

## **PODE O CONSUMO SER CITADINO? Entre sociabilidades, mediações, órteses e próteses em Montes Claros/MG<sup>1</sup>**

### **CAN CONSUMPTION BE “CITADIN”? Amongst sociabilities, mediations, orthosis and prosthesis in Montes Claros, Brazil**

Gustavo Souza Santos <sup>2</sup>

**Resumo:** *O consumo como prática social é um radical da vida humana na contemporaneidade, constituindo-se de uma poética que interpola a reificação, a ritualização do cotidiano e as potências de vida. As práticas derivadas dos estímulos e dos percursos que cadenciam o consumir se dão aglutinados à materialidade e aos artefatos que conjugam a produção dos sujeitos e do cotidiano. Portanto, o consumo requer além de rituais, suas espacialidades e paisagens. Desde 2019, uma região que compreende uma mescla de vias e bairros da região Oeste de Montes Claros/MG vem se transformando em um reduto boêmio com modificações significativas da paisagem urbana e dos ritmos de sociabilidade, agora povoada por signos e fluxos de consumo. Este trabalho procura refletir os enquadramentos das práticas de consumo circunscritas às práticas de sociabilidade deflagradas nesta região de recente pujança boêmia por meio de incursões etnográficas realizadas entre 2023 e 2024, a fim de tipificar suas cidadinidades.*

**Palavras-Chave:** Consumo. Cidadinidade. Sociabilidade.

**Abstract:** *Consumption as a social practice is a radical aspect of human life in contemporary times, consisting of a poetics that interpolates the reification and ritualization of everyday life and the powers of life. The practices derived from the stimuli and paths that pace consumption are combined with the materiality and artifacts that combine the production of subjects and everyday life. Therefore, consumption requires, in addition to rituals, its spatialities and landscapes. Since 2019, a region that comprises a mix of streets and neighborhoods in the western region of Montes Claros, Brazil has been transforming itself into a bohemian stronghold with significant changes in the urban landscape and the rhythms of sociability, now populated by signs and flows of consumption. This work seeks to reflect the frameworks of consumption practices circumscribed to the practices of sociability triggered in this region of recent bohemian vigor through ethnographic incursions carried out between 2023 and 2024, in order to typify its urbanities.*

**Keywords:** Consumption. Citadinity. Sociabilidade.

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Consumos e Processos de Comunicação. 34º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Paraná (UFPR). Curitiba - PR. 10 a 13 de junho de 2025.

<sup>2</sup> Doutor em Desenvolvimento Social (PPGDS/Unimontes) e doutorando em Comunicação Social (PPGCOM/UFGM), professor dos cursos de Publicidade e Propaganda e de Arquitetura e Urbanismo do Centro Universitário FIPMoc (UNIFIPMoc), pesquisador associado do Cidadino, Núcleo Interdisciplinar de Temáticas Urbanas, gustavo.ccpv@gmail.com.

## 1. Introdução

As imagens, materialidades e dinâmicas do cotidiano contemporâneo tem como um de seus predicados o consumo. Trata-se de um radical da vida humana, reelaborado desde o residual produtivo da revolução industrial (McCracken, 2010), ressignificado nos espetáculos da devoção fetichista da mercadoria (Miller, 2013) e integrado a um estatuto ritualizado como potência de vida (Perez, 2020).

Escapamos do reducionismo das práticas de consumo como uma atividade fortuitamente constituída por transações e trânsitos socioeconômicos consuetudinários para ancorar a definição de um conceito feito prática e processo social cuja envergadura remonta a um ecossistema que lhe é próprio (arrolado à ecologia das marcas e da sociabilidade total) e para um encouraçamento constituído de rizomas afetivos, simbólicos, intra e intersubjetivos e, portanto, performáticos.

Este prospecto permite ainda entender o consumo como um ato espacial ou mercado de espacialidades em seus esquemas rituais e simbólicos, uma vez tendo documentado a história que o desenvolvimento de um *lifestyle* urbano se deu nos enquadramentos de tematizações e percursos de consumo (Douglas; Isherwood, 2006). Em dado momento, a história das cidades e seu desenvolvimento se confunde com os processos históricos do consumo como prática econômica, social e cultural.

Isto nos permite ajuizar que o consumo pressupõe espacialidades na detonação de seu conteúdo nos *modus operandi* e *vivendi* dos sujeitos feito consumidores e dos consumidores feitos sujeitos - entendendo aqui que o consumo possibilita agenciamentos (Canclini, 2006) e subjetivações (Bauman, 2008) dos sujeitos interpolando nas dinâmicas sobre o *self* ou sobre a política de si. Das origens históricas dos letreiros e fachadas às praças públicas, das plásticas e luzeiros urbanos às configurações do tráfego ladeado de signos de consumo e inscrições publicitárias, há um processo que acaba por constituir a leitura social da urbe (Santos, 2024). Portanto, a natureza do espaço atravessa a natureza do consumo.

A cidade é testemunha dessa natureza imbricada entre consumo e espacialidade, sendo-lhe em sua essência produtiva arena, tela e esteio. A arena se dá no campo de forças entre a produção capitalista do espaço e sua mercantilização totalizante dispondo ambiências e materialidades do consumo e do consumir (Arantes; Vainer; Maricato, 2000; Harvey, 2005); posto que a tela é acionada nas sensibilidades e materialidades do espaço urbano entre fixos,

fluxos e atores que incorporam nele múltiplos significados, afetos e identificações vividas no eu e projetadas na materialidade da paisagem (Zukin, 2000; Santos, 2002; Queiroz Filho, 2016); e o esteio é o ocaso desse circuito em que múltiplos sujeitos produzem o espaço e são por ele coproduzidos (Agier, 2011; Certeau, 2014).

A partir deste prospecto, podemos observar nas cidades contemporâneas que metrópoles e cidades médias têm experimentado efervescências de práticas de consumo circunscritos a áreas comerciais e de lazer adensadas pela especulação imobiliária, frentes empreendedoras e fluxos diversos (Alcântara, 2019; Amaral; Rodrigues, 2020). Esses processos são acompanhados de políticas urbanas de estímulo a atividades comerciais, adensamentos intraurbanos e diversificação de atividades de consumo e lazer. Exemplos como a gentrificação (Glass, 1964) e a hipsterização (Alcântara, 2019; 2020) traduzem fenômenos palpáveis desse cenário.

A paisagem urbana, este documento tátil, tácito e memorial da cidade, é a matriz de observação e processamento dos atravessamentos entre consumo e espaço urbano. Entre o engodo do residual da produção capitalista do espaço e da mercantilização exígua da cidade, há o sujeito vívido e o espaço como seu objeto de anelo ante a ocupação popular, as práticas de lazer, os percursos do ócio, relações de consumo e uma espécie de flaneurismo acondicionado às molas comerciais. Múltiplas práticas socioespaciais são celebradas e ressignificadas tomando a cidade como epítome de um desenvolvimento urbano “para pessoas”<sup>3</sup> cuja festa é feita frequentemente com escombros.

Em questão, a cidadinidade. Esse conceito, que nasce como um contraponto ao conceito comumente cristalizante de cidadania, é entendido como um conjunto de maneiras de fazer a própria cidade e seu cotidiano (Certeau, 2014; Machado, 2017). No plano do consumo na cidade, a cidade é por si mesma consumida e feita objeto, mercadoria e produto. Questionamos então se o estatuto do consumo no estatuto da cidade permite vislumbrar uma perspectiva emancipatória dos sujeitos ou se corrobora para os dispositivos de controle e mercantilização do espaço, já amplamente deflagrados (Arantes; Vainer; Maricato, 2000; Harvey, 2005; Amaral; Rodrigues, 2020; Fernandes; Fernandes, 2020). Portanto, resta indagar: pode o consumo ser cidadão? Em que medida e em que instância?

---

<sup>3</sup>Expressão célebre do arquiteto e urbanista Jan Gehl (2013), frequentemente reavaliada criticamente como em Machado (2022).

Este questionamento é acionado empiricamente neste trabalho a partir do caso da cidade média mineira de Montes Claros que, desde 2019, vem experimentando uma significativa transformação de uma porção urbana estratégica com aumento de estabelecimentos comerciais - sobretudo de lazer noturno - pautado em serviços, transformando a paisagem residencialmente idílica em um trecho intensamente boêmio. Tal processo se deu balizado por transformações legislativas e socioculturais que permitiram alterações significativas na paisagem urbana e nas formas de conceber espaço e cidade na chave do consumo.

Esta nova autoproclamada região boêmia da cidade - derivada do bairro Jardim São Luiz e logradouros adjacentes - avançou discretamente sobre o imaginário popular e a opinião pública, mas levanta questões de ordem urbana e antropológicas pelos ritos, rituais e liturgias que estimulou entre a fantasia do consumo e a politização das apropriação do espaço urbano, desmanchando consensos e dissensos da interpretação da realidade social. Portanto, a cidadinidade foi posta em questão, e nela, conjuga-se o consumo.

Partindo do caso em questão, pretendemos aqui refletir os enquadramentos das práticas de consumo circunscrita à práticas de sociabilidade urbana travadas neste espaço para, a partir desta análise, levantar uma contribuição modesta aos estudos da publicidade e do consumo em confluência aos estudos urbanos e de práticas cidadinas. O percurso metodológico compreendeu um conjunto de incursões etnográficas realizadas na região em questão em 2023 e 2024 em uma perspectiva antropológica urbana (Agier, 2011) de dentro e de perto (Magnani, 2002).

Inicialmente, apresentamos o fenômeno que é objeto deste trabalho, enquadrando seu contexto e espacializando sua constituição. A seguir, por meio dos achados etnográficos, debatemos as práticas de consumo especializadas no caso em questão, a partir de duas vertentes conceituais: consumo como órtese e consumo como prótese. Em ambos os blocos analíticos, procuramos reconhecer no fenômeno estudado o consumo como um dispositivo interacional que extrapola seu limiar sociável e se torna um processo enunciativo corporificado do sujeito.

## **2. Espacializando o fenômeno, enquadrando o contexto**

Montes Claros é uma cidade média da mesorregião Norte do estado de Minas Gerais e conta com uma população de 414.240 habitantes (IBGE, 2023) e estimativa de 434.300

habitantes para 2024<sup>4</sup>, sendo o quinto município mineiro mais populoso. A cidade é considerada uma capital regional e dotada de policentralidades (Pereira, 2007; França; Barbosa; Santos, 2024). É marcada ainda por trânsito intensificado de população flutuante, uma vez que denomina uma região intermediária imediata com reflexos de metropolização (Costa, 2020).

O histórico da cidade remonta a um movimento tríplice de desenvolvimento que, sob a égide de um planejamento desordenado e desigual, caminhou por constituir um polo regional: primeiramente, o impacto logístico e econômico da implantação de sua linha ferroviária em 1926; a seguir, a inclusão do município no pacote de incentivos e obras do programa de desenvolvimento da Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (Sudene) a partir da década de 1960; e, por fim, sua dinâmica intra e interurbana que acabou por ressignificar seu papel regional como polo de serviços e no exercício de sua centralidade (França, 2007; Pereira, 2007; França; Costa, 2019).

Montes Claros/MG tem reconfigurado junto a outras cidades brasileiras seu significado local, regional e nacional em um novo pulso de metropolização, redefinindo os conceitos para sua acepção (França; Costa, 2019). Nesse percurso, observa-se a intensificação acelerada de fluxos de pessoas, mercadorias, capitais, bem como o fornecimento de serviços amplos, reorganizando dinâmicas regionais, transformando estruturas intraurbanas e estimulando vocações interurbanas (Ferreira; Rua; Mattos, 2015).

Esta pulsão montes-clarense pode ser deflagrada ainda na retomada das discussões legislativas estaduais para a criação da Região Metropolitana de Montes Claros composta por 10 outros municípios<sup>5</sup> e com os dados censitários que revelaram o crescimento mais expressivo de cidades médias do que metrópoles em consolidado de 37,8% de 2010 a 2022 (IBGE, 2023; Moura, 2024). Desse modo, é possível observar a criação de ambiências mais afeitas a fluxos comerciais e relações de consumo perpetradas nas dinâmicas urbanas.

Para a condução deste trabalho, apresentamos o caso da transformação de uma região da cidade em uma ambiência mais intensamente comercial e de práticas de consumo com um novo adensamento de fluxos de pessoas, mercadorias, serviços e capitais. Esta transformação

---

<sup>4</sup>Conforme dados divulgados em:

<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9103-estimativas-de-populacao>. Acesso em: 22 jan. 2025.

<sup>5</sup>A discussão de criação da assim chamada RMMOC foi inaugurada com o Projeto de Lei Complementar 51/2002 e retomado com novo projeto de número 04/2011 e 11/2015 que, sendo aprovado em definitivo em 2017, aguarda parecer definitivo, como destacam França e Costa (2019).



alterou os ritmos e a plástica da paisagem urbana, de idilicamente residencial a um ambiente boêmio.

A partir do ano de 2019, essa transformação anunciada se realiza em uma região que compreende majoritariamente o território do bairro Jardim São Luiz, localizado na região Oeste da cidade e no polo regional Centro, dentro da gestão pública da cidade. Outros logradouros que perpassam o bairro são residuais do fenômeno, compreendendo porções menores dos bairros Melo, Cidade Santa Maria e Funcionários. Esta região compreendeu o caso de análise que aqui empreendemos e o lócus de investigação deste estudo.

A figura 1 apresenta a circunscrição da região investigada:

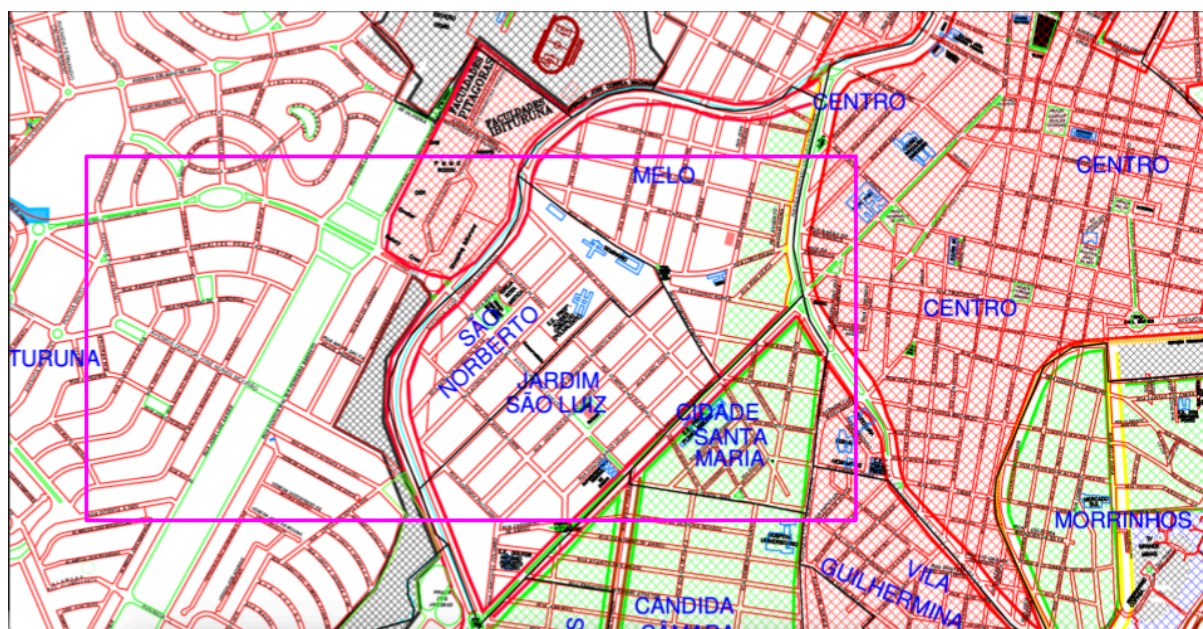


FIGURA 1 – Região investigada com alteração para uso de zonas comerciais  
FONTE - Adaptado de Prefeitura de Montes Claros/MG (2020)<sup>6</sup>

A transformação em questão incluiu a escalada de empreendimentos comerciais e de serviços em vias anteriormente essencialmente residenciais. A paisagem passou a abrigar empreendimentos de lazer noturno como bares e restaurantes de uso noturno e escritórios de serviços de funcionamento noturno, com outros tipos de empreendimentos de horários diversos. Multiplicaram-se luzeiros, placas, inscrições publicitárias e todo um conjunto verbo-visual estetizado para sinalizar a mudança. O fluxo também se transformou com a

<sup>6</sup>Este e outros mapas do ordenamento do solo urbano montes-clarense vigente podem ser acompanhados em detalhe em: <https://infraestrutura.montesclaros.mg.gov.br/plano-diretor>. Acesso em: 29 jan. 2025.

ocupação de calçadas por mesas e consumidores, o que trouxe incrementos acústicos e lumínicos à ordem plástica da localidade.

Ora, esta região sempre foi caracterizada como de uso residencial Plano Diretor (Montes Claros, 2001) e sua Lei de Uso e Ocupação do Solo (Montes Claros, 2009). No entanto, desde 2019 o número de estabelecimentos e novas obras passaram a se multiplicar à revelia do que preconizava a legislação. Mesmo com o intercurso da pandemia de Covid-19, as obras e estabelecimentos não retrocederam. A partir da retomada das atividades de aglomeração e flexibilização do isolamento social, espaços, fluxos e ocupações se intensificaram, processos estes vistos por alguns interlocutores como salvífico à economia após um período socialmente dramático.

A escalada de empreendimentos comerciais e a modificação da dinâmica arquitetônica e socioespacial da região, em tese opostas à categorização da ocupação do solo urbano, foi legitimada. Em 2022, a prefeitura municipal publicou a Lei Complementar n. 98 (Montes Claros, 2022), adicionando convenientemente a tipologia de uso comercial especificamente para as vias que se inflamaram ocupações comerciais em aceno às forças empresariais e imobiliárias em franco avanço na localidade, uma vez que tal conjuntura acabou por gerar valor ao solo urbano local.

O bairro Jardim São Luiz não é necessariamente um território de recente incursão de forças econômicas. Seu crescimento e caracterização residencial - e, portanto, imobiliária - remonta a um conjunto de transformações urbanas de Montes Claros/Mg na década de 1970, período que gozava de influência benfazeja dos investimentos da Sudene (Fernandes; Leite; Pereira, 2019). Com a expansão urbana e a alta ocupação das operações de comércio no centro, a população de elite, de média e alta renda e de profissionais técnicos ocuparam loteamentos da área do bairro Jardim São Luiz com estímulos municipais (Silveira, 2006; Costa; França, 2019).

Essa série de transformações socioespaciais e econômicas da região teve anuência pública, uma vez que para comportar e otimizar o viço de mudanças, a administração pública promoveu a doação de terrenos com consequente mudança de sedes públicas para outras localidades, de modo que os públicos de alta e média renda e que designavam a força de trabalho técnica e empresarial dessa nova fase da cidade se incorporasse (Silveira, 2006; Costa; França, 2019).

O histórico em questão demonstra que a região circunscrita ao bairro possui longo histórico de visibilidade especulativa de forças econômicas que corroboram a processos urbanos que são velhos conhecidos, como os de agenciamento e empresariamento urbanos, com anuência da administração pública (Harvey, 1996; 2005). Tal contexto não apenas designa modalidades de ocupação e vicissitudes da aparência de determinadas, mas modificam a tessitura e a estrutura do tecido social urbano.

A efervescência de estabelecimentos comerciais, fluxos e práticas sociais que marcou as transformações da região pesquisada apontam para mudanças estruturalmente estruturantes e que, sob o signo do progresso, aplacou qualquer crítica popular, afinal a estetização dos espaços e criação de novos rituais urbanos abaular o imaginário, como pretendemos demonstrar neste estudo. O desenvolvimento socioespacial do bairro não oculta avanços econômicos e culturalmente associados, mas vêm introduzindo novos processos socioespaciais com incidência sobre os modos de produção de vida dos quais a forma e a função do espaço são testemunhas e partícipes.

O olhar acompanha um salto de metamorfoses. Bares são equipados com mobiliários e interiores iluminados e arquitetonicamente pareados a tendências difusas sobre metrópoles como Belo Horizonte, São Paulo, Londres e Nova Iorque - traduzidas em referências arquitetônicas e rituais. Restaurantes emulam empratamentos e opções gastronômicas cosmopolitas. Modos de comer, beber e socializar são ressignificados diante de ambiências sônicas, lumínicas e visuais heterotópicas. Dizeres e expressões como “experiência” e “instagramável” imperam nas práticas de sociabilidade, conviviais com supostos novos significados para “boteco”, “raiz” e “boêmio”. Em panorama, um encastelamento de projetos arquitetônicos que esteticamente partilham de um pacto de captura vetorial de um tipo de ócio catártico e capaz de fazer viver outros lugares nestes lugares.

É notável que em uma perspectiva crítica da produção capitalista do espaço, obras, incentivos e políticas de desenvolvimento frequentemente beneficiam a máquina econômica à deriva da realidade social mais premente. O fenômeno que aqui descrevemos deflagra modificações na malha urbana e sua paisagem, mas denotam mudanças outras na qualidade das práticas sociais dos sujeitos, sobretudo quando marcadores de raça e classe vêm à tona. Nos interessa, portanto, observar o consumo como prática interveniente sobre os processos socioespaciais ora descritos, ponderando seus ajustes de sociabilidade e de cidadinidade.



Metodologicamente, operacionalizamos uma pesquisa baseada em etnografia urbana cadenciada pelos estudos de Agier (2011) por uma antropologia da cidade e de Magnani (2002) em uma conduta “de perto e de dentro”. A região enunciada constituiu o campo de investigação e de trabalho para os achados, de modo que uma série de incursões etnográficas foram realizadas entre 2023 e 2024<sup>7</sup> para observações *in loco*, diálogo com interlocutores e exames de campo. Parte destas observações e achados são incorporados a este estudo que aqui empreendemos.

Embora o campo considerasse a totalidade do bairro São Luiz - e pontos adjacentes imediatos, consideramos que algumas vias específicas demonstraram maior afinidade para a explicitação do fenômeno, considerando o nível de alterações percebidas. Deste modo, compuseram as incursões que balizam a pesquisa os logradouros Rua Eusébio Alves Sarmiento, Rua Olímpio Dias de Abreu, Avenida Deputado Antônio Pimenta, Avenida Dr. João Chaves, Rua Daniel Costa, Avenida Mestra Fininha, Rua Raul Correia, Rua Guarani e Avenida Deputado Esteves Rodrigues.

As incursões consistiram de caminhadas sistemáticas em diferentes turnos pelo período de investigação, envolvendo observações sistemáticas da paisagem urbana em equipamentos e suas visualidades, bem como fluxos, ritos, rotinas e práticas sociais. Consideramos ainda diálogos com interlocutores em situações de consumo, ocupação e uso das vias, espaços e estabelecimentos, de modo que alguns trechos são mobilizados para análise<sup>8</sup>. Os percursos mesclaram modalidades de observação participante e não-participante, a fim de elucidar melhor o fenômeno e a consecução dos achados.

Como tensionamentos, apresentamos os efeitos residuais deste arroubo de mercantilização do espaço da região que incluem desde a transformação da paisagem edificada, aos novos sentidos de práticas de sociabilidade e criação de sentidos afetivos afeitos ao consumo e como estes podem competir ou aturdir formas de como se pensar, sentir, viver e fazer cidade. As inquietudes que nos moveram na realização deste trabalho são marcadas, sobretudo, sobre os efeitos que estas transformações provocaram no imaginário e na percepção do que é a cidade e sua espacialidade.

---

<sup>7</sup>Este estudo faz parte de um projeto de pesquisa em vigor desde 2023, intitulado “Vende-se o eu e a cidade: das territorialidades do consumo às territorialidades da vida”, cujos primeiros passos de campo foram conduzidos de março a outubro de 2023 para observações e de abril a novembro de 2024 para observações e entrevistas.

<sup>8</sup>A pesquisa está amparada pelo parecer n. 4.524.033/2021 do Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos do Centro Universitário FIPMoc.

Nos primeiros percursos de campo, os brios da nova paisagem e das plásticas de consumo levaram muitos sujeitos a compreender aquela dinâmica sônica, imagética, plástica, ritual e performática - típicas do adensamento de fluxos de pessoas, capitais e serviços - como o cenário legítimo do que é a/uma cidade. Isto é, a fantasia ritual se estendeu para os mecanismos cognitivos que estabelecem criticamente a realidade social da cidade, fazendo crer que ambiências não equipadas como tal não são genuinamente ou contemporaneamente urbanas. Em suma, uma cidade ideal não seria confessada em ambiências díspares.

Para além da pauta de desmobilização da visão política sobre a cidade nesse contexto, coloca-se em xeque uma categoria oportuna às reflexões dos cadernos de campo: a cidadinidade. Entendida com o antropólogo Michel Agier (2011) como um conjunto relacional e criativo de práticas de se viver e fazer a cidade, a cidadinidade é situada na relação entre o sujeitos citadinos e com o espaço da cidade contextualizadas socialmente e realizadas espacialmente entre arrochos, utopias, transgressões e experimentações. Portanto, adjetiva-se citadino aquilo que potencialmente permite a realização humana na celebração socioespacial das propriedades da cidade.

Por outro lado, o consumo como um radical contemporâneo encerra entre outras platitudes, a possibilidade de acessar o social e o real por meio de ritos e outras práticas, movendo contextos, criando heterotopias e sensibilidades. Se o consumo é adotado - ou instrumentalizado - como estratégia<sup>9</sup> de captura e estruturação de uma dinâmica de apropriação do solo urbano por forças econômicas diversas que acabam por provocar erosões da sensibilidade e da percepção dos sujeitos sobre a realidade urbana, podemos pensar em sua cidadinidade. Ou melhor, podemos questionar seu potencial citadino, o quanto o consumo pode ser citadino?

Em suma, procuramos aqui a partir do fenômeno desdobrado nessa região e nos feixes de discussão que deles se desprendem - residuais da produção capitalista do espaço, mercantilização urbana e outros -, nos aproximar das práticas do consumo e os rituais que ele encerra espacialmente para tipificá-lo, manuseá-lo e descrevê-lo à guisa de buscar suas propriedades citadinas. Por meio do campo, partimos metodologicamente ainda por uma lógica corporificada do consumo no seio urbano, visualizando a amálgama que ritos e rituais

---

<sup>9</sup>Estratégia é aqui pensada no sentido certauniano de prática de manejo e gestão dos detentores do poder, enquanto aqueles subjugados pelo poder operam na lógica astuciosa das táticas, a força dos fracos (Certeau, 2014).

tem promovido nesse contexto, adotando marcadores conceituais ciborgues<sup>10</sup> como órteses e próteses.

A paisagem urbana é um documento espacial e sócio-histórico. Nela, estão inscritas as rugosidades que confessam os vestígios e as vertigens da produção do espaço, sendo um registro visual, plástico e edificado das ações humanas que, superpostas, montam e remontam os modos de produção da vida, garantindo o escoamento de toda a sorte de práticas e processos que denominam o espaço contingencialmente ao que nomeamos humano.

Desse modo, as transformações da paisagem urbana encerram não apenas resultados das operações das múltiplas forças dos poderes constituídos, mas aglutinam ações, reações e refrações da ação humana socialmente elaborada. No caso em que analisamos, o primeiro sinal perene de um movimento que não é mero efeito da produção capitalista do mesmo, mas trata-se de um percurso instado de outras variáveis em que as feições, agruras e anelos do desejo humano emergem. Isto é, a paisagem urbana é também uma paisagem do eu.

Considerando a boemia deflagrada na região de estudo, uma das primeiras observações feitas é de que as relações de consumo ali estabelecidas pelos sujeitos funcionavam a partir de dois mecanismos para além da sociabilidade e usabilidade fortuitas. A primeira, em um movimento de supressão e gestão do cotidiano, e a segunda como um processo catártico com reflexos sobre a percepção da realidade. Operacionalizaremos essas duas observações empreendendo duas acepções: consumo como órtese e o consumo como prótese.

### 3. Consumo como órtese

Nesta parte, nos dedicaremos a refletir o consumo como órtese. A órtese tem fundação etimológica do grego *orthósis*: há a derivação de *orthós* que designa o que é reto, direito, correto; há ainda o sufixo *-sis* que denomina um estado, uma ação ou uma expressão de qualidade. Portanto, *orthósis* expressaria a ação de endireitar ou retificar algo (Rezende, 2006). A órtese como tal constitui-se no jargão médico um aparelho ou dispositivo ortopédico cujas funcionalidades são alinhar membros do corpo, corrigir ou prevenir deformidades ou melhorar sua função (Rey, 1999).

---

<sup>10</sup>Procuraremos partir da concepção de Donna Haraway em seu *Manifesto Ciborgue* (Haraway, 2009) e de meios como extensões dos sujeitos de Marshall McLuhan em *Os meios de comunicação como extensões do homem* (McLuhan, 2012) para modelar os achados do campo e posicioná-los para reflexão.

A órtese é um corretivo. Podendo ser permanente, é mais frequentemente transitória até que cumpra sua função corretiva e retificadora. Trata-se de um dispositivo que - encontrando a realidade fisiológica dentro de uma normalidade que lhe é atribuída prejudicada em algum nível - promove paulatinamente um ajustamento, devolvendo a estabilidade do estado natural e, frequentemente, aliviando sua condição, uma vez que aquilo que precisa ser retificado, regularmente ocasiona desconfortos ou perdas.

O efeito da órtese é uma correção em trânsito. Ela advoga a normalidade desejável e a promove na deriva de sua fisiografia própria, produzindo um contra-efeito de ajuste e correção por endireitamento, isto é, abaula-se aspectos lacunares. Enquanto retifica, a órtese produz um vislumbre proto-normalizado do ajuste desejável, cujo anelo é produzido pelo usuário do equipamento e pelo ensejo da junta profissional que o fabrica, aplica e monitora. Não é ela a normalidade ou caso feito, mas opera como ancoragem de um momento ideal de permanência, posto que o uso da órtese é um veículo adaptativo que encerra uma expectativa do normal por meio de uma simulação corretiva em plena correção.

Pensando nas relações de consumo como nosso campo revela, a órtese é um veículo de ajustamento de uma realidade atroz ou de um arrocho do qual a normalidade é uma vivência que se torna pesada por diversos fatores sociais e humanos. Nesse intercurso, o consumo é um dispositivo que, acoplado ao sujeito em suas práticas e rituais, constitui mecanismo que o auxilia a atravessar as agruras cotidianas, remediando dores e desassociado - na duração da relação de consumo - a dor e o torpor do real.

Conforme os interlocutores afirmam:

É meu divertimento. Quando tô aqui, sinto que desligo de tudo. Procuro vir toda semana para ter uma forma de recarregar, espairecer... É meu remédio esse ambiente, essa socialização. Eu sento, esqueço, descanso. É como uma viagem. (Sujeito 1)

Tudo aqui faz a gente se sentir em outro lugar. O ambiente, o som, as pessoas, o visual. É um mergulho. Não me sinto só consumindo, me sinto conectado a uma experiência social. É um bar? É! Mas é algo mais também... (Sujeito 2)

A gente até esquece que tem problemas. Eu mesma, nem me lembro. As baterias ficam novas para enfrentar os problemas da semana. Depois de uma rotina cansativa, é o que há de melhor. (Sujeito 3)

O campo nos revela a percepção de que no espaço boêmio constituído na região investigada, as práticas de consumo são meios de transposição do cotidiano pessoal a uma realidade transitória heterotópica, uma “viagem”, um “descanso”, um “mergulho”, na qual até

se “esquece dos problemas” e se “recarrega as baterias”. Conforme relatos dos interlocutores, as relações e a ambiência de consumo que ali prevalecem são meios de enfrentamento da realidade que, a princípio, se afiguram à hábitos fortuitos de divertimento, mas que se mostram como radicais de vida.

Eu procuro vir toda semana, às vezes até depois do trabalho. Preciso desse momento de descarga. Mas sempre venho com amigos e é um jeito de escapar da rotina, rir, conversar, tratar de outros assuntos... É o momento mesmo! (Sujeito 4)

A semana é tão corrida, tão cheia, tão cinza que precisamos dessa pausa. Acho que essa região toda cresceu muito para isso mesmo... Pra te proporcionar esse lazer que renovar as energias para enfrentar a semana seguinte e assim. (Sujeito 5).

Tapa um buraco tão grande... E eu nem acho que é um vício, um hábito ruim. É um jeito de chacoalhar a rotina. E de boa aqui, socializando, bebendo, comendo, às vezes comemorando um aniversário, um evento, é que a vida anda. A vida anda muito difícil, é só assim que a gente dá conta dela (Sujeito 6).

Já reparei entre meus amigos mesmo que sair, passear, botecar, bater perna por aqui é nosso recurso mesmo. A cidade não tem nada. No dia a dia é só trabalho, rotina, notícia ruim. Aqui a gente faz acontecer outra vida, sabe? É surreal... (Sujeito 7).

Eu acho que tudo aqui colabora para isso, sabe? A gente encontra ambientes decorados, uma música boa, uma inovação... Essas novidades enchem os olhos e os momentos enchem a alma. É um lugar inteiro para isso mesmo. (Sujeito 8).

Se a espacialidade deflagrada nas práticas de consumo são refrigerios para a rotina, temos relações mediadoras de um desejo não estritamente realizado no consumo per si, mas sim no desenho de possibilidades que seus ritos proporcionam em ser e estar. A princípio, há o primado do estar sobre o ser - estar no local, naquele tempo, naquela duração, naquela companhia, naquela liturgia - sobre o ser, mas logo o ser se reconstitui no estar para reclamar na trivialidade dos encontros de lazer um metaespaço de repouso do cotidiano.

Portanto, o consumo como órtese neste estudo designa a elaboração de práticas e rituais de consumação como veículos de enfrentamento da realidade e vetores de sua dobra, a partir da criação de novas topologias e topografias criadas no desejo de confronto dos objetos nocivos. Tal qual a órtese retifica membros conquanto produz conforto até para sua adequada normalidade, mobilidade ou funcionalidade, o consumo retifica o corpo para lidar com a carga cotidiana na duração do rito de consumo, mas prolongando-se como um dispositivo de ajustamento, de lida, de suporte ou completude de um cotidiano que arde por outro - utópico, imaginado - que refrigera.



Os relatos corroboram outro aspecto que nos chamou a atenção no campo: o ordenamento socioespacial da região e sua estética organizativa. Posto que a órtese é um dispositivo fabricado e externo com potencial corretivo, as práticas de consumo espacializadas e deflagradas na área se constituíram a si mesmas como meios externos dispostos a um fim e/ou efeito. A ambiência construtiva e arquitetônica que operacionalizam a paisagem urbana - estratégias mercadológicas per si - e as marcas de sociabilidade, usos e rituais que configuram a paisagem humana - efeitos de sociabilidade - são elementos que compõem a noção de órtese aqui empreendida.

Em nossos percursos, nota-se que as vias anteriormente de uso exclusivamente residencial e de pequenos comércios agora são dotadas de estabelecimentos de grande fluxo e atendimento entre bares, restaurantes, casas noturnas, escritórios e consultórios amplos. Há uma predominância de espaços de lazer, alimentação e divertimento, muito embora serviços povoem a área entre as frestas destes estabelecimentos de maior ocorrência. A boêmia como tal é deflagrada nesse uso totalizante do espaço para comer, beber e socializar. Há uma orquestra sensorial de aporte para tanto: som, imagem, cena, aroma, textura e experimentação.

Notamos um investimento arquitetônico claro, sobretudo em escolhas estéticas para composição dos ambientes em suas fachadas e seus interiores. A iluminação é cenográfica e se desvincula às luzes brancas mais efusivas, optando por tonalidades quentes e mais intimistas para ambientar confortavelmente os espaços. Os efeitos lumínicos são percebidos também a partir da tipologia de lâmpadas em formatos e disposições diversas - diretas, indiretas e de adorno. O aparato técnico coopera para produzir um clima específico que tende a variar conforme outros elementos estéticos do estabelecimento, como cores predominantes em suas identidades visuais ou seus temas principais.

Observamos um trabalho paisagístico peculiar. Alguns espaços articulam plantas ornamentais como compositivas à cena geral, sobretudo em vegetações rasteiras e trepadeiras, constituindo paredes vivas. O intento ajuda a conferir ao ambiente certa noção tropical, de veraneio ou de conforto doméstico com fins relaxantes. Há a ideia de permitir uma impressão de conforto térmico pela abundância vegetal, considerando o clima semiárido da região e as altas temperaturas predominantes em todo o ano.

As placas e sinalizações são trabalhadas esteticamente para permitir a noção temática do ambiente e sua proposta como esforço estratégico de diferenciação e atração de público.

Quando adentramos os espaços, observamos marcas arquitetônicas claramente inspiradas em tendências de grandes centros incorporadas há mais tempo como o estilo industrial, noções biofílicas, mesclas entre rústico e moderno, estruturas aparentes, blocos metálicos e em contêiner, incorporação de luzes de neon decorativas e acenos sutis à cultura de botecos confessada e reconhecível no interior de Minas Gerais. Em muitos espaços, estas linhas estéticas se cruzam e se misturam, produzindo amálgamas estilísticas publicizadas como inovadoras e disruptivas.

Os itens decorativos também participam dessa amálgama estética. Podemos destacar itens navais, objetos vintage da década de 1950 como anúncios clássicos de Coca-Cola, figuras dos anos 1920, assim como a presença de decorações que subvertem não-lugares como marcadores de estacionamentos, ruínas e outros recursos. Há que se destacar que essa ode estética é percebida como uma partilha e um inconsciente compartilhado<sup>11</sup>, visto que é amplamente difusa entre concorrentes e, em muitos casos, os incrementos arquitetônicos categóricos são substituídos por versões mais baratas e que emulam os materiais de construção utilizados nestas obras.

Os tijolos aparentes, a francesa boiserie, as grades e chapas metálicas industriais e os murais vivos são frequentemente notados em alguns dos espaços como versões mais econômicas, mas mimetizadas: cerâmicas que imitam materiais de construção, ladrilhos substituem estética aparente, uso de plásticos para molduras, metais menos nobres pintados e plantas artificiais. Nestes espaços, é notória a tática de emular a ambientação confessada pelos estabelecimentos maiores que, por sua vez, reproduzem tendências metropolitanas. Ponderamos então que, em maior ou menor nível, a ambientação altamente estetizada é um mecanismo estratégico de captura dos sentidos, do público e do imaginário.

Outro aspecto notório são as calçadas que, beligerantemente ocupadas por mesas e cadeiras, tornam-se obstáculos urbanístico ao tráfego de pedestres e de veículos, já que pela alta ocupação, os transeuntes são forçados a adotar desvios pelas vias principais, em uma espécie de caminhos de não-desejo<sup>12</sup>. É comum no imaginário popular o uso externo das calçadas de residências ou estabelecimentos comerciais para múltiplas atividades que não

<sup>11</sup>Conforme noções encontradas em Rancière (2009a; 2009b).

<sup>12</sup> Caminhos ou linhas de desejo (do inglês *desire paths*) são táticas de pedestres em encurtar ou desviar de caminhos planejados por profissionais de arquitetura e urbanismo, engenharia ou da gestão pública, revelando suas reais necessidades usuais, o que pode culminar ou não em ajustes urbanísticos baseados no comportamento do transeunte a fim de melhorar a qualidade urbana. Para entender melhor o conceito, consultar: <https://amarello.com.br/2020/03/arte/as-linhas-de-desejo/>. Acesso em: 28 jan. 2025.

apenas a caminhabilidade como compra e venda, dinâmicas socioculturais, confraternizações e uso de lazer.

No entanto, no enquadramento da pesquisa, os espaços de calçadas tornam-se extensões de posse dos estabelecimentos, como territórios ativos e que neutralizam o caráter público do espaço. Toda a região em seus espaços privados podem ser observados de modo imaginativo como um desenho que compreende as calçadas e os espaços construtivos totais daqueles espaços, que por vezes extrapolam até mesmo os limites das vias e do trânsito para dar conta das necessidades de mobilidade e ocupação das localidades. Em diálogo com interlocutores, os conflitos decorrentes desta pauta foram amenizados com um decreto permissivo da administração pública<sup>13</sup>, flexibilizando essa ocupação, o que legitimou a prática tanto na perspectiva do interesse empresarial quanto das práticas de sociabilidade populares.

Com Benjamin (1994) aprendemos a ler a cidade a partir da dupla uso e percepção que revela formas pelas quais nos relacionamos com a cidade, isto é, por meios táteis e óticos. Portanto, viver a cidade nos aciona um efeito cognitivo e visual orientador. Em cada caminhar, rotina, lida e contemplação do espaço há uma potência crescente e até inebriante. O autor ainda acrescenta que a noção do *flâneur* - o caminhante errante e despretenso da cidade - em Baudelaire passou do adjetivo de tranquilo para maníaco, tendo em vista a aquiescência de sentidos lidos, elaborados e ressignificados nas andanças urbanas contemporâneas (Benjamin, 1989; 1994).

Este arcabouço nos permite compreender em adição à descrição anterior que a espacialidade altamente equipada da região, seja por sua partilha estética ou por seu requinte estratégico, é participante desta vertigem sensorial não inofensiva da cidade de nossos tempos. Essa ambiência produzida e produtora de significados, sentidos e sociabilidades na chave do consumo torna-se um dispositivo de captura sensorial e relacional. O que se captura? Inicialmente a percepção e a capacidade óptica de leitura social, a seguir a materialidade imaginativa. Os sujeitos têm nesses espaços a reserva para suprimir o cotidiano por meio de uma arritmia da realidade, fabricando no sensível uma heterotopia da qual em catarse ou divertimento, se cria como mundo outro, tempo outro, cidade outra, consumo outro.

---

<sup>13</sup>Conforme o Decreto n. 4.115 de 8 de outubro de 2020 (Montes Claros, 2020), período que foi motivado pela aglomeração em espaços abertos no limiar das medidas de contenção da Covid-19, mas lido como *lobby* para incentivo empresarial e benefício direto do setor de bares e restaurantes à guisa de apoio oportuno.

O consumo como elemento balizador desse processo é o capital social e cultural que emerge. Seu caráter transacional constrói a chancela de um entrar e sair da heterotopia, seu caráter de sociabilidade permite a completude do pertencimento e das trocas afetivas, e seu caráter de expressividade e subjetivação possibilita o exercício performático de suprimir o cotidiano na duração das relações de consumo como medida corretiva ou ajustadora do real que aturde. É este o pressuposto do consumo como órtese. Um elemento que equipa o desejo e sua potência para corrigir tempo e espaço em busca de um ajustamento normalizante cujo objeto é realizado temporariamente na supressão do cotidiano.

Encontramos a órtese de consumo na medida em que avançamos no campo e percebemos que os sujeitos consumidores se transmutam em consumidores sujeitos para entrar e sair em um tempo-espaço cocriado na espacialidade efusiva da boêmia da região do São Luiz. Com os elementos construtivos e arquitetônicos acrescidos de ambientações estratégicas de consumo e lazer se empreende uma materialidade que provoca olhar e percepção a desterrar a ignomínia do cotidiano, equipando a subjetividade e transformando a sociabilidade de força capaz de projetar espaços outros em que o desejo já rei, estende seu reinado anexando territórios e promulgando decretos.

O consumo como órtese, portanto, congrega sentidos negativos pessoais e outros sofrimentos do social em uma estratégia primária de contenção e autogestão pelos signos do consumo como recursos de adaptação, de remediação e de correção, tendo em vista em um modelo de normalidade funcional que aparentemente não se consegue quando apartado do transe do consumo boêmio. Afinal, os efeitos persuasivos e de sedução de espaço, materialidade, sentidos e afetos são atalhos atrativos ao desejo ao olvidar o enfrentamento natural do que é político - isto é, o próprio cotidiano. Enquanto não se obtém meios ou quando há exaustão deles, a órtese é alternativa para retificar e fazer vislumbrar o que vem após sua correção.

#### **4. Consumo como prótese**

Continuando a perspectiva de Benjamin (1994) de que a noção do flâneur passou de uma vivência ótica, tátil e contemplativa do cotidiano para uma postura maníaca ante o espetáculo da modernidade urbana, Paul Virilio avança postulando que os vetores da representação, potencial de simulação e a apreensão da realidade por meio de interfaces é o modelo perceptivo e cognitivo de viver a cidade (Virilio, 1993).

O autor sustenta que a sensibilidade ainda é marcante na percepção do espaço, mas o fascínio dos efeitos especiais que produzem a espacialidade são artimanhas de captação da atenção, cujo fascínio se estabelece não apenas na contemplação, mas de modo mais intenso na fabulação (Virilio, 1993; 2000). É o espetáculo - em seus cenários, performances e códigos - que viceja o olhar óptico e perceptível que traduz nossa apreensão e conjugação socioespacial, como se o aparato externo e com ele suas relações fossem validados a partir do transe ou da aspiração que provocam (Debord, 2013; Fernandes; Fernandes, 2020).

Conforme os relatos de alguns interlocutores, temos:

Montes Claros precisa de mais lugares assim com investimento, divertimento, um espaço para as pessoas! A cidade anda carente, os empresários, o povo... Então temos uma oportunidade aqui do melhor que a cidade pode ser. Esse lugar aqui preenche um vazio ou completa o que a gente precisa. (Sujeito 9)

É tão livre a experiência. Eu chego, já sei como vai ser, me sinto bem, junto minhas companhias. É realmente maior do que só um rolê de todo fim de semana... Já tá na rotina, no dia a dia, nas veias [risada]. Mas é mesmo, aqui eu tô sempre pronto. (Sujeito 10)

Penso que estar aqui desfrutando é a prova de que a gente pode ser mais, a cidade pode ser mais, entendeu? Meu lazer mudou. É claro que sempre existiram bares e lugares para ir. Mas esse ambiente traduz o momento, é uma experiência mesmo. (Sujeito 11)

Todo mundo pode ter um lugar, um canto, um momento. É calmo, é tranquilo... Tem divertimento saudável. É um sinal de que a gente pode ser mais, entende? Aqui é um pedacinho da cidade para experimentar. Quem dera o resto da cidade fosse assim! (Sujeito 12)

Os interlocutores apontam dois aspectos principais que nos chamam a atenção. O primeiro deles é uma percepção cabal de que o oásis montado na região é singular e deveria se estender por outras áreas, uma vez majorada sua avaliação de que se trata de uma benesse urbana e social. Já o segundo aspecto indica que aquela vivência não é fortuita ou apenas catarse eventual, mas uma extensão cotidiana de si, do ócio, da vida urbana e das considerações que os sujeitos tecem entre estes aspectos conjugados.

As escolhas lexicais nos dizem bastante a respeito. Os substantivos derivados de espaço e lugar, os pronomes possessivos, as menções à cidade como entidade administrativa, os adjetivos, os diminutivos e vocábulos como “experiência” nos levam a compreender outra noção e comportamento quanto à aquela espacialidade. Trata-se de uma espécie de complementaridade, de suplementação, de extensão ou, como convencionamos aqui, de prótese.



Se o consumo como órtese indica uma dinâmica de desterramento do cotidiano por meio de práticas e relações que o retificam com vistas a um ideal funcional fabricado de modo heterotópico, seu avanço designa uma realidade protética. Isto é, o consumo espacializado feito festa com escombros do real acaba por constituir uma extensão da subjetividade, da corporeidade e da identidade dos sujeitos-consumidores, cuja duração não é circunstancial como na órtese, mas é extensiva e ostensiva à níveis existenciais e confessionais.

Abordamos aqui a noção do consumo como prótese. A origem do vocábulo deriva de *prósthesis*, em que *thésis* vem do verbo *títhemi*, indicando colocar ou acrescentar algo, enquanto o prefixo pró- remonta a na frente de, diante de, junto a ou próximo (Rezende, 2006). A linguagem clínica aponta prótese como um dispositivo, peça ou equipamento capaz de substituir órgão, membro ou parte deles, seja inclusivo ou acoplado, a fim de gerar adequação, saúde, conforto e funcionalidade (Rey, 1999).

A prótese é um adendo extensor, um membro que torna híbridas duas ou mais materialidades. Usualmente concebida como substituta ou coadjuvadora, a prótese pode funcionar como um equipamento extra e que constitui uma natureza não apenas híbrida, mas ciborgue (Haraway, 2009), como em nosso caso de análise. Como um membro integrado, o dispositivo protético tem um duplo efeito: é assistência funcional, mas também concede ao seu usuário uma outra natureza com novos *tokens*, autopercepções e substâncias.

Uma vez configurada materialmente - pela cenografia arquitetônica e pela paisagem urbana - e culturalmente - pela produção de sociabilidades rituais - o ambiente boêmio, a vivência transpõe o caráter episódico da experiência para a composição de uma prótese. O consumo como prótese designa então a acumulação de práticas, sociabilidades e sentidos como mecanismos extensores da existência cotidiana, permitindo compor exercícios subjetivos, navegar com maior precisão realismos heterotópicos e reelaborar a si e a própria realidade pela alteração de sua natureza.

O protético se revela ainda em:

Todo mundo tem um programa para fazer na semana ou no fds. Cada um faz o que te agrada, o que te move. Eu busco essa conexão com o lugar. É um cantinho de me sentir bem, eu mesmo, de curtir como não se faz no dia a dia. (Sujeito 13)

Eu venho para cá e me alimento, me permito, me integro, sabe? Falta espaços e ocasiões assim. E eu acho que o que dá essa vibe aqui é justamente isso, esse visual,

esse jeito de divertir... Povo precisa disso, eu preciso e já sou esse lugar. (Sujeito 14)

Minha mãe fala que eu moro aqui, que é um puxadinho de casa [risada]. E é meio que isso mesmo. Eu nem sinto que tô num bar ou comendo, consumindo. É doido! Mas fica essa coisa na gente. Por um instante a gente esquece como as coisas são. (Sujeito 15)

Isso é real. Aqui faz a gente esquecer de como a cidade é de verdade. Faz mais sentido estar aqui. É uma boa para a prefeitura, as pessoas pensarem em fazer da cidade um lugar mais agradável, sabe? Isso muda nossa noção. Estamos precisando e nem todo mundo tem acesso. (Sujeito 16)

A oferta de signos, sinais, adornos e encantos é densa na localidade. Acompanhar as vias e seus percursos é como entrar em uma floresta fechada. A composição visual é robustecida por letreiros e fachadas que graficamente preparadas, dialogam com os luzeiros que seduzem os olhos e ambientam uma atmosfera quase rarefeita. Se misturam ali os sons do burburinho da clientela e a música em *playlists* ou de artistas ao vivo em uma cacofonia amalgamada ao trânsito noturno. Os aromas se cruzam entre os cardápios diversificados sofisticada e naturalmente embebidos dos cheiros que a vida urbana possui.

O encanto do olhar começa antes da presencialidade. As redes sociais fornecem os brios de uma vitalidade publicizada entre anúncio de serviços, posicionamento de personagens de interesse demonstrando possibilidades de consumo e divertimento, assim como uma série de produtos que traduzem passado, presente e futuro. O paladar é um ato performático à parte. A gastronomia tipicamente local e mineira convive com adaptações de pratos de uma culinária cosmopolita de inspiração oriental ou latina.

Os sentidos se chocam em um deleite capaz de desanuviar a paisagem que compõe a extensão da cidade para fora daquela espacialidade que ali assume ares de um oásis. Além do festim sensorial, há que se observar também a tipologia de percursos. A vizinhança de múltiplos estabelecimentos permite caminhadas migrantes entre eles, de modo que consumidores produzam percursos personalizados em cada frequência. As calçadas altamente povoadas são obstáculos de caminhada e notamos com frequência, transeuntes criando linhas de desejo atravessando vias para circular entre um espaço e outro.

A noção de prótese nos faz pensar que as práticas de consumo ali deflagradas criam novos membros e novas naturezas aos sujeitos que suplantam suas necessidades, bem como os requintes do desejo - por vezes seduzido e anabolizado pelos discursos empreendidos. De posse de uma prótese, os sujeitos vestem essa natureza de entrar e sair na heterotopia criada

ao sabor de desejos, sentidos, signos e afetos. A paisagem urbana ambientada tem sua visualidade extrapolada e passa a compor com os sujeitos uma só coisa desejada e desejante. A prótese então deriva do exercício espacializado do consumo e sua conjuntura, arrolada a uma imaginação criadora e entorpecente do eu e, claro, da cidade.

Destacamos então que, como efeito consequente da órtese, a prótese permite a compreensão da cidade não mais apenas pelo aparato sensível e construtivo de sua espacialidade constituída, mas dos efeitos especiais derivados e que são fabricados nas derivas e dobras dos sentidos, afetando não apenas espaço, mas o tempo e a consciência perceptiva destes (Virilio, 1993). Temos, portanto, um salto das práticas de consumo como veículos imanentes das possibilidades da imagem, do eu e do discurso. Fusionados, oblíquos.

A mecânica protética aqui não permite uma normalidade pensada, imaginada ou normalizada. Ao contrário, a prótese de consumo é uma chave de abertura à heterotopia que na órtese era temporária e circunstancial, mas aqui é expandida em um modo *stand by*, de permanência, ou de um fazer-permanente. Nesse prospecto, convivem as imagens e o desejo de soslaio para cativar e capturar signos e manufaturá-los em vivências capazes de dominar lacunas do social, do *self* e do espaço. E esse processo não se dá sem certo torpor ou anestesiamento como campo e interlocutores destacaram.

O campo pouco a pouco revelou que o frenesi do qual os sujeitos e consumidores da região do São Luiz se encontravam mudaram não apenas sua percepção daquele espaço isoladamente, mas alterou sua noção sobre a totalidade da cidade. Nos relatos é significativo o comparativo estabelecido sobre a área investigada e outras porções da cidade, mesmo aquelas que são essencialmente residenciais. A pauta das práticas de consumo e as transformações socioespaciais e edificadas da paisagem se tornaram marcadores ou imagens de um ideal urbano ou um signo de desenvolvimento ou progresso.

Conforme alguns dos interlocutores:

Acho que é um sinal de que as coisas podem sim ser melhores na cidade. É meio que uma prova. Não dá para olhar para outros bairros, outras partes depois disso aqui. A gente encontra tudo, olha como tudo mudou... É assim que a cidade deve ser. (Sujeito 17)

Não tem como mais olhar para a cidade e não ver que as coisas precisam mudar. A gente muda a percepção das coisas. Acho que essa mudança não pode só vir da prefeitura, dos vereadores ou das empresas, é da gente também que tem que expressar o que queremos. Um exemplo vivo de como a cidade pode ser melhor é essa região aqui.. (Sujeito 19)

É impressionante. A cidade tá sem vida, abandonada em outras partes. Isso deveria se expandir, não só os lugares e o visual, mas a mentalidade também. Tem algumas obras que não dão efeito ou eventos concentrados em umas áreas que não dão mais liga, sabe... (Sujeito 20)

Eu acho ótima a diversidade de espaços na cidade, a gente aproveita mesmo. Mas cada região tem que preservar sua característica. Adoro vir pra cá, de verdade. Mas gosto da parte mais antiga da cidade, gosto da cara de bairro que alguns bairros tem. A gente pode crescer, mas sem esquecer das origens. (Sujeito 21)

Os relatos nos ajudam a compreender que a exposição prolongada à ambiência gerou um crivo urbano. As pautas da cidade, que por vezes são articuladas de forma furtiva, foram intensificadas a partir do comparativo idealizado da área. Quando se diz que “as coisas podem ser melhores na cidade”, “é assim que a cidade deve ser”, “as coisas precisam mudar”, “a cidade tá sem vida”, adota-se a referência construída e idealizada como índice de cultura política para se pensar o desenvolvimento urbano e contextos sociais associados.

O último relato demonstra uma dissonância provando o ponto anterior, na medida em que reconhece as mudanças e seu proveito, mas entende que não cabe um comparativo ou uma equiparação da cidade, entendendo que as questões urbanas são mais complexas, dinâmicas e revelam singularidades. Todo este percurso nos ajudou a refletir um processo residual do consumo como prótese: o anestesiamiento estético.

A estética é, por excelência, uma boa pedagoga. Isto é, está na dimensão estética elementos que conduzem sentidos, promovem afetos e organizam os sentidos em uma partilha que, consensual, revela dissensos onde suas imagens não estão presentes (Rancière, 2009a; 2009b). Nesse sentido, a partir do contexto em que investigamos, a consolidação de uma espacialidade estetizada seguida de um adensamento sociocultural na chave do consumo tem produzido um anestesiamiento dos sujeitos. Este anestesiamiento faz com que a percepção, o olhar e a perspectiva se levantem apenas a partir da cena estética como modelo. Fora desse circuito sensível, há reprovação, contestação, engodo.

Da contemplação do espaço de fixos e fluxos (Santos, 2002) à visualidade cognitiva (Benjamin, 1994), está em tela um fenômeno da vida na cidade baseada em sistemas de audiência e da estética do desaparecimento/instantaneidade (Virilio, 1993) e da espetacularização do ordenamento social e da produção do cotidiano (Debord, 2013; Fernandes; Fernandes, 2020). A prótese proporciona uma nova fisiologia permeável da realidade social por meio da experiência estética promovida na área que, como discutimos, é

fruto de uma constelação de fenômenos desde a mercantilização da cidade à espetacularização de sua produção.

Então, o consumo como prótese fornece ao sujeito fisiologias e mobilidades fundamentadas na substância do desejo e as convallescência da subjetividade, produzindo novas naturezas humanas formadas pelos aspectos sedutores e persuasivos das atividades de consumo, ambientadas em uma paisagem-palco apta à performance e ao espetáculo. Quando o frívolo, o circunstancial e o catártico não são suficientes como propulsores de um devir contemporâneo das cidades, a prótese fornece mecanismos e axiológicos para entrar e sair de um entre-lugar, um novo *topos* fabricado entre as derivas do eu e as estratégias do discurso do capital que se veste das tecnologias do consumo para se operacionalizar.

Em suma, a prótese apresenta frequentemente um efeito colateral: a síndrome do membro fantasma. Isto nos faz indagar que falta ou lacuna genuinamente fantasmagórica se apresenta entre o eu, o consumo e a cidade. Enquanto pensamos nessa pergunta, o efeito de anestesiamento estético e do consumo protético revela o perigo da desmobilização política em torno das concepções da cidade e seus sentidos de luta. Se o oásis mercantil de captura é o modelo ideal de cidade e o que está fora é o engodo, as noções de conflito e de politização das agendas urbanas se perdem diluídas nos arroubos do capital, como parte de sua massa. O dano real é que, ao advogar essa paisagem idílica, perde-se um pouco da liberdade que o *self* tanto luta para modular.

Isto nos leva de volta à cidadinidade, este conjunto de práticas e vivências astuciosas e livres da cidade. O cidadão experimenta a cidade na contemplação ativa e na criação de artimanhas para sua plena celebração como dádiva, o que envolve lutas, mecanismos de confronto e outros desenhos. A atmosfera rarefeita da região pode representar um entrave para que modos de se ver, viver e contemplar a cidade como obra impermanente e objeto de direito<sup>14</sup>. Um entrave à cidadinidade é, portanto, computada no lastro do consumo nestes termos do que investigamos.

A prótese nos revela em que termos o consumo pode não ser cidadão. Enquanto prática estratégica da mercantilização da cidade e da produção capitalista do espaço que capturam vontade, desejo e disposição para manufatura de sua acumulação, não há razoabilidade para a realização de uma utopia experimental urbana - modo pelo qual a cidade em sua complexidade se realiza. Por certo que o consumo como prática social se processa

<sup>14</sup>Em sentido lefebvriano no direito à cidade (Lefebvre, 2016).



especialmente e, portanto, é um input e output da produção do eu na/da cidade. Resta examinar mais ciosamente em que contextos estratégicos estão consumo e cidade conjugados.

## 5. Considerações finais

Este estudo é um primeiro intento de refletir relações entre práticas de consumo, produção do espaço urbano e cidadinidade. Nesse ínterim, não se revela definitivo, mas abre diálogo para refletir as dinâmicas associadas entre essas variáveis na aurora do adensamento de áreas comerciais e de consumo em cidades de portes diversos. Nos debruçamos aqui sobre o caso montes-clarense do bairro Jardim São Luiz e adjacências para refletir sua condição e levantar contribuições modestas aos estudos da publicidade e do consumo em confluência aos estudos urbanos e de práticas cidadinas.

O campo revelou a configuração de espaços e espacialidades de consumo marcados por rituais, afetos e sentidos estimulados e/ou anabolizados por um fenômeno derivado dos atos amplamente conhecidos da produção capitalista do espaço urbano e da mercantilização da cidade. A ambiência emergiu a partir de alterações materiais e sensíveis na paisagem urbana - e, logo, humana - com atravessamentos sociopolíticos como mudanças na legislação urbana e relatos de *lobby* por parte de interlocutores.

Essa espacialidade cresceu frondosamente em uma área historicamente destinada às elites profissionais da cidade, mas que configurou-se inicialmente como residencial. Na estirpe da especulação imobiliária e do empresariamento urbano, o solo tornou-se atrativo para uma transformação comercial estratégica da paisagem. Abastada de estabelecimentos, visualidades publicitárias e equipamentos sensíveis, a região tornou-se um oásis que abriga ritos próprios de sociabilidade, catarse, ócio, divertimento, consumo e ocupação socioespacial.

A partir deste contexto dinâmico que conheceu efervescência a partir de 2019, dois conceitos centrais maturados pela observação e pelo diálogo com alguns interlocutores emergiram, os quais denominamos de consumo como órtese e como prótese em uma experimentação das teorias seminais de Donna Haraway e Marshall McLuhan entre ciborgues e meios como extensões. Nessas duas acepções, temos uma primeira tratativa para refletir esse cenário premente, sobretudo com o crescimento de cidades médias e da metropolização, como indicam os dados censitários.

O consumo como órtese designa a supressão do cotidiano que cria máscaras e fantasias idílicas contra uma realidade atroz. Trata-se de um componente que perdura no ato do consumo espacializado como corretivo do arrocho cotidiano, fazendo vislumbrar nessas práticas uma normalidade funcional idealizada da vida. Já a prótese designa mecanismos biônicos do real, elevando o desejo a uma potência de si, permitindo ao sujeito além da fabricação de uma heterotopia, um *token* para acessar e fazer crer seus efeitos no cotidiano. Contudo, há um residual perceptível de que as próteses de consumo se tornem radicais de vida por meio de uma anestesiamento estético pelo engodo da cidade fora desse *topos* criado e da própria política urbana.

Em suma, foi possível observar o consumo como marcador e como mediador dos trânsitos entre a realidade privada, práticas de lazer e as políticas urbanas. A paisagem urbana equipada de forma construtiva e sensível é determinante para verter esse modelo de relação e percepção do espaço. Pudemos depurar que o consumo é a linguagem e a tecnologia adequada para esse percurso, visto que ativa o comportamento e a percepção humana na chave dos desejos e necessidades por meio de sentidos e afetos compartilhados universalmente.

Outra perspectiva oportuna é a de como o consumo se revela uma prática socioespacial e, portanto, passível de ser cidadina. Consumir implica em um rol de códigos e significados que se intensificam na sociabilidade partilhada e o espaço urbano adiciona outra camada a esse efeito quando lhe serve como esteio, adensando seu conteúdo emocional e sua carga simbólica. Portanto, como uma prática astuciosa e livre de fazer-cidade, a cidadinidade não se opõe às práticas de consumo como tal. Há que se observar, contudo, que discursos e imagens se sobrepõem a essa lógica.

Nossa pesquisa preliminar revelou na concepção das órteses e próteses que um dos efeitos residuais do fenômeno examinado é uma tipologia de anestesiamento estético, afeito à desmobilização política dos sujeitos quanto à conjuntura urbana. A conjuntura da cidade vai de encontro à conjectura de cidade fabricada no sensível vendido como oásis, embebido dos discursos da mercantilização da cidade e seu empresariamento, dotados de estratégias pervasivas de seduzir a subjetividade a um gozo privatizante, em detrimento de valores atitudinais coletivos imprescindíveis para se pensar o social, sobretudo na premissa do direito à cidade.

Como primeira parte de um bloco de investigação, este estudo tem suas limitações iniciais na necessidade de exploração das minúcias interpretativas do campo e das entrevistas, em busca de aprofundamentos. Ponderamos também a necessidade de exploração das perspectivas do corpo empresarial da região e da administração pública, sobretudo os setores responsáveis pela gestão urbana. Esse quadro nos permitirá avançar em questões levantadas e aprofundar os conceitos empreendidos, sobretudo quanto às tramas político-econômicas que os animam.

Futuramente, os estudos podem se dedicar a explorar categorias-chave dos achados para compreender a extensão da relação e do engajamento dos sujeitos consumidores juntos ao fenômeno, buscando mais correspondências e, sobretudo, divergências e oposições. É oportuno, como já mencionado, compreender as dinâmicas do poder público e privado associadas. Levanta-se, por fim, o propósito de estabelecer comparativos entre a região previamente investigada e outras cidades em diferentes portes, a fim de traçar paralelos e ponderações.

Pode o consumo ser cidadão? A resposta está em elaboração no contexto deste estudo. Mas uma contribuição modesta pode ser dada pensando as práticas de consumo na contemporaneidade como indissociáveis de uma elaboração subjetiva e social dos sujeitos consumidores, condição essencial para que a premissa da cidadinidade - a astúcia, a criatividade e às maneiras de fazer-cidade -, que opera na senda da conjugação do eu e do nós como elementos constitutivos da espacialidade e das sociabilidades da cidade. Assim, a cidadinidade do consumo está na cidadinidade reconhecida e praticada pelos sujeitos que consomem e fazem cidade, detonando seu conteúdo existencial. A cidade consome e é consumida, o sujeito consome e faz de si e do espaço uma amálgama de utopias experimentais, como requer o enfrentamento do real na modernidade que nos atravessa.

## Referências

- AGIER, M. **Antropologia da cidade**: lugares, situações, movimentos. São Paulo: Terceiro Nome, 2011.
- ALCÂNTARA, M. F. A Vila Buarque torna-se *hipster*: conceitos globais, efeitos locais. **Illuminuras**, Porto Alegre, v. 21, n. 54, p. 642-659, set. 2020.
- ALCÂNTARA, M. F. **"Hipsterização" no centro de São Paulo**: consumo, trabalho e produção da cidade. 2019. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.

AMARAL, J. F. M.; RODRIGUES, I. M. Gentrificação, mídia e poder simbólico: reflexões sobre o consumo do espaço urbano mercantilizado. **RUA**, Campinas, SP, v. 26, n. 1, 2020.

ARANTES, O.; VAINER, C.; MARICATO, E. **A cidade do pensamento único**: desmanchando consensos. Petrópolis, Vozes, 2000.

BAUMAN, Z. **Vida para consumo**: a transformação de pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BENJAMIN, W. **Charles Baudelaire**: um lírico no auge do capitalismo. Tradução de José Carlos Martins Barbosa e Hemerson Alves Baptista. São Paulo: Brasiliense, 1989.

BENJAMIN, W. **Magia e Técnica, arte e política**: ensaios sobre literatura e história da cultura. Tradução de Sergio Paulo Rouanet. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos**. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano**: artes de fazer. 22. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

COSTA, V. M. **Metropolização em cidades médias**: apontamentos a partir da região geográfica intermediária de Montes Claros/MG. 2020. 145f. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Departamento de Geociências, Universidade Estadual de Montes Claros, Montes Claros, 2020.

COSTA, V. A. M.; FRANÇA, I. S. Produção do espaço e valorização do solo urbano: um estudo sobre a valorização do solo no Ibituruna, Montes Claros-MG. **Revista Cerrados**, Montes Claros, 2019, v. 17, n. 1, p. 2448-2692, jan./jun. 2019.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2013.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens**. Para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

FERNANDES, J. M.; LEITE, M. E.; PEREIRA, A. M. Especulação imobiliária e autoss segregação em Montes Claros/MG. **Espaço e Geografia**, v. 22, n. 2, p. 463-476, 2019.

FERNANDES, R.; FERNANDES, U. A sociedade do espetáculo e a cidade contemporânea. Apontamentos para uma leitura geográfica de Guy Debord. **Revista e-Metropolis**, Rio de Janeiro, n. 42, 2020.

FERREIRA, A.; RUA, J.; MATTOS, R. C. (Org.). **Desafios da Metropolização do Espaço**. Rio de Janeiro: Consequência, 2015.

FRANÇA, I. S. **Cidade média e região**: o significado de Montes Claros no Norte de Minas Gerais. 2007. 351f. Tese (Doutorado em Geografia) - Universidade Federal de Uberlândia. Uberlândia: Universidade Federal de Uberlândia, 2007.

FRANÇA, I. S.; BARBOSA, M. C.; SANTOS, S. F. R. Policentralidade em cidades médias: apontamentos sobre Montes Claros-MG. **Revista da ANPEGE**, v. 20, n. 41, p. 1-33, 2024.

FRANÇA, I. S.; COSTA, V. A. M. Metropolização, interações sociais e a proposta de criação da Região Metropolitana de Montes Claros-MG. **Okara: Geografia em debate**, João Pessoa, v. 13, n. 2, p. 538-560, 2019.

GEHL, J. **Cidades para pessoas**. São Paulo: Perspectiva, 2013.

HARAWAY, D. Manifesto do ciborgue. Ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX. In: HARAWAY, D.; HARI, K.; TADEU, T. (org.). **Antropologia do ciborgue**: as vertigens do pós-humano. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009.

HARVEY, D. **A produção capitalista do espaço**. São Paulo: Annablume, 2005.

HARVEY, D. Do gerenciamento ao empresariamento: a transformação da administração pública urbana no capitalismo tardio. **Estudos e Debates**, n. 39, p. 49-65, 1996.

IBGE. **Censo Demográfico 2022**: População e domicílios. Rio de Janeiro: IBGE, 2023.

LEFEBVRE, H. **O direito à cidade**. Tradução de Cristina C. Oliveira. Itapevi: Nebli, 2016.

MACHADO, G. M. C. **A cidade dos picos**: a prática do skate e os desafios da cidadania. 2017. 345f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.

MACHADO, G. M. C. Cidade para quais pessoas? Sobre as contradições da reforma do Vale do Anhangabaú. **Tempo Social**, São Paulo, v. 34, n. 1, p. 153-174, 2022.

MAGNANI, J. G. C. De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 17, n. 49, p. 11-29, jun. 2002.

MCCRACKEN, G. **Cultura e Consumo**: Novas Abordagens ao Caráter Simbólico dos Bens e das Atividades de Consumo. 2. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2010.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2012.

MILLER, D. **Trecos, troços e coisas**: estudos antropológicos sobre a cultura material. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

MONTES CLAROS. **Decreto n. 4.115 de 8 de outubro de 2020**. Autoriza a colocação, a título precário, de mesas, cadeiras e mobiliário complementar em passeios e logradouros públicos pelos estabelecimentos que especifica e dá outras providências. 2020. Disponível em: [http://www.montesclaros.mg.gov.br/publica\\_legais/leis\\_pdf/index.htm](http://www.montesclaros.mg.gov.br/publica_legais/leis_pdf/index.htm). 2009. Acesso em: 23 jan. 2025.

MONTES CLAROS. **Lei n. 4.198 de 23 de dezembro de 2009**. Dispõe sobre o uso e ocupação do solo no município de Montes Claros e dá outras providências. 2009. Disponível em: [http://www.montesclaros.mg.gov.br/publica\\_legais/leis\\_pdf/index.htm](http://www.montesclaros.mg.gov.br/publica_legais/leis_pdf/index.htm). Acesso em: 23 jan. 2025.

MONTES CLAROS. **Lei n. 98 de 22 de dezembro de 2022**. Dispõe sobre a regulação de edificações e uso do solo no município de Montes Claros e dá outras providências. 2022. Disponível em: [http://www.montesclaros.mg.gov.br/publica\\_legais/leis\\_pdf/index.htm](http://www.montesclaros.mg.gov.br/publica_legais/leis_pdf/index.htm). Acesso em: 23 jan. 2025.

MONTES CLAROS. **Plano Diretor de Montes Claros**. Montes Claros: SEPLAN/PMMC, 2001.

MOURA, R. Metropolização: o que mostram os primeiros resultados do Censo 2022. **e-Metropolis - Revista Eletrônica de Estudos Urbanos e Regionais**, Rio de Janeiro, v. 15, p. 1-13, 2024.

PEREIRA, A. M. **Cidade média e região**: o significado de Montes Claros no Norte de Minas Gerais. (Tese Doutorado em Geografia) – Instituto de Geografia, Universidade Federal de Uberlândia, 2007.

PEREZ, C. **Há limites para o consumo?** Barueri: Estação das Letras e Cores, 2020.

QUEIROZ FILHO, A. C. A cidade e a fabricação do sensível na sobremodernidade. **Mercator**, Fortaleza, v. 15, n. 3, jul-set. 2016.

RANCIÈRE, J. **A partilha do sensível**: estética e política. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2009a.

RANCIÈRE, J. **O inconsciente estético**. São Paulo: Editora 34, 2009b.

REZENDE, J. M. Prótese, prótese, órtese. **Revista de Patologia Tropical**, Goiânia, v. 35, n. 1, p. 71-72, jan./abr. 2006.

REY, L. **Dicionário de termos técnicos de medicina e saúde**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan S.A., 1999.



RIBEIRO, C. **Do flâneur ao ciborg**. Teorias filosóficas do espaço. São Paulo: FILE, 2004. Disponível em: [http://www.nomads.usp.br/pesquisas/cultura\\_digital/complexidade/pdf/ARTIGOS/FILE\\_2004.pdf](http://www.nomads.usp.br/pesquisas/cultura_digital/complexidade/pdf/ARTIGOS/FILE_2004.pdf). Acesso em: 24 jan. 2025.

SANTOS, G. S. Vende-se o eu e a cidade: a plasticidade da paisagem e dos rituais de consumo em Montes Claros/MG. In: REUNIÃO BRASILEIRA DE ANTROPOLOGIA, 34, 2024. **Anais**. Belo Horizonte: ABA e FAFICH/UFMG, 2024.

SANTOS, M. **A natureza do espaço**: técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: Edusp, 2002.

SILVEIRA, A. V. F. **Desenvolvimento local e o processo de territorialização de elite**: os condomínios como fator de segregação espacial em Montes Claros–MG. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Social. Montes Claros: Unimontes, 2006.

VIRILIO, P. **A landscape of events**. Tradução de Julie Rose. Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology, 2000.

VIRILIO, P. **O espaço crítico**. Tradução Paulo Roberto Pires. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

ZUKIN, S. Paisagens urbanas pós-modernas: mapeando cultura e poder. In: ARANTES, A. A. (Org.) **O espaço da diferença**. Campinas: Papirus, 2000. p. 80-103.