



Sociedade e Estado

ISSN: 0102-6992

revistasol@unb.br

Universidade de Brasília

Brasil

de Mesquita Vieira, Marco Estevão

Distinção, cultura de consumo e gentrificação: o Centro Cultural Banco do Brasil e o mercado de bens simbólicos

Sociedade e Estado, vol. 21, núm. 2, mayo-agosto, 2006, pp. 571-572

Universidade de Brasília

Brasília, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=339930884013>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

TESES

Distinção, cultura de consumo e gentrificação: o Centro Cultural Banco do Brasil e o mercado de bens simbólicos

Marco Estevão de Mesquita Vieira

Curso: Doutorado em Sociologia

Data de defesa: 5 de abril de 2006

Orientadora: Prof^a Dr^a Mariza Veloso Motta Santos

Resumo

O trabalho analisa as condições de emergência dos centros culturais a partir do estudo de caso sobre o Banco do Brasil, a principal instituição financeira do País, que, por ser pioneira na criação de centros culturais corporativos, estabeleceu o paradigma que passou a conduzir os processos de enobrecimento urbano dos centros metropolitanos brasileiros.

A partir da história do Banco do Brasil e de sua ambigüidade de atuação, ora como agente de políticas públicas, ora como banco comercial, o trabalho analisa as estratégias desenvolvidas pela empresa para manter posição ante as perdas processadas com a criação do Banco Central e as ameaças de privatização decorrente da reestruturação capitalista da década de 1980 e do domínio do pensamento neoliberal. Identifica a série discursiva que moldou a invenção de suas tradições e as motivações para instalar um centro cultural na sua antiga sede no Rio de Janeiro.

O sucesso do empreendimento possibilitou recuperar o centro histórico da cidade, fato que transformou o Centro Cultural Banco do Brasil (CCBB) em âncora do Corredor Cultural, projeto de requalificação urbana do Rio de Janeiro. Sob esse aspecto, o trabalho analisa as afinidades eletivas entre os interesses da empresa e do município e os resultados e as limitações do projeto de reurbanização carioca, suas conseqüências para o surgimento de processos semelhantes nas demais capitais brasileiras e os seus elos com os pressupostos da pós-modernidade.

A bem-sucedida ação da política urbana carioca levou as demais metrópoles brasileiras a exigir do Banco do Brasil igualdade de tratamento, dando início a uma disputa que levou a instituição a criar novos CCBB em São Paulo e Brasília. Nesse tópico, o trabalho analisa o processo de expansão dos CCBB e as novas orientações mercadológicas que o transformaram em moeda de troca. Estuda também a consolidação da era dos museus e centros culturais no Brasil sob o conceito de distinção e do mercado de bens simbólicos e como conseqüência das ações para tornar as cidades elegíveis para investimentos e trânsito dos agentes da globalização econômica.

Palavras-chave: centro cultural, cultura, política urbana.
