

Entendendo Buenos Aires a partir de seus hotéis e do comércio de luxo

Carlos Henrique Costa da Silva

✉ ricougo@ufscar.br

Resumo

Realizamos uma análise da contemporaneidade do processo de reprodução do espaço urbano de Buenos Aires a partir do comércio, do consumo e da hotelaria de luxo em funcionamento na atualidade. Faz-se uma regressão histórica para resgatar os principais pontos que auxiliam a entender a configuração territorial do mercado de luxo portenho para, assim, discutir as características e a consolidação do comércio e da hotelaria de luxo.

* * *

PALAVRAS-CHAVE: centralidade; Argentina; hotelaria; luxo; comércio.

Introdução

Neste artigo, buscamos realizar uma análise da hotelaria e do comércio de luxo em Buenos Aires. O intuito é tratar sobre o lugar e o papel destes na formação socioespacial de Buenos Aires. Para tal, realizamos uma regressão histórica, que nos auxiliou a entender a reprodução do espaço metropolitano, considerando as transformações nos setores em análise e no espaço urbano. Ou seja, reconstruímos a formação socioespacial da metrópole portenha a partir da configuração atual do seu comércio de luxo e de sua hotelaria de alto padrão. Fazemos referência aos antigos, grandes e imponentes exemplares da hotelaria de luxo que não estão mais presentes no urbano portenho, porém damos maior importância àqueles que, atualmente, ainda permanecem funcionando. Tomamos essa decisão metodológica devido à grande relevância de os hotéis de luxo que ainda hoje estão funcionando serem, na sua maioria, unidades históricas. Quer dizer, dos hotéis selecionados por nossa pesquisa, a maioria são hotéis que, por eles próprios, é possível reconstruir a história da urbanização de Buenos Aires.

Destacamos que a análise se fará a partir de 12 empreendimentos hoteleiros¹ selecionados devido às suas características de funcionamento e serviços prestados serem classificados como de luxo pelos principais órgãos administrativos e representativos do setor, como a Leading Hotels of the World e a Secretaria de Turismo do Governo da Cidade de Buenos Aires. Para tal recorte, além de utilizarmos essas duas fontes, realizamos trabalho de campo que consistiu em visitas a todos os empreendimentos selecionados durante o ano de 2012, quando conhecemos as instalações, verificamos a lista dos serviços oferecidos aos hóspedes e consultamos os preços cobrados em todos os serviços ofertados pelo hotel.

No que tange ao comércio de luxo, as áreas pesquisadas englobam os arredores da Avenida Alvear, Calle Posadas e o Shopping Center Patio Bullrich, no bairro da Recoleta. Nesses locais estão as lojas que comercializam artigos das principais marcas internacionais do ramo da moda, design e relojoaria consideradas de luxo, devido ao preço elevado, qualidade, raridade, exclusividade e escassez dos produtos postos à venda.

Aspectos da formação territorial de Buenos Aires

Conforme Losada (2008), nos seus primeiros 200 anos Buenos Aires se caracterizou por ser um pequeno aglomerado urbano onde predominavam

1 Alvear Palace, Palacio Duhau Park Hyatt, Four Seasons, Marriot Plaza, Sofitel, Faena, Caesar Park, Hilton, Sheraton Buenos Aires, Intercontinental, Park Tower e Hotel Madero.

atividades agrícolas e pastoris típicas da região pampeana e do delta do Rio da Prata. Foram dois séculos tranquilos no que tange ao desenvolvimento urbano e as atividades econômicas e políticas relevantes para o funcionamento do sistema colonial espanhol. Em 1776, foi nomeada capital do Vice Reino do Rio da Prata e, a partir desse momento, começou a evoluir rapidamente devido às novas funções que passou a desempenhar no funcionamento do sistema colonial espanhol, principalmente como porto comercial no Atlântico Sul. Essa posição de destaque a beneficiou, desenvolvendo-se não apenas economicamente, mas também culturalmente ao longo de todo o século XIX. A chegada de ideias liberais devido aos movimentos migratórios que começaram a se formar entre Europa e América do Sul fomentou a criação de movimentos emancipadores. Em 1810, a Revolução de Maio e a criação do primeiro governo pátrio na América Latina são produtos desses movimentos revolucionários liberais que envolveram os diversos territórios coloniais americanos na primeira metade do século XIX.

A partir do final do século XIX e princípios do século XX a cidade sofreu importantes transformações. A prosperidade econômica que atravessou o país, somada às preparações para o I Centenário da Revolução de Mayo, que se celebrou em 1910, permitiram que a infraestrutura urbana portenha se desenvolvesse. Isso incluiu não apenas a construção de novos edifícios, praças e monumentos, mas também uma melhoria geral nos serviços públicos que lhe permitiu contar, em 1913, com a primeira linha de metrô iberoamericana. (LOSADA, 2008).

De maneira geral, do ponto de vista territorial, a estrutura urbana de Buenos Aires evoluiu a partir da influência e interferência das diversas correntes imigratórias pertencentes a diferentes culturas que acabaram produzindo uma cidade de fortes traços com o urbanismo europeu do final do século XIX, adaptado ao seu lugar de fundação, segundo Guerra (2005). O ecletismo é evidenciado em sua arquitetura, na qual podem ser identificadas expressões concretas do academicismo, do art déco, do art nouveau, do neogótico moderno, além de muitas influências de arquitetos franceses e italianos. É óbvio que também são marcadamente encontradas as influências da Escola de Chicago e dos princípios do planejamento urbano norte-americano através dos modernos arranha-céus que passaram a dominar os céus de Buenos Aires a partir da década de 1930. Além disso, pode-se dizer que os rasgos característicos do lugar também têm sua presença na mescla arquitetônica e urbanística da cidade, principalmente encontrados na região sul do município nos bairros de La Boca, Mataderos e Barrancas. (LOSADA, 2008).

O período de maior crescimento econômico da história argentina, que se

estende de 1880 a 1930, foi marcado principalmente por uma forte ligação externa do país com o Reino Unido, principal potência econômica mundial durante a virada do século XIX para o XX. A Argentina se beneficiou muito das relações comerciais com o Reino Unido, permitindo-a quase a ignorar acordos comerciais com os Estados Unidos, nação emergente, na época, que começava a atuar na região através de acordos bilaterais com vários países, como por exemplo o Brasil. Esses vínculos são marcadamente visualizados através do perfil das exportações argentinas (carnes, couro, trigo e lã) por meio de uma grande quantidade de investimentos ingleses através da atuação de grandes companhias inglesas no controle do comércio exterior argentino. O país se enquadrou no esquema de dominação mundial inglês como uma nação periférica exportadora de importantes *commodities* com alto valor no mercado internacional. Os logros desse comércio e dessa posição no arranjo internacional do mundo do final do século XIX levou o país a ser comparado com as mais importantes nações ocidentais do início do século XX, no que tange à produção de riqueza e à qualidade de vida de sua população, segundo aponta Guerra (2005).

Do ponto de vista político, conforme Losada (2008), 1880, com a federalização de Buenos Aires e sua elevação à condição de capital federal, tem sido usado como um ano marco na história política e cultural do país.

Do ponto de vista econômico, observa-se que o intenso crescimento econômico que se iniciou nessa década foi resultado da incorporação de vastas extensões de terras férteis, cuja utilização se tornou economicamente viável em razão da diminuição dos custos de transportes por meio da navegação e das ferrovias. A maior capacidade dos navios permitiu maior aproximação dos mercados consumidores dos países europeus à Argentina, criando um aumento de demanda para as exportações desse país, especialmente de cereais e carnes. Com a ferrovia, as áreas produtoras do interior foram sendo interconectadas à capital e ao porto de Buenos Aires, facilitando a circulação de pessoas, mercadorias e bens, contribuindo para a geração de riquezas internas para o país (ABBA, 2010).

Pode-se afirmar que a Argentina iniciou uma fase de grande prosperidade baseada na economia primária exportadora, iniciada no final do século XIX e prolongando-se até a queda da Bolsa de Nova York em 1929. A Argentina passou a integrar-se à economia mundial da época através de suas *commodities* agrícolas com uma intrínseca relação de dependência e cooperação com a Inglaterra.

O progresso técnico advindo das relações com os ingleses possibilitou trazer a modernização ao território argentino, caracterizado pela baixíssima densidade populacional e grandes extensões de terras férteis e a incorporação de mão de obra

assalariada imigrante, que passou a chegar ininterruptamente nesse período, auxiliou no desenvolvimento econômico e também aproveitou-se deste.

Dessa forma, afirmamos que a expansão comercial propiciada pelos fortes laços com a Inglaterra e demais nações europeias, a alta e lucrativa demanda por *commodities* agrícolas, principalmente carne e trigo, a formação de um mercado assalariado e consumidor com forte predominância do imigrante europeu, a renovação do pensamento político local com forte influência de ideias liberais que permitiram criar leis cívicas e trabalhistas que modernizaram os antigos pensamentos das oligarquias locais, bem como a reestruturação do setor de saúde e educação e a formação de uma elite educada, enriquecida e culturalmente conectada às novas tendências do Hemisfério Norte, são considerados os fatores determinantes para a integração da Argentina à economia mundial da época, como um país central para o funcionamento do capitalismo até a década de 1930.

A Argentina, nesse sentido, constituiu-se no caso mais significativo de integração de maneira exitosa à economia mundial entre os países latino-americanos, pois o aumento vigoroso das suas exportações lhe proporcionou um lugar de destaque nos mercados internacionais, tanto pelo volume de seu comércio exterior, quanto pela magnitude dos capitais estrangeiros nela investidos. As conquistas desse período podem ser vistos em Buenos Aires através das modernizações que a capital começou a sofrer a partir de então.

Conforme aponta Losada (2008), entre 1870 e 1914 chegaram à Argentina quase 6 milhões de imigrantes, principalmente homens jovens, provenientes da Espanha e da Itália. Em 1914 o número total de estrangeiros superou o número de argentinos de nascimento no grupo etário entre 20 a 40 anos. Esse grande fluxo de imigrantes jovens modificou a estrutura populacional do país, sobretudo influenciando no perfil da força de trabalho.

Assim, o entrelaçamento desses fatores possibilitou a construção de um país rico, quando comparado aos seus vizinhos latinos, com características multifacetadas, advindas da forte imigração que marcou a formação da identidade da nação argentina.

Nesse cenário, as condições socioespaciais para que a cidade de Buenos Aires se transformasse na cidade mais moderna, mais rica e com fortes traços de cultura europeia da América do Sul estavam postas.

Existe um consenso dentro da literatura de que os políticos e técnicos que levaram a cabo a modernização de Buenos Aires tinham como modelo as intervenções urbanas do barão Georges-Eugène Haussmann, que nos seus 17 anos a

frente da Prefeitura de Paris a transformou no mais importante modelo de metrópole do século XIX. Em função disso, o seu período de mandato compreendido entre os anos de 1853 a 1870 tornou-se um marco para os demais estadistas mundiais, conforme nos aponta Adamvosky (2012).

Assim, a partir desse período, Buenos Aires se preparou para se tornar uma cidade moderna, segundo um projeto que buscava, com a interferência dos princípios urbanísticos europeus, modernizar-se, incorporando a cultura predominante nos países da Europa Ocidental, especialmente de tradição francesa e italiana. Nas palavras de Guerra (2005), essa transformação se deu como um transplante quase literal, dos costumes europeus sobre os costumes *criollos* locais.

A reconstrução da formação socioespacial de Buenos Aires destacando o período de 1880 a 1930 é importante para este trabalho porque estão colocados aí os pilares da formação da Argentina enquanto nação moderna, mas também as principais contribuições no que tange à forma urbana da Buenos Aires de hoje. As características urbanísticas de tradição europeia ficaram na memória e no legado material e imaterial de suas construções e na vida cotidiana portenha. Dessa forma, podemos resgatar e construir, a partir deste breve enunciado sobre a formação territorial de Buenos Aires, o lugar e o papel do comércio de artigos de luxo e dos hotéis de alto padrão. Fica evidente, desse modo, que a questão histórico-cultural com raízes e influências dominantes europeias é marcadamente presente na vida cotidiana das instituições e da sociedade argentina.

Caracterização do comércio de luxo de Buenos Aires

Buenos Aires é uma cidade territorialmente compacta e populacionalmente muito densa. Dessa forma, para escrever sobre o lugar do comércio e dos hotéis de luxo de Buenos Aires no contexto da dinâmica da centralidade metropolitana, vale ressaltar que essas atividades se distribuem em um território bastante compacto, apresentando-se altamente concentrado ao redor do centro tradicional.

Historicamente, a cidade se desenvolveu a partir das margens do Rio Riachuelo em sua porção Sul e sua mancha urbana foi sendo produzida em direção ao Norte ao longo da costa do Rio da Prata. Os principais pontos de referência nesse caminho histórico de expansão do espaço urbano concentram-se no que hoje é a Plaza de Mayo, a Plaza San Martín e a Calle Florida.

Até a década de 1880, as elites residiam no que atualmente é a região de San Telmo. Os historiadores denominam o período que vai de 1810 a 1880 como o que caracteriza a “Ciudad Republicana” (GUTMAN; HARDOY, 1992), devido ao caráter centralizador nos âmbitos políticos e econômicos que desempenhou na formação do

território argentino. Em 1810, moravam em Buenos Aires 42.540 habitantes. Em 1870, esse número alcançou 187.000 pessoas. Ou seja, um crescimento constante, porém lento ao longo de 60 anos, produto do crescimento vegetativo a uma taxa média de 2,5% ao ano e do início da entrada de imigrantes estrangeiros a partir de 1850.

Conforme Adamvosky (2012), devido à forte crise sanitária que solapou Buenos Aires nas décadas de 1860 e 1870 por causa do surto de febre amarela e das condições insalubres encontradas na região do Riachuelo, as famílias que tinham condições econômicas e grande representatividade cultural e política na cidade passaram a migrar e a construir novas residências em uma parte da cidade que fosse mais segura e longe dessa área insalubre. Ao mesmo tempo, com as obras de melhorias urbanas que aos poucos foram sendo realizadas na cidade, outras áreas foram se consolidando como atrativas para receber os novos moradores imigrantes, bem como as elites tradicionais. É dessa forma que se inicia o povoamento do que hoje são os tradicionais bairros da Recoleta, Palermo e Belgrano, localizados ao norte do centro da cidade.

Adamvosky (2012) afirma que houve um deslocamento territorial simultâneo entre as residências das famílias mais ricas e as atividades comerciais e os serviços. É dessa forma que as sedes de clubes, órgãos representativos da sociedade civil, comércio tradicional e serviços em geral também foram mudando sua localização. Há um êxodo dessas atividades da região da ribeira do Riachuelo ao longo da Calle Defensa para a Calle Florida e arredores da região do Retiro durante as primeiras décadas do século XX.

Conforme já dissemos, o período de maior bonança econômica e transformação territorial e cultural de Buenos Aires se dá entre 1880 e 1930 e é nesse contexto que aconteceu uma proliferação e renovação de construções que mudaram a centralidade urbana do eixo sul para o norte da cidade. Em números absolutos, a população alcança os 433.000 habitantes em 1887, os 1.575.000 em 1914, os 2.270.000 em 1931 e os 2.590.000 em 1955, conforme os dados censitários do INDEC. Esses números revelam um crescimento populacional vertiginoso e constante neste período.

No que tange ao comércio de artigos de luxo, o principal marco na história da urbanização de Buenos Aires é a abertura das lojas de departamento denominadas Au Bon Marché, em 1889, localizada no cruzamento da Calle Florida e da Avenida Córdoba. Seguindo as referências comerciais francesas e italianas da época, essa loja marcou materialmente e socialmente a centralidade comercial que a Calle Florida vai desempenhar na história do desenvolvimento urbano de Buenos

Aires. O funcionamento dessa loja se deu por um curto período de tempo, pois em 1908 o edifício foi ocupado pelos escritórios da companhia de trens argentinos. Porém, também funcionaram na imponente construção o Museu Nacional de Belas Artes e um hotel. Devido à grande beleza arquitetônica, à localização central e à grande história comercial que possui esse edifício, em 1989 passou por grande reforma que o permitiu reinaugurar-se como um moderno Shopping Center denominado “Galerías Pacífico”. Até hoje é um dos principais centros comerciais da Argentina e uma das principais referências do comércio de alto padrão do país. Além disso, se tornou um importante atrativo turístico tanto pela sua beleza arquitetônica como por sua centralidade comercial.

No entanto, está em 1914 o grande ícone do comércio de luxo portenho, já que abriu suas portas a unidade da loja inglesa Harrod’s. Única sucursal fora da Europa a funcionar, essa loja é um elemento que revela o forte vínculo que existia entre Argentina e Inglaterra no início do século XX. Localizada a apenas um quarteirão da concorrente francesa, essas duas lojas se configuraram como os principais centros de compras das elites argentinas.

Atualmente, a Harrod’s não funciona mais e seu edifício está fechado e em deterioração desde 1998. Na realidade, a história da Harrod’s na Argentina é marcada pela passagem da administração, em 1970, da sede inglesa para uma subsidiária argentina. A partir de então, houve relativa popularização da marca e o início de sua decadência. Com a crise da superinflação dos anos 1980 a empresa adquiriu grandes dívidas, e mesmo com a estabilidade econômica da década seguinte, a loja não conseguiu se manter em funcionamento, devido a uma luta judicial entre a subsidiária argentina e a sede inglesa, tendo esta última vitória nos tribunais internacionais sobre a utilização da marca Harrod’s fora da Europa.

Por esses dois exemplos, fica evidente a centralidade que a Calle Florida desempenhou e continua desempenhando na estruturação do comércio portenho. Por sua estrutura comercial atual, podemos afirmar que ela perdeu seu caráter de local tradicional de consumo das elites para se tornar uma rua comercial de forte presença de turistas que consomem nas atuais lojas populares que lá funcionam.

Na realidade, no trecho entre a Avenida Córdoba e a Plaza San Martín, devido à presença das Galerías Pacífico, há o predomínio de lojas que comercializam artigos mais sofisticados em lojas de marcas de maior requinte e renome internacional. Já no trecho entre a Avenida Córdoba e a Avenida de Mayo há predomínio de lojas de roupas, artigos esportivos, perfumarias, celulares e eletroeletrônicos, farmácias, restaurantes de *fast food* e lojas de artigos turísticos, configurando-se como o principal local do comércio no centro da cidade. No

cruzamento com a Calle Lavalle é onde se concentra a maioria das lojas. Já no trajeto entre a Avenida de Mayo e a Avenida Belgrano há forte presença de comércio informal com a atuação dos camelôs e vendedores ilegais de mercadorias ilegais pelas calçadas.

Outro local de forte concentração do comércio das elites é o bairro da Recoleta, tendo como eixo comercial estruturador a Avenida Alvear. Esta “Monumental” Avenida recebe este adjetivo, por nela estarem presentes importantes residências com riquíssimo trabalho arquitetônico e que hoje são considerados patrimônio cultural da Argentina. Construídas pelas mais ricas famílias aristocráticas argentinas, são construções imponentes e que representam o auge da riqueza familiar do país no início do século XX. Entre esses exemplares estão as Mansões dos Unzué (Atual Sede do Jockey Club), Duhau (Atual Hotel Park Hyatt) e Hume (Residência Aguirre); o Palácio Ortiz Basualdo (Embaixada da França), o Palácio Pereda (Embaixada do Brasil), o Palácio Casey (Hoje sede da Secretaria de Cultura) e o Palácio Fernandez Anchorena (Anunciatura Apostólica e sede do Vaticano).

Em 1932, inaugurou-se o Palace Hotel Alvear, na porção da Avenida entre a Praça França e a Praça Carlos Pellegrini. Esse hotel marca a passagem definitiva do trânsito de turistas e visitantes de alto poder aquisitivo da região Central para o bairro da Recoleta. Antes da construção desse hotel, a maioria dos turistas mais abastados se hospedava na região Central, principalmente nos antigos hotéis localizados na região da Avenida de Mayo, os quais não existem mais, como o Palace Hotel. Paulatinamente, o hotel foi se tornando referência para hospedagem de luxo em Buenos Aires e o comércio foi uma das atividades que impulsionaram seu lugar de destaque. Com a abertura de galerias de arte nas suas proximidades, a avenida foi se consolidando como eixo de consumo de pessoas endinheiradas. Com a estabilidade econômica conquistada na década de 1990 pela Argentina, progressivamente foram se instalando na avenida filiais de lojas das principais marcas de artigos de luxo do mundo.

Com a inauguração do Shopping Center Patio Bullrich no início da década de 1990 na Calle Posadas, paralela à Avenida Alvear, e sua especialização em lojas de comércio de luxo, as cinco quadras dessas duas vias cortadas pelas Calles Ayacucho, Rodriguez Peña, Montevideo e Libertad e pela Avenida Callao, se tornaram o lugar primaz do comércio e do consumo de artigos de luxo de Buenos Aires.

O auge dessa região se deu em 1998 com o funcionamento de várias lojas de marcas de artigos de luxo entre nacionais e internacionais. Com a crise econômica

de 2001, muitas fecharam as suas portas. Como exemplo, tem-se o da marca italiana Giorgio Armani, que se retirou do país em 2001 e nunca mais voltou a operar lojas na Argentina. Algumas retornaram com a retomada do crescimento econômico a partir de 2005, mas nunca como nos últimos anos da década anterior. No entanto, com as atuais estruturas da política comercial argentina, a maioria dessas lojas fechou suas portas e encerrou suas atividades no país.

Testemunhamos esse processo de perda de centralidade no que tange ao comércio de artigos de luxo nessa região, sobretudo na Avenida Alvear. Em fevereiro de 2012, as seguintes marcas de luxo funcionavam com filiais localizadas ou no Shopping Center Patio Bullrich ou nas ruas adjacentes: Hermés, Ermenegildo Zegna, Louis Vuitton, Fendi, Cartier, Montblanc, Breitling, Escada, Calvin Klein, Kenzo, Carolina Herrera, Salvatore Ferragamo, Diesel, Hugo Boss, Cacharel, Rochas, Tiffany & Co, Rolex e Ralph Lauren. Em janeiro de 2013, apenas as lojas Hermés, Montblanc e Zegna estavam de portas abertas na Avenida Alvear. Todas as demais encerraram suas atividades. Deste modo, podemos afirmar que a Avenida Alvear perde sua centralidade no que tange ao comércio de luxo. Já no Shopping Center Patio Bullrich apenas sete dessas marcas internacionais seguiam trabalhando.

Atualmente, falar sobre comércio e consumo de artigos de luxo, sobretudo os produzidos por empresas multinacionais e de atuação internacional na Argentina, é bastante complicado devido à política nacional de restrição das importações imposta pela atual administração federal. Como há um controle do repasse ao exterior de moedas estrangeiras, não é mais vantajoso ter uma filial no país.

Caracterização geral da hotelaria de luxo de Buenos Aires

Para fazer uma análise do processo de urbanização de Buenos Aires destacando a dinâmica da centralidade a partir de seus hotéis de luxo que se encontram em funcionamento hoje, há de se destacar alguns pontos importantes.

O primeiro deles é a **polaridade locacional entre os novos e os antigos hotéis**. Dos 12 hotéis selecionados pela pesquisa, 6 tem menos de 15 anos de funcionamento. Metade destes foi construída em edifícios exclusivos para ser hotel e funciona na região de Puerto Madero (Hilton, Faena e Madero). Já os hotéis que se apropriaram de antigos edifícios se localizam na região da Recoleta e Retiro (Sofitel, Four Seasons e Park Hyatt). Dos hotéis localizados em edifícios históricos, 2 dos 12 hotéis de luxo em funcionamento estão trabalhando ininterruptamente desde sua inauguração há mais de 80 anos (Alvear Palace e Marriot Plaza). O Sheraton é um caso singular porque ele foi inaugurado em 1972 e é considerado

um marco no processo de urbanização portenha, porque foi a primeira torre construída no que ficou conhecido como Projeto de Urbanização Catalinas Norte e que hoje é uma das áreas com maior quantidade de m² para atividades corporativo-empresariais da Argentina. Localizado na região do Retiro, ele fica entre o Centro Tradicional, Puerto Madero e a Recoleta. Caesar Park, Intercontinental e Park Tower são exemplos da hotelaria construída durante a década de 1990. O primeiro funciona na Recoleta em um edifício novo em frente ao Shopping Center Patio Bullrich. O segundo funciona na região de San Telmo nas proximidades de uma área de alta densidade de escritórios de pequenas e médias empresas. Já o terceiro foi construído como uma extensão mais luxuosa do Sheraton, já que possuem a mesma empresa administradora e compartilham infraestruturas. Na realidade, o Park Tower serviu para se tornar a opção de hospedagem de luxo da região da Catalinas Norte, na qual o seu par foi o edifício pioneiro.

Ou seja, os novos projetos hoteleiros se ligam à nova área de centralidade dos negócios e finanças do mercado portenho, concentrada na região de Puerto Madero, revelando uma renovação do parque hoteleiro da cidade em consonância com a expansão das atividades hegemônicas do capitalismo atual na metrópole. Já os antigos hotéis permanecem em funcionamento na histórica região de predomínio das famílias ricas argentinas que é a Recoleta.

O segundo elemento é a questão do **aproveitamento dos edifícios históricos pela hotelaria**. Desde a década de 1980, com o sucesso dos “Paradores” na Espanha, muitos projetos hoteleiros passaram a se desenvolver a partir do aproveitamento de antigas edificações com relevante importância para a história e cultura do seu lugar de localização. Essa valorização do patrimônio arquitetônico-cultural ganhou visibilidade e se tornou uma prática recorrente nos projetos de transformação urbana a partir da década de 1990, devido à centralidade que o turismo passou a ter na economia mundial.

Conforme Boullón (2003), com o êxito econômico que México e Espanha lograram em seus projetos de implementação e uso turístico de seus territórios a partir da interligação entre belezas naturais e cênicas vinculadas ao sol e à praia e à história e cultura local encontradas em localidades como Cancún, Riviera Maia e Acapulco no caso mexicano e Costa Brava e Costa do Sol no caso espanhol, vários foram os casos de sucesso aplicados em outras partes do mundo. Seja em grandes metrópoles com o aproveitamento de antigas mansões residenciais aristocráticas, palácios e sedes de organizações ou em cidades menores e áreas rurais que se aproveitaram de antigas hospedarias, sedes de fazendas, castelos e parques, esse é

um fenômeno que vem acontecendo ao redor do mundo com muito sucesso.

No caso de Buenos Aires, a apropriação dessa história e cultura expressadas nas antigas e tradicionais construções urbanas se deu, efetivamente, a partir do reaproveitamento e conseqüente revalorização de antigas residências aristocráticas da região da Recoleta e do Retiro².

Esses dois pontos destacados se apresentam de forma interligada. Ou seja, a dualidade locacional visualizada entre Recoleta e Puerto Madero, entre antigos e novos projetos hoteleiros, é intensificada com a revalorização de antigos edifícios da Recoleta pela hotelaria. Essa dualidade propicia a formação de duas áreas de presença e atuação dos hotéis de luxo. Uma tem seu centro na Recoleta e se expande até a Plaza San Martín no bairro do Retiro. Outra tem seu ponto central em Puerto Madero e se estende até a região das Catalinas Norte, no bairro do Retiro e também no sentido do bairro de San Telmo.

Considerações finais

O panorama atual do setor hoteleiro de luxo de Buenos Aires aponta alguns indícios para uma possível saturação e crise no setor. Isso porque os atuais hotéis estão sofrendo com a queda na demanda devido ao desaquecimento do turismo internacional para a Argentina causado pela inflação galopante no país que o tem tornado caro para o turista. Além disso, a queda do comércio exterior que tem atraído menor quantidade de executivos de negócios ao país, que são os maiores consumidores desse tipo de hospedagem. Além disso, as principais cadeias hoteleiras de luxo em análise neste artigo estão sofrendo a concorrência dos novos empreendimentos hoteleiros da categoria “*boutique*” que estão se instalando no bairro de Palermo.

Uma das zonas de maior crescimento imobiliário da metrópole portenha nos últimos 20 anos, ao lado de Puerto Madero, é a do bairro de Palermo. É um dos maiores distritos em área, já que em seu interior se localizam uma série de parques e áreas verdes públicas. Esse bairro tem se tornado uma importante área de centralidade comercial devido à grande quantidade de lojas, restaurantes, bares, discotecas, espaços culturais, locais para eventos, ateliês, produtoras de vídeo e empresas de mídias digitais. Dessa forma, há grande circulação de pessoas pelo bairro, que podem ser classificadas como moradores, turistas ou consumidores.

A partir de 1990, o bairro passou a receber investimentos em negócios

2 Neste caso, os empreendimentos hoteleiros denominados “*hotéis boutique*” são um dos grandes exemplos da materialização dessa relação entre patrimônio histórico-cultural e sua apropriação pela atividade turística.

imobiliários residenciais de médio e alto padrão, conforme Guerra (2005) apresenta em seu estudo sobre as torres jardins. Como estratégia de promoção imobiliária, o bairro foi recebendo diversos adjetivos com laços em outras metrópoles mundiais como Nova York e Los Angeles. Assim, foram surgindo adjetivações como Palermo Soho, Palermo Hollywood, Palermo Chico, Palermo Viejo e Palermo Green. Cada bairro desses, ao que parece, tenta enquadrar suas estruturas e funções ao correspondente bairro estrangeiro, em uma tentativa de valorizar-se.

Nesse contexto, começam a surgir, em conexão aos novos padrões da hotelaria mundial, os chamados hotéis *boutique*. Não realizamos um mapeamento específico desses empreendimentos no bairro, mas podemos afirmar, a partir de nossa experiência de campo por Palermo, que existem mais de 30 opções de hospedagem em hotéis *boutique*.

Esses hotéis independentes têm enfrentado as grandes cadeias internacionais como excelentes opções para hospedagem *premium*, devido às pequenas quantidades de suítes administradas por eles, podendo maximizar esforços no atendimento e na oferta de serviços adicionais e amenidades ao hóspede.

O fato de Buenos Aires conter em sua estrutura urbana diversos edifícios de alto valor patrimonial seja em relação ao perfil arquitetônico de sua construção ou ao uso por alguma importante família argentina, tem revelado possibilidades para o setor hoteleiro desenvolver novos projetos e servir como mecanismo de expansão do capitalismo contemporâneo aliado ao crescimento do turismo na cidade.

Entre 2009 e 2012, o número de visitantes estrangeiros à cidade cresceu 30%, produto, principalmente, da expansão do turismo emissor do Brasil a esse país. Atualmente, o Brasil já se tornou um dos 10 maiores mercados turísticos emissores do mundo em termos de gastos. São mais de 1,5 milhão de brasileiros que invadem a capital da Argentina em busca de história e cultura. Esses hotéis *boutique* vêm nessa expansão do turismo uma forma de se consolidarem no mercado de hospedagens em concorrência às grandes cadeias internacionais.

Pensar a questão do lugar da hotelaria e do comércio de luxo no atual processo de reprodução do espaço da metrópole de Buenos Aires nos exige refletir sobre a centralidade que o consumo desempenha no atual processo de circulação do capital. A sua materialização no espaço, produzindo enclaves de luxo na cidade, revela as contradições existentes no capitalismo. Os bairros onde se concentram as lojas e os hotéis de luxo tornam-se núcleos de circulação de pessoas, mercadorias, bens e informações que se opõem às amplas periferias empobrecidas, características de países em desenvolvimento.

Ao mesmo tempo em que o comércio de luxo se estabelece e se expande, o consumo dos artigos pirateados e copiados desses objetos de luxo também. Ou seja, na reprodução do sistema capitalista, a presença do negativo para o capital é real. A bolsa Hermés ou Louis Vuitton que é vendida no Shopping Center, também é encontrada na “La Salada” em Buenos Aires. Os dois universos coexistem e a criatividade dos *designers* destes objetos de luxo é reconstruída por meio da cópia por parte das hábeis mãos imitadoras de trabalhadores da periferia.

No campo da hotelaria, infelizmente, a reprodução da localização e do funcionamento do hotel ainda não entrou no circuito das cópias e imitações baratas e que possam ser difundidas e comercializadas em grande escala. A experiência da hospitalidade é o principal motor e fator que dá conteúdo para a elaboração do produto de luxo hotel.

Hodiernamente, o universo do luxo tem fundamento na experiência e na experimentação, no sentido em que o indivíduo deseja, sonha e se propõe a realizar alguma prática ou a comprar algum objeto. Para o turismo, a experiência e a experimentação são a base da oferta de seus distintos produtos e variados serviços. Lipovetsky (2010, p. 51-52), auxilia no sentido de afirmar que os significados da expressão do luxo para os dias atuais se concentram na sociedade de hiperconsumo, onde

o luxo vende experiência (e não mais simplesmente status social), mesclando prestígio, glamour, beleza, sensações e arte. Trata-se de um meio de criar um culto da marca numa época hiperindividualista em que o consumidor deseja menos deslumbrar os outros com o teatro ostentatório de suas riquezas do que viver emoções, vibrar, sentir e saborear volúpias sensuais e culturais. A arte como vetor emocional de primeira ordem encontra assim seu lugar neste novo universo das marcas e do indivíduo. (LIPOVETSKY, 2010, p. 51-52)

A sociedade contemporânea não quer apenas ter a simples compreensão e vivência de que o consumo é uma atividade que consiste na fruição de bens e serviços pelos indivíduos, empresas e instituições. Deve-se considerar as complexas relações que envolvem o universo da troca de mercadorias e as de posseção dos objetos produzidos por meio da destruição material da natureza, entendida enquanto recurso natural.

O consumo adquiriu um *status* central no processo geral de circulação do capital, permitindo ao consumidor reconhecer seu poder como sujeito do processo de reprodução social. As instituições capitalistas no atual estágio de reprodução da sociedade trabalham na criação de mecanismos que façam o consumidor se sentir o

núcleo e principal força do sistema. Dessa forma, potencializam o econômico e diminuem o social, o coletivo. Os indivíduos querem ser consumidores e se esquecem que, antes de mais nada, são cidadãos.

O universo do comércio e do consumo de luxo se posiciona como um dos marcos mais contraditórios e intensificadores de negatividades para a construção de uma sociedade fundamentada em novos parâmetros e normas culturais e sociais.

O consumo e sua indulgência amplificam as diferenças e aprofundam as incertezas, porque cria um ambiente hiper-real, escondendo a realidade contraditória do funcionamento do capitalismo. Emerge o homem a partir dos prazeres, dos detalhes, dos sonhos e dos poderes que a mercadoria parece que lhe oferece. Desse modo, a potência alienalizante da mercadoria na reprodução das relações sociais produz uma cegueira no homem. Os discursos e falácias das mercadorias, sobretudo as de luxo, transformam o homem, o tiram da realidade. Ou melhor, tentam recriar um mundo perfeito, sem contradições socioespaciais, sem problemas aparentes e evidentes. Esse é o mundo reproduzido pelos corredores dos *Shopping Center* de luxo.

Infelizmente viver, vivenciar e idolatrar simulacros tem sido uma das atividades mais promissoras da sociedade nos últimos tempos. Prefere-se viver o paralelo, o irreal, o inalcançável e o falacioso do que enfrentar a dura realidade da sociedade atual. Dessa forma, o mundo se empobrece e se esvazia a cada dia mais de sentidos.

Ao que parece, o sentido da vida em sociedade, hoje, traslada-se das pessoas para as mercadorias. E isso não favorece a vida em sociedade e o entendimento de grupo e de nação, porque simplesmente esfacelam-se esses sentidos. O sucesso do mundo da mercadoria está no viver o seu ritmo e seus caminhos, e estes se localizam no universo onírico. Foi a sociedade que materializou a oniricidade das mercadorias, possibilitando-as conquistar seu papel central na reprodução social. Nos cabe agora, pesquisadores da área de ciências humanas, estudar e fazer a crítica aos atuais padrões de reprodução do sistema capitalista de produção em busca de alternativas que sejam socialmente mais enobrecedoras da vida coletiva.

Referências

- ABBA, A.P. *Metrópolis Argentinas*. Buenos Aires: Café de las ciudades, 2010.
- ADAMVOSKY, E. *Historia de la clase media argentina: apogeo y decadencia de una ilusión, 1919-2003*. Buenos Aires: Planeta, 2012.
- BOULLÓN, R. *Los municípios turísticos*. México: Ed. Trillas, 2003.
- GUERRA, M.W. *Buenos Aires a la deriva: transformaciones urbanas recientes*. Buenos Aires: Biblos, 2005.
- GUTMAN, M; HARDOY, E. *Buenos Aires: historia urbana del área metropolitana*. Madrid: Editorial MAPFRE, 1992.
- LIPOVETSKY, G. *A felicidade paradoxal*. São Paulo: Cia. Das Letras, 2010.
- LOSADA, L. *La alta sociedad de la Buenos Aires de la Belle Epoque*. Buenos Aires: Siglo Veintuno, 2008.

Sobre o autor

Carlos Henrique Costa da Silva: geógrafo, mestre e doutor pela Universidade Estadual Paulista (UNESP) Campus Rio Claro e pós-doutor pela Universidade de Buenos Aires (UBA). Atualmente é professor adjunto na Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) Campus Sorocaba. É pesquisador do Núcleo de Estudos sobre o Comércio e o Consumo (NECC) e atua nas áreas geografia do comércio e do consumo, geografia do turismo, geografia urbana, geografia econômica, planejamento urbano e patrimônio histórico.

* * *

ABSTRACT

Analyzing Buenos Aires from their hotels and luxury commerce

This paper makes an analysis of the contemporary process of reproduction of the urban space in Buenos Aires considering activities of retail, consumption and luxury hotels in operation today. It makes a historical regression to recover the main points that help to understand the territorial configuration of the luxury market in Buenos Aires. It also discusses the features and consolidation of retail and luxury hospitality.

KEYWORDS: centrality; Argentina; hotels; luxury; retail.

RESUMEN

Para comprender Buenos Aires por medio de su hotelería y comercio de lujo

Presentamos un análisis del proceso de reproducción del espacio urbano de Buenos Aires considerando la centralidad de la hotelería y actividades de comercio y del consumo. Hacemos una regresión histórica para apuntar los momentos principales que nos ayudan a comprender la actualidad del sector de lujo en la capital de la Argentina.

PALABRAS CLAVE: centralidad; Argentina; hotelería; lujo; comercio.

 **BCG:** <http://agbcampinas.com.br/bcg>