au temps, vers une accélération de celui-ci.

La mondialisation entraîne ainsi des évolutions culturelles et techniques qui peuvent provoquer la perte de repères identitaires et temporels spécifiques à chaque culture. Face à ce risque d'une homogénéisation culturelle et aux changements quant à notre rapport au temps, se développent une revendication des identités distinctes et un attachement à des lieux construits historiquement représentant des repères dans l'histoire d'un peuple. Que ce soit en tant que support de transmission ou de mémoire, ou par la valorisation d'une identité en relation à un territoire; la patrimonialisation apparaît comme un processus permettant de

à perda das especificidades culturais.

Outra consequência da globalização: a mudança da relação com tempo. Os avanços tecnológicos têm estimulado o desenvolvimento dos meios de comunicação, se tornando cada vez mais rápidos. A memória a longo prazo é negligenciada em favor do instantâneo. O horizonte de tempo é reduzido "apenas a este presente instantâneo como um valor absoluto do presente." Os vários projetos urbanos, as intervenções efêmeras de arquitetura, as transformações do território atuam como um indicativo desta mudança na relação com o tempo, para uma aceleração do mesmo.

Assim, a globalização tem como consequências evoluções culturais e técnicas que pode causar a perda de marcadores identitários e temporais específicos de cada cultura. Dado este risco de homogeneização cultural e as mudanças na nossa relação com o tempo, se desenvolvem uma reivindicação de identidades distintas e um apego aos lugares construídos historicamente representando marcos na história de um povo. Seja como meio de transmissão ou de memória, ou pela valorização de uma identidade relacionada com um território, a patrimonialização aparece como um processo que permite defender as

16 L. A. A., Le travail du temps dans la ville contemporaine, axe de recherche n°02 du Laboratoire Architecture Anthropologie, <http://www.laa.archi.fr/spip.php?article38>, consulté le 15 avril 2012.

revendiquer des spécificités culturelles propres et de satisfaire des réactions parfois passéistes et nostalgiques.

Le patrimoine se présente dès lors comme une parade à certains effets de la mondialisation: il permettrait l'affirmation des identités et des territoires et la conservation d'un rapport au temps long. Le patrimoine serait-il alors, une solution pour un " envers de la mondialisation focalisé davantage sur le local?"<sup>17</sup>

### *L'ambiguïté du patrimoine*

Concept européen érigé en un universel culturel par l'UNESCO, le patrimoine est peu à peu devenu un outil de marketing urbain en même temps qu'un instrument de revendications des spécificités identitaires et territoriales.

Désormais située entre construction médiatique, négociation politique et pratiques quotidiennes, la notion de patrimoine peut entraîner une homogénéisation des relations entre identité et territoire alors qu'elle est supposée en revendiquer les particularités.

Cette ambiguïté reflète aussi la situation ambivalente des grandes villes d'aujourd'hui qui sont tiraillées entre d'une part, le discours sur la ville globale, et d'autre part, le contexte local et ses particularités culturelles indispensables au maintien de repères identitaires.

especificidades culturais e satisfazer as reações por vezes vezes retrógradas e nostálgicas.

O patrimônio é apresentado como um escudo face a alguns efeitos da globalização: ele permitiria a afirmação das identidades dos territórios e a conservação de um relacionamento com o tempo longo. O patrimônio seria então, uma solução para um "outro lado da moeda da globalização concentrado no local"?

### *A ambiguidade do patrimônio*

Conceito europeu estabelecido como cultura universal pela UNESCO, o patrimônio se tornou pouco a pouco uma ferramenta de marketing da cidade, bem como um instrumento de reivindicação das especificidades identitárias territoriais.

Doravante situada entre construção mediática, negociação política e práticas cotidianas, a noção de patrimônio pode conduzir a uma homogeneização das relações entre identidade e território, quando deveria reivindicar as especificidades.

Essa ambigüidade também reflete a situação ambivalente das grandes cidades de hoje que são divididas entre, por um lado, o discurso sobre a cidade global, por outro lado, o contexto local e as particularidades culturais indispensáveis à manutenção dos marcadores identitários.

17 L. A. A., Architectures et villes face à la mondialisation, axe de recherche n°01 du Laboratoire Architecture Anthropologie, <http://www.laa.archi.fr/spip.php?article1>, consulté le 15 avril 2012

Les phénomènes de patrimonialisation, désormais pris dans une temporalité accélérée par la mondialisation, se forment dans la confrontation entre spécificités culturelles et marketing urbain.

Le processus de patrimonialisation des territoires de la ville de Rio de Janeiro et son inscription sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO en tant que paysages culturels, en cours depuis le début des années 2000, est l'occasion d'observer plus en détail comment le marketing urbain vient concurrencer les spécificités locales culturelles au moment de l'élaboration d'une candidature.

### **La mise en conformité d'une candidature carioca à l'UNESCO**

*Politique patrimoniale  
brésilienne*

C'est en 1937 avec la création de l'IPHAN<sup>18</sup> que le Brésil a initié sa politique nationale de préservation du patrimoine. Cette politique peut être divisée en deux grandes périodes: la période fondatrice de 1930 à 1940, qui voit s'appliquer une vision moderniste de l'expression artistique, favorise le regard ethnographique porté sur les monuments et les œuvres d'art produites par le passé; la seconde période, baptisée rénovatrice, qui court sur la décennie des années 70 à 80, où l'idée de

Os fenômenos de patrimonialização, agora tomados numa temporalidade acelerada da globalização, são formados no confronto entre marketing urbano e especificidades culturais.

O processo de patrimonialização dos territórios da cidade do Rio de Janeiro e sua inscrição na Lista do Patrimônio Mundial da UNESCO como paisagem cultural, em curso desde o início de 2000, é uma oportunidade de observar mais em detalhe como o marketing urbano vem competir com características culturais locais no momento da elaboração da candidatura.

### **A conformidade de um pedido carioca para a UNESCO**

*Política brasileira  
do patrimônio*

Em 1937, com a criação do IPHAN, o Brasil lançou sua política de preservação do patrimônio nacional. Esta política pode ser dividida em dois grandes períodos: o período de fundação de 1930 a 1940, que tem uma visão da expressão artística (modernista), promove o olhar etnográfico focado em monumentos e obras de arte produzidas no passado; o segundo período, chamado de restauração, que corre ao longo da década de 70 a 80, onde a ideia de patrimônio

18 Institut de Patrimoine Historique et Artistique National.

patrimoine historique (avec les notions classiques d'histoire et d'art) fut élargie à la notion de " bien culturel " elle même incluse dans un concept plus vaste de "mémoire sociale ". Durant cette période, c'est un regard anthropologique qui s'est attaché à valoriser des biens matériels et immatériels prenant en compte l'implication des populations dans le processus patrimonial.

L'évolution de cette politique patrimoniale a, dès ses origines, été confrontée à l'histoire du pays qui a engendré un patrimoine national riche de diversités. Ainsi, la politique a toujours oscillé entre, une vision sélective, idéalisant une physionomie nationale à partir de certains éléments et, une vision large, valorisant le poids de la production populaire dans la constitution de l'identité culturelle.

Un exemple notable concerne la manière dont la question du paysage a été appréhendée à partir des années 1980 pour aboutir en 2009 à la rédaction d'un texte officiel portant sur le paysage culturel brésilien.<sup>19</sup> Ce texte institutionnalise une nouvelle approche du patrimoine brésilien qui permet de reconnaître entre autre l'imbrication entre nature et urbanité.<sup>20</sup> Cette réflexion s'est intensifiée à partir des années 2000 à l'occasion, notamment, du rejet de

histórico (com as noções tradicionais de história e arte) foi estendido para a noção de "bens culturais" ainda que incluídos em um conceito mais amplo de "memória social".

Durante este período, foi uma abordagem antropológica que se fixou na promoção dos bens materiais e imateriais, tendo em conta o envolvimento das pessoas no processo patrimonial.

A evolução desta política de patrimônio tem sido confrontada, desde as suas origens, com a história do país que gerou um patrimônio nacional rico de diversidade. Assim, a política sempre oscilou entre uma visão seletiva, idealizando uma fisionomia nacional a partir de certos elementos, e uma visão ampla, valorizando o peso da produção popular na formação da identidade cultural.

Um exemplo notável é a forma como a questão da paisagem foi apreendida a partir da década de 1980, levando em 2009 a redação de uma declaração oficial sobre a paisagem cultural do Brasil. Este texto institucionaliza uma nova abordagem do patrimônio brasileiro e reconhece a sobreposição entre natureza e urbanidade. Esta reflexão se intensificou a partir da década de 2000 na ocasião,

19 Winter Ribeiro Rafael, *Paisagem cultural e patrimônio*, Rio de Janeiro, IPHAN, 2007.

20 " Le paysage culturel brésilien est une partie spécifique du territoire nationale représentative du processus d'interaction de l'homme avec le milieu naturel, sur laquelle la vie et les sciences humaines ont imprimé des marques ou ont attribué des valeurs" source: IPHAN, <http://portal.iphan.gov.br/portal/baixaFcdAnexo.do?id=1070>, consulté le 15 avril 2012, traduction par l'auteur de l'article.

l'UNESCO, en 2003, des dossiers de candidature de Paraty et de Rio de Janeiro en tant que sites mixtes à la liste du patrimoine mondial.

La catégorie paysage culturel telle que conçue par l'IPHAN présente une approche très large de la notion, permettant ainsi d'intégrer des candidatures variées allant jusqu'à des candidatures de paysages culturels intégrant de l'urbain. Cependant cette approche se retrouve confrontée à une définition plus astreignante donnée par l'UNESCO, en 1992, dans la Convention du patrimoine mondial.<sup>21</sup> Qui ne permet pas la reconnaissance d'un paysage culturel comportant de l'urbain en son sein.

Cette différence d'interprétation a nécessité un habile travail de rapprochement et de composition qui permette d'aboutir à un dossier répondant aux critères imposés par l'UNESCO tout en conservant les perceptions brésiliennes, individuelles et collectives, des aspects symboliques du territoire carioca.

Cette tâche délicate révèle toute la difficulté de l'interprétation de la notion de patrimoine entre échelle locale et échelle globale d'une part et entre pratiques culturelles et politiques culturelles d'autre part.

Nous allons donc voir comment ce travail a été effectué depuis

notamment, de la réjection de l'UNESCO, en 2003, du dossier de candidature de Paraty et du Rio de Janeiro comme sites mixtes à la Liste du Patrimoine Mondial.

A categoria paisagem cultural, tal como concebida pelo IPHAN, tem uma abordagem muito ampla do conceito, permitindo com isto a integração de uma variedade de candidaturas, abrangendo mesmo as candidaturas de paisagens culturais incorporando a cidade. No entanto, esta abordagem é confrontada a uma definição mais exigente dada pela UNESCO em 1992, na Convenção do Patrimônio Mundial, que não permite o reconhecimento de uma paisagem cultural comportando a cidade em seu interior.

Esta diferença de interpretação necessitou um trabalho habilidoso de reconciliação e de composição que permite alcançar um dossiê satisfazendo os critérios definidos pela UNESCO, mantendo as percepções brasileiras, individuais e coletivas dos aspectos simbólicos do território carioca.

Esta delicada tarefa revela a dificuldade de interpretação do conceito de patrimônio entre a esfera local e a global, por um lado, e entre práticas culturais e políticas culturais, por outro.

21 " Les paysages culturels représentent les "ouvrages combinés de la nature et de l'homme" désignés à l'Article 1 de la Convention. Ils illustrent l'évolution de la société et des établissements humains au cours des âges, sous l'influence de contraintes et/ou des atouts présentés par leur environnement naturel et les forces sociales, économiques et culturelles successives, internes et externes. "Source: UNESCO, <http://whc.unesco.org/fr/activites/477/#1>, consulté le 15 avril 2012.



la première tentative en 2001 jusqu'à la dernière en 2011; et en quoi ces choix ont pu être influencés par un contexte de marketing urbain, plus général.

### *Historique des candidatures*

Dès le début de son élaboration, en 2001, la candidature de Rio de Janeiro à la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO est l'occasion de discussions sur les orientations qui doivent être prises: entre site culturel (section paysage culturel) ou site mixte. L'équipe chargée de cette candidature, alors composée de personnes de la municipalité, du gouvernement fédéral et du ministère de l'environnement, prend rapidement conscience de la spécificité de la ville de Rio de Janeiro fruit d'une imbrication entre urbanité et nature. Aucun site, alors inscrit sur la liste du patrimoine mondial dans la catégorie site culturel en tant que paysage culturel, ne présente cette caractéristique. Les critères semblent alors ne prendre en compte que des paysages modifiés par l'homme soit pour des raisons économiques (ex des paysages viticoles de la Juridiction de Saint Emilion / France ou La vallée Quebrada de Humahuaca / Argentine), soit pour des raisons religieuses (ex du mont Wutai, l'une des quatre montagnes sacrées du bouddhisme / Chine) mais jamais il n'est question d'une urbanité prenant place au sein de la nature.

La candidature de Rio de Janeiro est finalement présentée dans la

Vejamos, então, como esse trabalho foi realizado, desde a primeira tentativa em 2001 até a última em 2011, e como essas escolhas foram influenciadas pelo contexto de marketing urbano, de um modo geral.

### *Histórico das candidaturas*

Desde o início de sua elaboração em 2001, a candidatura do Rio de Janeiro à Lista do Patrimônio Mundial da UNESCO é uma oportunidade para discussões sobre as diretrizes que devem ser seguidas: entre sítio cultural (seção paisagem cultural) ou sítio misto. A equipe responsável pela nomeação, então composta de pessoas do município, do governo federal e do Ministério do Meio Ambiente, tomou rapidamente consciência da singularidade da cidade do Rio de Janeiro, resultado de uma sobreposição entre a urbanidade e a natureza. Nenhum sítio, até então registrado na lista do Patrimônio Mundial da Cultura, na categoria de paisagem cultural, tem esta característica. Os critérios parecem considerar somente as paisagens modificadas pelo homem ou por razões econômicas (Por exemplo paisagem vinícola da Jurisdição de Saint Emilion / França ou a Quebrada de Humahuaca / Argentina), ou por motivos religiosos (Por exemplo, o Monte Wutai, uma das quatro montanhas sagradas do budismo / China), mas nunca foi questão de urbanidade no seio da natureza.

A candidatura do Rio de Janeiro é finalmente apresentada na

catégorie site mixte. Elle inclue une zone composée d'éléments naturels (une partie du parc national de la Tijuca avec notamment la statue du Christ rédempteur, et le Pain de sucre) et s'articule autour d'un discours orienté sur la notion de paysage culturel. Elle souffre donc d'un manque de cohérence entre les idées présentées et la zone proposée.

De plus, les problèmes environnementaux (pollution de la Lagoa Rodrigo de Freitas ou de la Baie de Guanabara) et sociaux (violence urbaine, favelas non pacifiées situées sur les versants du parc) existants excluent de fait certaines zones sous peine de fragiliser considérablement le dossier de candidature. Ces exclusions brisent l'unité nécessaire à la compréhension du paysage culturel carioca.

En outre, la candidature élaborée par le ministère de l'environnement, est transmise par le ministère de la culture. Ce qui ajoute à la confusion du dossier, des problèmes administratifs de tout ordre.

L'ensemble de ces aspects dommageables entraînent un rejet de la part de l'IUCN<sup>22</sup> (chargé de l'expertise de la partie naturelle des candidatures) ainsi qu'un différend de la part de l'ICOMOS<sup>23</sup> (chargé de l'expertise de la partie culturelle des candidatures).

En 2004, dès réception des critiques et remarques de l'IUCN et de l'ICOMOS, une seconde

categoria sítio misto. Ela inclui uma área composta de elementos naturais (parte do Parque Nacional da Tijuca, incluindo a estátua do Cristo Redentor, e o Pão de Açúcar) e se articula em torno de um discurso orientado para o conceito de paisagem cultural. Por isso, sofre com a falta de coerência entre as ideias apresentadas e a área proposta.

Além disso, os problemas existentes ao nível ambiental (poluição da Lagoa Rodrigo de Freitas e da Baía de Guanabara) e social (violência urbana, favelas não pacificadas localizadas nas encostas do parque) excluem, então, algumas áreas existentes, sob pena de enfraquecer significativamente o dossiê de candidatura. Essas exclusões quebram a unidade necessária para compreender a paisagem cultural carioca.

Além disso, a candidatura desenvolvida pelo Ministério do Meio Ambiente, é transmitida pelo Ministério da Cultura, o que adiciona à confusão da candidatura, problemas administrativos de toda espécie.

Todos estes aspectos prejudiciais levam a uma rejeição pela IUCN (responsáveis ??pela perícia da parte natural) e um atraso por parte do ICOMOS (responsável pela perícia da parte cultural da candidatura).

Em 2004, após o recebimento das críticas e opiniões da IUCN e

22 International Union for Conservation of Nature.

23 International Council on Monuments and Sites.

candidature est élaborée par des fonctionnaires de l'IPHAN sous la direction du ministère de la culture. Mais le travail se limite à une simple re-délimitation de la zone géographique proposée sans repenser la philosophie de la candidature. De plus, de profondes divergences politiques entre la mairie, l'Etat et le gouvernement fédéral entraînent à nouveau un manque de cohérence politique qui empêche la finalisation de cette seconde candidature.

Sous l'impulsion de personnalités institutionnelles convaincus du potentiel de la "Cidade Maravilhosa"<sup>24</sup> à intégrer la liste du patrimoine mondial, une toute dernière équipe, est constituée fin 2008, et chargée d'établir un nouveau dossier de candidature pour postuler dans la catégorie site culturel en tant que paysage culturel.

#### *Contexte de la nouvelle candidature*

Capitale du Brésil depuis la proclamation de l'indépendance (07/09/1922), Rio de Janeiro se voit dépossédée de son statut politique au profit de Brasília, le 20 avril 1960. Au lendemain de cette journée si particulière, l'incertitude qui pèse sur la ville de Rio de Janeiro contribue à mettre à nu son identité; la perte du rôle de capitale entraîne la perte d'un repère autour duquel l'identité carioca s'est forgée mais

da ICOMOS, uma segunda candidatura é elaborada por funcionários do IPHAN, sob a liderança do Ministério da Cultura. Mas o trabalho está limitado a uma simples re-demarcação da área geográfica proposta sem repensar a filosofia da proposição. Além disso, profundas diferenças políticas entre a Prefeitura, o Estado e o Governo Federal conduzem novamente a uma falta de coerência política que impede a conclusão desta segunda candidatura.

Estimulado por personalidades institucionais convencidas do potencial da "Cidade Maravilhosa" para integrar a Lista do Patrimônio Mundial, uma última equipe é constituída no final de 2008 e encarregada de estabelecer uma nova candidatura para postular na categoria sítio cultural como paisagem cultural.

#### *Contexto da nova candidatura*

Capital do Brasil desde a declaração da independência (07/09/1822), Rio de Janeiro se vê destituído do seu estatuto político em benefício de Brasília, em 20 de abril de 1960. No dia seguinte, a incerteza que ronda sobre a cidade do Rio de Janeiro contribuiu para expor sua identidade, a perda do papel de capital leva à perda de um marco em torno do qual a identidade carioca foi forjada, mas paradoxalmente, impulsiona a

paradoxalement, elle impulse la réaffirmation d'une identité carioca et la reconstruction d'une "géographie intime carioca"<sup>25</sup>. Malgré la perte de ce rôle historique, Rio met en valeur ses atouts culturels et conserve ainsi son rayonnement.

Après 50 ans d'éloignement, le gouvernement fédéral se réinvestit dans les projets de "A Cidade Maravilhosa", afin que cette ville devienne une capitale culturelle internationale et attire à nouveau les regards. Parmi tous les grands chantiers lancés, nous pouvons citer des événements culturels de grande ampleur tel "Rock in Rio"<sup>26</sup>, "Fashion Rio"<sup>27</sup> ou le film "Rio"<sup>28</sup> ainsi que des événements sportifs internationaux tels que la coupe du monde de football en 2014, les jeux olympiques d'été en 2016 ou plus récemment les jeux olympiques militaires en 2011. Un panel d'événements culturels et sportifs qui s'accompagne d'importants projets urbains, sociaux ou environnementaux comme le programme "choque de ordem",<sup>29</sup> "Porto Rio"<sup>30</sup> ou la dépollution de Lagoa, de la baie de Guanabara et autres affluents, rivières...etc.

Rio de Janeiro bénéficie aussi de la courbe ascendante du Brésil, qui se positionne désormais comme une nation émergente participant

reaffirmation de uma identidade carioca e reconstrução de uma "geografia carioca íntima." Apesar da perda de seu papel histórico, Rio valoriza seus valores culturais e mantém sua influência.

Após 50 anos de afastamento, o governo federal reinvestiu nos projetos de "A Cidade Maravilhosa", de modo a que a cidade se tornasse uma capital cultural internacional e mais uma vez esta chama a atenção. De todos os grandes projetos lançados, podemos citar os eventos culturais de grande impacto, como "Rock in Rio", "Fashion Rio" ou o filme "Rio", bem como eventos desportivos internacionais, como Copa do Mundo de futebol em 2014, Jogos Olímpicos de Verão em 2016 e, mais recentemente, os Jogos Olímpicos militares em 2011.

Um painel de eventos culturais e desportivos acompanhados de grandes projetos urbanos, sociais ou ambientais, tais como o "choque de Ordem", "Porto Rio" ou a despoluição da Lagoa, da Baía de Guanabara e outros afluentes, os rios etc.

Rio de Janeiro também beneficia da curva ascendente do Brasil, que está agora posicionada

25 VIDAL Laurent, *Les larmes de Rio*, Paris, Flammarion, 2009, p188.

26 Festival international de musique, originaire de Rio, ayant lieu depuis 1985.

27 Événement annuel de mode organisé par Paulo Borges.

28 Film d'animation réalisé par Carlos Saldanha en 2011.

29 "Choc de l'ordre" est un programme qui cherche à réaffirmer l'autorité publique dans tous les domaines. Il travaille notamment à la pacification des favelas.

30 Projet de rénovation de la zone portuaire de la ville pour accueillir entre autre une partie des équipements des J. O. de 2016.

aux grandes décisions planétaires.

Par ailleurs, la réflexion menée par les milieux intellectuels, depuis les années 2000 sur la question du paysage culturel se médiatise. Ainsi, diverses revues qui traitent des questions de paysage paraissent comme “Gerais do Rio”,<sup>31</sup> des associations qui proposent des parcours de découverte du paysage carioca comme Roteiros Geograficos<sup>32</sup> voient le jour. Les images télévisées et les différents supports publicitaires ne cessent de se référer au paysage de Rio. Une omniprésence de la marque Rio de Janeiro s’impose à tous les brésiliens pouvant laisser croire qu’être brésilien se résume au fait d’être carioca.

Tous ces aspects contribuent à la création d’un imaginaire qui devient le support des nouvelles stratégies politiques et urbaines; il s’agit d’un contexte de marketing urbain.

Comme nous l’avons vu précédemment, les deux premières candidatures avaient été élaborées dans un contexte politique chaotique, à une époque où la ville souffrait d’importants problèmes environnementaux et sociaux. Aujourd’hui, nanti de ces grands projets portés par l’essor économique, culturel et politique du pays, la candidature de la ville de Rio de Janeiro au patrimoine mondial de l’UNESCO, s’inscrit dans une politique plus ambitieuse; une politique qui relève de la volonté de

comme une nation émergente participant des décisions importantes globales.

Notemos, também, que as reflexões desenvolvidas nos meios intelectuais, a partir da década de 2000, sobre a questão da paisagem cultural são mediatizadas. Assim, várias revistas que tratam de questões de paisagem aparecem como “Gerais do Rio”, associações que oferecem passeios de descoberta da paisagem carioca como Roteiros geográficos, emergem. Imagens de televisão e os diversos meios de publicidade continuam a se referir à paisagem do Rio de Janeiro. Onipresença da marca Rio de Janeiro que se impõe a todos os brasileiros sugerindo que ser brasileiro se resume a ser carioca.

Todos estes aspetos contribuem para a criação de um imaginário que torna-se o suporte para novas estratégias políticas; trata-se de um contexto de marketing urbano.

Como vimos, as duas primeiras candidaturas foram desenvolvidas em um caos político no momento em que a cidade sofria sérios problemas ambientais e sociais. Hoje, enriquecida por esses grandes projetos apoiados pelo desenvolvimento econômico, cultural e político do país, a candidatura da cidade do Rio de Janeiro ao Patrimônio Mundial da UNESCO,

31 Gerais do Rio, revue trimestrielle mis en place depuis début 2011 par la journaliste Fafate Costa

32 Roteiros Geograficos est un projet de l’université de l’état de Rio de Janeiro proposant des visites gratuites de la ville à pied, guidées par un enseignant en géographie (voir le lien: <http://roteirosgeorio.wordpress.com/>)

marchandisation de Rio de Janeiro aussi bien à l'échelle nationale qu'internationale.

Ce nouveau contexte dans lequel s'inscrit la dernière candidature vient constituer un ensemble cohérent, homogène qui accentue le poids de chacun des éléments le composant. La candidature, comme ingrédient indispensable de cette politique de marchandisation, n'en est que plus solide et évidente. Elle prend désormais une dimension qui dépasse la simple volonté de reconnaissance des spécificités culturelles.

Dans cette politique de marchandisation de la ville de Rio, l'obtention du label UNESCO serait à la fois une reconnaissance internationale des spécificités culturelles cariocas mais aussi la possibilité d'assurer une gestion respectueuse de la ville face aux bouleversements urbains qu'entraînent des événements comme la coupe du monde de football ou les jeux olympiques.

La candidature présente donc ce double aspect d'être à la fois une parade éventuelle aux effets de la mondialisation (en permettant un contrôle des conséquences urbaines de l'accueil d'événements internationaux) ainsi qu'un outil pour cette mondialisation (reconnaissance à l'échelle internationale).

Après avoir constaté de quelle manière la candidature de Rio de Janeiro s'inscrit dans une logique de marketing urbain, nous allons voir comment le processus d'élaboration de la candidature relève, également de règles du jeu édictées par le marketing urbain.

faz parte de uma política mais ambiciosa; política que vem do desejo de mercantilização do Rio de Janeiro tanto no âmbito nacional como internacional.

Este novo contexto no qual a última candidatura está inscrita forma um todo coerente, homogêneo que aumenta o peso de cada um dos elementos componentes. A candidatura, como ingrediente indispensável desta política de comercialização, é ainda mais sólida e clara. Ela agora toma uma dimensão que vai além do desejo de reconhecimento das especificidades culturais.

Nesta política de mercantilização da cidade do Rio, a obtenção do título da UNESCO seria, ao mesmo tempo, um reconhecimento internacional das especificidades culturais cariocas, mas também a oportunidade de garantir uma gestão sã da cidade, face a transfigurações urbanas causadas por eventos como a Copa do Mundo de futebol ou os Jogos Olímpicos.

A candidatura, portanto, tem o duplo aspecto de ser tanto um escudo possível aos efeitos da globalização (permitindo o controle das consequências urbanas de sediar eventos internacionais) e uma ferramenta para esta globalização (reconhecimento internacional).

Depois de constatar a forma como a candidatura do Rio de Janeiro está inscrita numa lógica de marketing urbano, veremos como o processo de elaboração da candidatura também está inscrito nas regras estabelecidas pelo marketing do urbano.

*Emballage \_ ou comment construire un discours collectif*

Les acteurs de cette nouvelle candidature relèvent d'institutions -allant de l'IPHAN au PARNA<sup>33</sup> en passant par différents services de la mairie (urbanisme, tourisme...) — et sont répartis entre un comité institutionnel, un comité exécutif, un comité technique et une équipe technique. Cette dernière est constituée d'architectes, de géographes, d'anthropologues et de paysagistes qui sont en charge de l'élaboration même du dossier.

Le premier travail consiste dans la reformulation de la philosophie de la candidature, pour lequel, sans faire table rase, l'équipe commence par reprendre les précédents dossiers; le second travail s'attache à la constitution formelle du dossier de cette candidature.

Avec l'objectif très clair d'intégrer la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO et consciente du temps très court dont elle dispose, l'équipe opte pour la formalisation d'un dossier se basant exclusivement sur les critères donnés par l'UNESCO.<sup>34</sup> Pour préparer cette tâche, elle consulte des candidatures présentées par d'autres pays, aux problématiques proches de celles de Rio de Janeiro. L'idée étant de comprendre comment d'autres dossiers sont parvenus à s'intégrer dans la vision qu'a l'UNESCO de ses propres

*Embalagem ou como construir um discurso coletivo*

Os atores desta nova candidatura são oriundos de instituições — que vão desde o PARNA até o IPHAN através de vários departamentos do município (planejamento urbano, turismo...) — e estão divididos entre um comitê institucional, uma comissão executiva, uma comissão técnica e uma equipe técnica. Este último é composto por arquitetos, geógrafos, antropólogos e paisagistas que são responsáveis pela elaboração do dossiê.

O primeiro trabalho consiste na reformulação da filosofia da candidatura, para o qual, sem partir do zero, a equipe começa retomando os dossiês anteriores, o segundo trabalho concerne a constituição formal do dossiê dessa candidatura.

Com o claro objetivo de integrar a Lista do Patrimônio Mundial da UNESCO e consciente do pouco tempo do qual dispõe, a equipe optou pela formalização dum dossiê com base unicamente nos critérios dados pela UNESCO. Para preparar esta tarefa, ela consulta as candidaturas apresentadas por outros países, com questões semelhantes às do Rio de Janeiro.

A idéia é entender como as outras candidaturas foram capazes de se encaixar na visão que a UNESCO tem dos seus próprios conceitos e,

33 Parc National de La Tijuca

34 UNESCO, <http://whc.unesco.org/fr/criteres>, consulté le 15 avril 2012

concepts et, avant tout celui de paysage culturel. Un concept subtil dont les interprétations varient selon les personnes, les pays ou les institutions.

Le concept de paysage culturel est donc l'idée maîtresse qui a permis l'élaboration du dossier de candidature; et, bien qu'au Brésil, depuis les années 2000 une réflexion se soit engagée pour préciser ce qu'est un paysage culturel, c'est la vision de l'UNESCO qui prédomine. Commence alors un délicat travail de sélection qui doit répondre à la fois aux exigences de l'UNESCO et aux impératifs d'un marketing urbain, tout en respectant ce qui caractérise l'identité même de la ville de Rio pour ses habitants.

Pour l'équipe technique, la difficulté va résider dans ce va et vient entre, d'une part des critères internationaux stricts et, d'autre part une philosophie de candidature particulière inspirée des spécificités cariocas.

Quelle est la singularité de Rio qui lui permet d'être universellement reconnue? Comment délimiter la zone qui sera proposée à l'inscription sur la liste du patrimoine mondiale de l'UNESCO Une délimitation qui pose également la question de ce qui est exclu.

Le premier " recorte"<sup>35</sup> a été fait par l'équipe technique (avec validation des membres du comité technique) dans l'esprit de la relation entre paysage et culture. Le second a été

acima de tudo, o de paisagem cultural. Um conceito sutil cujas interpretações variam entre indivíduos, países ou instituições.

O conceito de paisagem cultural é a idéia-chave que permitiu a elaboração da candidatura e, embora no Brasil, desde a década de 2000 se tenha iniciado uma reflexão para definir o que é uma paisagem cultural, é a visão da UNESCO que predomina. Assim começa um delicado trabalho de seleção que deve atender tanto as exigências da UNESCO como as exigências de um marketing urbano, respeitando o que caracteriza a identidade da cidade do Rio para seus habitantes.

Para a equipe técnica, o desafio consistirá nesse vai-e-vem entre de um lado os rigorosos critérios internacionais e, do outro lado, a filosofia de candidatura inspirada nas especificidades cariocas.

Qual é a singularidade do Rio que lhe permite ser universalmente reconhecido? Como definir a área a ser proposta para inscrição na Lista do Patrimônio Mundial da UNESCO? Uma delimitação que questiona igualmente sobre aquilo que é excluído.

O primeiro recorte foi feito pela equipe técnica (com a validação dos membros da comissão técnica) no espírito da relação entre paisagem e cultura. O segundo foi feito em colaboração com consultores estrangeiros especialistas mandatados pela UNESCO.

35 " Découpe " en portugais



fait en collaboration avec des consultants spécialistes étrangers mandatés par l'UNESCO.

Les cartes extraites des dossiers de candidature précédents montrent l'évolution des territoires inclus puis exclus. Ainsi certains lieux ont systématiquement été exclus des candidatures successives (stade de Maracana, quartier de Lagoa, quartier de la Lapa) tandis que d'autres sont des choix permanents (Pain de sucre, parc national de la Tijuca, Jardim Botanique).

Concernant le dernier dossier de candidature, et suite au premier "recorte", la zone incluait la quasi-totalité de la ville ainsi que les éléments naturels autour desquels elle s'est développée. Cependant, devant l'évidence qu'une telle délimitation ne répondrait pas aux critères de l'UNESCO; un travail de négociation a commencé avec l'aide de consultants au cours d'une réunion en 2009. L'objectif de ce travail fût de réduire la zone présentée à l'UNESCO tout en conservant l'essence même de l'identité urbaine de la ville. Ce travail a été l'occasion de longs débats sur la notion de patrimoine; débats qui cherchaient essentiellement à définir la notion de paysage culturel en questionnant la possibilité d'y inclure du tissu urbain. S'est posé, par exemple, la question des favelas: situées sur les versants du parc national de La Tijuca ou sur le mont de Babilônia, elles pouvaient fortement compromettre le succès de la candidature en tant qu'urbanisation non officielle. Alors même qu'elles représentent un élément indéniable du

Os mapas extraídos dos dossiês de candidatura acima mostram a evolução dos territórios incluídos e depois excluídos. Assim, alguns lugares foram sistematicamente excluídos das candidaturas sucessivas (estádio do Maracanã, bairro da Lagoa, bairro da Lapa), enquanto outros são uma escolha permanente (Pão de Açúcar, Parque Nacional da Tijuca, Jardim Botânico).

No que concerne à última candidatura e após o primeiro "Recorte", a área incluía quase toda a cidade e os elementos naturais em torno do qual ela se desenvolveu. No entanto, dada a evidência de que tal definição não satisfaz os critérios da UNESCO, um trabalho de negociações se iniciou com a assistência dos consultores durante uma reunião em 2009. O objetivo deste trabalho foi reduzir a área apresentada na UNESCO, mantendo a essência da identidade urbana da cidade. Este trabalho foi a ocasião de um longo debate sobre o conceito de patrimônio, debates que buscavam principalmente definir o conceito de paisagem cultural, questionando a possibilidade de incluir o tecido urbano.

Surgiu, por exemplo, a questão das favelas: situada nas encostas do Parque Nacional da Tijuca ou no Monte Babilônia, poderiam afetar grandemente o sucesso da proposta como urbanização não oficial. Mesmo se elas representam um elemento inegável da paisagem cultural carioca. Podemos também citar o bairro da Urca, localizado aos pés do Pão de Açúcar

paysage culturel carioca. Nous pouvons également citer le quartier de la Urca, implanté au pied du Pain de sucre et faisant déjà parti du patrimoine national en tant qu'ensemble urbain et architectural représentatif d'une période d'expansion de la ville sur la mer.

Depuis ses origines, la nature fait partie intégrante de la ville. Pour les cariocas, ce n'est pas la nature ou la ville qui est à patrimonialiser mais bien la relation qui les lie. Une relation qui s'est instaurée depuis l'arrivée des premiers européens (culture du café, reforestation de la forêt de la Tijuca, création de Copacabana, du parc Flamengo) et qui est devenue une grande source d'inspiration dans la musique et la littérature.

Bien que les professionnels chargés de l'élaboration de la candidature soient intimement convaincus que ce qui fait patrimoine à Rio ne se réduit donc pas à ses monts et son pain de sucre mais résulte réellement de l'interaction de cette nature avec la vie urbaine, ils ne purent déroger au critère d'une nature exempte d'urbanisation. C'est ainsi que suite à la réunion avec les consultants internationaux, la zone a été considérablement réduite aux parties de la ville ne présentant pas de constructions. Ces territoires de la ville ont été exclues du périmètre non parce qu'ils n'avaient aucune valeur patrimoniale au regard des brésiliens mais parce que les critères de l'UNESCO ne permettaient pas de les prendre en compte.

Depuis 2001, date de la première candidature, Rio de Janeiro est

e que já faz parte do patrimônio nacional como conjunto urbano e arquitetônico, representativo de um período de expansão da cidade sobre o mar.

Desde suas origens, a natureza é parte integrante da cidade. Para os cariocas, não é a natureza ou a cidade que tem que ser patrimônio mas a relação entre elas. Uma relação que se desenvolveu desde a chegada dos europeus (o cultivo do café, reflorestamento da Tijuca, a criação de Copacabana, Parque do Flamengo) e tornou-se uma grande fonte de inspiração na música e literatura.

Embora os profissionais responsáveis pela elaboração da candidatura estejam firmemente convencidos de que o que faz o patrimônio do Rio não se reduz às suas montanhas e seu pão de açúcar, mas na verdade resulta da interação dessa natureza com a vida urbana, eles não poderiam escapar a exigência duma natureza livre de urbanização.

Assim, após a reunião com consultores internacionais, a área foi significativamente reduzida às partes da cidade sem edifícios. Essas áreas da cidade foram excluídas do âmbito da candidatura não porque não tinham valor patrimonial para os brasileiros, mas porque os critérios da UNESCO não permitia levá-los em conta.

Desde 2001, data da primeira candidatura, o Rio de Janeiro manteve-se sempre o mesmo, com uma paisagem cultural praticamente inalterada. No entanto, o contexto

toujours restée la même, avec un paysage culturel quasiment inchangé. En revanche, le contexte aussi bien locale que national et international a considérablement évolué et le regard porté par l'UNESCO et d'autres professionnels du patrimoine sur ce paysage culturel également. Par exemple, le cas du PARNA, présent dès la première candidature en 2001, a vu sa gestion largement évoluer en 10 ans et il a été présenté d'une façon différente en 2011 de manière à mettre en valeur l'aspect culturel du parc dans sa relation avec l'homme et la ville.

C'est la raison pour laquelle je parle d' " emballage "; emballage dans le sens d'une standardisation du produit (obtenue par une redécoupe) et du discours, pour répondre à des critères d'échelle internationale. Le produit reste le même, bien qu'il doive se contraindre à un conditionnement.

#### *Persistence de l'ame carioca*

L'identité brésilienne est riche d'une très grande diversité, fruit de sa constitution spatio-temporelle depuis la colonisation portugaise. Cette histoire a généré un patrimoine d'une très grande variété et les politiques patrimoniales brésiliennes doivent acquiescer une souplesse, qui puisse en assurer la reconnaissance. Le texte de l'IPHAN portant sur le paysage culturel en est le dernier exemple. Cependant, l'interprétation que font l'IPHAN et l'UNESCO de cette notion, diffère. Nous sommes en présence de deux interprétations bien

local, nacional e internacional mudou consideravelmente e o olhar da UNESCO e de outros profissionais do patrimônio sobre essa paisagem cultural também. Por exemplo, o PARNA, presente desde a primeira candidatura em 2001, viu sua gestão mudar muito em 10 anos e foi apresentado de uma maneira diferente em 2011, de modo a melhorar o aspecto cultural do parque, em sua relação com o homem e a cidade.

É por isso que eu falo de " embalagem " no sentido da padronização do produto (obtido por cortes) e do discurso, para cumprir os critérios internacionais. O produto permanece o mesmo, embora deva ser forçado a um condicionamento.

#### *Persistência da alma carioca*

A identidade brasileira é rica de uma grande diversidade, resultado da sua constituição no espaço e no tempo desde a colonização portuguesa. Esta história tem gerado uma grande variedade no patrimônio e as políticas patrimoniais brasileiras precisam desenvolver uma flexibilidade, para poder assegurar o seu reconhecimento. O texto do IPHAN sobre a paisagem cultural é o mais recente exemplo. No entanto, a interpretação pelo IPHAN e pela UNESCO diferem. Nós temos duas interpretações distintas emitidas pelos dois continentes (América e Europa), cujas heranças culturais específicas influenciam na percepção do patrimônio.

distinctes émises par deux continents (l'Amérique latine et l'Europe) dont les héritages culturels particuliers influent sur la façon d'envisager le concept de patrimoine.

Notons que, l'UNESCO a adopté récemment (novembre 2011) une nouvelle recommandation permettant l'élargissement de son interprétation du concept de paysage culturel. Néanmoins le débat fût long quant à l'orientation que devait prendre cette ouverture du concept entre des valeurs dites européennes et des valeurs relevant d'autres continents. Nous percevons toute la difficulté pour une institution internationale qui souhaite être l'ambassadrice de toutes les cultures d'en intégrer les spécificités alors que ses concepts sont issus d'une culture localisée.

Ces incompréhensions ont entraîné le rejet de la candidature en 2003 puis l'avortement de celle de 2004. Loin de s'avouer vaincu, le Brésil et plus particulièrement Rio de Janeiro a pris conscience de sa réelle spécificité à partir de laquelle il a monté une nouvelle réflexion. Influencée par un contexte politique, économique et culturel dynamique, cette réflexion a abouti à la mise en place de la dernière candidature de 2011 qui s'inscrit pleinement dans les nouvelles orientations de marchandisation de Rio.

Bien que cette logique de marchandisation urbaine à l'échelle internationale impose une forme de standardisation, les cariocas sont conscients de ce qui constitue l'originalité de leur patrimoine.

Notemos que a UNESCO está trabalhando em uma nova recomendação para a expansão da sua interpretação do conceito de paisagem cultural. No entanto, o debate ainda não está fechado quanto à direção a ser tomada nessa abertura do conceito entre valores chamados europeus e valores pertencentes a outros continentes. Vemos a dificuldade desta instituição internacional, que pretende ser um embaixador de todas as culturas, para integrar as especificidades, quanto seus conceitos são originários de uma cultura localizada.

Esses desentendimentos levaram à rejeição da proposta de 2003 e ao aborto da de 2004. Longe de admitir a derrota, o Brasil e, especialmente, o Rio de Janeiro tornou-se consciente da sua especificidade real, a partir da qual ele desencadeou uma nova reflexão. Influenciado por um contexto político, econômico e cultural dinâmico, essa nova reflexão proporcionou a elaboração de uma nova candidatura em 2011, que se integra totalmente nos novos rumos de mercantilização do Rio.

Embora a lógica da mercantilização urbana internacional impõe uma forma de padronização, os cariocas estão conscientes do que constitui a originalidade do seu patrimônio. Assim, uma outra candidatura da cidade do Rio como paisagem cultural, mas desta vez a nível nacional, está em andamento. Uma candidatura para a qual a paisagem cultural do Rio

Ainsi, une autre candidature de la ville de Rio en tant que paysage culturel, mais cette fois-ci à l'échelle nationale, est en cours. Une candidature pour laquelle, le paysage culturel de Rio ne sera pas tributaire d'une rationalisation internationale.

Quant à l'admission de la ville de Rio sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO en tant que paysage culturel, elle serait un précédent pour les territoires similaires en actant la reconnaissance d'une nouvelle forme de paysage culturel, produit de la symbiose entre ville, nature et usagé.

### Conclusion

Le processus de formalisation du dossier de candidature de la ville de Rio de Janeiro au patrimoine mondial de l'UNESCO et plus particulièrement le travail de délimitation de la zone géographique à inclure dans cette candidature révèle toute l'ambiguïté de la notion de patrimoine entre valeurs locales et internationales, entre défense des spécificités et homogénéisation.

Une fois entrées dans le jeu de la marchandisation des territoires, les politiques de patrimonialisation s'emparent de la question de la valeur des espaces urbains. Elles les réinterprètent, les façonnent, les emballent afin de les rendre attractifs selon les principes du marketing urbain. Un processus qui exclue les populations locales à l'origine de la spécificité de ces territoires patrimonialisés et incline vers

ne pas être soumise à une rationalisation internationale.

Quanto à admissão da cidade de Rio na lista de patrimônio mundial da UNESCO como paisagem cultural, seria um precedente para os territórios similares ao proporcionar o reconhecimento de uma nova forma de paisagem cultural, produto da simbiose entre a cidade, a natureza e os usuários.

### Conclusão

O processo de formalização da candidatura da cidade do Rio de Janeiro ao Patrimônio Mundial da UNESCO e, em particular, o trabalho de demarcação da área geográfica a ser incluído nesta candidatura revela a ambigüidade da noção de patrimônio entre valores locais e internacionais, entre defesa das especificidades e homogeneização.

Uma vez inseridas no jogo da mercantilização dos territórios, as políticas territoriais de patrimonialização se apropriam da questão do valor dos espaços urbanos, reinterpretando, formatando e embalando para torná-los atraentes de acordo com os princípios do marketing urbano. Um processo que exclui as populações locais, origem das especificidades dos territórios patrimonializados, e voltado para a padronização das práticas culturais em detrimento de suas diferenças. A integração respeitosa destas culturas não-ocidentais na paisagem cultural mundial parece difícil aos

l'uniformisation des pratiques culturelles aux détriments de leurs différences. Une intégration respectueuse dans le paysage culturel mondial de ces cultures non occidentalisées semble délicate au regard de concepts culturels internationaux dont la rigidité des cadres rend difficile une adaptation à des modalités différentes d'organisation spatiale et temporelle.

Se pose alors la question du devenir des pratiques sociospatiales et culturelles exclues de l'emballage et repoussées aux marges d'une patrimonialisation désormais conçue comme un produit de marketing urbain et s'appuyant sur des valeurs européennes. Car comme l'écrit Claude Lévi-Strauss: " La civilisation mondiale ne saurait être autre chose que la coalition, à l'échelle mondiale, de cultures préservant chacune son originalité."<sup>36</sup>

A l'opposé d'un combat contre cette culture de masse, il serait plus bénéfique de privilégier un combat pour la reconnaissance de ces cultures autres<sup>37</sup>. Je terminerai donc en citant quelques travaux illustrant cette idée d'un combat pour une préservation active des spécificités culturelles; un combat pour une reconnaissance des spécificités culturelles; un combat pour le respect de ces cultures produites par chacun des habitants.

Ainsi, Marcus Vinicius Faustini (directeur de théâtre, cinéaste et actuel secrétaire de la culture de

olhos dos conceitos culturais internacionais, cuja rigidez das estruturas torna complicada a adaptação às diferentes regras de organização espacial e temporal.

Isso levanta a questão do futuro das práticas sócio-espaciais e culturais excluídas do pacote e empurradas para as margens de uma patrimonialização, agora vista como um produto de marketing urbano e concebido a partir de valores europeus. Pois, como escreve Claude Lévi-Strauss: "A civilização mundial não pode ser outra coisa senão a coalizão, global, das culturas, cada uma preservando sua originalidade".

Em oposição à luta contra a cultura de massa, seria mais produtivo se concentrar em uma luta para o reconhecimento de outras culturas. Termino, citando alguns trabalhos que ilustram a ideia de uma luta ativa para a preservação das especificidades culturais; uma luta para o reconhecimento das especificidades culturais, uma luta pelo respeito destas culturas produzidas por cada um dos habitantes.

Assim, Marcus Vinicius Faustini (diretor teatral, cineasta e atual secretário da cultura de Nova Iguaçu) defende a ideia de uma cultura onde as pessoas não sejam apenas receptores mas, acima de tudo, operadores; onde a cultura é o resultado dos

36 Claude LEVI-STRAUSS, *Race et histoire*. Saint Amand: DENOEL, 1987, p77.

37 Françoise CHOAY, *Le patrimoine en questions, anthologie pour un combat*, pXLIX.

Nova Iguaçu) défend l'idée d'une culture où les habitants ne seraient pas que des récepteurs mais avant tout, des opérateurs; où la culture est bien le fruit des individus et non pas le résultat d'un flux hiérarchique vertical du haut vers le bas.<sup>38</sup> Idées qu'il développe dans divers projets comme l'école libre de théâtre de Santa Cruz, l'école libre de cinéma de Nova Iguaçu ou le projet Reperiferia.

Le *laboratoire de cartographies insurgées*<sup>39</sup> est un événement qui a regroupé des chercheurs, artistes, et mouvements sociaux début septembre 2011 à Rio, pour imaginer et produire des cartes critiques et affectives de la ville face à l'émergence d'une nouvelle gouvernance globale des villes et aux conséquences urbaines de l'accueil de mega événements.

Le travail de photographie réalisé par l'artiste Christina Ribas<sup>40</sup> cherche à retrouver des traces des expressions graphiques auparavant présentes sur les murs des favelas et aujourd'hui effacées dans le cadre d'une régularisation des ces urbanisations informelles. Elle a également mis en place un site internet (<http://desarquivo.org/>) dont l'objectif est de créer une plateforme en ligne pour accueillir et diffuser tout document portant sur la production artistique au Brésil.

Ces quelques exemples de travaux de recherche menés dans le

individuos e não o resultado dum fluxo hierárquico vertical, de cima para baixo. Idéias que ele desenvolveu em vários projetos tais como a escola livre de teatro em Santa Cruz, a escola livre de cinema de Nova Iguaçu ou o projeto Reperiferia.

O "Laboratório de Cartografias Insurgentes" é um evento que reuniu pesquisadores, artistas e movimentos sociais no início de setembro de 2011, no Rio, para projetar e produzir mapas críticas e emocionais da cidade, face ao surgimento de uma nova governança mundial das cidades e as consequências urbanas de sediar megaeventos.

O trabalho de fotografia da artista Christina Ribas procura encontrar traços das expressões gráficas antes presentes nas paredes das favelas e agora apagadas como parte de uma regularização da urbanização informal. Ela também criou um site (<http://desarquivo.org/>) cujo objetivo é criar uma plataforma on-line para receber e divulgar qualquer documento sobre a produção artística no Brasil.

Esses poucos exemplos de pesquisas realizadas no campo da produção artística e cultural no Rio refletem o dinamismo das práticas culturais enraizadas num contexto local e ligadas a um

38 Le travail qu'il effectue avec des jeunes est consultable sur les sites internet: [www.agenciarj.com.br](http://www.agenciarj.com.br) ou <http://apalpe.wordpress.com/>

39 <http://cartografiasinsurgentes.wordpress.com/>

40 <http://azulejista.wordpress.com/>

domaine de la production artistique et culturelle à Rio témoignent du dynamisme de pratiques culturelles ancrées dans un contexte local et attachées à une reconnaissance de leurs spécificités.

Au-delà des pratiques patrimoniales actuelles, quelles sont les perspectives d'évolutions du fonctionnement de l'ensemble des institutions, de leurs choix, de leurs critères, de leurs normes, avec la montée en puissance des pays émergents, dont le poids croissant va influencer et réorienter leur habitus, leurs modes d'action et de décision. Nous sommes à une époque charnière où l'arrivée de nouveaux systèmes de valeurs et de pensées peuvent permettre une réévaluation ainsi qu'une évolution des pratiques patrimoniales.

reconhecimento das suas especificidades.

Além das práticas patrimoniais atuais, quais são as perspectivas de mudanças no funcionamento de todas as instituições, das suas escolhas, seus critérios, suas normas, com a ascensão das economias emergentes, cujo peso crescente vai influenciar e reorientar os seus hábitos, seus modos de ação e decisão. Estamos num ponto de ruptura onde a chegada de novos sistemas de valores e de pensamento pode permitir uma reavaliação e uma mudança nas práticas patrimoniais.

### Bibliographie / Referências bibliográficas

- Berenstein Jacques Paola e Dutra Britto Fabiana (org.) (2010), *Corpocidade\_ Debates, Ações e Articulações*, Salvador, editora da universidade federal da Bahia, p. 393.
- Berenstein Jacques Paola, Varella Drauzio, Bertazzo Ivaldo, Seiblitze Pedro (2002), *Maré\_ Vida na Favela*, Rio de Janeiro, Casa da Palavra, p. 128.
- Choay Françoise (1999), *L'allégorie du Patrimoine*, éditions Seuil, p. 270.
- Choay, Françoise (2009), *Le Patrimoine en Question: Anthologie Pour un Combat*, Seuil.
- De Almeida Abreu Mauricio (2010), *Evolução Urbana do Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro, Instituto Pereira Passos, p. 155.
- De Biase Alessia et Rossi Cristina (sous la direction de.) (2006), *Chez Nous\_ Territoires et Identités dans les Mondes Contemporains*, Aux éditions de La Villette (études et recherches), Paris, p. 319.
- Droulers Martine (2001), *Brésil. Une Géohistoire*, Paris, Presses Universitaires de France, p. 306.
- Frideman Jonathan (2004), "Culture et politique de la culture: une dynamique durkheimienne", in *Anthropologie et Sociétés*, vol28, n.º1, pp. 23-43.
- Hartog François (2003), *Régimes D'historicité. Présentisme et Expériences du Temps.*, Seuil, p. 57.



- Levi-Strauss Claude (1987), *Race et Histoire*, Saint Amand, DENOEL, p. 127.
- Le monde, hors série (2010), *Brésil. Un Géant S'impose*, sept-oct.
- Winter Ribeiro Rafael (2007), *Paisagem Cultural e Patrimônio*, Rio de Janeiro, IPHAN, p. 151.
- Fonseca Maria Cecilia Londres (2009), *O Patrimônio em Processo \_ Trajetoria da Política Federal de Preservação no Brasil*, Rio de Janeiro, editora UFRJ, p. 293.
- UNESCO (2010), Centre du Patrimoine Mondial, numéro special, *Patrimoine Mondial au Brésil*, n°57, Juillet, p. 89.
- Vidal Laurent (2009), *Les larmes de Rio*, Paris, Flammarion, p. 254.
- Vinicius Faustini Marcus (2009), *Guia Afetivo da Periferia*, Rio de Janeiro, Aeroplano editora, p. 183.
- Wolton Dominique (2003), *L'autre Mondialisation*, Manchecourt, Flammarion, p. 211.
- Zambelli André (coord.), Cabral Carla, Lodi Cristina et aizen Mário (2008), *Da Destruição à Preservação. Construção da Paisagem da Cidade do Rio de Janeiro*, Prefeitura do Rio, *Revista do patrimonio cultural do Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro, ano 1-n°01, dezembro, pp. 25-45.