

## OS CAMINHOS DO PATRIMÔNIO: O PROCESSO DE PATRIMONIALIZAÇÃO DA PRAÇA DO FERREIRA, NA CIDADE DE FORTALEZA (CE)

Ana Paula Pereira Costa<sup>1</sup>  
Fátima Maria Leitão Araújo<sup>2</sup>

### RESUMO

Este artigo objetiva analisar o Processo de Patrimonialização da Praça do Ferreira, importante logradouro da cidade de Fortaleza, fundado em 1843, pelo boticário e Intendente Antonio Rodrigues Ferreira, que tinha a sua botica e residência na Praça, a qual leva seu nome, em virtude de uma homenagem póstuma feita a ele, em 1871, pela Intendência Municipal. Aqui nos detemos nas duas das três fases que efetivaram esse processo de reconhecimento da referida Praça, como ícone e patrimônio cultural da cidade: a primeira, iniciada com a sua última reforma, em 1991, realizada pelo prefeito Juraci Magalhães, a segunda, com a Campanha Eleja Fortaleza, promovida pelo Banco Itaú, em parceria com o Sistema Verdes Mares de Comunicação e a Prefeitura de Fortaleza, em 2001, que visava escolher o Ícone da cidade, culminando na Lei nº 8.605/2001, que a considerou um Marco Histórico e Patrimonial de Fortaleza. Utilizamos como fontes o jornal *Diário do Nordeste* e documentos da Câmara Municipal de Fortaleza, lócus no qual tramitou todo o processo que resultou na Lei nº 8.605. Entender o que vem a ser esse Processo de Patrimonialização constitui o cerne deste trabalho. No Brasil, este conceito ainda é pouco abordado, contudo, na França e em Portugal, ele consta já há algum tempo do cenário acadêmico, em autores como François Hartog, Paulo Peixoto e Xerardo Pereiro. Percebemos, com a pesquisa, que o Processo de Patrimonialização da Praça do Ferreira não tem os mesmos efeitos de um tombamento formal, pois ele não impede que ela sofra intervenções e se modifique.

**Palavras-chave:** Praça do Ferreira. Processo de Patrimonialização. Campanha Eleja Fortaleza. Marco Histórico e Patrimonial de Fortaleza.

### THE WAYS OF HERITAGE: THE PROCESS OF PATRIMONIALIZATION FERREIRA SQUARE, IN THE CITY OF FORTALEZA (CE)

### ABSTRACT

This article aims to analyze the process of patrimonialization Ferreira Square, an important public place of the city of Fortaleza, founded in 1843 by pharmacist and Intendant Antonio Rodrigues Ferreira who had his residence in pharmacy and Square, which takes its name because of a posthumous tribute made to him by the Municipal

---

<sup>1</sup> Graduada em História pela Universidade Estadual do Ceará. E-mail: [paulapatrimonio@gmail.com](mailto:paulapatrimonio@gmail.com).

<sup>2</sup> Profa. do Curso de Graduação em História e do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Estadual do Ceará. Doutora em Educação Brasileira pela UFC. E-mail: [fatimamleitao@yahoo.com.br](mailto:fatimamleitao@yahoo.com.br).

Intendency in 1871. Here we will focus on two of the three phases that we accomplished this process of recognition of that square as its icon and cultural heritage of the city: the first begins with the last reform in 1991 conducted by the Mayor Juraci Magalhães, the second one with Eleja Fortaleza campaign promoted by Itaú Bank in partnership with the Verdes Mares Communication System and Fortaleza City Hall in 2001 which aimed to select the icon of the city and culminated in Law n°. 8.605/2001 that considered Ferreira Square as Historical landmark and Patrimonial of Fortaleza. Used as sources the newspaper *Diário do Nordeste* and documents of the Municipality of Fortaleza, locus in which was submitted the entire process that led to Law n°. 8.605. Understanding what means that patrimonialization process constitutes the focus of this work. In Brazil this concept is still little explored, but in France and Portugal it already appears for long in the academic scenario with authors such as François Hartog, Paulo Peixoto and Xerardo Pereiro. Perceive through research that the process patrimonialization of Ferreira Square does not have the same effect as a formal tipping because it does not prevent her to suffer interventions that modify.

**Keywords:** Ferreira Square. Patrimonialization Process. Eleja Fortaleza Campaign. Historic Landmark and Patrimonial of Fortaleza.

## INTRODUÇÃO

Este artigo tem como objetivo analisar o Processo de Patrimonialização da Praça do Ferreira, importante logradouro do Centro Tradicional da cidade de Fortaleza, considerada, ainda hoje, por muitos fortalezenses, como o “Coração da Cidade”. Este processo foi iniciado com a sua reforma, em 1991, na gestão do prefeito Juraci Magalhães,<sup>3</sup> e teve prosseguimento com a “Campanha Eleja Fortaleza<sup>4</sup> – Declare seu amor pela cidade”, promovida pelo Banco Itaú, em parceria com o Sistema Verdes Mares de Comunicação (SVM) e apoio da Prefeitura Municipal de Fortaleza, no ano de 2001.

No mesmo dia em que saiu o resultado da Campanha, o vereador Idalmir Feitosa, vice-presidente da Câmara Municipal de Fortaleza, deu entrada no projeto de lei n° 0239/2001, que solicitava a declaração da Praça do Ferreira como um Marco Histórico e Patrimonial da Cidade de Fortaleza, obtendo parecer favorável das duas Comissões Permanentes da Câmara Municipal às quais foi submetido. Dessa forma, o

---

<sup>3</sup> O prefeito Juraci Vieira Magalhães, que pertencia ao Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), assumiu a Prefeitura de Fortaleza, pela primeira vez, quando Ciro Gomes renunciou ao cargo para se candidatar ao governo do Estado, em 1990. Desde então, passou a fazer oposição ao Governo do Estado. Ele foi prefeito por mais duas vezes, ou seja, nos mandatos dos períodos de 1997-2000 e 2001-2004.

<sup>4</sup> A primeira Campanha foi realizada em São Paulo, em 1990, e a última aconteceu em Belém, em 2004, quando se consagrou o Mercado Ver-o-Peso. Tal Campanha tinha por objetivo conscientizar a comunidade em relação aos cuidados com o espaço em que vive.

projeto de lei foi aprovado e transformado na Lei nº 8.605, de 20 de dezembro de 2001, que o ratificou.

O conceito “Processo de Patrimonialização”, elaborado pelos autores portugueses Xerardo Pereiro (2006) e Paulo Peixoto (2003); Peixoto e Leite (2009), além do francês François Hartog (2006), nos permitiu compreender a escolha da Praça do Ferreira enquanto ícone cultural da cidade de Fortaleza e, portanto, desvelar como e por quais instrumentos se deu o seu Processo de Patrimonialização.

## **1. A CAMPANHA ELEJA FORTALEZA: A ESCOLHA DA PRAÇA DO FERREIRA COMO SÍMBOLO DA CIDADE**

A Campanha idealizada pela agência de publicidade DPZ Propaganda para o Banco Itaú, já havia sido realizada, conforme o site do próprio banco, com sucesso em outras oito cidades que elegeram seus símbolos, quais sejam: São Paulo – Avenida Paulista, Rio de Janeiro – Corcovado, Porto Alegre – O Lacerador, Belo Horizonte – Serra do Curral, Goiânia – Bosque dos Buritis, Recife – Rio Capibaribe e suas Pontes e Salvador – Pelourinho.

Em Fortaleza, nona cidade escolhida pelo Itaú, a Campanha Eleja Fortaleza foi realizada em 2001, contando com a parceria do Sistema Verdes Mares de Comunicação (SVM), afiliada da Rede Globo, e com o apoio da Prefeitura Municipal de Fortaleza, então sob a terceira e última gestão do prefeito Juraci Magalhães. A veiculação da Campanha começou em 18 de maio, após o jornal *Diário do Nordeste* publicar a notícia sobre uma reunião entre o gerente de propaganda do Itaú, Alfredo Luiz dos Santos e Francisco Ribeiro, do *Diário*, que representou o SVM, contendo uma explicação do que consistiria a Campanha, conforme segue:

É uma campanha institucional que vai permitir que a população, através do voto direto, eleja ícones consagrados da história e da cultura da cidade. ‘É uma oportunidade para que as pessoas, colegas de trabalho, famílias discutam sobre a repercussão de locais, monumentos naturais ou construídos pelo homem, que mais representem Fortaleza’, comentou o gerente do Departamento de Propaganda do Itaú, Alfredo Luiz dos Santos. (DIÁRIO DO NORDESTE, 18 mai. 2001, p.11)

O pré-lançamento da Campanha aconteceu em junho, quando foram expostos os seis concorrentes que constariam da cédula de votação, sendo eles o Theatro

José de Alencar, a Praia de Iracema, as Velas do Mucuripe, a Fortaleza de Nossa Senhora da Assunção, a Ponte dos Ingleses e a Praça do Ferreira. É importante destacar que os eleitores que não concordassem com os seis patrimônios concorrentes, poderiam sugerir outros, já que haveria um espaço em branco para que eles apresentassem outro(s) símbolo(s). Nesta ocasião, foi estabelecido que a votação seria aberta ao público, na segunda quinzena de julho, estendendo-se até o final de agosto, com urnas espalhadas nas agências de bancos e nos locais mais movimentados da cidade. Ressalte-se, ainda, que a Eleja Fortaleza trouxe uma inovação: “A novidade é que essas **urnas serão móveis**, com a intenção de atingir uma maior participação da população” (DIÁRIO DO NORDESTE, 06 jun. 2001, p. 09, grifo nosso).

Em reportagem veiculada pelo *Diário do Nordeste*, no dia 22 de junho, a Campanha recebeu elogios de algumas personalidades ligadas ao setor de turismo e de proteção ao patrimônio, senão vejamos:

Para se firmar como destino turístico nacional e internacional, Fortaleza precisa de um símbolo que a identifique em qualquer lugar do mundo [...]. Por outro lado personalidades identificadas com a história da cidade consideram a promoção uma oportunidade para valorizar o patrimônio de Fortaleza.

**Erisvaldo Melo**, presidente da Abrasel/CE<sup>5</sup> – ‘A escolha do ícone é fundamental para Fortaleza, que precisa de um símbolo que a identifique, a exemplo de outros destinos turísticos. Dentre os seis escolhidos previamente, prefiro as Velas do Mucuripe, que lembram as belas praias da cidade, a bravura do povo local e até a saborosa culinária cearense [...]’. **Celina Castro Alves**, diretora do Fortaleza Convention & Visitors Bureau<sup>6</sup> – ‘A promoção é importante na medida em que identificará um símbolo permanente da cidade, além de resgatar a história e o patrimônio da capital. Particularmente, creio que a Ponte dos Ingleses é o ícone de Fortaleza’. **Marco Aurélio Câmara**, presidente da AM-HT/CE<sup>7</sup> – ‘Toda cidade turística tem um ícone e em Fortaleza não podia ser diferente. Daí, a importância da promoção levada adiante pelo SVM [...]. Neste tocante, considero que as Velas do Mucuripe constituem-se no melhor ícone da capital cearense [...]’. **Romeu Duarte Júnior**, arquiteto e superintendente do Iphan<sup>8</sup> – ‘[...] a promoção revela a preocupação em buscar uma identidade para a capital cearense e valorizar o seu patrimônio histórico e cultural. O povo cearense precisa cultivar essa mentalidade. Quanto ao melhor símbolo, prefiro as muralhas da Fortaleza de Nossa Senhora da Assunção, que origina o nome da

<sup>5</sup> Associação Brasileira de Bares e Restaurantes.

<sup>6</sup> Fundação independente que promove e divulga a imagem da capital cearense e estimula o crescimento e o desenvolvimento do turismo no Estado.

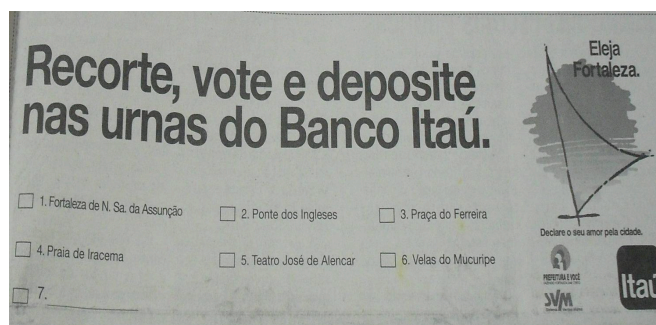
<sup>7</sup> Associação dos Meios de Hospedagem e Turismo do Ceará.

<sup>8</sup> Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional.

capital e é seu marco inicial’. **Régis Medeiros**, presidente da ABIH/CE<sup>9</sup> – ‘[...] Numa visão turística, nada melhor para identificar a capital cearense que as Velas do Mucuripe, lembrando litoral e balneário festivo’. (DIÁRIO DO NORDESTE, 22 jun. 2001, p. 4, grifos do autor)

Um ponto que destacamos é a preferência pelas Velas do Mucuripe, por parte de três dos cinco entrevistados, e a presença de uma jangada com uma vela em tons alaranjados, principal cor da logomarca do Itaú, como símbolo da Campanha, em todas as peças publicitárias – isto de certa forma não poderia ter influenciado a opinião dos eleitores? Tal suposição é pertinente porque as Velas do Mucuripe sempre permaneceram em primeiro lugar, nas parciais, entre os que votaram pela internet, através do site do Banco e do SVM, e em primeiro lugar geral, na parcial divulgada em 09 de agosto, ficando em segundo lugar, no cômputo final da Campanha, e perdendo por um pequeno percentual de votos.

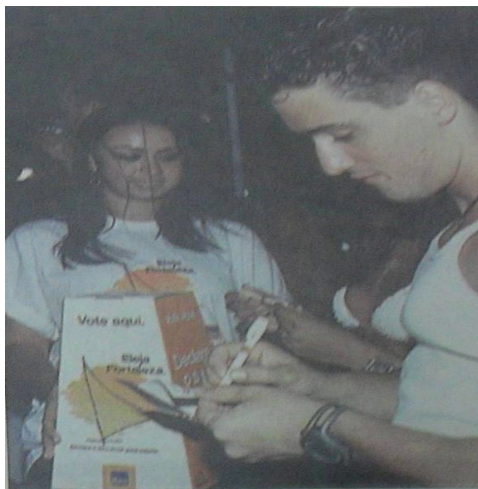
Sílvia Freitas (2011) destaca que, com a consolidação do turismo no Ceará, a jangada que antes era apenas instrumento de trabalho passou a ter também a função de transporte exótico para os turistas no litoral. Nesse sentido, ela tornou-se símbolo cearense, presente em várias campanhas publicitárias do “Governo das Mudanças”.<sup>10</sup> A confirmação de tal assertiva pode ser constatada por meio da cédula e da urna de votação, retratadas nas imagens presentes em matéria do jornal *Diário do Nordeste*, conforme as figuras a seguir.



**FIGURA 1 - Cédula de votação. (FONTE: Diário do Nordeste)**

<sup>9</sup> Associação Brasileira da Indústria de Hotéis.

<sup>10</sup> O chamado “Governo das Mudanças” foi iniciado em 1986, com a eleição de Tasso Jereissati, indicado pelo ex-governador Gonzaga Mota, a partir de uma coligação encabeçada pelo PMDB que venceu Aduino Bezerra do PDS. O “Governo das Mudanças” consegue se eleger com a promessa de modernizar a administração pública, afastando-se do clientelismo dos governos anteriores; promover a austeridade fiscal; e desenvolver a economia estadual. A nova gestão passa a se autodenominar “Governo das Mudanças” em contraposição a uma antiga e arcaica estrutura oligárquica/coronelista até então dominante e que representava o atraso econômico e social do Estado. Teve em seus quadros dois políticos principais: Tasso Jereissati (1987-1990; 1995-1998; 1998-2002) e Ciro Gomes (1991-1994).



**FIGURA 2 - Urna da Campanha colocada no camarote do SVM no Fortal.  
(FONTE: Diário do Nordeste)**

Percebemos, por meio das imagens acima, que havia um direcionamento no sentido de eleger as Velas do Mucuripe como um ícone de Fortaleza. Contudo, se existiu uma estratégia deliberada para tal intento, ela não obteve êxito. Por conseguinte, é notório que o patrimônio existente na cidade é pouco explorado nas campanhas turísticas mais recentes, que tanto ressaltam as praias em detrimento da sua história e cultura. Freitas (2011) chama a atenção para o fato de que os símbolos relacionados ao turismo na cidade de Fortaleza, antes dos anos de 1990, não tinham conexão com a praia: “As novas estradas, praças, avenidas e os edifícios de arquitetura moderna e o **patrimônio histórico constituíam-se nos lugares representativos da cidade para o turismo.** [...]” (FREITAS, 2011, p. 115, grifo nosso).

A abertura da Campanha ao público ocorreu no dia 20 julho (DIÁRIO DO NORDESTE, 20 jul. 2001, p. 10), após o coquetel de lançamento, realizado no Iate Plaza Hotel, na noite anterior. Nesta ocasião, foram dadas todas as informações relativas à Campanha. Além da informação sobre os candidatos a ícone da cidade, eram divulgados os locais de votação: Beira Mar, Praia de Iracema, Centro Cultural Dragão do Mar, agências do Itaú, além de se apresentar ao eleitor a possibilidade de votar pela internet, possibilitando aos cearenses que estivessem fora do seu rincão, escolher o ícone da cidade, bem como aqueles “que tinham afinidade e interesse de eleger o símbolo da capital cearense”. Naquele momento, o diretor comercial do SVM, Mário Barbosa, advertia: “[...] haverá um controle, sendo possível que o votante através de seu endereço eletrônico vote apenas uma única vez”. O total de cédulas confeccionadas,

segundo o gerente de Propaganda, Alfredo Luiz dos Santos, foi da ordem de um milhão e meio, todas numeradas, mas considerando que o jornal publicou durante todo o período de votação uma cédula (Figura 1) não numerada, infere-se que o número de cédulas possa ter sido maior e ou menor do que o anunciado.

A eleição aconteceu entre 20 de julho e 02 de setembro, perfazendo um total de 45 dias. Eis a foto constante no cartaz da Campanha, que trazia todos os candidatos, e na qual podemos perceber um forte apelo turístico da cidade de Fortaleza:



**FIGURA 3 - Todos os seis candidatos: da esquerda para direita e de cima para baixo – Forte de Nossa Senhora da Assunção, Ponte dos Ingleses, Praia de Iracema, Praça do Ferreira, Velas do Mucuripe e Theatro José de Alencar. (FONTE: Diário do Nordeste)**

Nos dias seguintes ao lançamento da Campanha, o jornal publicou matérias relativas a cada um dos concorrentes, destacando suas qualidades. Na matéria publicada no dia 23 de julho veio a primeira parcial da eleição: “A Campanha foi lançada, oficialmente, na noite da última quinta-feira, dia 19. Nesta ocasião, houve uma primeira votação, **ficando as velas do Mucuripe como a mais votada**, seguida pela Praia de Iracema”. (DIÁRIO DO NORDESTE, 23 jul. 2001, p. 12, grafia original, grifo nosso). O último dos concorrentes a ser descrito pelo jornal foi a Praça do Ferreira, no dia 26 de julho, onde se falou um pouco da história da Praça que alia passado e futuro.

Um fato relevante, que não podemos deixar de considerar durante a Campanha, foi “a mobilização dos moradores da Barra do Ceará” pela inclusão do Morro de Santiago na cédula de votação. Conforme notícia do *Diário do Nordeste*, de 12 de agosto, alguns “[...] moradores entraram em contato com o banco Itaú, que cedeu uma urna para ser colocada no bairro [...]”; dessa forma, eles utilizaram o “espaço ‘outros’ na cédula de votação para incluir o Morro de Santiago. Esta foi a única urna

colocada em uma zona mais periférica da cidade, sendo os demais bairros dessas áreas mais afastadas excluídos da Campanha. Podemos aferir que por esses bairros não fazerem parte do cenário que ambos os governos, estadual e municipal, “vendiam” como imagem da capital “paradisiaca”, os mesmos não foram contemplados com urnas de votação.

Naquela ocasião de mobilização dos moradores, o Morro de Santiago já alcançava o 7º lugar. O gerente de Propaganda Alfredo Luiz conta que: [...] em Porto Alegre aconteceu situação semelhante. Na última semana de votação, o Centro de Tradição Gaúcha liderou uma campanha a favor do Laçador – estátua do gaúcho, que acabou vencendo o então candidato predileto – o pôr do sol do rio Guaíba (DIÁRIO DO NORDESTE, 12 ago. 2001, p. 15).

Não poderíamos deixar de considerar o fato do local em que houve também uma manifestação da população em prol de um símbolo que não constava da cédula, ter sido Porto Alegre, pois é nesta cidade, como nos mostra Ana Lúcia Meira (2004), que a partir da década de 1960 começa a haver uma mobilização, por parte da população, no tocante à questão da preservação do patrimônio cultural. Contudo, ela vai ocorrer de modo mais efetivo, a partir de 1989, sob a égide da Administração Popular, implantada pelo prefeito Olívio Dutra (1989-1992) do Partido dos Trabalhadores (PT), que estabeleceu o Orçamento Participativo. Essa autora ressalta ainda que durante a década de 1960 e até a década de 1980 eram os intelectuais que atuavam na defesa do patrimônio, através principalmente da imprensa. Entretanto, após esse momento, com a promulgação da Constituição de 1988, conhecida como Constituição Cidadã, que fortaleceu as ações municipais, a participação dos cidadãos foi favorecida.

Ratificando sua afirmação, Ana Lúcia Meira (2004) ressalta que na Administração Popular:

Novos espaços de participação começaram a ser implantados no município. A prioridade para aplicação dos recursos orçamentários passou a ser discutida através do **Orçamento Participativo (OP)** [...] Foi instituído o Projeto Porto Alegre Mais - Cidade Constituinte, canal visando **à participação no planejamento da cidade** e que deu origem aos Congressos da Cidade. Fóruns de participação específicos na área da cultura também foram criados, como as Conferências Municipais de Cultura, [...]. E a preservação começou a se ampliar. (MEIRA, 2004, p. 102, grifo nosso)



Sônia Rabello de Castro (1991) assinala que o planejamento urbano pode ser um instrumento de proteção preservacionista, com efeitos semelhantes ao do tombamento, mas dele se diferenciando, noutros aspectos:

[...] Trata-se da preservação de áreas de interesse cultural e ambiental através de instrumentos legais de planejamento urbano, a nível municipal. [...] Trata-se, basicamente, de legislação de caráter urbanístico, somente aplicável a imóveis urbanos; no entanto, pode produzir os mesmos efeitos práticos do tombamento, já que a legislação urbana pode impor ao proprietário do bem imóvel as restrições que julgar cabíveis, do ponto de vista do meio ambiente urbano; é que dentre as diretrizes que orientam o planejamento urbano e o uso do solo, está a preservação ambiental. (CASTRO, 1991, p. 8)

O Orçamento Participativo é um dos instrumentos principais que os porto-alegrenses dispõem para a preservação daqueles bens que a população considera importantes e com o qual se identificam. Assim, segundo um dos entrevistados pela autora, em seu trabalho, Sr. Eduíno, é essa participação que desencadeia a vontade de conhecer mais a cidade em que se vive. Além destas formas de participação citadas, há a via indireta, através do Conselho Municipal do Patrimônio Histórico e Cultural (COMPAHC).

Em São Paulo, o aumento da participação de entidades e associações civis nos pedidos de tombamento ocorreu na mesma época que em Porto Alegre e, de igual modo, com a Prefeitura sendo administrada por um político do Partido dos Trabalhadores, no caso a prefeita Luiza Erundina (NIGRO, 2003).

Porém, de modo diverso de Porto Alegre, em que a população se preocupa com o Patrimônio da cidade como um todo, em São Paulo, as: “[...] mobilizações respondem a interesses privados dos próprios solicitantes, já que muitas dessas áreas que se querem preservadas se relacionam diretamente com seus locais de moradia” (NIGRO, 2003, p. 175).

Voltando à realidade cearense, observamos que a vontade dos governos estadual e municipal, aliada aos interesses empresariais das áreas ligadas aos empreendimentos turísticos, não era confirmada pela vontade popular, pois, em início de agosto, a Praça do Ferreira saltou do quarto para o primeiro lugar, quando obteve 24,5% da preferência dos eleitores não virtuais, ultrapassando a Praia de Iracema, que, de acordo com o *Diário do Nordeste*: “[...] Por mais de duas semanas [...] liderou a votação. Hoje, a praia está em segundo lugar com 19,9% dos votos. As Velas do

Mucuripe, que havia atingido o topo na semana passada, têm 19,8% dos votos e está em terceiro lugar [...]” (DIÁRIO DO NORDESTE, 18 ago. 2001, p. 9).

Daí por diante, a Praça do Ferreira permaneceu no primeiro lugar do *ranking* até o final da Campanha, que teve seu encerramento comemorado com um coquetel no Iate Clube, quando a Praça do Ferreira foi anunciada como o ícone de Fortaleza, com 22,2% do total de 1.376.646 votos,<sup>11</sup> obtendo dessa forma 305.013 votos, uma diferença de 2.761 votos em relação ao segundo lugar, ocupado pelas Velas do Mucuripe, que alcançaram o total de 302.252 votos.

O resultado final da eleição, após a décima e última apuração, de acordo com a Berchmans Auditores e Consultores, responsável pela auditoria da Campanha, foi:

**TABELA 1 – Resultado Final da Campanha Eleja Fortaleza**

<b>Candidato</b>	<b>Total de votos</b>	<b>Percentual</b>
Praça do Ferreira	305.013	22,2
Velas do Mucuripe	302.252	22,0
Ponte dos Ingleses	250.387	18,2
Praia de Iracema	244.084	17,7
Theatro José de Alencar	83.680	6,1
Barra do Ceará	70.232	5,1
Fortaleza N. S. da Assunção	69.501	5,0
Centro Cultural Dragão do Mar	1.983	0,2
Praia do Futuro	1.342	0,1
Monsenhor Tabosa	641	0,0
Catedral da Sé	599	0,0
Beira Mar	595	0,0
Outros	37.150	2,7
Votos nulos	9.187	0,7
<b>Total</b>	<b>1.376.646</b>	<b>100,00</b>

**FONTE: Câmara Municipal de Fortaleza.**

No dia seguinte ao anúncio do vencedor, o *Diário do Nordeste* trouxe uma reportagem chamando a atenção ao estado de degradação, depredação e sujeira no qual se encontrava a Praça do Ferreira, escolhida como o ícone da cidade, mas que, apesar dessa situação, havia muita expectativa de que ela retornasse aos seus bons tempos, voltando a ser realmente o “Coração da Cidade”, esperança essa reafirmada pelos lojistas da área empenhados em revitalizar o Centro através da Câmara de Diretores

<sup>11</sup> Fortaleza foi a segunda cidade em número de votos, ficando atrás apenas de São Paulo, que teve no cômputo total 1.454.211 votos.

Lojistas – CDL. A criação da ONG Ação Novo Centro,<sup>12</sup> que, no início de novembro de 2001, passou a ser presidida pelo empresário Pio Rodrigues, desenvolveu à época um Projeto de Recuperação das Fachadas, envolvendo cerca de sessenta imóveis entre a Praça do Ferreira e a Praça General Tibúrcio (Praça dos Leões). Segundo ele, o objetivo do projeto era “[...] tratar o Centro como um grande shopping center, realizando ações que visem seu resgate” (DIÁRIO DO NORDESTE, 08 nov. 2001, p. 12). E demonstrando em:

[...] números que o Centro ainda é de longe o maior parque comercial do Estado. ‘De 2,2 bilhões arrecadados pelo Estado, 8% foram do Centro de Fortaleza. Temos mais de 10 mil lojas e 20 mil empregos diretos. 68% da população ainda compra no Centro’[...]. (DIÁRIO DO NORDESTE, 08 nov. 2001, p. 12)

Paiva (2005) aponta que desse total selecionado, apenas alguns participaram de forma efetiva devido à resistência de muitos lojistas, que não queriam perder tempo com reformas, pois para eles isto significava comprometimento de sua margem de lucros. Esse mesmo autor, ao analisar a atuação desse projeto de Recuperação das Fachadas, coloca que:

[...] embora tenha iniciado uma certa valorização do patrimônio histórico e cultural edificado do Centro de Fortaleza, ainda se constitui superficial e epidérmica, **até porque as intervenções nas fachadas não são conduzidas conforme as recomendações técnicas de restauro e cartas patrimoniais.** (PAIVA, 2005, p. 113, grifo nosso)

E os fortalezenses, o que acharam da escolha da Praça do Ferreira como um símbolo de Fortaleza? O próprio *Diário do Nordeste* traz algumas opiniões favoráveis, outras contrárias e até mesmo questionadoras a respeito. Eduardo Campos, jornalista e escritor, que participou do Grupo Clã,<sup>13</sup> que tinha um banco na Praça, como tanto outros Grupos ou Associações que enriqueceram de algum modo a história cultural de Fortaleza, enviou alguns artigos para a Coluna Ideias referentes à escolha da Praça. Em

---

<sup>12</sup> A Ação Novo Centro, criada em 1999, “[...] se define como ‘OSCIP (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público) pró-valorização do Centro de Fortaleza fundada e mantida por entidades e empresas’ com a missão de: Propor e articular projetos e ações – em parceria com a iniciativa privada e órgãos públicos – que visem a melhoria e desenvolvimento do Centro nos aspectos físico-urbanísticos, ambientais, sociais e econômicos” (PAIVA, 2005, p. 111).

<sup>13</sup> O Grupo Clã foi fundado em 1943 e reuniu, no Ceará, os escritores da chamada Geração de 1945 do Modernismo. Inicialmente, o grupo chamava-se Clube de Literatura e Arte, isto se comprova pela designação do grupo na edição de estreia da revista C.L.A, só depois veio a denominação de Clube de Literatura e Arte Moderna (CLAM, hoje Clã). Ao todo, foram 29 revistas publicadas pelo Grupo, entre 1943 e 1988, quando o Grupo se desfez.

um deles, apontou que o Theatro José de Alencar permanecia quase que inalterado desde sua inauguração, em 1910, “[...] sem intervenções comprometedoras [...]” (DIÁRIO DO NORDESTE, 26 set. 2001, p. 2). E que o Forte também, desde 1930, guarda sua arquitetura apreciável, como podemos ver a seguir:

[...] É que, desde a entrega do prédio ao público, nada lhe foi acrescentado capaz de alterar o delineamento de sua representação arquitetônica. Pelo contrário, as intervenções ali praticadas foram bastante felizes, valendo a ação para a valorização do espaço pelo lado da Rua General Sampaio, com a reconquista de área, anos a fio, ocupado por imóvel da saúde pública.

E o forte? [...] ali está firme o apelo ao passado, a relembrar os momentos de nossa trajetória no tempo, circunstância que coloca o monumento em posição privilegiada no cotejo até mesmo com a sedução e peso histórico do Passeio Público, pois desfruta de ligação aos anos mais remotos de nossas origens [...]. (DIÁRIO DO NORDESTE, 26 set. 2001, p. 2)

Por outro lado, José Augusto Lopes, colunista do *Diário do Nordeste*, ao escrever um artigo especial para o Caderno 3, do referido jornal, ressaltou o acerto do resultado da Campanha Eleja Fortaleza com a eleição da Praça do Ferreira como ícone. Nele, o autor expressou que nenhum outro lugar:

[...] de Fortaleza conseguiu reunir, em tão perfeita síntese, os fluidos mais característicos do espírito de nossa cidade, do talento criativo à irreverência do ‘Ceará moleque’.

Centro cultural de relevo, a Praça [...] abrigou desde os revolucionários intelectuais da Padaria Espiritual, em suas reuniões no mítico quiosque do ‘Mané Coco’, aos jovens escritores do Grupo Clã [...]. (DIÁRIO DO NORDESTE, 24 set. 2001, p. 5)

Contudo, não só o aspecto positivo foi destacado por Augusto Lopes:

Na atualidade, vítima do processo de decadência pelo qual atravessa o Centro de Fortaleza, sobram poucas das antigas atrações de nosso mais querido logradouro.

**A decadência do local começou no final da década de 60 quando o modelo original foi destruído para dar lugar a um ‘monstrengo’ arquitetônico recheado de ‘mausoléus’, com a finalidade de evitar as grandes concentrações populares tão temidas pelo então vigente regime militar.**

De volta a um formato semelhante ao original, embora agredida pela inércia de prédios abandonados e cercada por indesejáveis presenças de marginais e prostitutas de toda a espécie, a Praça do Ferreira vê renascer suas esperanças de revitalização [...]. É como se a face de nosso ícone maior, reforçada pela recente demonstração de amor dos fortalezenses, provasse que sobreviveu, a despeito de todos [sic] as crises e agressões como a causa maior de nosso orgulho e **símbolo**

**mais forte de nossa identificação.** (DIÁRIO DO NORDESTE, 24 set. 2001, p. 5, grafia original, grifo do autor)

Outro leitor que se posicionou de maneira favorável à escolha da Praça foi José Luís Araújo Lima, bacharel em Direito e escritor, que, em artigo enviado à Coluna Ideias, se expressa nos seguintes termos:

Aplausos! Foi a minha primeira atitude ao ser informado da escolha da decantada Praça do Ferreira para o ‘Símbolo de Fortaleza’[...] É inegável que a Praça do Ferreira é o coração bucólico de Fortaleza. Apesar das dificuldades porque passa o Centro da Cidade, é lá que nos reencontramos. Indo ou voltando, sempre encontramos um conhecido em seus bancos, ao redor da Coluna da Hora, resgatada pelo prefeito Juraci Magalhães. [...] é prova incontestada do amor do fortalezense pela Praça e a mais autêntica confirmação da relação existente entre ‘A praça e o povo’, pois a praça é do povo! (DIÁRIO DO NORDESTE, 02 out. 2001, p. 2)

Disto podemos levantar pontos importantes como a decadência do Centro Tradicional de Fortaleza, da própria Praça e dos prédios de seu entorno. O assunto referente à subutilização de alguns prédios do Centro Tradicional, com destaque para os prédios do entorno da Praça do Ferreira, foi levantado por Marciano Lopes, que escreveu em sua coluna, publicada aos domingos no jornal *Diário do Nordeste*, que quem passasse ou estacionasse na Praça constataria “[...] o óbito dos prédios que contornam aquele logradouro, antes pleno [sic] de vida e luzes, agora escuros, silenciosos, parecendo corpos inertes [...]. É, [saíram] homens e [os] negócios migraram para áreas mais nobres.” (DIÁRIO DO NORDESTE, 27 mai. 2001, p. 9, grafia original)

Por que não transformar esses prédios em residências para a população que lá trabalha ou que não tem condições de adquirir moradia em outros locais da cidade? Essa seria com certeza uma iniciativa que traria mais vida e movimentação ao Centro Tradicional, não só durante o dia, mas também no período noturno. Para reverter este quadro produzido pelo zoneamento funcional, o aproveitamento desses prédios seria fundamental, pois a reciclagem de “[...] um edifício custa apenas 30% do valor necessário para a construção de um novo, sendo que a margem de lucro dos empreendedores imobiliários pode ser muito maior nesses tipos de obras (REIS FILHO, 1992, p. 168). Além do que, essa atitude serviria para desmistificar “[...] o mito – criado pelas empresas construtoras – de que a única solução para o problema [habitacional] é a

habitação nova (GUTIÉRREZ, 1992, p. 124). E, mais importante ainda, poderia dirimir o maior conflito enfrentado pelos órgãos de preservação, que é com o setor imobiliário, que não tem interesse no patrimônio edificado, mas sim no lote onde o prédio se encontra.

A colunista Lêda Maria, do *Diário do Nordeste*, foi uma incentivadora do renascer da Praça, embora nem sempre as suas sugestões fossem adequadas para serem realizadas naquele cenário, como foi, por exemplo, o desfile-show “[...] coordenado pela Fiec<sup>14</sup> e Sindiconfeções, em parceria com a CDL e SEBRAE-CE [...]” (DIÁRIO DO NORDESTE, 30 nov. 2001, p. 3), ocorrido no dia 30 de novembro às 18 horas, com cem manequins e um público estimado em “40 mil pessoas”, aproveitando o momento de destaque da Praça do Ferreira, com a eleição de “símbolo da Cidade”, como pode ser observado no cartaz do evento.



FIGURA 4 - Cartaz do desfile show. (FONTE: Diário do Nordeste)

Tal evento foi rechaçado por outra colunista do mesmo jornal, Regina Marshall, que fez o seguinte comentário em sua coluna:

Na última sexta-feira à noite o cotidiano da Praça do Ferreira ficou tumultuado com a realização de um desfile de moda. Dois enormes palcos foram montados, além de imensa passarela. No sábado, ninguém conseguia transitar pelo local. Os espaços estavam tomados por peças de ferro e tábuas dos palcos e passarelas desmontados. As árvores, já tão maltratadas, sofreram irreversíveis danos [...]. Voltamos a indagar: porque a Prefeitura cede a Praça do Ferreira para esse tipo de eventos? Desfiles devem ser realizados em clubes e não

<sup>14</sup> Federação das Indústrias do Ceará.

na principal praça da Capital. (DIÁRIO DO NORDESTE, 05 dez. 2001, p. 7)

Eventos desse tipo na Praça do Ferreira podem ser considerados adequados? A questão é assaz pertinente, pois a Praça, escolhida como ícone da cidade, estava em processo de Patrimonialização, com os trâmites que a declarariam como um Marco Histórico e Patrimonial de Fortaleza, já em andamento na Câmara Municipal, como veremos no tópico seguinte.

## **2. A DECLARAÇÃO DA PRAÇA DO FERREIRA COMO MARCO HISTÓRICO E PATRIMONIAL**

No mesmo dia em que foi divulgado o resultado da Campanha Eleja Fortaleza, que teve como vencedora a Praça do Ferreira, o então vereador Idalmir Feitosa, à época vice-presidente da Câmara Municipal de Fortaleza, deu entrada no projeto de lei nº 0239/2001, solicitando a declaração da Praça do Ferreira como um Marco Histórico e Patrimonial de Fortaleza. A justificativa do pleito é expressa, no referido projeto de lei, nos seguintes termos:

O Sistema Verdes Mares, o Banco Itaú, com o apoio da Prefeitura Municipal, em momento de muita felicidade, lançaram a campanha para escolher o ÍCONE de Fortaleza.

O resultado, 305. 013 (trezentos e cinco mil e treze) votos, ou seja, 22,2% (vinte e dois ponto dois) por cento do total de 1.376.646 (um milhão trezentos e setenta e seis mil, seiscentos e quarenta e seis) votos, do referido certame, por decisão popular, escolheu a **Praça do Ferreira**, que a partir da aprovação e sanção deste Projeto de Lei, fica regulamentado por processo legislativo, a decisão soberana do próprio povo. (Projeto de lei nº 0239/2001, 13 set. 2001, grifo no original)

Tal atitude pode ser apontada como a consolidação do processo de Patrimonialização da Praça do Ferreira. Mas o que vem a ser esse Processo de Patrimonialização? No Brasil, este conceito ainda é pouco abordado, contudo, na França e em Portugal, ele já faz parte do cenário acadêmico, desde algum tempo, contando com as decisivas contribuições de autores como François Hartog, Paulo Peixoto e Xerardo Pereiro.

Os Processos de Patrimonialização, na maioria das vezes, estão ligados às tentativas de superar o declínio vivido pelas zonas centrais das cidades, conforme apontam Peixoto e Leite (2009). Para esses mesmos autores, tais processos procuram dar conta de um movimento de dupla abrangência:

Por um lado, e na sua essência, os processos de patrimonialização se referem a intervenções de natureza patrimonial e predominantemente técnica que visam, acima de tudo, obter, através de uma operação de tombamento formal, um estatuto patrimonial. **Por outro lado, lateralmente, os processos de patrimonialização se referem a operações de natureza diversa (arquitetônica, paisagística, urbanística, política, cultural, comercial, etc.) cujos objetivos, independentemente de um reconhecimento formal, assentam na exacerbação de um patrimônio ou do valor patrimonial de um objeto, para efeitos de consumo visual, turístico ou sustentação de um mercado urbano de lazeres.** (PEIXOTO; PROENÇA, 2009, p. 103, grifo nosso).

O caso da Praça do Ferreira, localizada no Centro Tradicional de Fortaleza, insere-se na segunda perspectiva, visto que a reforma de 1991 representa esse conjunto de operações de caráter diverso, que busca atribuir valor patrimonial a um objeto, seja para um consumo visual, para um mercado de lazeres urbanos ou turísticos. Além disso, essas intervenções urbanas materializavam as rivalidades político-partidárias entre a Prefeitura e o Governo do Estado.

François Hartog, em seu artigo Tempo e Patrimônio (2006), faz sua análise sobre o Processo de Patrimonialização, na perspectiva do regime de historicidade,<sup>15</sup> pois, em sua perspectiva, o tempo, ao tornar-se tão comum ao historiador, acabou por transformar-se em algo não pensado e com isso o tempo presente se impôs como uma categoria onipresente, fenômeno esse denominado por ele de “presentismo”, da memória e do próprio Patrimônio, onde o Patrimônio não pode ser observado a partir do passado, mas sim, “[...] como categoria de ação do presente e sobre o presente”. Presente este “[...] massivo, invasor, onipresente, que não tem outro horizonte além dele mesmo, fabricando cotidianamente o passado e o futuro do qual ele tem necessidade. Um presente já passado antes de ter completamente chegado” (HARTOG, 2006, p. 270).

Essa aceleração do tempo conduz-nos a um temor em perder nossa memória portadora de nossa identidade, e, para evitar este perigo, o Estado não impõe mais seus valores, mas preserva mais rápido o que é considerado pelos diversos atores sociais como Patrimônio. E como se nos apresenta a experiência em pauta, esse medo parece

---

<sup>15</sup> Hartog (2006) entende o regime de historicidade de duas formas: “[...] Em uma acepção mais restrita, é como uma sociedade trata seu passado. Em uma acepção ampla, regime de historicidade serviria para designar ‘a modalidade de consciência de si de uma comunidade humana’[...]”. (HARTOG, 2006, p. 263)

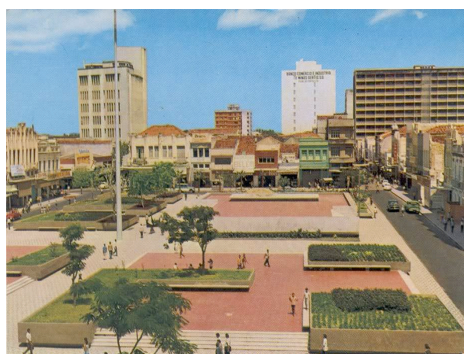


ter prevalecido, pois, como pode ser observado, no mesmo dia em que saiu o resultado da Campanha, o vereador Idalmir Feitosa, de imediato, encaminhou o projeto de lei que oficializaria a Praça do Ferreira como um marco histórico e patrimonial de Fortaleza.

Xerardo Pereiro (2006, p. 24), antes de entrar na definição do que seja Patrimonialização, começa por diferenciar a noção de Patrimônio Cultural da noção de Cultura, em que o primeiro é algo permanente, ao contrário da cultura, que está em constante mutação. Assim, ratificamos a assertiva de Pereiro, quando afirma: “[...] Da cultura não podemos patrimonializar nem conservar tudo, daí que o património cultural seja só uma representação da cultura [...]”. Para esse autor, a Patrimonialização pode ser entendida de três maneiras. A primeira consiste num “[...] processo de atribuição de novos valores, sentidos, usos e significados [...]” (PEREIRO, 2006, p. 27), onde os grupos sociais atribuem valores aos seus bens culturais, de acordo com sua época e fazendo escolhas entre os diversos que existem, por conseguinte, tal processo envolve seleção, negociação e conflitos.

A segunda forma de encarar a Patrimonialização é como “[...] um mecanismo de afirmação e legitimação da identidade de um grupo ou de algumas versões da identidade, o que não está isento de lutas, dialécticas e negociações” (PEREIRO, 2006, p. 27), onde essas lutas podem ser contra outros grupos sociais ou em seu próprio interior. Por fim, Pereiro (2006) a enxerga como um meio seguro contra o esquecimento, sendo um processo de acionamento da memória que leva a instigar mais memória.

O processo de Patrimonialização da Praça do Ferreira engloba os três aspectos apontados por Pereiro (2006) posto que, com a reforma de 1991, a Praça voltou a ter um único nível, sem os “jardins suspensos” e o elevado central, que abrigava no subsolo a Galeria Antonio Bandeira, retornando assim a ser frequentada por uma parcela considerável da população, com destaque para os aposentados, saudosos da antiga Praça – palco de muitas das suas memórias, por outros grupos interessados nas (re)significações de antigos usos da Praça como, por exemplo, as campanhas educativas, exposições, e em novos usos, como o Natal de Luz, realizado pela CDL, com o apoio da Prefeitura Municipal de Fortaleza. As fotos a seguir mostram a Praça após a reforma de 1966-1969 e a última reforma de 1991, respectivamente.



**FIGURA 5: Praça do Ferreira após a reforma de 1966-1969.  
(FONTE: Nirez)**



**FIGURA 6: Praça do Ferreira após a reforma de 1991.  
(FONTE: Guia do Ceará)**

Com relação à afirmação e legitimação da identidade, temos, na Campanha Eleja Fortaleza, a representação, de certa forma, de uma “disputa” entre os grupos que frequentavam a Praça, em especial dos aposentados, o dos lojistas presentes em seu entorno, em sintonia com os grupos ligados ao turismo, que preferiam um ícone que estivesse mais ligado às praias, ao litoral, como as Velas do Mucuripe, como pudemos perceber ao tratarmos da Campanha.

Como ativação da memória, o Processo de Patrimonialização da Praça pode ser pensado como tendo seu início com a última reforma, que mesclou elementos de diferentes épocas, como a Coluna da Hora estilizada, os pórticos lembrando os quatro quiosques do fim do século XIX e início do século XX, a antiga cacimba do século XIX, os bancos protegendo os canteiros de jardins.

Essa Patrimonialização da cidade, que utiliza a cultura como forma de requalificação urbana, parece fazer dela um instrumento do desenvolvimento econômico em que a cidade e o próprio Estado passam a ser um objeto a ser consumido

(JACQUES, 2008). Inserido neste cenário mais amplo, o Patrimônio também passa a ser olhado como um produto mercadológico, como coloca Peixoto (2003):

Não é despidendo salientar que as cidades entraram, em vários domínios, numa lógica de empresarialização, sendo concebidas, frequentemente, como produtos a escoar em certos mercados. [...] Nesta lógica de promoção de um produto, o patrimônio tornou-se um recurso incontornável das estratégias de definição de uma imagem de marca, constituindo-se, ele próprio, como a ‘marca’ que define um certo valor concorrencial e comunicacional. (PEIXOTO, 2003, p. 215, grifo do autor)

Recuando um pouco no tempo, quem trouxe essa dimensão mercadológica para as políticas de preservação do Patrimônio, desde que não causasse prejuízos, ainda na década de 1970, foi Aloísio Magalhães, que procurou “[...] desta forma integrar uma política de cultura a uma política de turismo, e em parte resolver o descompasso entre investimento do capital e o consumo lucrativo dos bens culturais” (ORTIZ, 1994, p. 117-118). Isto se deve ao fato de, a partir dos anos 1960, ter havido o:

Fenômeno da expansão da cultura de massa e do próprio fomento da indústria do turismo, que fora o supra-sumo das discussões [nos encontros de governadores realizados em 1970 em Brasília e 1971 em Salvador] e também nas Normas de Quito [1967], **onde se justificava o uso do patrimônio cultural em função do turismo.** (PEDRAZANI, 2009, p. 273, grifo nosso)

No início da década de 1970, ocorrerá no Ceará a institucionalização da atividade turística, de modo organizado, com a criação, em 1971, da Empresa Cearense de Turismo (EMCETUR), com o apoio do Banco do Nordeste do Brasil (BNB) e de agências governamentais. Contudo, as ações desenvolvidas por essa empresa não contemplaram uma infraestrutura mínima que permitisse a integração do Ceará ao mercado nacional. Isso só ocorreu com o chamado “Governo das Mudanças”, em fins dos anos de 1980 (FREITAS, 2011).

Em 1973, surge o Programa Integrado de Reconstrução das Cidades Históricas, mais conhecido como PCH, vinculado à Secretaria de Planejamento da Presidência da República (SEPLAN-PR), em decorrência dos encontros de governadores, sugeridos pelo então ministro da Educação e Cultura, Jarbas Passarinho, ocorridos em Brasília e Salvador. O Ministro tinha por objetivo dividir a responsabilidade da tarefa de preservação do Patrimônio nacional com os Estados e municípios, até então restrita à esfera federal, por meio do DPHAN (Departamento do

Patrimônio Histórico e Artístico Nacional). Estados e municípios ficariam sob a orientação do PCH, sendo que a sua criação:

[...] tinha como objetivo criar infra-estrutura adequada ao desenvolvimento e suporte de atividades turísticas e ao uso de bens culturais como fonte de renda para regiões carentes do Nordeste, revitalizando monumentos em degradação. [...] Propiciou, por outro lado, a criação, durante as décadas de 1970 e 1980, de órgãos locais de patrimônio e elaboração de legislações estaduais de proteção, abrindo os caminhos efetivos para a descentralização. (FONSECA, 2005, p. 143)

De início, o PCH era voltado apenas aos nove Estados do Nordeste. Após alguns anos, ampliou o seu campo de abrangência para os Estados do Espírito Santo, Minas Gerais e Rio de Janeiro. No Ceará, como aponta Barbalho (1998), nenhuma cidade chegou a receber os recursos provenientes do PCH.

Nem sempre o turismo cultural é considerado benéfico para o Patrimônio, pois, em certos casos, ele pode levá-lo a uma banalização ou ao fetichismo do Patrimônio, ao equipará-lo a uma simples mercadoria; pode causar uma gentrificação que consiste na expulsão das populações locais e de suas atividades cotidianas, o que “[...] dissolve a trama social e simbólica da ‘comunidade real’ e constrói cenários urbanos adversos à constituição do espaço público [...]” (VELOSO, 2006, p. 447). Além do mais, ainda é digno de menção o problema causado pelo grande fluxo de visitantes, que “[...] arranha, corrói e desagrega os solos, as paredes, os frágeis ornamentos das ruas, praças e jardins, residências que não foram concebidos para tantos passos apressados nem para serem apalpadados por tantas mãos” (CHOAY, 2001, p. 227).

Por fim, Pereiro (2006) ressalta que a Patrimonialização e o turismo cultural não devem visar apenas o lado econômico, mas “[...] também um **fim educativo e educador** (entender melhor a cultura dos grupos de acolhimento) e a **sociabilidade** [...]”. (PEREIRO, 2006, p. 37, grifos nosso).

Sendo assim, após apresentarmos o que é e o que envolve um Processo de Patrimonialização, podemos retornar ao projeto de lei nº 0239/2001, que declarou a Praça do Ferreira como um Marco Histórico e Patrimonial de Fortaleza, sendo aprovado nas duas Comissões Permanentes da Câmara Municipal de Fortaleza pelas quais passou, sendo a primeira a Comissão de Urbanismo e Meio Ambiente, que o aprovou em 02 de outubro, com o seguinte parecer:

Inobstante está inserida nas competências legiferantes do supra referido edil, louve-se a iniciativa, pelo aguçado espírito de justiça e civilidade em oficializar o justo título ao 'Boticário' e a feliz escolha que recaia sobre o logradouro, assaz e merecida homenagem a quem testemunhou à ascensão da Terra da Luz.

Pelas razões expostas, somos favoráveis ao seguimento regular da matéria. (Parecer n. 030/01, 02/10/01)

A segunda Comissão foi a de Legislação, Justiça e Redação Final, que o aprovou em 23 de outubro, dando-lhe a redação que consta da Lei nº 8.605/01, publicada no Diário Oficial do Município nº 12.244, de 02 de janeiro de 2002, conforme transcrita a seguir:

Art. 1º Por decisão popular fica escolhido como marco histórico e patrimonial de cidade de Fortaleza, a Praça do Ferreira.

Parágrafo único. A mudança deste marco para qualquer outro monumento, só poderá ocorrer mediante votação popular que seja referendada pela Câmara Municipal de Fortaleza.

Art. 2º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação oficial, revogada as disposições em contrário.

Três dias depois de aprovada pela segunda comissão, o Presidente da Câmara Municipal de Fortaleza, José Maria Couto, envia um ofício ao prefeito Juraci Magalhães, com o autógrafo da Lei aprovada pela Câmara:

Em cumprimento ao Art. 47, da Lei Orgânica do Município de Fortaleza, encaminhamos a V. Exa., Autógrafo de Lei aprovado por esta Casa Legislativa de autoria do Vereador **IDALMIR FEITOSA**, que **'FICA CONSIDERADO COMO MARCO HISTÓRICO E PATRIMONIAL DE FORTALEZA, A PRAÇA DO FERREIRA, NA FORMA QUE INDICA'**. (OFÍCIO nº 2082/01, 26 out. 2001, grifo no original)

Em 20 de dezembro de 2001, dez dias após o prefeito Juraci Magalhães devolver o projeto de lei que considera a Praça do Ferreira como um Marco Histórico e Patrimonial de Fortaleza, o vereador José Maria Couto, presidente da Câmara Municipal de Fortaleza, sancionou a Lei nº 8.505, que teve a redação estabelecida e aprovada em outubro pela Comissão de Redação Final, como mostramos acima.

Este foi o Processo de Patrimonialização da Praça do Ferreira, que envolveu desde a sua reforma de 1991, a sua escolha como ícone de Fortaleza, através da Campanha Eleja Fortaleza, promovida pelo Banco Itaú, em parceria com o Sistema Verdes Mares de Comunicação (SVM) e apoio da Prefeitura Municipal de Fortaleza, e a

sua Declaração como um Marco Histórico e Patrimonial de Fortaleza, pela Lei Municipal nº 8.605/01.

Pelo exposto, podemos perceber que o Processo de Patrimonialização da Praça do Ferreira não tem os mesmos efeitos de um tombamento formal, que impede que o bem sofra demolição, descaracterização, reforma ou restauro, sem a prévia autorização do órgão responsável pela preservação.

Esta declaração, na verdade, atua mais como um reforço da simbologia que a própria Praça do Ferreira carrega em si mesma, por ser considerada por muitos como o “Coração da Cidade”, e por fim, ao ser eleita como “Ícone de Fortaleza”, pois, como a própria Lei explicita em sua letra, este marco pode ser mudado mediante a votação popular referendada pela Câmara Municipal de Fortaleza, de modo diverso ao tombamento, que só pode ser cancelado pelo presidente da República – a nível federal, pelo governador do Estado – na esfera estadual, e pelo prefeito – no plano municipal.

## REFERÊNCIAS

- BARBALHO, Alexandre. **Relações entre estado e cultura no Brasil**. Ijuí: UNIJUÍ, 1998.
- BERCHMANS Auditores e Consultores – **Resultado Final da Campanha Eleja Fortaleza**. Disponível em: <<http://www.cmfor.ce.gov.br/bimg02/Leis/2001/Le86052001.tif>>. Acesso em: 17 jun. 2011.
- CAMPANHA elege o ícone de Fortaleza. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, p. 10, 20 jul. 2001.
- CAMPOS, Eduardo. A praça... II. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 26 set. 2001. Coluna Ideias, p. 02.
- CASTRO, Sonia Rabello de. **O Estado na preservação de bens culturais: o tombamento**. Rio de Janeiro: Renovar, 1991.
- CHOAY, Françoise. **A alegoria do patrimônio**. Tradução de Luciano Vieira Machado. São Paulo: Estação Liberdade: Editora UNESP, 2001.
- FORTALEZA (Cidade). **Projeto de lei nº 0239, de 13 de setembro de 2001**. Disponível em: <<http://www.cmfor.ce.gov.br/bimg02/Leis/2001/Le86052001.tif>>. Acesso em: 17 jun. 2011.

FORTALEZA (Cidade). **Parecer nº 30, de 09 de outubro de 2001**. Disponível em: <<http://www.cmfor.ce.gov.br/bimg02/Leis/2001/Le86052001.tif>>. Acesso em: 17 jun. 2011.

FORTALEZA (Cidade). **Parecer s/nº de 23 de outubro de 2001**. Disponível em: <<http://www.cmfor.ce.gov.br/bimg02/Leis/2001/Le86052001.tif>>. Acesso em: 17 jun. 2011.

FORTALEZA (Cidade). **Ofício nº 2082/01 – DIEXP, de 26 de outubro de 2001**. Disponível em: <<http://www.cmfor.ce.gov.br/bimg02/Leis/2001/Le86052001.tif>>. Acesso em: 17 jun. 2011.

FORTALEZA (Cidade). **Lei nº 8.605, de 20 de dezembro de 2001**. Disponível em: <<http://www.cmfor.ce.gov.br/bimg02/Leis/2001/Le86052001.tif>>. Acesso em: 17 jun. 2011.

FONSECA, Maria Cecília Londres. **O patrimônio em processo: trajetória da política federal de preservação no Brasil**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.

FREITAS, Sílvia Helena Belmino. **A tradição na modernidade ou a (re)significação imagética do Ceará contemporâneo: a propaganda turística dos governos mudancistas (1987-1994)**. 2011. 288 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2011.

GUTIERREZ, Ramón. História, memória e comunidade: o direito ao patrimônio construído. Tradução de Leila R. Diêgoli. In: CUNHA, Maria Clementina Pereira. (Org.). **O direito à memória: patrimônio histórico e cidadania**. Secretaria Municipal de Cultura. Departamento do Patrimônio Histórico. São Paulo: DPH, 1992. p. 121-127.

HARTOG, François. Tempo e patrimônio. Tradução de João Carlos Reis. **Varia História**, Belo Horizonte, v. 22, n. 36, p. 261-273, jul./dez. 2006. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/vh/v22n36/v22n36a02.pdf>>. Acesso em: 04 mar. 2010.

ÍCONE: campanha vai escolher símbolo para Fortaleza. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, p. 11, 18 mai. 2001.

ÍCONE de Fortaleza precisa de cuidados. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, p. 09, 14 set. 2001.

INICIATIVA do SVM recebe elogios. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 22 jun. 2001. Caderno de Turismo, p. 04

JACQUES, Paola Berenstein. Patrimônio cultural urbano: espetáculo contemporâneo?

**Revista de Urbanismo e Arquitetura**, Salvador, v. 8, n. 1, p. 32-39, 2003. Disponível em: <<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/rua/article/view/3229/2347>> Acesso em: 01 abr. 2012.

LANÇADA campanha para eleger o símbolo de Fortaleza. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, p. 09, 06 jun. 2001.

LIMA, José Luís Araújo. A praça é do povo. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 02 out. 2001. Coluna Ideias, p. 02.

LOPES, José Augusto. A Praça é mais nossa. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 24 set. 2001. Caderno Três, p. 05.

LOPES, Marciano. Os prédios “mortos” da Praça. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 27 mai. 2001. Caderno Três, Coluna Tirando do Baú, p. 09.

MARIA, Lêda. Moda na praça. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 30 nov. 2001. Caderno Três, Coluna Lêda Maria, p. 03.

MARSHALL, Regina. Passarela errada. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 05 dez. 2001. Caderno Três, Coluna Regina Marshall, p. 07.

MEIRA, Ana Lúcia Goelzer. **O passado no futuro da cidade: políticas públicas e participação popular na preservação do patrimônio cultural de Porto Alegre**. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2004.

MORADORES querem incluir Barra do Ceará na eleição para ícone da cidade. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, p. 15, 12 ago. 2001.

NIGRO, Cíntia. Territórios do patrimônio: tombamentos e mobilizações sociais. In: CARLOS, Ana Fani Alesandri; LEMOS, Amália Inês Geraiges. (Orgs.). **Dilemas urbanos: novas abordagens sobre a cidade**. São Paulo: Contexto, 2003. p. 166-177.

ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

PAIVA, Ricardo Alexandre. **Entre o mar e o sertão: paisagem e memória no Centro de Fortaleza**. 2005. 154 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.

PEDRAZANI, Viviane. A construção do ideário preservacionista regional: Teresina e seu patrimônio cultural. In: NASCIMENTO, Francisco Alcides do; MONTE, Regianny Lima. (Orgs.). **Cidade e memória**. Teresina: EDUFPI; Imperatriz: Ética, 2009. p. 269-294.



PEREIRO, Xerardo. Patrimônio cultural: o casamento entre patrimônio e cultura. **Adra**, Revista dos sócios do Museu do Povo Galego, n. 2, p. 23-41, 2006. Disponível em: <[http://home.utad.pt/~xperez/ficheiros/publicacoes/patrimonio\\_cultural/Patrimonio\\_Cultural.pdf](http://home.utad.pt/~xperez/ficheiros/publicacoes/patrimonio_cultural/Patrimonio_Cultural.pdf)>. Acesso em 26 mai. 2011.

PEIXOTO, Paulo. Centros históricos e sustentabilidade cultural das cidades. In: COLÓQUIO “A CIDADE ENTRE PROJECTOS E POLÍTICAS” da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, jun. 2003. Disponível em: <<http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/artigo8511.pdf>>. Acesso em: 26 mai. 2011.

\_\_\_\_\_; LEITE, Rogério Proença. Políticas urbanas de patrimonialização e contrarrevanchismo: o Recife Antigo e a zona histórica da cidade do Porto. **Cadernos Metrôpole**, São Paulo, n. 21, p. 93-104, jan./jun. 2009. Disponível em: <<http://www.cadernosmetropole.net/component/content/article/31/50-150>>. Acesso em: 11 nov. 2011.

PRAÇA do Ferreira. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, p. 11, 26 jul. 2001.

PRAÇA do Ferreira lidera votação do Eleja Fortaleza. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, p. 09, 18 ago. 2001.

PRAIA de Iracema concorre com seu charme ao ícone de Fortaleza. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, p. 12, 23 jul. 2001.

PROJETO recupera fachadas no Centro. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, p. 12, 08 nov. 2001.

REIS FILHO, Nestor Goulart. Espaço e memória: conceitos e critérios de intervenção. In: CUNHA, Maria Clementina Pereira. (Org.). **O direito à memória: patrimônio histórico e cidadania**. Secretaria Municipal de Cultura. Departamento do Patrimônio Histórico. São Paulo: DPH, 1992. p. 167- 168.

VELOSO, Mariza. O fetiche do patrimônio. **Habitus**, Goiânia, v. 4, n. 1, p. 437-454, jan./jun. 2006. Disponível em:

< <http://revistas.pucgoias.edu.br/index.php/habitus/article/viewFile/363/301>> Acesso em: 24 set. 2011.