

# UMA PLANTA EMPREENDEDORA

## INTRODUÇÃO

Data de 1900 a "PLANTA COMMERCIAL DE PORTO ALEGRE", podendo-se dizer, segundo dados atuais de pesquisa, que é a mais antiga da cidade, de cunho comercial, existente fisicamente. Por apresentar diversos diferenciais com relação aos mapas anteriores, sustenta um caráter empreendedor, pois, para além da inovação temática, difere-se quanto à forma de representação.

A **metodologia** de pesquisa tem como base teórica a História Cultural. Buscando relacionar a cartografia com a história urbana, trabalha-se com o mapa como campo e fonte de estudos, ou seja, procura-se entender o mapa não só a partir de seu conteúdo, legendas, recursos gráficos, mas de seus contextos.

## CARTOGRAFIA COMERCIAL

Com relação à influência que a Planta pode ter tido de outros mapas, dentro da cartografia comercial, encontrou-se alguns exemplos anteriores a 1900, em cidades dos EUA, México e Espanha. Alguns se aproximaram quanto à forma, outros pela presença de anúncios comerciais, ou ainda por seu contexto político-econômico. O nome do engenheiro Julio Popper Ferry acabou se repetindo em alguns desses casos e, tendo em vista que circulou pela América Latina – passando pelo Brasil, c.a. 1884 –, pode ter sido referência para a feitura da mesma.

## O COMÉRCIO EM PORTO ALEGRE

Para entender o porquê de um mapa comercial era necessário compreender o momento econômico da capital na época, recorrendo então, a própria história do comércio porto-alegrense. Afinal, “somente quem queira ignorar a estreita ligação entre os portos e o comércio poderia negar que Porto Alegre nasceu marcada pelo destino de ser um entreposto comercial”. (FRANCO, 1983, p.9)

## DO DESENHO DO MAPA

Devido ao seu tipo peculiar de projeção – formato circular com ponto de convergência no extremo da península – a Planta deforma o que se distancia da região central, privilegiando assim, a parte de maior relevância comercial. Reforçando seu distanciamento da cartografia convencional, ela ainda: 1) faz referência a quatro firmas comerciais nas extremidades; 2) demonstra hierarquia dos estabelecimentos, uma vez que as igrejas e as edificações públicas e governamentais estão desenhadas e perspectivadas enquanto o comércio é identificado apenas pela grafia dos nomes; 3) sugere uma terceira dimensão.

## DAS LEITURAS DO MAPA

Partindo-se do macro para o micro contexto, e tendo em vista os aspectos conceituais e gráficos, a Planta Comercial nos faz pensar: nas condições geográfica e econômica da capital; no ideal positivista do governo; na contribuição da comunidade alemã para a economia; na participação das mulheres no comércio.

## REFERÊNCIAS

- FRANCO, Sérgio da Costa. Porto Alegre e seu comércio. Porto Alegre: Associação Comercial de Porto Alegre, 1983.
- BARAJAS, Luis Felipe Cabrales. Las panorámicas urbanas mexicanas: representación del paisaje cultural. IN: PEREDO, Carlos Herrejón (coordenador). La Formación Geográfica de México. Cidade do México: Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2011.
- PESAVENTO, Sandra Jatahy. De como os alemães se tornaram gaúchos pelos caminhos da modernização. IN: MAUCH, Cláudia & VASCONCELLOS, Naira. Os alemães no sul do Brasil: cultura, etnicidade, história. Canoas: ULBRA, 1994.

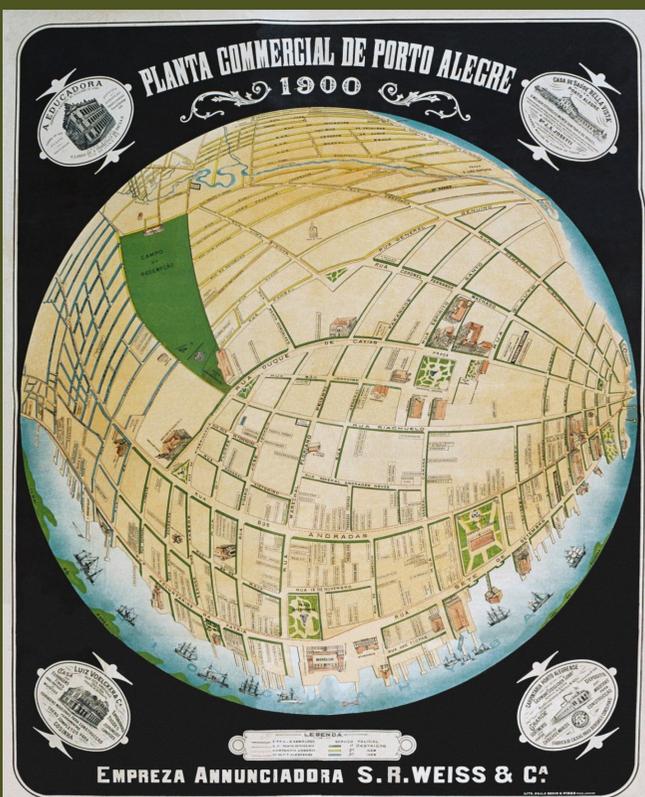


Figura 1: Planta Commercial de Porto Alegre

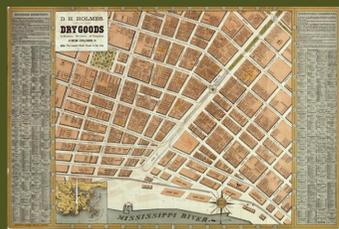


Figura 2: Nova Orleans, 1883



Figura 4: Guadalajara, 1884



Figura 3: Cidade do México, 1883

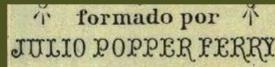


Figura 5: Detalhe da planta da Cidade do México



Figura 6: Propagandas das extremidades inferiores



Figura 7: Detalhe da hierarquia



Figura 9: Detalhe convergência



Figura 8: Detalhe dos distritos



Figura 10: Embarcações no Rio Guaíba



Figura 11: Trapiche da Bromberg



Figura 12: Alguns comerciantes

