

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE ARQUITETURA  
PROGRAMA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM ARQUITETURA

REPENSANDO O *LUGAR* NO PROJETO URBANO.

VARIAÇÕES NA PERCEPÇÃO DE *LUGAR* NA VIRADA DO MILÊNIO (1985-2004)

**Lineu Castello**

Tese apresentada no Programa de Pesquisa e Pós-Graduação em Arquitetura, como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor.

Orientador: Prof. Dr. Vicente Del Rio

Porto Alegre  
2005



À Iára e Melissa,  
com quem construo quotidianamente o meu lugar.



Agradeço antes de tudo aos autores que me favoreceram com seus ensinamentos valiosos, transmitidos através da leitura de suas obras.

Agradeço igualmente a todos os bons amigos que me incentivaram. Inclusive os maus.

Agradeço de maneira destacada à paciência e empenho de meu orientador, Vicente Del Rio, que, mesmo à distância, desde a California Polytechnic State University, onde leciona, não só conseguiu incentivar-me intelectualmente com a lucidez que o caracteriza, como desempenhou o papel de um verdadeiro “coach”, sabendo passar-me a convicção que eu necessitava para prosseguir.

Agradeço particularmente a meus orientandos de iniciação científica. A todos, sem exceção. (Mas, abro um secreto parêntese para o Lucas de Ross Welter, salientando a resignação com que se dispôs a escutar meus monólogos).

À Melissa, nem sei como quantificar direito o quanto eu agradeço, mas destaco o formidável aparato que me deu para usar como apoio (recomendo!) aos pesados livros que tive que folhear.

E a Lára, então, com aquela adesão extraordinária que me deu desde o início - desde que tomei a decisão em levar adiante este projeto - e que permaneceu constante durante todo o seu desenrolar, até agora, no final, na etapa das “figurinhas”, que ela pacientemente formatou para incluir com notável habilidade no meu texto - esta, só dando um beijo muito forte de agradecimento mesmo! Aguarde!



## RESUMO

O conceito de *lugar* é tradicionalmente associado às ações projetuais da Arquitetura e Urbanismo, embora o interesse pelo tema tenha experimentado uma diminuição a partir de meados do século XX. Por outro lado, entre o final do século XX e início do XXI, consolidou-se uma nova prática no campo projetual de lugar: o surgimento de lugares criados sob configurações novas - como parques temáticos, *shopping malls*, áreas históricas refuncionalizadas - reinstaurando o interesse pelo tópico. A Tese os denomina de “lugares da clonagem”, entendendo que são tentativas de replicar as características dos espaços nos quais se reconhece a manifestação do fenômeno da *urbanidade* - espaços percebidos como “lugares da urbanidade”. Os lugares da clonagem podem derivar de projetos que buscam identificar os estímulos ambientais responsáveis pela atribuição de urbanidade. A Tese defende que os projetos assim elaborados trazem efeitos favoráveis à qualificação das cidades contemporâneas, apoiando-se na hipótese de que os novos espaços tornar-se-ão percebidos como legítimos *lugares* para a sociedade contemporânea. Para sua demonstração, o trabalho inicialmente enuncia seus próprios termos de referência em relação a *lugar*, no capítulo intitulado “Apresentação do *lugar*”. Para poder avançar num tema que diariamente se renova, o capítulo “Conceituação de *lugar*” efetua uma revisão das bases conceituais de lugar em diferentes disciplinas, de modo a investigar o que podem acrescentar à modernização do conceito. Concentra seu foco seletivamente nas disciplinas mais relacionadas com as áreas projetuais, e em contribuições ainda em debate, ou menos divulgadas na literatura brasileira. O capítulo seguinte, “Investigação e Projeção de *lugar*”, imerge em antecedentes empíricos de pesquisas e de exemplares construídos, de modo a elaborar novas conjecturas teóricas e teórico-práticas. As variações que podem decorrer das tentativas de clonar a urbanidade são debatidas em “Variação na percepção de *lugar*”, que especula sobre as qualificações eventualmente atribuídas pelos lugares da clonagem ao ambiente urbanizado. O trabalho prossegue trazendo uma “Ilustração de *lugares* em cidades gaúchas”, apresentando em seqüência, a Usina do Gasômetro, em Porto Alegre; lugares da Serra Gaúcha, especialmente nas cidades da Região das Hortênsias e em Serafina Corrêa; e regressa a Porto Alegre, para examinar os projetos do DC-Navegantes e do Aeroporto Salgado Filho. Em “A lição dos *lugares* da clonagem” são emitidas as conclusões das ponderações, voltadas intencionalmente na direção de levantar uma *dúvida razoável* quanto à qualidade dos lugares inventados e sua pertinência nos contextos urbanos em que vivemos, para assim tentar encurtar a distância que, com apressado maniqueísmo, separa o lugar acreditado como “autêntico”, do lugar desmerecido como “inventado”.

palavras-chave: *lugar*; *urbanidade*; *condição pós-moderna*; *percepção ambiental*; *projeto urbano*.





## ABSTRACT

Place is a traditional concept in architectural and urban design, though, as from mid twentieth-century onwards, interest in the topic experienced some lessening. On the other hand, on late twentieth- and early twenty-first centuries, a new trend in the design of places is being put into practice: the creation of new forms of places - such as theme parks, shopping malls, revamped historic areas - re-establishing interest in the study of places again. The present thesis calls these places "cloning places", understanding them as efforts to replicate the spatial patterns through which the phenomenon of urbanity may be recognized - calling them "urbanity places" in the thesis. The design of *cloning places* draws from the environmental stimuli believed to be responsible for attributing urbanity. The thesis sustains that such projects bring an upgrading to urban environments of current day cities, and assumes the hypothesis that the new spaces will be perceived as legitimate *urbanity places* as the population progressively assimilates them. To demonstrate this, the work initially expresses its own terms of reference concerning the subject of place in the Chapter named "Presentation of place". In order to progress on a theme likely to experience daily changes, the following Chapter, "Conceptualization of place", produces a revision on the concepts of place according to the views of different disciplines, in order to investigate their respective contributions to the updating of the concept. Next, "Research and Design of place", deepens into the empirical background forwarded by the revision of research projects as a means to produce new conjectures on theoretical and practical grounds. Variations that may derive from the attempts at cloning urbanity are discussed in the ensuing Chapter, "Variation on the perception of place", which speculates on the qualifying features that may be attributed by the *cloning places* to the urban environment. "An illustration of places in 'gaúcho' cities" presents, in sequence, the "Usina do Gasômetro" in Porto Alegre; "Serra Gaúcha" places, especially those at the Hortensias region and Serafina Corrêa; and, back to Porto Alegre again, the "Commercial District Navegantes" and "Salgado Filho Airport". Finally, conclusive reflections are presented in "The Lesson to be learned from the cloning places", mainly those concerning the issuing of *a reasonable doubt* about the quality and pertinence of cloning places in today's urban contexts, as an attempt to abridge the distance that separates, in a hurried contradictory way, places believed to be "authentic" from places devalued as "invented".

keywords: *place; urbanity; postmodern condition; environmental perception; urban design.*



## LISTA DE FIGURAS

1.1 - Gramado: rua coberta .....	18
1.2 - A "Calçada da Fama", rua Fernando Gomes, Porto Alegre .....	18
1.3 - Calçadão de Ipanema, Porto Alegre .....	18
1.4 - Mercado Público, Porto Alegre .....	18
1.5 - Esquina Democrática, Porto Alegre .....	18
1.6 - Brique da Redenção, Porto Alegre .....	19
1.7 - Estádio do Sport Club Internacional, o "Gigante da Beira-Rio", Porto Alegre .....	19
1.8 - Festival de Cinema de Gramado .....	19
1.9 - "Postinho" da Nilo, Porto Alegre .....	19
1.10 - Lago Joaquina Bier, Gramado .....	20
2.1 - South Street Seaport, Nova York .....	53
2.2 - South Street Seaport, Nova York .....	54
2.3 - Battery Park City, Nova York .....	54
2.4 - Battery Park City, Nova York .....	55
2.5 - Winter Garden, World Financial Center, Nova York .....	55
2.6 - Battery Park City, Nova York .....	56
2.7 - Battery Park City, Nova York .....	56
2.8 - Battery Park City, Nova York .....	56
2.9 - Projeto para a rua 42, Nova York .....	59
2.10 - Obras do Projeto para a rua 42, Nova York .....	59
2.11 - Rua 42, Nova York .....	59
2.12 - Obras do Projeto para a rua 42, Nova York .....	60
2.13 - Shakespeare Globe Theatre, Londres .....	62
2.14 - Tate Gallery of Modern Art, Londres .....	62
2.15 - Mercado Covent Garden, Londres .....	63
2.16 - Covent Garden Opera House, Londres .....	63
2.17 - St. Katherine's Docks, Londres .....	64
2.18 - St. Katherine's Docks, Londres .....	64
2.19 - Docklands Light Railway, Londres .....	65
2.20 - Estação de metrô Canary Wharf, Jubilee Line, Londres .....	65
2.21 - Maquete do projeto para Canary Wharf, Londres .....	67
2.22 - Canary Wharf e Greenwich Peninsula, Londres .....	67
2.23 - Canary Wharf, prédios de Cesar Pelli & Associates e Foster & Partners .....	67
2.24 - Capa do catálogo da exposição "The Architecture of Reassurance" .....	85
2.25 - Arquitetura do fascismo. Mostra della Rivoluzione Fascista, Roma, 1933 .....	165
2.26 - A cenografia do nazismo. Abertura da Olimpíada de Berlim, 1936 .....	165
3.1 - Estruturação espacial predominante, Centro de Porto Alegre .....	194
3.2 - Praça da Alfândega, Porto Alegre .....	194
3.3 - Praça da Matriz, Porto Alegre .....	194

3.4 - Mercado Público e Largo da Prefeitura, Porto Alegre .....	194
3.5 - Viaduto Otávio Rocha, Porto Alegre .....	194
3.6 - Prefeitura “Velha”, Porto Alegre .....	194
3.7 - Rua da Praia, Porto Alegre .....	194
3.8 - Projeto do Port Vell, destacando-se o Maremagnum, Barcelona .....	215
3.9 - Shopping Maremagnum, Barcelona .....	215
3.10 - Tóquio: shopping Decks .....	215
3.11 - Tokyo Exhibition Center .....	215
3.12 - Tokyo Exhibition Center .....	215
3.13 - Tóquio: complexo da Fuji TV .....	215
3.14 - Greenwich Península, Londres .....	215
3.15 - Londres: Millennium Dome .....	215
3.16 - Plano para Greenwich Península, Londres .....	215
3.17 - Haia: Torre Zurich e Conjunto Castalia .....	215
3.18 - Haia: Conjunto Muzentoren .....	215
3.19 - Haia: Conjunto Prefeitura, Biblioteca, Arquivos .....	215
3.20 - Berlim: Praça Marlene Dietrich. Projeto: R. Piano .....	218
3.21 - Berlim: Corporação debis AG. Projeto: R. Piano .....	218
3.22 - Berlim: debis AG e Berliner Volksbank. Projetos: R. Piano e A. Isozaki .....	218
3.23 - Berlim: principal shopping da área Daimler-Benz. Projeto: R. Piano .....	218
3.24 - Berlim: Predomínio de uso residencial. Projeto: R. Rogers .....	218
3.25 - Berlim: predomínio residencial. Projeto: R. Rogers .....	218
3.26 - Berlim: “InfoBox”. Projeto: Schneider & Schumacher .....	218
3.27 - Berlim: Área da Sony. Projeto: H. Jahn .....	218
3.28 - Acesso principal aos conjuntos Daimler-Benz e Sony. ....	218
3.29 - “Kulturforum”, junto a Potsdamerplatz. Novo Museu Nacional, Mies Van der Rohe .....	218
3.30 - “Kulturforum”, junto a Potsdamerplatz. Filarmônica e Museu da Música, Scharoun .....	218
3.31 - Projeto do lugar mais “plural” de Celebration: sua área central .....	219
3.32 - Condomínio fechado “toscano” em Canela .....	221
3.33 - Celebration: Manual de padrões edifícios .....	223
3.34 - Celebration: o distrito de escritórios. Projeto: A. Rossi .....	225
3.35 - Celebration: Prefeitura. Projeto: P. Johnson .....	225
3.36 - Celebration: edifício dos Correios. Projeto: M. Graves .....	225
3.37 - Celebration: Sede do Banco. Projeto: R. Venturi e D. Scott Brown .....	225
3.38 - Celebration: espaço residencial junto ao lago .....	225
3.39 - Celebration: residências .....	225
3.40 - O Multiplex de Celebration. Projeto: C. Pelli .....	225
3.41 - Celebration: Sede da Corporação de Celebration. Projeto: C. Moore .....	225
3.42 - “É assim a hora do pique na nossa cidade” .....	225
3.43 - Praia de Paris, às margens do Sena .....	228
3.44 - A “praia” do Vaticano em Roma .....	228
3.45 - “Piscinão” de Ramos, Rio de Janeiro .....	228
3.46 - Praia de Paris, do Louvre até a Ilha Saint-Louis .....	228
3.47 - Praia de Roma, às margens do Tibre .....	228
3.48 - Resort Vila do Farol, em Bombinhas, Santa Catarina .....	228

3.49 - Complexo praieiro em edifício-cidade. Arredores de Berlim .....	228
3.50 - Resort coberto “Ilhas Tropicais”. Arredores de Berlim .....	228
3.51 - Resort Vila do Farol, Bombinhas, Santa Catarina .....	228
3.52 - Parque Temático Beto Carrero, Santa Catarina .....	229
3.53 - “Castelo das Nações”, Parque Beto Carrero .....	229
3.54 - Santuário de Aparecida, São Paulo. Projeto: B. Calixto .....	230
3.55 - Passam 7 milhões de romeiros por ano em Aparecida .....	230
3.56 - Parque Temático “Autostadt” (cidade do carro), Alemanha .....	231
3.57 - O AVL pretende criar um parque-livre no tema das artes e ofícios .....	231
3.58 - Arte e trabalho feitos ao vivo no alternativo AVL-Ville, Rotterdam .....	231
3.59 - Só há assentos nas arquibancadas do teatro Globe, Londres .....	232
3.60 - Hong Kong: Snoopy’s World .....	232
3.61 - A platéia assiste em pé a “Romeu e Julieta”, Grupo Galpão, Globe Theatre, Londres .....	233
3.62 - Na “Casa Nº 1” acha-se a maquete da reurbanização, Xin Tian Di, Shanghai .....	235
3.63 - Maquete do núcleo histórico Xin Tian Di, Centro de Planejamento Urbano, Shanghai .....	235
3.64 - Shanghai: o novo lugar Xin Tian Di .....	235
3.65 - A memória da tradição cosmopolita reaparece no “lugar” Xin Tian Di, Shanghai .....	235
3.66 - A “noite” de Xin Tian Di .....	235
3.67 - Os tradicionais passeios de trem levam ao temático “Parque de la Costa”, Bs As .....	235
3.68 - A “casa Nº 1”, antiga mansão francesa, Xin Tian Di, Shanghai .....	235
3.69 - Shopping em estação do “Tren de la Costa”, Buenos Aires .....	235
3.70 - Uma das estações do “Tren de la Costa”, Buenos Aires .....	235
3.71 - Tradicionais passeios de barco pelo rio Tigre, Buenos Aires .....	235
3.72 - Nova York: Ellis Island, centro de triagem de imigrantes .....	235
3.73 - Ilustração do prédio exposta na Ellis Island .....	235
3.74 - São Paulo: SESC-Pompéia. Projeto: L. Bo Bardi .....	236
3.75 - Buenos Aires: Puerto Madero .....	236
3.76 - Nova Orleans: Centro histórico .....	237
3.77 - “Gasometer” em Oberhausen, Região do Ruhr, Alemanha .....	237
3.78 - “The Wall”, obra de Christo e Jeanne-Claude no Gasometer, Alemanha .....	238
3.79 - Porto Alegre: rua da Praia .....	251
3.80 - San Diego: shopping Horton Plaza .....	255
3.81 - San Diego: residência Horton trasladada .....	256
3.82 - Parque Tivoli, Copenhagen .....	264
3.83 - Disneylândia: “main street”, Califórnia .....	267
3.84 - Disneylândia: “main street”, o lugar-cinema, Califórnia .....	267
4.1 - CentrO, Oberhausen, Alemanha .....	280
4.2 - O CentrO visto do Gasometer, Alemanha .....	280
4.3 - CentrO, Oberhausen, Alemanha .....	281
4.4 - Logomarca em Shanghai, China .....	285
4.5 - Logomarca em Porto Alegre .....	285
4.6 - Logomarca em Brasília .....	286
4.7 - Logomarca em Porto Alegre .....	286
4.8 - Logomarca em Porto Alegre .....	286
4.9 - Estímulos comunicacionais gráficos. Tóquio .....	287

4.10 - Estímulos comunicacionais gráficos. Nova York .....	287
4.11 - Estímulos comunicacionais gráficos. Hong Kong .....	287
4.12 - Recife: Bairro Recife, pólo Bom Jesus .....	293
4.13 - Bairro Recife, área do porto .....	293
5.1 - Porto Alegre: Usina do Gasômetro .....	303
5.2 - Usina do Gasômetro, espaço interno, Porto Alegre .....	303
5.3 - Usina do Gasômetro, o entorno, Porto Alegre .....	303
5.4 - O funcionamento da Usina como termelétrica (1941) .....	303
5.5 - Reportagem mostrando que a “Usina cai aos pedaços” (1986) .....	304
5.6 - O prédio da Usina em 1986 .....	305
5.7 - A Usina na interface entre a água e o centro da cidade .....	306
5.8 - Na ponta da península, a Usina .....	306
5.9 - A permanência dos elementos estruturadores da cidade .....	308
5.10 - Ambientalistas no topo da Usina, em Porto Alegre .....	309
5.11 - A logomarca do “city marketing” da administração municipal .....	309
5.12 - Casa de Cultura Mário Quintana .....	310
5.13 - Um mix de atividades caracteriza as salas internas da Usina .....	312
5.14 - A Usina é um lugar da urbanidade .....	312
5.15 - Uma brecha para reencontrar o rio Guaíba no centro .....	312
5.16 - Neve na Serra Gaúcha .....	314
5.17 - Localização da Região das Hortênsias .....	315
5.18 - Peões na Serra Gaúcha, São Francisco de Paula .....	315
5.19 - Monumento na entrada de São Francisco de Paula .....	316
5.20 - Café colonial tradicional da Serra Gaúcha .....	316
5.21 - Origens italianas e alemãs na paisagem de Canela .....	316
5.22 - Vale da Ferradura, Canela .....	317
5.23 - A Catedral de Pedra em Canela .....	317
5.24 - Lago Negro, Gramado .....	318
5.25 - Lago Joaquina Bier, Gramado .....	318
5.26 - Fachada “alpina” sobreposta, Gramado .....	319
5.27 - A urbanização da Região das Hortênsias em miniatura .....	319
5.28 - Palácio dos Festivais, sede do Festival do Cinema de Gramado .....	319
5.29 - “Labirinto” em Nova Petrópolis .....	319
5.30 - Igrejinha típica, Nova Petrópolis .....	320
5.31 - Arquitetura de origem germânica, Nova Petrópolis .....	321
5.32 - Monumento celebrando a integração Canela-Gramado .....	323
5.33 - O “strip” da Região das Hortênsias .....	323
5.34 - Serafina Corrêa: Mausoléu de Dona Serafina Corrêa .....	328
5.35 - Serafina Corrêa: Via Gênova .....	330
5.36 - Serafina Corrêa: projeto Via Gênova .....	331
5.37 - Serafina Corrêa: “Il Castello Inferiori di Marostica” .....	331
5.38 - Serafina Corrêa: “Casa di Romeo” .....	332
5.39 - Serafina Corrêa: “Casa di Giulietta” .....	332
5.40 - Serafina Corrêa: “Villa de Palladio” (2000) .....	333
5.41 - Serafina Corrêa: “Villa de Palladio” (2005) .....	333

5.42 - Serafina Corrêa: “Il Colosseo di Roma” .....	333
5.43 - Serafina Corrêa: mapa mental desenhado por residente .....	336
5.44 - Serafina Corrêa: mapa mental desenhado por residente .....	336
5.45 - Serafina Corrêa: mapa mental desenhado por residente .....	336
5.46 - Serafina Corrêa: mapa mental desenhado por residente .....	337
5.47 - Serafina Corrêa: mapa mental desenhado por residente .....	337
5.48 - Serafina Corrêa: arquitetura vernacular na rua principal .....	337
5.49 - Anúncio de pacote turístico para Serafina Corrêa .....	337
5.50 - Serafina Corrêa: o lugar “Via Gênova” no mapa turístico da cidade .....	338
5.51 - Porto Alegre: Localização do DC Navegantes .....	339
5.52 - Porto Alegre: Vista da região de Navegantes .....	339
5.53 - Porto Alegre: complexo de viadutos no acesso da ponte .....	340
5.54 - Porto Alegre: Navegantes, concentração de elementos junto à ponte .....	340
5.55 - A antiga fábrica Renner (foto ampliada exposta no DC-Navegantes) .....	341
5.56 - Prédio reciclado no DC-Navegantes .....	341
5.57 - Projeto do DC Navegantes: fachadas norte e da rua de pedestres .....	342
5.58 - Projeto do DC Navegantes: planta baixa .....	343
5.59 - DC Navegantes: pórtico de acesso e implantação .....	343
5.60 - A “rua principal” do DC-Navegantes .....	344
5.61 - A rua DC de Eventos. Fonte: acervo da pesquisa. ....	344
5.62 - O DC já é um lugar da urbanidade .....	344
5.63 - O DC-Navegantes é um marco de referência na cidade .....	346
5.64 - Restaurante da rede Dado Bier, no DC .....	347
5.65 - Antiga fábrica da Brahma, novo complexo comercial de Porto Alegre .....	347
5.66 - Centro Comercial Nova Olaria, lugar de urbanidade na Cidade Baixa, Porto Alegre .....	348
5.67 - Porto Alegre: Aeroporto Salgado Filho, o edifício-cidade .....	350
5.68 - Porto Alegre: Aeroporto Salgado Filho, ambiente de shopping .....	351
5.69 - Aerocine: o multiplex do Aeroporto .....	351
5.70 - Aeroporto Salgado Filho: espaço histórico .....	351
5.71 - Aeroporto Salgado Filho: a capela ecumênica .....	351
5.72 - Aeroporto Salgado Filho: clínica de saúde .....	352
5.73 - Aeroporto Salgado Filho: espaço cultural e de exposições .....	352
5.74 - Aeroporto Salgado Filho: salão de estar .....	353
5.75 - Notícia da reabertura dos cinemas do Aeroporto, novembro 2004 .....	354
5.76 - Aeroporto Salgado Filho: rumo à “aerotrópolis” de que fala Koolhaas .....	355
5.77 - Aeroporto Salgado Filho à época da inauguração .....	355
5.78 - Notícia de Jornal: Salgado Filho é o melhor aeroporto do país .....	356
5.79 - Expansão da “lugaridade” do Aeroporto: abertura da Cidade Elétrica .....	357

## LISTA DE GRÁFICOS

5.1 - Região das Hortênsias: “mix” de Atividades Econômicas .....	321
5.2 - Região das Hortênsias: Alojamento e Alimentação .....	321
5.3 - Região das Hortênsias: Crescimento do Emprego (setores selecionados) .....	325
5.4 - Região das Hortênsias: massa Salarial .....	325
5.5 - Percepção do Aeroporto .....	353
5.6 - O “lugar” Aeroporto .....	353
5.7 - Usos do Aeroporto .....	354

## LISTA DE QUADROS

1.1 - Esquematização da Gênese dos Lugares Urbanos e da Clonagem .....	42
2.1 - Interrelações Disciplinares na Pesquisa Ambiente-Comportamento .....	97
2.2 - Os Componentes de Lugar, segundo Canter .....	111
2.3 - Mudanças nas Atividades Urbanísticas .....	180
3.1 - “Place - Making” e “Placemarketing” na Geração do Lugar da Clonagem .....	259

## LISTA DE TABELAS

2.1 - Tipos de Identificação da Interiorização Humana com o Lugar, segundo Relph .....	87
3.1 - Elementos que Lembram o Centro de Porto Alegre .....	195
3.2 - Determinação de um Local à Beira d’água em Navegantes .....	200
3.3 - Lugares e Prédios que Chamam a Atenção no Centro .....	208
5.1 - Elementos mais Lembrados no Centro .....	311



## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	1
1 APRESENTAÇÃO DO LUGAR.....	13
1.1 A percepção de lugar.....	15
1.2 A gênese de lugar.....	17
1.3 Tipos de lugares .....	20
1.3.1 Lugar da Aura .....	23
1.3.2 Lugar da Memória .....	26
1.3.3 Lugar da Pluralidade.....	28
1.4 O lugar em tese.....	29
1.4.1 O tempo desse lugar .....	30
1.4.2 O espaço desse lugar.....	34
1.5 O Lugar da Urbanidade .....	36
1.6 Projeto de lugar .....	38
1.6.1 “Placemaking” e “placemarketing” .....	39
1.7 O Lugar da Clonagem .....	43
1.7.1 E por que “clonagem”?.....	43
2 CONCEITUAÇÃO DE LUGAR.....	45
2.1 A noção de <i>lugar</i> nos campos do conhecimento.....	45
2.2 O envolvimento das Ciências Sociais Aplicadas .....	48
2.2.1 O desenvolvimentismo dos lugares de Fainstein .....	50
2.3 Um autêntico <i>lugar</i> entre as Humanidades .....	72
2.3.1 A interface de <i>lugar</i> com a Geografia Comportamental.....	72
2.3.2 O acolhimento da Psicologia Ambiental a <i>lugar</i> .....	95
2.3.3 O modo Sócio-Antropológico de interpretar <i>lugar</i> .....	112
2.3.4 O lugar do <i>lugar</i> na Filosofia.....	131
2.4 A percepção de <i>lugar</i> em Arquitetura-Urbanismo .....	141
2.4.1 Alguns esclarecimentos úteis para o emprego da expressão Pós-modernismo .....	143
2.4.2 O relativo desinteresse pelo conceito de <i>lugar</i> no Modernismo .....	148
2.4.3 A volta do interesse pelo conceito de <i>lugar</i> no Pós-modernismo .....	152
3 A INVESTIGAÇÃO E A PROJETAÇÃO DO LUGAR.....	185
3.1 A Investigação do Lugar .....	186
3.2 Antecedentes Empíricos do Lugar da Urbanidade: Porto Alegre (1984-1989).....	189
3.2.1 Os estímulos percebidos na Área Central.....	189

3.2.2	Os estímulos percebidos na região de Navegantes.....	197
3.2.3	Estímulos percebidos e os lugares da urbanidade.....	200
3.3	Antecedentes Empíricos do Lugar da Clonagem: Cidades Gaúchas (1989-2004).....	206
3.3.1	A percepção estimulada em cidades gaúchas .....	206
3.3.2	A percepção estimulada em outras cidades.....	212
3.3.3	Percepção estimulada e os lugares da clonagem .....	238
3.4	A Projetação do Lugar .....	240
3.4.1	Clonagem.....	240
3.4.2	Variações no “placemaking” e no “placemarketing” .....	247
4	VARIAÇÃO NA PERCEPÇÃO DE LUGAR .....	275
4.1	Os lugares da pluralidade e a tendência a uma nova urbanidade.....	277
4.1.1	Um modo diferente de perceber a urbanidade .....	278
4.2	Os lugares da aura e a criação de marca .....	281
4.2.1	Variação na percepção da aura.....	283
4.3	Os lugares da memória e a conservação do patrimônio urbano .....	288
4.3.1	Um olhar mais respeitoso sobre a memória da cidade .....	289
4.4	O acompanhamento da variação.....	297
5	ILUSTRAÇÃO DE LUGARES EM CIDADES GAÚCHAS .....	299
5.1	A <i>urbanidade</i> da Usina do Gasômetro .....	302
5.2	O enraizamento dos <i>lugares</i> da Serra Gaúcha .....	313
5.2.1	Aspectos da gênese dos <i>lugares</i> serranos.....	313
5.2.2	O gerenciamento dos <i>lugares</i> das Hortênsias.....	315
5.2.3	A situação atual dos <i>lugares</i> serranos.....	323
5.3	O tão sonhado <i>lugar</i> de Dona Serafina .....	327
5.3.1	Aspectos da gênese do <i>lugar</i> .....	328
5.3.2	Aprendendo com Dona Fifina .....	333
5.3.3	A situação atual do <i>lugar</i> .....	337
5.4	Um <i>lugar</i> junto à ponte em Navegantes.....	339
5.4.1	Aspectos da gênese do <i>lugar</i> .....	339
5.4.2	O Projeto DC-Navegantes .....	341
5.4.3	A situação atual do <i>lugar</i> .....	345
5.5	O Aeroporto Híbrido e seu Complexo de <i>lugar</i> .....	349
5.5.1	Complexos multifuncionais .....	349
5.5.2	Aspectos da gênese do <i>lugar</i> .....	351
5.5.3	A situação atual do <i>lugar</i> .....	354
	CONCLUSÃO: A LIÇÃO DOS LUGARES DA CLONAGEM.....	359

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	371
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR.....	397
Anexo I - Cronologia de Pesquisas 1984-2004.....	401
Anexo II - Produção Bibliográfica Derivada das Pesquisas .....	403
Anexo III - Instrumentos de Pesquisa (Área Central de Porto Alegre - 1986).....	405
Anexo IV - Instrumentos de Pesquisa (Região de Navegantes - 1988).....	407
Anexo V - Instrumentos de Pesquisa (Área Central de Porto Alegre - 1995).....	409
Anexo VI - Instrumentos de Pesquisa: Gramado.....	411
Anexo VII - Instrumentos de Pesquisa: Serafina Corrêa .....	413
Anexo VIII - Instrumentos de Pesquisa: Aeroporto Salgado Filho .....	415



## INTRODUÇÃO

Many architects are afraid to acknowledge what they like; they like what they are supposed to like. But we enjoy analyzing what turns us on, because if we are sensitive to our time, what turns us on will be relevant.

(Entrevista de Denise Scott Brown e Robert Venturi a Hans Obrist e Rem Koolhaas, Genebra, agosto de 2000) (OBRIST & KOOLHAAS, 2001, p. 613).

As cidades da virada do milênio caracterizam-se pela crescente oferta de *lugares* que se apresentam sob as mais diversas configurações: “shopping malls”, cenários históricos, restaurantes, locais de entretenimento, complexos esportivos, complexos híbridos, cinemas multiplex, museus, bibliotecas - lugares que copiam qualidades encontradas em outros lugares, ou que criam o que se acredita atribuir qualidade a um espaço urbano.

Entretanto, é bem comum encontrar críticos do mundo cultural censurando essas manifestações da sociedade contemporânea, repetindo (e repetindo-se) com alguma veemência que os lugares criados são inautênticos e artificiais. Sempre acompanhei com boa dose de credulidade essas críticas. Mas a realidade teima em me apresentar um quadro diferente, que me leva a discordar - ou a não concordar integralmente - com os veredictos que esses críticos fazem dos lugares de hoje, levando-me a tentar um segundo olhar nessa direção.

Defendo aqui a tese de que a construção deliberada de lugares traz efeitos favoráveis à qualificação das cidades contemporâneas.

Reconheço que minha aspiração é bem ousada. Mas, sei que precisa ser concretizada, porque acredito haver lugar para os *lugares novos* que se criam nas cidades atuais. E que suas incontáveis implicações em assuntos da maior relevância, como a poderosa interferência que exercem no mundo do social e do econômico, serão bem-vindas para a qualidade de vida que nós, da área do projeto arquitetônico-urbanístico, queremos constantemente fazer avançar e aperfeiçoar.

Contudo, em vez de enfrentar a questão, finge-se que ela é descartável e de seriedade secundária. Não é. Ela é de relevância fundamental: os parques temáticos proliferam, os shoppings são já as novas pracinhas de convívio e de urbanidade das cidades. E isto, para pobres e para ricos. Mesmo nas cidades brasileiras, da mais notória desigualdade social do mundo.

Para comprovar minha tese, o procedimento de que vou me valer será menos ambicioso: vou apresentar argumentações que consigam despertar uma *dúvida razoável* - assim, bem como nos filmes de júri - quanto à legitimidade universal das tais críticas. Quero provocar pelo menos algum raciocínio mínimo que leve a um entendimento mais amplo do papel crucial que os lugares desempenham na vida urbana.

*"Repensando o lugar no Projeto Urbano..."* deve ser visto como um convite. Um convite para repensar o quê, em nossa sociedade, estamos percebendo como "lugar" nos tempos da presente virada do milênio. (Despreocupo-me em me desdobrar tentando enunciar o que seja *lugar* já agora, na Introdução, já que vou fazê-lo repetidas vezes ao longo da Tese. Mesmo porque não há uma definição única com a qual *definir* lugar: *lugar* é daqueles conceitos que, como "paixão", têm sua definição prejudicada quando posto em palavras).

Adianto que não há nada de tão extraordinário ou cabalístico quando escolho a "virada do milênio" como referência temporal para a Tese. Quando localizo o tempo da Tese nos anos mais próximos ao grande marco representado pela virada do milênio, estou fazendo simplesmente isto: estou me valendo de um grande *marco* simbólico, representado pelo início de um novo milênio, apenas para usá-lo como referência temporal que me apóie na aproximação aos lugares, tal como estão sendo percebidos nesses tempos.

Porque, nesses tempos, acredito que há uma variação acontecendo em sua percepção.

E também porque, se até uma mudança de século representa, tradicionalmente, um marco no qual paramos para repensar o que nos aconteceu, como sociedade, uma troca de milênio acresce uma força simbólica extraordinária ao registro e reflexão que costumamos fazer a respeito de nossas práticas e ao nosso modo de organizarmos a vida em sociedade. Na realidade, tanto quanto se sabe, as grandes viradas cronológicas - seja anual, secular ou milenar - não são, por si só, causadoras de mudanças. São, isto sim, momentos de reflexão. E um modo de referir temporalmente o registro dessas reflexões.

Na própria passagem dos séculos XIX para XX, por exemplo, já se pôde constatar o surgimento de variações fortes o suficiente para gerar tipologias arquitetônico-urbanísticas drasticamente inovadoras. Na realidade, os exemplos dessas mudanças seriam tantos que não caberiam aqui. Vale lembrar, pelo menos, o estágio de desenvolvimento alcançado pelos elevadores criados por Elisha Otis, agora movidos à eletricidade, e seu enorme impulso a uma das mais extraordinárias mudanças na configuração das cidades: a proliferação dos arranha-céus. Ou a clonagem do clássico pelo neoclássico, exibindo despreocupadamente suas formas no ecletismo. Ou, ainda, a inusitada expansão experimentada pelo “espaço urbano” da época, que através da oferta de novos equipamentos comerciais (como as lojas de departamento), passou a incluir escalas ainda desconhecidas, levantando - já naquele tempo - o temor quanto ao enfraquecimento das práticas comunitárias, que migravam para o interior dos grandes ambientes de consumo. Isto, claro, sem falar das narrativas inquietantes trazidas por autores da literatura de ficção que, como H.G. Wells, apontavam para mundos assustadores onde predominaria uma dominação totalitária de massas despersonalizadas por instituições poderosas que as reduziriam a ações meramente repetitivas, sob o jugo de comandos impostos por seu poder econômico ou político. De fato, a passagem do século XIX para o século XX - pelo menos, em termos de experiências urbanas de vida - foi repleta de mudanças tão ou mais avassaladoras das que tanto nos perturbam presentemente. Reconhecem-se, portanto, incontáveis precedentes quanto a *variações* a acontecer nos ambientes urbanos ao longo da história recente da urbanização.

E aí reside um dos pontos que defendo: de que a percepção do que sejam os lugares possa experimentar variações. Tuan, em quem irei buscar bons ensinamentos ao longo do Capítulo 2, é quem alerta de que foi preciso atravessar um século para que a Torre Eiffel passasse a ser percebida pelos franceses como o é agora, legitimada como o *lugar de qualidade urbana* que hoje ostenta (TUAN, 1980b). Assim como essa torre, muitos e muitos outros exemplares de lugares mundo afora foram também sujeitos a críticas das mais cáusticas, mas, muitos deles - ao longo da apropriação popular que foram experimentando - acabaram moldando a percepção que os agraciou com o qualificativo de *lugares*.

Meu convite, então, se dirige para o endereçamento de *um segundo olhar* aos novos espaços desenhados nos ambientes construídos de hoje. No fundo, eles podem não ser tão desprezíveis quanto lhes imputam as críticas menos refletidas. E mais: eles podem até ser os lugares que a sociedade de hoje *requer* para melhor viver suas experiências de vida. Uma sociedade que apresenta ela mesma variações, a começar por ter aberto o século XXI sendo reconhecida como uma nova sociedade - a sociedade da tecnologia da informação - e que vive numa condição de pós-modernidade (ao que retornarei no corpo do trabalho).

Com efeito, a sociedade urbana das cidades do início do século XXI apresenta caracterizações que permitem individualizá-la em relação a outras. Primeiro, porque é uma sociedade que habita um novo tipo de mundo, um mundo urbanizado. Segundo, porque além de urbanizado, é também um mundo globalizado. Essa globalização acontece principalmente em termos econômico-financeiros, com fluxos de capital circulando incessantemente por todos os cantos do planeta, vinte-e-quatro horas por dia, trezentos-e-sessenta-e-cinco dias por ano, em condições de tempo, espaço e escala global ainda não experimentadas anteriormente por outras sociedades. Mas que além dessas manifestações, se vê acompanhada por outras, igualmente globalizadas, que atingem em cheio as dimensões *culturais* da população planetária. Os avanços nas tecnologias de informação não só funcionaram esplendidamente para tornar os fluxos financeiros interligados globalmente, como,



também, tornaram os fatos culturais instantânea e simultaneamente percebidos em todo o globo, com a mesma intensidade e nas mesmas proporções. Terceiro, porque é uma sociedade que está, por primeira vez, traduzindo em termos reais a grande guinada de uma antiga economia de produção que se transfigura agora numa economia de consumo. Em decorrência, pode-se perfeitamente esperar que o comportamento dos habitantes dessa nova realidade urbana esteja adquirindo contornos diferenciados, um comportamento que se desenrola manifestamente *em novos tipos de espaços*. Em espaços que, progressivamente, se tornam determinantes e fundamentais para as práticas cotidianas dessa sociedade. Espaços que são percebidos como Lugares, lugares cuja morfologia representa um desvendamento das manifestações espaciais da sociedade e que, embora conformada sob feições diferenciadas, é reconhecível tanto em nível global como em nível local (como até pequenas comunidades urbanas no interior do Rio Grande do Sul se encarregarão de ilustrar).

O convite se dirige - não exclusivamente, é claro - com maior intensidade aos arquitetos, urbanistas e planejadores urbanos. Os arquitetos de hoje, mais do que os tradicionais rebeldes sociais de antigamente, transformaram-se em argutos observadores sociais. Observam aquilo que percebem ser o desejo da sociedade, para melhor materializar os elementos que povoam seus imaginários.

É bastante admissível, além disso, reconhecer que numa sociedade como a contemporânea, na qual, quase 90% de seus membros são moradores de ambientes urbanizados, sejam privilegiadas práticas comportamentais de natureza consumista, típicas das metrópoles, cidades e aglomerados urbanos, pois uma das origens dessas concentrações se prende precisamente à *urbanidade* que oferecem ao darem *lugar* a oportunidades de trocas e informações entre as pessoas e os grupos sociais. Isto por si só já bastaria para tornar aceitável a idéia de que os novos lugares urbanos apresentem como característica alguma propensão a um teor consumista. Ressalto, por outro lado, que estou mencionando “ambientes urbanizados” - justamente pelo fato de que a Humanidade escolheu, decididamente, o *urbano* como seu lócus de

vida. Mesmo que, como discuto mais demoradamente no trabalho, *cidade* talvez já seja uma definição controvertida para o que seja o *urbano* atualmente.

É preciso buscar um caminho que encurte a distância que, com apressado maniqueísmo, separa o lugar acreditado como “autêntico”, do lugar desmerecido como “inventado”. E admitir que não é possível retornar aos tempos dourados de “quando tudo era melhor” - porque não é verdade: usualmente as coisas não eram tão melhores assim - se é que o eram. Mas, sim, que é possível avançar por novas sendas, que embasem fundações para *tornar* tudo melhor.

Sem dúvida, é preciso saber mais e com mais precisão. Um primeiro passo poderá ser o de tentar imergir no mundo dos lugares de hoje, mas fazendo-o, no entanto, sem preconceitos. Como me anima o teórico de mídia e biólogo Arjen Mulder (2002, p.7): “If you want to understand a development, it’s no good standing outside the process; you have to wade into it. You have to allow yourself to be developed by the developments”.

E é mais ou menos isso que estou tentando fazer. Razão pela qual a Tese acaba partindo de questões empíricas, isto é, não se constitui em um trabalho teórico *per se*, já que não discute princípios gerais abstraídos de contextos reais: ao contrário, trata-se muito mais de um trabalho que parte de antecedentes empíricos para poder elaborar suas principais conjecturas teóricas. Conjecturas estas que são lançadas e conferidas sobre o casco de cidades jovens - como é o caso de Porto Alegre - mas que já tiveram suficiente vivência a ponto de acumular uma colagem de experiências diversificadas em seus passados, tanto as que conheceram através de um crescimento orgânico espontâneo, quanto às experiências de que foram objeto por meio de um crescimento planejado.

Justifico-me por ambicionar tão grande como o fiz nas aproximações conceituais a *lugar*, no Capítulo que o aborda em diferentes campos do conhecimento. Estou bem ciente que foi quase um contra-senso tentar fazê-lo. Por isso, para saná-lo, necessitei adotar uma postura seletiva, que privilegiou a contenção. Adotei um método que me levou a refrear-me, rigorosamente, de revolver sobre todas aquelas asserções mais

clássicas que, no passado, já foram compiladas a respeito de lugar. Principalmente pelo fato mesmo de se reportarem ao *passado*. Para poder avançar num tema que diariamente se renova, é necessário abordar, sempre que possível, autores cujas contribuições ainda estejam em debate ou, no mínimo, que ainda não estejam divulgadas com a atenção que merecem, principalmente na literatura brasileira específica. Para - aí sim - começar a argumentar através de reflexões extraídas de seus trabalhos, perscrutando sobre como cada autor entende - e enfoca - as atuais (novas) concepções de *lugar*.

Da literatura brasileira, vistoriei o possível, e gratificou-me encontrar o tema sendo abordado com familiaridade, especialmente em comunicações em congressos, através de notícias breves em revistas eletrônicas, e em alguma produção acadêmica. Um bom número delas roça com bastante proximidade o tema dos lugares criados e de sua percepção. Só que os títulos trazidos por arquitetos e urbanistas, ou, simplesmente, traduzidos, são ainda bem escassos, se contrastados à magnitude do fenômeno.

A consulta à literatura estrangeira tornou-se, então, compulsória - bem além de apenas uma opção. Aliás, penitencio-me pelo que pode aparentar um excesso de consulta em bibliografia estrangeira, particularmente a norte-americana. Isto se explica porque o fenômeno dos novos lugares, em sua atual formatação, tem como fulcro os Estados Unidos. De lá, se propaga pelo mundo todo. Os países do velho continente europeu ou da região do Pacífico-asiático já foram totalmente contaminados. Nós, nas outras Américas, estamos sendo atingidos agora. No Brasil, a manifestação dos novos lugares ainda é considerada não mais que um modismo. Nossa intelectualidade talvez ainda não tenha parado para refletir, ou simplesmente ainda não se recuperou do susto. Para preparar o terreno, então, nada melhor do que se valer do que já foi produzido, particularmente pelos norte-americanos, pois estes já tiveram certo tempo para amadurecer e construir alguns raciocínios mais elaborados.

Também por essa razão se explica que me valho muito de exemplos extraídos do contexto de cidades do mundo mais decididamente pós-industrial: é justamente por

lá que os acontecimentos - já testemunhados com maior tempo de maturação - podem alimentar e tornar mais vivas as reflexões no pensamento brasileiro.

Minha imersão no mundo hodierno dos lugares se inicia num ritmo bastante calmo. Para precaver-me de mal-entendidos, começo por uma Apresentação do lugar - daquele lugar que se constitui objeto específico tratado na Tese. Descrevo qual é esse lugar no Capítulo 1: ali dou nome e sobrenome aos lugares que me interessam aprofundar. Falo sobre sua percepção, gênese e a tipologia segundo a qual me sinto confortável em abordá-los. Posiciono-os no tempo e no espaço e conceituo o que entendo ser urbanidade e lugar da urbanidade. E introduzo a questão de projetar um lugar da urbanidade, tarefa que é quase tão desejada em nossa área, quanto difícil é de concretizar. Uma vez lançados esses componentes, de sua interação insinua-se perturbadoramente uma hipótese: a de que *os novos lugares criados nas cidades da virada do milênio* (aos quais me refiro como "lugares da clonagem") *podem se tornar lugares detentores da qualidade entendida como "urbanidade"*.

O Capítulo 2 direciona-se no sentido de tornar mais abrangente o entendimento do que é *lugar*. Para melhor proceder a esse entendimento, são apresentados pensamentos sobre lugar enunciados no diversificado número de disciplinas que abordam o tema (pelo menos, nos títulos que se tornaram mais difundidos no século passado). É nesse segundo capítulo que executo a consulta aos nomes que estão a emergir na literatura mais próxima ao *meu* lugar, de modo a conseguir estender a Conceituação de lugar, tornando-a ampla o suficiente para aquietar minhas preocupações com a imobilidade que o conceito experimenta em nosso campo. Não pretendi tornar a consulta exaustiva, mas, antes, criteriosamente seletiva. Opto por pinçar dentre os pontos abordados pelos autores, aqueles que se aproximam mais diretamente do teor de minhas discussões. Como é de esperar de quem quer defender seu ponto, vou investigar as obras de autores que me dêem argumentos para defendê-lo (se bem que, movido por razões de equidade, vejo também alguns dos autores que antagonizam o ponto. Mas, confesso que dou preferência aos que o apóiam). E ressalto ainda que, neles, busco excertos que, obviamente, possam vir em meu auxílio. Deste modo, "Não é o caso, evidentemente, de resumir o pensamento

desses autores; o propósito é identificar, neles, temas e linhas de análise que alimentaram a reflexão sobre questões relativas à cidade e à sua dinâmica”, como me aconselha Magnani (1996, p.22). Parto no encalço das trilhas que me levem a delinear com mais clareza o fenômeno dos lugares urbanos nos dias de hoje. É oportuno, também, esclarecer sobre o *modus operandi* que adotei no capítulo. Já que um dos produtos que visio obter ao rever o que as disciplinas que se debruçam sobre o tópico de *lugar* têm a acrescentar à modernização de sua conceituação, ao abordar o variado leque de disciplinas não estarei trazendo a visão, por exemplo, de um antropólogo sobre lugar: por mais que o quisesse, não poderia. O que trago é a visão que um arquiteto-urbanista *assimila* como sendo a visão do antropólogo, sobre *lugar*. Interessa muito mais a construção dessa visão, porque ela é que ajudará a forjar a transdisciplinaridade que nossa área deve aprender a incorporar à sua ambição de criar *lugares*.

No Capítulo 3 me coloco mais à vontade ao debater como pode ser procedida a *Investigação do lugar* (ou como acredito que possam ser feitas essas investigações). Para isto, faço uma “dissecação” de lugar, examinando-o sob um enfoque agora teórico-prático, já que me embaso não somente em idéias e teorias, mas me valho de constatações empíricas adquiridas em meus antecedentes como pesquisador. Quase como um dever de ofício, apresento versões resumidas de pesquisas que coordenei, e que me legaram subsídios para muitos dos aspectos e idéias que discuto aqui. Vou buscar os lugares da urbanidade em suas origens empíricas, e o faço de olhos bem abertos para escrutinar suas manifestações, principalmente nas áreas centrais de Porto Alegre. Faço o mesmo em relação aos lugares da clonagem, abrindo agora um olhar para o mundo. E o faço, novamente, de olhos bem abertos (embora com cuidado de antepor algum filtro para aplacar os eventuais excessos de brilho). Muitos desses lugares mundiais da virada do milênio são gerados com o intuito de atrair visitantes. Os arquitetos responsáveis por sua criação são, em grande número, nomes estelares, - arquitetos “de grife” - chamados especialmente para acrescentar um toque a mais no refulgir dos lugares que desenham. No entender do filósofo Alain de Botton, nada de extraordinariamente novo por aí também. De Botton (2004) fala que há mais de 150 anos John Ruskin observava que a arquitetura tinha duas missões: a

de prover abrigo, por um lado; e a de glorificar, por outro. E neste último podem muito bem se situar os novos lugares e suas formas portentosas, criadas de modo a incrementar o status das cidades que os contrataram. E, deste modo, tornam-se tentativas de conferir dignidade aos seus ambientes, o quê, seguramente, é uma tradicional e séria função a atribuir à arquitetura e urbanismo. O Capítulo 3 prossegue com anotações relativas à *Projetação de lugar*, preocupação que decorre quase naturalmente. A idéia de que se pode estar frente a um processo equivalente ao de uma clonagem é aí lançada. E são igualmente trazidos à discussão os procedimentos que estariam cercando o processo de clonagem empregado nesse tipo de “fazer lugares” (“placemaking”), que é complementado por um instrumento de uso muito disseminado nas práticas arquitetônico-urbanísticas da pós-modernidade, o marketing do lugar (“placemarketing”).

Entretanto, me interessa ir um pouco além desse estágio: quero especular sobre as conseqüências que podem decorrer da prática de gerar lugares da clonagem - do construir lugares para as pessoas. Parece haver margem para um passo a mais nas discussões relativas ao ideal de *construir lugares para as pessoas*. E o Capítulo 4 tenta dar este passo, propondo um escopo mais amplo: o de perscrutar sobre as possibilidades de *construir melhores lugares para as pessoas*. Com esta meta em mente, o Capítulo aborda as variações que podem decorrer das tentativas de clonar a urbanidade e aponta para a possibilidade de uma *Variação na percepção de lugar*, empregando-a no aumento da qualificação do ambiente urbanizado.

Previsivelmente, o passo seguinte será o de ingressar no mundo real das cidades gaúchas, mas já sob o efeito do que foi assimilado nos capítulos precedentes. Prossigo, então, apresentando uma *Ilustração de lugares em cidades gaúchas*, no Capítulo 5. Início com a Usina do Gasômetro, em Porto Alegre; abordo os lugares da Serra Gaúcha, especialmente na Região das Hortênsias; sigo o percurso pela serra, chegando à cidade de Serafina Corrêa; retorno a Porto Alegre, trabalhando primeiro o lugar criado pelo projeto do DC-Navegantes; e, em seguida, o Aeroporto Salgado Filho, com seu lugar-complexo-multifuncional.

Finalmente, após a breve travessia efetuada através do mundo dos lugares, formulo o

que vejo como *A lição dos lugares da clonagem*, emitindo as conclusões possíveis de extrair das reflexões teóricas, teórico-práticas e práticas que pude ponderar ao longo da Tese. Tudo para tentar levantar aquela *dúvida razoável* sobre a qualidade dos lugares inventados e sua pertinência nos contextos urbanos em que vivemos. De modo a, pelo menos, estabelecer que não há unanimidade em sua empedernida e impiedosa rejeição. Afinal, as 500 milhões de pessoas que visitaram a Disneylândia até janeiro de 2004 não podem estar todas erradas (e se estiverem erradas, não serei eu quem se candidatará a ensiná-las sobre a maneira correta pela qual devem viver suas vidas).

A partir deste ponto, abandono meu estilo informal de narrativa na primeira pessoa do singular e - acatando aconselhamentos - adoto a primeira pessoa do plural, reconhecidamente mais sisuda e apropriada para uma Tese. A seguir, passo a apresentar e debater meus questionamentos e minhas tentativas de entendimento dos lugares de hoje, tal qual a contemporaneidade de nossa sociedade os está desenhando.





## 1 APRESENTAÇÃO DO LUGAR

Com o intuito de facilitar a familiarização com as principais conceituações referenciais invocadas ao longo deste trabalho, bem como com as interpretações aqui adotadas a respeito de tais conceituações, optou-se por apresentá-las compiladas sob a forma desta *Apresentação ao (nosso) Lugar*, isto é, conforme *lugar* é entendido nos termos do presente texto. Embora mais estendida do que um simples glossário, esta Apresentação traz excertos de definições que serão mais elaboradas e retomadas mais adiante, ao longo do texto. A antecipação dessas definições dá-se em nome de favorecer uma visão mais completa sobre o conjunto do trabalho. De modo genérico, pode-se dizer que a visão preambular privilegiará apenas a abordagem dos componentes que participam de forma mais ativa nas discussões que se estabelecem ao redor de nossa hipótese, a premissa focal no trabalho: *os novos lugares criados nas cidades da virada do milênio - aqui referidos como "lugares da clonagem" - podem se tornar lugares detentores da qualidade entendida como "urbanidade"*.

### *E por quê essa preocupação merece ser discutida?*

Fácil de prever: tal indagação advém das inquietações pessoais de um pesquisador que claramente detesta não entender as coisas, e que em sua percepção do mundo urbano atual, ainda que se depare com pessoas demonstrando desfrutar prazerosamente de suas experiências de vida nos novos lugares oferecidos nas cidades contemporâneas encontra, igualmente, críticos ferozes que os descartam como meros produtos de consumo, taxando-os de incapazes de despertar valores existenciais minimamente consistentes. Esta é, então, a questão que se busca investigar ao longo do trabalho. Para assim poder articular a construção de um ponto de vista sobre o assunto, trazer uma segunda opinião - atribuir aos lugares da clonagem algo como um *benefício da dúvida* quanto à oportunidade de sua existência.

Interessa-nos apreciar - com a imparcialidade que se fizer possível - a parcela de contribuições que a construção de novos lugares poderá trazer à qualidade de vida

das pessoas nas cidades e ao nível de desenvolvimento urbano a ela associado. E, eventualmente, para contribuir em um aumento dessa qualidade de vida. Aliás, nisto reside uma pré-condição sobre a qual depositamos um peso muito forte: tem-se como imperiosa a necessidade de tornar a vida em cidades melhor. Não por tentar reviver um idílico modo de vida incitado por anseios muitas vezes apenas nostálgicos, mas, sim, por tentar descobrir com cada vez maior coerência o que querem os habitantes dos ambientes urbanos, qual o tipo de lugar que para eles se fará mais gratificante. Mesmo que esses lugares lhes sejam algumas vezes ofertados através de caminhos indiretos ou que percorram vias envolvendo procedimentos mercadológicos.

Aproximadamente 80% da população brasileira vive em meios urbanos: a busca de melhor qualidade de vida nesses meios é uma meta da qual ninguém ligado ao estudo e ao desenho do ambiente construído pode sequer cogitar em desviar-se; e, ao mesmo tempo, imagina-se que uma bem articulada oferta de lugares urbanos pode abrir perspectivas benéficas para o aperfeiçoamento dessa qualidade. Propõe-se, então, que o presente trabalho se torne um estimulador de um número maior de pesquisas sobre a temática dos lugares urbanos e, mais particularmente, sobre os novos tipos de lugares que vêm sendo introduzidos no ambiente urbano. E que contribua para promover o lançamento de bases com as quais trabalhar sobre uma temática sabidamente polêmica, mas cuja abordagem necessita ser conduzida através de investigações que saibam isentar-se de preconceitos paralisantes, sem ceder a apriorismos fáceis e evitando pré-julgamentos precipitados. Trazendo à tona indagações que possam se tornar reveladoras de como é a experiência de viver melhor em cidades no século XXI, enquanto se desfruta dos benefícios proporcionados por lugares que se abrem à percepção humana como carregados de urbanidade.

Como fazer isso?

## 1.1 A PERCEPÇÃO DE LUGAR

As relações entre as pessoas e os espaços, além da evidente correspondência física que forçosamente entre eles se estabelece, tem um forte componente psicológico. As pessoas se *sentem* melhor em certos espaços. Ou, em outras palavras, certos espaços se distinguem dentro do Espaço maior onde se situam as pessoas e, ao se distinguirem, se tornam percebidos de maneira diferente. Em geral, são espaços percebidos como detentores de qualidades. Diz-se, então, que esses espaços são *percebidos* como *lugares* por seus usuários. Suas qualificações habilitam-nos a serem percebidos como um lugar, delimitado dentro do espaço maior que constitui o todo da cidade. Isto é: permitem distinguir um *lugar* de um *espaço*.

É possível aceitar-se, então, que por trás da identificação de um lugar encontre-se presente todo um processo de valoração do espaço, que pode muito bem ser atribuído à percepção que as pessoas têm (ou que virão adquirir) a respeito desse espaço. Mas, e o quê fornece as bases para que essa percepção se desenvolva? É a presença de estímulos ambientais. Estímulos das mais diversas naturezas, emitidos a partir de fatos ambientais que guardam relação não só com a natureza objetiva e material dos elementos do ambiente, como igualmente com sua natureza subjetiva - imaterial e imponderável. E - substancialmente - expressos como produto das interações entre as pessoas e o ambiente.

Em nossos trabalhos de pesquisa urbana temos privilegiado o emprego de metodologias e técnicas da área de Percepção Ambiental, área que tem se mostrado extremamente valiosa para melhor revelar o que se passa nas relações pessoas-ambiente. Um dos caminhos oferecidos pela área de percepção ambiental para identificar *lugares* é instruído pela expressão dos fenômenos percebidos pelos usuários em suas experiências existenciais. Com isto, os trabalhos adquirem uma forte conotação fenomenológica. A Fenomenologia, recorde-se, é uma tradição filosófica originalmente postulada pelo filósofo alemão Edmund Husserl no início do século XX. Como é comum entre as tradições filosóficas, também a fenomenologia

recebeu diferentes ênfases, estilos e escolas, principalmente através das contribuições de filósofos como o alemão Martin Heidegger (1979) e o francês Maurice Merleau-Ponty (1996), que trouxeram mudanças sensíveis em termos de mover a corrente da direção *transcendental* que lhe infundiu Husserl, em direção a uma corrente *existencial* propugnada pelos dois últimos pensadores.

Em uma visão bastante sintetizada, como a que nos traz o geógrafo e professor de arquitetura David Seamon (2000), a fenomenologia é a exploração e descrição de fenômenos, fenômenos estes que se referem a coisas ou a experiências assim como as experimentam os seres humanos. Neste caso,

Any object, event, situation or experience that a person can see, hear, touch, smell, taste, feel, intuit, know, understand, or live through is a legitimate topic for phenomenological investigation. There can be a phenomenology of light, of color, of architecture, of landscape, of place, (...), of jealousy, (...), of economy, of sociability, and so forth. All of these things are phenomena because human beings can experience, encounter, or live through them in some way (SEAMON, 2000, p. 3).

A abordagem fenomenológica vem sendo aplicada a temas da área de Arquitetura e Urbanismo, trazendo contribuições úteis à detecção dos fenômenos atuantes na percepção dessa qualidade tão ansiosamente buscada pelos projetistas que se chama “lugar”. Essa aproximação metodológica passou a receber impulsos mais vigorosos a partir do reexame dos paradigmas que constituíram o traço distintivo das visões modernistas da primeira metade do século XX. Acompanhando o curso dessas revisões, um considerável incremento em termos de novas teorizações paradigmáticas passou a vicejar nos debates temáticos em pauta no âmbito do que está sendo denominado de Pós-modernismo, sendo, muitas delas, importadas de outras áreas disciplinares. Como observa a arquiteta Kate Nesbitt, em sua alentada antologia sobre teoria da Arquitetura,

One aspect of this interdisciplinarity is the reliance of architectural theory on the philosophical method of inquiry known as phenomenology. (...) this philosophical thread underlies postmodern attitudes towards site, place, landscape (...). Recent theory has moved towards (...) the body's interaction with its environment. Visual, tactile, olfactory, and aural sensations are the visceral part of the reception of architecture, a medium distinguished by its three-dimensional presence (NESBITT, 1996, p. 28).

## 1.2 A GÊNESE DE LUGAR

Das pioneiras tentativas de Lynch (1968), em 1960, das quais se destaca a de isolar a importante qualificação ambiental que o planejador urbano norte-americano denominou de "imageability"<sup>1</sup>, algumas revisões e novas proposições foram ensaiadas em outras áreas disciplinares, todas com a intenção de construir uma definição para *lugar*. Uma das mais consagradas vem da psicologia, enunciada por David Canter, em 1977, e que explica, já na primeira página de seu conhecido livro "The Psychology of Place", que a discussão "It is about those units of experience within which activities and physical form are amalgamated: places" (CANTER, 1977, p. 1), ou seja, que o lugar seria uma unidade socio-física de experiência ambiental, constituindo um "pattern" eco-comportamental presente no ambiente. Outra contribuição que se tornou igualmente muito difundida vem da geografia, trazida por Edward Relph (1976), que observa que o significado de lugar, mesmo ancorado em atividades e configurações físicas, não é propriedade dessas características, mas, das intenções e experiências humanas que as povoam.

Dentro de uma visão assim estabelecida, pode-se então enunciar que lugar é um espaço qualificado, ou seja, um espaço que se torna percebido pela população por motivar experiências humanas a partir da apreensão de estímulos ambientais. Tais estímulos podem ser muito diversificados - tão diversificados quanto o são as

---

<sup>1</sup> De acordo com Lynch, "(...) that quality in a physical object which gives it a high probability of evoking a strong image in any given observer.(...) It might also be called *legibility*, or perhaps *visibility*, in a heightened sense, where objects are not only able to be seen, but are presented sharply and intensely to the senses" (LYNCH, 1968, p. 9-10).



Fig. 1.1 - Gramado: rua coberta.  
Foto: Lineu Castello.



Fig. 1.2 - Rua Fernando Gomes,  
Porto Alegre. Foto: Lineu Castello.



Fig. 1.3 - Calçadão Ipanema, Porto  
Alegre. Foto: Juliana Schettert.



Fig. 1.4 - Mercado Público, Porto  
Alegre. Fonte: Internet.



Fig. 1.5 - Esquina Democrática,  
Porto Alegre. Fonte: Internet.

relações entre as pessoas e o ambiente. Mesmo assim, é possível trazer algumas exemplificações que rapidamente sirvam de ilustração de como um lugar pode acontecer:

*Por uma narrativa* - comentários sobre o prazer de ter freqüentado a “rua coberta” em Gramado, na Serra Gaúcha, por exemplo, pode torná-la um ponto de interesse coletivo.

*Pela fama* - a soma de muitas narrativas pode acabar trazendo notoriedade a um espaço de uma cidade, do quê, um exemplo bastante rico poderia ser fornecido pela chamada “calçada da fama”, como ficou conhecido um trecho do bairro Moinhos de Vento em Porto Alegre, compreendendo partes das ruas Fernando Gomes e Padre Chagas.

*Pelos dons naturais* - o desfrute de um panorama como o oferecido no “morro da TV” em Porto Alegre, ou um passeio no “calçadão de Ipanema” na mesma cidade, contêm estímulos naturais suficientes para ajudar a fazer acontecer um lugar.

*Por associação a um prédio histórico* - assim como na maioria das grandes cidades brasileiras, também o Mercado Público de Porto Alegre é ponto de intensa concentração e convívio de pessoas e atividades.

*Por associação a atos políticos* - diversos comícios e manifestações cívicas ocorrem na esquina da rua da Praia com a avenida Borges de Medeiros em Porto Alegre, estimulando a percepção dessa “esquina

democrática” como um lugar da cidade, como hoje efetivamente o é.

*Por associação a tradições locais* – o brique da Redenção na avenida José Bonifácio tornou-se um ponto de encontro tradicional do porto-alegrense nos fins de semana, quando é montada a feira de antiguidades e quinquilharias.

*Pela construção que se faz de uma emoção* – como a que é trazida aos torcedores que se reúnem para apoiar seu time no “Estádio Beira-Rio” ou no “Estádio Olímpico” em Porto Alegre, lugares que concentram a febril atmosfera de paixão popular que se manifesta por um esporte.

*Pela construção de uma fantasia, uma ilusão, uma “imagem”* – estar em frente ao “Palácio dos Festivais” em Gramado, onde já estiveram os grandes nomes do cinema nacional e latino, cria uma imagem que evoca o contato próximo com celebridades, a ponto de transformar aquele espaço num lugar de visita obrigatória.

*Pela oferta de conveniências, de utilidades práticas, de facilidades tecnológicas* – o início do hábito de freqüentar o “postinho”<sup>2</sup> da avenida Nilo Peçanha em Porto Alegre, como um lugar de intenso convívio jovem tem, certamente, muito a ver com o



Fig. 1.6 - Brique da Redenção, Porto Alegre. Foto: Cecília Rocha.



Fig. 1.7 - Estádio do Sport Club Internacional, Porto Alegre. Fonte: Internet.



Fig. 1.8 - Festival de Cinema de Gramado. Foto: Lineu Castello.



Fig. 1.9 - “Postinho” da Nilo. Foto: Lineu Castello.

<sup>2</sup> Na avenida Nilo Peçanha existe um posto de abastecimento de combustíveis que alia, à oferta deste serviço, a oferta de vários outros bens e serviços genericamente denominados como “conveniências”.



Fig. 1.10 - Lago Joaquina Bier, Gramado. Foto: Lineu Castello.

acesso às conveniências originariamente disponíveis naquele local.

*Pela oferta de uma fruição sensorial, de um refrigerio - desfrutar do “ar da Serra Gaúcha” torna as cidades daquela região pródigas em oferecer um lugar que favorece o deleite sensorial, assim como também o*

faz um passeio às margens do “lago Joaquina Bier”, em Gramado, consagrado como um lugar dos mais apreciados da cidade serrana.

Claro está que uma lista como esta pode muito bem se tornar infindável. Para evitar sua excessiva dispersão, porém, o que se pode fazer é tentar concentrar algumas das categorias, aproximando-as pelas afinidades que porventura possam apresentar entre si. Nesses termos, poder-se-ia dizer, então, que a percepção de um lugar pode se fazer, por exemplo, a partir da apreensão de estímulos de natureza *socio-cultural* (que estariam agrupando os recortes: narrativas, história, tradição, etc); ou de natureza *morfológico-imagética* (dons naturais, estética, fama, representação de fantasia, etc); ou, finalmente, de natureza *fruitivo-funcional* (conveniência, utilidade, fruição sensorial, refrigerio, prazer).

Com isso, teríamos três grupos de estímulos originários de três grandes cepas, que tentativamente classificamos como sócio-culturais; morfológico-imagéticas; fruitivo-funcionais; mas que são, todas, resultantes da interação entre pessoas e ambiente. Apreciar os lugares percebidos por uma associação a esses *tipos* de estímulos nos interessa particularmente, pois com isto, podemos passar a abordá-los em dimensões mais sistemáticas e, conseqüentemente, tentar estabelecer reflexões de cunho mais acentuadamente teórico.

### 1.3 TIPOS DE LUGARES

Há um grupo de interações entre pessoas e ambiente no qual se pode ressaltar o papel que desempenha a dimensão espacial, uma dimensão que envolve fenômenos



relativos à natureza física dos lugares, à sua constituição material, à objetiva morfologia de que são feitos - um papel que acentua as experiências relativas a uma “aura” de que se cerca o lugar, mesmo que, às vezes, uma aura apenas “abstrata”, não mais que um halo invisível que desponta das interações pessoas-ambiente, suficiente, porém para marcar o lugar. Material ou abstrata, esta aura terá sido adquirida em função de qualificações naturais, frutivas, sensoriais, paisagísticas, enfim, uma aura estimulada por elementos do imaginário *espacial* local.

Há uma outra situação na qual as interações estabelecidas entre as pessoas e o ambiente envolverão fenômenos de natureza mais subjetiva, fenômenos que absorvem as histórias de um lugar - que se originam das ficções e dos contos populares que fluem dessas interações subjetivas - e que ressaltam o papel executado pela dimensão temporal, uma dimensão que embora carregada de imponderabilidades, envolve também as formas materiais que abrigam tais abstrações. Os lugares nessa categoria se qualificam a partir de uma evocação da “memória” coletiva das pessoas a respeito de fenômenos do ambiente onde vivem essas pessoas, evocam a formação histórica de sua cidade, evocam as formas construídas de acordo com os padrões arquitetônicos vigentes em diferentes períodos históricos, e evocam lendas, enfim, resultam de fenômenos da memória estimulada por elementos do imaginário *temporal* local.

E há uma situação que é compartilhada pelas duas anteriores, mas que se origina primordialmente da interação entre pessoas-pessoas, a dimensão social é que é a prevacente, uma dimensão que envolve fenômenos associados aos contatos interpessoais, ressaltando elementos do imaginário *social* local.

Ao tipo de lugar originário de estímulos que apresentam um viés direcionado para o lado espacial chamaremos de lugares da Aura. Ao tipo de lugar cujo viés tende a privilegiar a dimensão temporal, denominaremos lugares da Memória. E ao tipo de lugar cujo foco se dirige à interação que começa com as relações interpessoais no ambiente considerado, designaremos como lugares da Pluralidade.

Todas as três designações se originam da interação entre pessoas e ambiente, se bem

que a ênfase inicial do foco daquela última se volte às relações interpessoais. As três têm, portanto, uma origem comum e são afins. Não obstante isto, uma nuance pode ser notada: os lugares da Aura e da Memória atravessam um *continuum* de gradações que, embora levemente diferenciadas, terminam por convergir. Seu momento de convergência se dá em cima de uma característica que, precisamente, os amarra entre si: são todos lugares *plurais*, são centros de diversidade, locais onde, por força de serem inerentemente coletivos, se oferece, se troca, se constrói uma Pluralidade.

Ora, assim se torna mais claro o papel que têm a desempenhar as categorias que selecionamos anteriormente na criação de um lugar. A Pluralidade assume um papel de fenômeno determinante, condição *sine qua non* na constituição do lugar, visto que, sendo o lugar uma construção social, sua pluralidade é o que necessariamente estará a lhe garantir a dimensão social indispensável em sua experiência. E Aura e Memória, por seu lado, intervêm nesta constituição, visto habilitarem a formação das *imagens* mentais por ressaltarem os elementos do imaginário espacial e temporal que povoam as mentes dos usuários.

São estes últimos os fenômenos intervenientes que evocam imagens, consubstanciam a imaginação, acionam a faculdade de trazer à lembrança imagens percebidas - ou de formar novas imagens através da combinação de idéias - pelas quais o lugar comunicará sua existência. São estas as dimensões envolvidas na constituição de um lugar, iniciado pela experiência coletiva vivida com a *pluralidade* presente no lugar, e completado com as imagens estimuladas pela *aura* e/ou *memória* que modelam a configuração daquele lugar.

Acrescente-se que os fenômenos arrolados, conforme observado, não são mutuamente exclusivos. Pelo contrário: somam-se e se interpenetram. Um marco da *memória* coletiva da cidade que se destaca por seu significado histórico, pode também se destacar pela *aura* de apazibilidade sensorial que o qualifica; ao passo que o halo trazido pelo fenômeno da *aura* que circunda aquele lugar, associado à força do enraizamento histórico adquirida pelo lugar em sua evolução, agrega-se na produção da *pluralidade* que marcará definitivamente a percepção daquele espaço como um *lugar*.

Este aspecto só vem aumentar substancialmente nosso interesse pelo tópico, pois reforça a intensa conotação social que atribuímos ao conceito de lugar: nele nos interessa, sobremaneira, o caráter social que os lugares apresentam, a construção social que marca suas gêneses e a pluralidade que os nutre e os mantém vivos - a pluralidade com a qual se constrói socialmente um lugar.

Um dos mais rigorosos e recentes reexames da teoria do lugar - tão recente a ponto de já incorporar a variedade que as perspectivas teóricas e conceituais sobre o tema adquiriu nos tempos pós-tradicionais de hoje - o livro "Textures of Place" postula, já em suas primeiras páginas, a condição de que "(...) place is socially produced and constructed and, moreover, (...) imagination plays a critical role in that construction" (ADAMS; HOELSCHER; TILL, 2001, p. xxi). Ou seja: há uma construção social na formação do lugar e, nela, encontram-se presentes fenômenos que integram o repertório do imaginário social. Na verdade, os autores estão com isto apenas consagrando uma assertiva exposta pelo inglês David Lowenthal, professor emérito de geografia que, em artigo mais antigo, que veio a se tornar "One of the seminal essays of the past half-century, [it] argued for the role of experience and imagination in the shaping of geographical knowledge" (LEY, 2001, p. 6)<sup>3</sup>. Com efeito, o argumento nos interessa de perto, pois assinala o compartilhar do papel da experiência vivida socialmente (a Pluralidade) e da formação da imaginação (por Aura e Memória) na construção da lugaridade.

### 1.3.1 Lugar da Aura

O lugar da aura reverte à idéia de lugar em sua acepção mais clássica, associando-a

---

<sup>3</sup> O artigo a que LEY se refere é: LOWENTHAL, David. *Geography, Experience, and Imagination: Towards a Geographical Epistemology*. In **Annals of the Association of American Geographers** 51, 1961, p. 241-260.

ao que é conhecido na literatura como o *genius loci*<sup>4</sup>. O “gênio do lugar” é na verdade, um conceito dos antigos romanos que ganhou alentada proeminência na literatura arquitetônico-urbanística moderna, após a minuciosa e poética abordagem realizada pelo arquiteto norueguês Christian Norberg-Schulz (1980) em sua famosa obra “Genius Loci. Towards a Phenomenology of Architecture”. Nossa idéia de Aura como estimuladora da percepção de lugar na cidade de hoje, começa pelo *genius loci* presente naturalmente no lugar e se estende até a criação de notoriedade que o ser humano faz a respeito de um lugar. Assim, pelo menos teoricamente, na categorização que se ensaia aqui a respeito dos lugares da Aura, pode-se partir por registrar um lugar da aura natural, onde predomina a afloração do *genius loci* natural; e seguir, progressivamente, ao longo de uma gradação que nos irá conduzir a um lugar da aura cultural, onde claramente predominam as marcas deixadas por uma ação humana.

A praça da Alfândega, em Porto Alegre, pode nos fornecer ilustrações quanto à manifestação da aura como estimuladora da percepção deste tipo de lugar urbano. O lugar praça da Alfândega instalou-se no que foi originariamente um lugar da aura natural. A ocupação inicial do território que abriga a atual praça da Alfândega se iniciou por uma associação a bases naturais: era naquela área que se localizava o que o gênio do lugar indicava como sendo o mais fecundo para alojar o porto que os primeiros habitantes necessitavam para realizar suas experiências de vida na cidade. O eixo estabelecido para conectar a praça ao porto, a avenida Sepúlveda, é um lugar percebido até hoje como evocativo da presença da água no centro da cidade de Porto Alegre<sup>5</sup>. Isto tem toda a probabilidade de estar associado à aura que o lugar veio a

---

<sup>4</sup> Do Latim: *genius*, espírito + *loci*, genitivo singular de *locus*, lugar. O termo faz conotações à atmosfera especial de um lugar e ao espírito que guarda aquele lugar. Cf. **The American Heritage Dictionary of the English Language**, 4<sup>a</sup> Ed., 2000, atualizado em 2003: Houghton Mifflin Company.

<sup>5</sup> Conforme pesquisas empregando metodologias de percepção ambiental realizadas no local, nas quais tivemos participação direta. Ver, por exemplo: CASTELLO, Lineu. *A Percepção em Análises Ambientais. O Projeto MAB/UNESCO em Porto Alegre*. In DEL RIO, Vicente; OLIVEIRA, Livia de (orgs.), **Percepção Ambiental: A Experiência Brasileira**. 2<sup>a</sup> ed. São Paulo: Studio NOBEL/UFScar, 1996, p. 23-38.

adquirir. Curiosamente, a mesma praça da Alfândega atinge uma alentada aura de lugar *cultural* quando aloca a Feira do Livro, evento de natureza anual, durante o qual a praça - como acontece ainda nos dias de hoje - se transfigura e funciona como uma verdadeira *ágora* da cidade<sup>6</sup>.

Norberg-Schultz nos ensina que o ambiente construído não é apenas resultante de ações arbitrárias do ser humano, mas revela a presença de uma estrutura e o registro de significados existenciais: “These meanings and structures are reflections of man’s understanding of the natural environment and his existential situation in general” (NORBERG-SCHULZ, 1980, p. 50), ressaltando que “(...) it is of great existential importance to come to terms with the genius of the locality where his life takes place” (NORBERG-SCHULZ, 1980, p. 18). A aura, no entanto, pode ser criada: pode-se inculcar “genialidade” a um lugar a partir de atos de linguagem e de gestualidade, como ensina o clássico professor da geografia cultural-humanista Yi-Fu Tuan, quando descreve

(...) the deliberative acts of creating and maintaining place for which speech, gesture, and the making of things are the common means. Words have great power in creating place. (...) City people are constantly ‘making’ and ‘unmaking’ places by talking about them. A network of gossip can elevate one shop to prominence and consign another to oblivion. (...) in a sense, a place is its reputation (TUAN, 1980b, p. 6).<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Outras ilustrações poderiam igualmente ajudar a compreender a aura do lugar. Para os porto-alegrenses, por exemplo, não será difícil entender que o pôr-do-sol na Usina do Gasômetro pode atribuir àquele lugar características que o transformam num *lugar da aura natural*. Assim como será bem pouco custoso entender que o Largo do Papa pode ser dito como um *lugar de aura cultural*. Talvez o entendimento de que o lugar “Faculdade de Arquitetura” seja um *lugar da aura cultural* já exigirá uma imersão na memória cultural da cidade. A aura que se criou a respeito das reuniões-danças promovidas pelos estudantes da Faculdade de Arquitetura da UFRGS nos anos 1960s e 1970s, originada a partir das narrativas de seus frequentadores, não tardou a se espalhar por meio de uma extensa rede de comentários que circulou entre boa parte da população (não só estudantil) da cidade. Isto não tardou a conferir àquele edifício o status de *locus do povo* “radical-chic” de Porto Alegre na época, aura que ocasionalmente teima em ser revivida.

<sup>7</sup> Ver também: TUAN, Yi-Fu. *Language and the Making of Place: A Narrative-Descriptive Approach*. In *Annals of the Association of American Geographers*, 81(4), 1991, p. 684-696.

### 1.3.2 Lugar da Memória

Antes de qualquer elaboração, é apropriado lembrar que são as pessoas e o uso que essas pessoas fazem do ambiente construído o quê, com o tempo, pode conferir o status diferenciado que os lugares urbanos desfrutam nas cidades. Claro está que, sublinhar a hipótese da associação de lugar com a passagem do tempo implicará aprioristicamente a consideração de que existem, imbricados na noção de lugar, fenômenos associados não só à história como também à memória das cidades. Assim, como aspira ardorosamente Lynch, o lugar da memória será representativo tanto do patrimônio construído listado pelos *cognoscenti*, comemorando sua importância histórica e arquitetônica, quanto das memórias que as pessoas têm “(...) giving a locality a memorable and specific character to which the user may attach himself and his thoughts and feelings. (...) Then we might begin to commemorate the histories of ordinary people in ordinary places” (LYNCH, 1975 in BANERJEE & SOUTHWORTH, 1991, p. 630 e 633).

Em Porto Alegre, novamente a praça da Alfândega pode ser bem representativa, também, desses lugares da memória. Entre a materialidade de seus prédios históricos, conservados pelo valor arquitetônico, imiscuem-se etéreas lembranças de acontecimentos do passado da cidade, evocadas por locais que conectam as edificações históricas à memória dos feitos comuns da gente comum em lugares comuns (mais ou menos como nos diz Lynch na locução acima) - à memória de mitos e de tradições da vida urbana. Muitos recordarão que, na praça, por exemplo, associado à fachada do cinema Imperial, se localizou um dos mais notáveis *lugares* de Porto Alegre, marcado fortemente pelo entretenimento trazido não só pelo conteúdo dos filmes exibidos no interior do cinema, como pela atmosfera esfuziante que as iluminadas calçadas e as feéricas marquises dos cinemas dos meados do século XX costumavam criar. Como observado por S. Charles Lee, um dos líderes da arquitetura de cinemas do período Art Deco dos anos 1930s (Los Angeles, EUA), “the show starts on the sidewalk” (VALENTINE, 1994 apud MARLING, 2001), ou seja, o lugar da edificação é parte da fantasia, e a calçada é um *lugar*.

Fatos como este, acrescidos de outros como, por exemplo, acompanhar o desfile da entrada dos grandes bailes com que o vizinho Clube do Comércio fascinava a população daquela época, podem passar despercebidos por boa parte dos atuais freqüentadores da praça, cujo perfil é hoje marcado por funcionários que usam as altas e modernas construções que a circundam e por elementos dos estratos mais populares, congraçando desde executivos e profissionais, a desocupados e marginais.

A multidão apressada de hoje, que come seus lanches rápidos no McDonald's local ou esgueira-se entre os indesejados malandros que perturbam o cotidiano da praça, pode apenas ter ouvido falar sobre esses lendários acontecimentos. Só que eles mesmos, talvez até sem o saber, estão permanentemente fabricando novas memórias que, num futuro não muito distante, se incorporarão ao repertório da *memorabilia* que compõe o lugar *Praça da Alfândega*. E que irão se transformar em um lugar como esse, que em algum tempo da história da Praça talvez já tenha sido um lugar da *Aura* e que hoje é um lugar da *Memória*. Um lugar da *Memória* consagrado pela vivência comunitária, pois quando construído “by the buildup of overlapping memories of individual and shared experience, a place becomes sacred to a community” (CARR et al, 1995, p. 20).

É um lugar da memória cuja relação com lembranças de lendas e tradições da vida cotidiana é tão forte e tão direta que permite explorar uma pequena distinção, induzindo-nos a chamar a este tipo de lugares, lugares da memória *tradicional*.

De modo simultâneo, em outro sítio da mesma praça da Alfândega, mais um tipo de fenômeno se encontra em ação: naquele canto da praça se aloja o lugar da memória que é mais fecundamente revelador da História da praça. O lugar em questão compreende o trecho onde a praça fazia linde com os primordiais equipamentos públicos da cidade, os prédios da Delegacia Fiscal e dos Correios e Telégrafos, intermediados pela Avenida Sepúlveda, cujo imponente traçado conecta a praça ao cais do porto da cidade. É ele o lugar onde se pode *ver* a História do antigo Porto dos Casais, nome pelo qual Porto Alegre já foi conhecida, representada por um *lugar* materialmente construído em tijolos e pedras. Dessa maneira, ainda uma outra gradação nos lugares da memória pode ser reconhecida. Chamaremos, a esses outros,

de lugares da memória *histórica*.

Por último, não será demais lembrar que a memória urbana nos recorda quem nós somos e de onde nós viemos (e que, mesmo em nossos mais sagrados espaços urbanos públicos, alguma forma de trocas comerciais tem sido sempre admitida, ainda que apenas uma singela carrocinha vendendo pipoca, ou um cinema vendendo ilusão).

### **1.3.3 Lugar da Pluralidade**

O lugar do lazer, do prazer, da mistura, do contrastante, dos “outros”, das diferenças, ou seja, aquela almejada diversidade que Jane Jacobs (1972) cobra tão acirradamente dos urbanistas da corrente Modernista; ou a sociabilidade espacial pela qual William H. Whyte (1990; 1990b) sempre batalhou com profundo ardor; ou, ainda, até mesmo a materialização dos espaços que configuravam a escala gregária do setor central de diversões previsto por Lúcio Costa (1962) para Brasília.

Dentro desse enfoque, a interface da (mais uma vez) praça da Alfândega com a rua da Praia compõe um exemplar bastante claro do que vem a ser um lugar da pluralidade.

Assim como nos lugares da Memória e da Aura, também nos lugares da Pluralidade podem ser notadas algumas nuances classificatórias. São duas as distinções que nos chamam a atenção: distinguimos os lugares da pluralidade *heterotópica* dos lugares da pluralidade *privatópica*, uma dicotomia de cunho obviamente teórico, mas relevante para o desenvolvimento deste projeto.

A expressão heterotopia é empregada no sentido que lhe dá o filósofo Michel Foucault (1997), significando o uso por diferentes grupos étnicos ou sociais de um lugar em que convergem os “outros”, como em “shopping malls”, museus, grandes estações de transporte. Foucault distingue as heterotopias, pois elas é que podem fornecer as percepções mais agudas a respeito da ordem social.



Em contraste, há outros lugares plurais, que chamaremos de privatopias, que seriam compostos por mundos unidimensionais, freqüentados por um grupo homogêneo de pessoas, como aqueles que se encontram em bairros residenciais, em um campus universitário, ou nos casulos dos condomínios cercados, por exemplo. O assunto dos encasulamentos privativos tem sido abordado até de maneira particularizada, destacando-se o quê a teoria urbanística está começando a estudar precisamente sob a denominação “privatopia”, graças ao nome do livro que difundiu de forma mais sistematizada o registro do fenômeno, de autoria do planejador urbano Evan McKenzie (1994). Bem ao contrário das interfaces heterotópicas, que induzem a mudanças, a transgressões, a quebras de comportamento, o espaço do cotidiano homogêneo se marcaria pelos grillhões das excessivas limitações comunitárias. Com freqüência, os lugares dessas comunidades individualizadas excluem e constroem barreiras defensivas, desenvolvem meios de repressão, criam equipamentos de vigilância, enfim, são espaços que se definem “contra” os “outros”. Isto é: agem em contraposição à alteridade. Sendo assim, um enfoque mais direto sobre esses “lugares da privacidade” - se bem que neles se reconheça a presença de um universo plural, só que internamente homogêneo - não se faria precedente num trabalho que intenciona analisar o conceito de lugar em sua condição estreitamente associada a espaços (semi)públicos, como fazemos aqui.

O que nos conduz diretamente a individualizar o “nosso” lugar.

#### 1.4 O LUGAR EM TESE

De que lugar se trata aqui?

As variações de escala espacial dos lugares são tantas e tão diversificadas que se torna temerário escolher apenas uma com a qual trabalhar. Por esta razão serão contempladas no trabalho duas entre as múltiplas opções escalares de *lugar*.

Uma delas é a dos lugares que se apresentam na escala de *largos* urbanos - ou, conforme a definição enciclopédica (FERREIRA, 1999), do “lugar público cercado de

edifícios”. E a outra, a escala regional, que é invocada por Lynch como fundamental ao estudo de lugares, já que “Our senses are local, while our experience is regional. So the discussion will cover things as large as air basins and freeway systems and as small as sidewalks, seats, and signs” (LYNCH, 1978, p. 10).

Por último, o lugar em tese se trata de um lugar *construído socialmente*: é um lugar coletivo e é percebido coletivamente.

#### 1.4.1 O tempo desse lugar

Em termos de escala temporal, o lugar da tese acontece na escala de tempo recente - o tempo da virada do Terceiro Milênio - que localizamos no transcurso de 1984 a 2004, período que coincide com a execução de nossas experiências empíricas em relação ao tema.

Aldo Rossi<sup>8</sup> já nos havia prevenido sobre o papel crucial do *tempo* nos estudos urbanos. É quase como se se pudesse dizer, parafraseando sua lapidar reflexão, que *a forma de um lugar é sempre a forma de um tempo dos lugares; e existem muitos tempos na forma de um lugar*.

O tempo do lugar aqui contemplado é hoje. E as características do tempo de hoje ajudam a explicar os tipos de lugar que encontramos na cidade atual. Uma cidade que é reflexo de um sistema de vida adotado por um mundo que se globaliza, sistema este que se espalha progressivamente por todas as latitudes do planeta, trazendo em seu bojo, transformações suficientemente profundas a ponto de caracterizar uma mutação social, como observa o filósofo francês François ASCHER (2001). De acordo com o filósofo, as mutações que a sociedade experimenta ao evoluir na direção de uma nova fase da Modernidade implicam uma verdadeira

---

<sup>8</sup> Aldo Rossi, em seu famoso texto “A Arquitectura da Cidade”, propõe que “A forma da cidade é sempre a forma de um tempo da cidade; e existem muitos tempos na forma da cidade” (ROSSI, 1977, p. 68).

revolução na maneira de viver nas cidades. De fato,

Ces mutations impliquent et rendent nécessaires des changements importants dans la conception, la production et la gestion des villes et des territoires; elles mettent à l'ordre du jour une nouvelle révolution urbaine moderne, la troisième après celle de la ville classique et celle de la ville industrielle (ASCHER, 2004, p. 8).

Nessa terceira revolução urbana que o autor esquematiza, será necessário encarar os lugares - essas porções qualificadas de cidade - também sob um prisma das mudanças importantes que se estabelecem na *concepção*, na *produção* e na *gestão* dos novos lugares, como cita o autor. Os lugares dos modelos urbanos antecessores (o modelo "clássico" e o modelo "fordista-keynesio-corbusiano"), como postula Ascher (2004, p. 21) devem logicamente abrir lugar a um novo lugar, o lugar do modelo da sociedade "hipertexto", uma sociedade que se move de um estágio do capitalismo industrial e ingressa num capitalismo de uma economia dita cognitiva (ASCHER, 2004, p. 42). Certamente, alguns desses novos lugares não serão mais como aquelas obras portentosas conscientemente desenhadas para se constituírem num todo, como nos tempos em que

(...) squares and public spaces (e.g. the Place Vendôme and Place des Vosges in Paris); street systems (e.g. Sixtus V's plans for Rome, Haussman's remodelling of Paris); extensions to existing cities (e.g. Edinburgh New Town, the Cerda plan for Barcelona); and the redevelopment of fortifications (e.g. the Ringstrasse in Vienna) (CARMONA et al, 2003, p. 20),  
 (...) became to a greater degree a work of art, conceived, perceived, and executed as a whole,

como comenta Gehl (1996, p. 43 apud CARMONA et al, 2003, p. 20).

As obras dos tempos de hoje - dos lugares de hoje - refletirão as tendências que hoje mais influenciam as cidades. Entre as quais, além mesmo daquelas reconhecidamente atribuídas às mudanças tecnológicas e de mercado, incluem-se as que integram as influências trazidas pela chamada "classe criativa". Este termo, elaborado pelo

professor de gestão e políticas públicas norte-americano Richard Florida, define uma classe de novos *urbanitas* a quem se atribui a criação de novas idéias que alteram profundamente nossos estilos de vida e de trabalho. O raciocínio é de que a presença de membros dessa nova classe se torna fundamental para qualificar uma cidade (e, por extensão, um *lugar*):

(...) as the fundamental source of creativity, people are the critical resource of the new age (...). It's often been said that in this age of high technology, 'geography is dead' and place doesn't matter any more. Nothing can be further from the truth: Witness how high-tech firms themselves concentrate in specific places (...). Place has become the central organizing unit of our time (...). Access to talented and creative people is to modern business what access to coal and iron ore was to steelmaking (FLORIDA, 2004, p. 6).

Também em relação aos processos de *identificação* de um lugar o *espírito do tempo* se destaca como importante. Até o próprio método fenomenológico torna-se discutível, pois exige a admissão de redimensionamentos relativos à nova temporalidade do presente, de modo a incluir uma reavaliação das visões mais ortodoxas que se tem a respeito de lugar, seja em termos de sua percepção propriamente dita, seja em relação aos passos do processo que permite desvendá-la. Neste sentido, o professor australiano Kim Dovey (1999) traz à luz uma contribuição extremamente pertinente. Dovey considera a fenomenologia um enfoque “necessário, porém limitado” para se entender perfeitamente um lugar. Para justificar seu questionamento, invoca o próprio Jürgen Habermas, o filósofo alemão do Instituto de Pesquisa Social de Frankfurt, que faz “a useful distinction between the 'life-world', the everyday world of place experience, social integration and 'communicative action' and the 'system', the social and economic structures of the state and the market” (DOVEY apud CARMONA et al, 2003, p. 96). Claro, o que provoca o desagrado de Habermas é o fato de a fenomenologia se concentrar no universo das coisas do “everyday world”, em detrimento de incluir mais atentamente as realidades do *sistema* em que vivemos hoje, impostas pelas ações do Estado e do Mercado. De qualquer forma, não deixa de ser um alerta interessante sobre o peso que se necessita atribuir aos efeitos dessas

ações nas análises que se faz das cidades contemporâneas, e da permanente criação de seus lugares.

Testemunhamos, com as observações de Dovey, questionamentos de cunho político e filosófico relativos às revisões da abordagem metodológica que se deve fazer contemporaneamente a lugar. Os questionamentos se dão, contudo, em diversos outros campos, dos quais, certamente, não se exclui a participação direta da arquitetura e do urbanismo, onde o território, já tradicionalmente belicoso, traz hoje para o front do embate, discussões consideradas revolucionárias até bem pouco tempo atrás. Este seria o caso, por exemplo, dos legendários revisionismos exigidos pela jornalista Jane Jacobs quanto à rigorosa aplicação dos postulados modernistas às cidades norte-americanas, e da indesejada falência da pluralidade dos espaços públicos que a autora acredita deles decorrer. Pois até mesmo suas dogmáticas palavras, que embasaram profundamente as críticas sobre a cidade moderna, não subsistem incólumes. Em um pronunciamento que soaria sacrílego aos ouvidos dos fiéis seguidores das diatribes de Jacobs - não fosse a abertura a novos paradigmas que se vive no tempo atual - o novo crítico de arquitetura do *The New York Times*, Nicolai Ouroussoff, de modo invulgar, insinua que as idéias da celebrada jornalista - se fielmente seguidas - atuarão apenas no sentido de transformar a paisagem nova-iorquina em cenários que teimam em *tematizar* o passado. Pelo menos é isso que se pode deduzir de um comentário seu quando do lançamento do projeto que recondiciona a Esplanada do East River, projeto que, ao se valer *tanto* da escala de grão fino das comunidades do entorno, *quanto* da escala monumental modernista da "freeway" ainda do tempo das transformações urbanas de Robert Moses, "(...)it represents a clear and much-needed break from the quaint Jane Jacobs-inspired vision of New York that is threatening to transform Manhattan into a theme park version of itself, a place virtually devoid of urban tension" (OUROUSSOFF, 2005).

### 1.4.2 O espaço desse lugar

#### *Nosso lugar é semipúblico*

Estreitando um pouco mais o foco, o lugar de que trata o nosso trabalho é o que a literatura anglo-saxônica costuma se referir com a expressão “public realm”, assim como o faz Scott Brown (1990), e que aqui se adota como paradigma. Parece-nos que “lugar de domínio público” não seja uma tradução plenamente satisfatória, para o Português, do que seja a expressão “public realm”. Para explicar seu entendimento do que seja esse domínio público, a autora zambiana cita um artigo de Mark Lilla (1985 apud SCOTT BROWN, 1990, p. 21), publicado no *The New Republic*, que ilustra com maior clareza a extensão que abrange a expressão. Lilla distingue o que seriam os locais públicos dos locais cívicos, incluindo entre os primeiros “(...) those, like the shopping mall, marketplace and beach, that ‘serve our shared but still private needs’ whereas civic places are where we ‘share places and purposes’, by virtue of sharing citizenship”. Portanto num, diz ele, desfrutamos de nossa satisfação privada em público, enquanto no outro, agimos com civilidade e, talvez, até protocolarmente. Mas, estando ambos abrangidos dentro do “public realm”, o termo prova, portanto, ser suficientemente lato a ponto de incluir desde um “shopping mall” até uma praia ou um paço municipal. Assim, se torna igualmente correto incluir-se lugares semipúblicos (ou semiprivados) dentro das fronteiras do que se designa como “public realm”, lugares nos quais é possível perceber a ocorrência de uma intensa apropriação pública.

É esta a dimensão de lugar que se adota neste texto.

Adicionalmente se torna importante recordar que, inspirados nas observações de Kevin Lynch, introduzimos uma extensão menos comum aos estudos de lugar: o “nosso” lugar pode abranger também a extensão de uma região. E não apenas no sentido de que nos fala Lynch de que, como vimos, é preciso incluir na discussão tanto auto-estradas quanto calçadas e bancos, já que nossos sentidos são locais enquanto nossa experiência é regional (LYNCH, 1978, p. 10). Mas, também, no sentido de que, estendendo-se a abrangência do conceito pode-se aceitar a concepção

de se criar uma rede de lugares, com Edward Casey<sup>9</sup>, da Filosofia, assegurando-nos que “(...) creation consists in the production of particular places out of preexisting regions” (CASEY, 1998, p. 35).

E, ainda mais particularmente, o “nosso” lugar busca permanentemente se fazer rebater sobre a realidade do Brasil. É um lugar sediado dentro de estruturas urbanas que retratam com fidelidade os padrões urbanos típicos do fim do século XX no Brasil, os quais, após experimentarem mudanças drásticas num primeiro momento de urbanização acelerada experimentada pelo país, atingiram uma situação mais estabilizada, embora sigam evidenciando as características encontradas na maior parte das cidades do mundo - ou seja, a de apresentarem um território fragmentado, mas, no qual, permanece legível a persistência de um casco fundacional central cercado por áreas de urbanização intensiva mais antiga.

Como visto na *Introdução*, a Tese se vale de antecedentes empíricos para elaborar conjecturas sobre o casco de cidades jovens - como é o caso de Porto Alegre - mas que já tiveram vivência suficiente a ponto de sobreporem experiências diversificadas, tanto de crescimento orgânico espontâneo, quanto de crescimento planejado. Cidades que no contexto brasileiro dos anos mais próximos do fim do século XX - portanto, pouco tempo após o país ter vivido seu auge arquitetônico-urbanístico modernista, representado pela construção de Brasília em 1960 - já conheciam os traumas provocados por uma crise que as mantêm em constante tensão, equilibrando-se desorientadamente entre o paradigma da cidade tradicional e o paradigma da cidade funcionalista do Modernismo. Somente quando da chegada dos anos 1980s é que se iniciam as revisões desses paradigmas, “(...) in a process which echoed the theoretical revision experienced by the First World in the 1960s and 1970s. (...) In any case, the new interest in history, context, tradition, brought with it, or

---

<sup>9</sup> Voltaremos aos enfoques filosóficos de Casey no capítulo seguinte. Por ora, é suficiente observar outra assertiva sua que diz: “*Chōra*, translated both as ‘region’ and as ‘space’ (...) connotes occupied place, for example, a field full of crops or a room replete with things. (...) A choric region is substantive without being a substance: rather than a thing, it is a locatory matrix *for* things” (CASEY, 1998, p. 34).

came together with a new interest in 'place'" (FIORE, 2000, p. 110-111). Nesse período, as qualidades da cidade tradicional começam a ser repensadas e a "(...) precisão morfológica e polivalência funcional que caracterizam os seus componentes bairro, rua, praça, quarteirão, lote, tecido repetitivo e monumento singular" (COMAS, 1990, p. 92) se tornam novamente objeto de pesquisa acadêmica, constituindo-se naqueles elementos cujo papel como configuradores do que seria uma "cidade figurativa", conforme a denomina Comas, passa a ser reapreciado com novo fôlego.

## 1.5 O LUGAR DA URBANIDADE

A *urbanidade* é uma qualidade típica e única do ambiente construído pelo ser humano. É nosso entendimento que a urbanidade é a qualificação vinculada à dinâmica das experiências existenciais conferidas às pessoas pelo uso que fazem do ambiente urbano público, através da capacidade de intercâmbio e de comunicação de que está imbuído esse ambiente.

A conceituação de urbanidade é bastante diversificada, já tendo motivado, inclusive, tentativas de mensuração quantitativa e qualitativa quanto à sua manifestação em uma cidade, na medida em que ela alia densidade e diversidade, isto é, alia o máximo de coisas sociais diferentes em um mínimo de extensão (LEVY, 1997, p. 58). Em termos gerais, pode-se dizer que a urbanidade passa pela sensação de pluralidade que alguns espaços urbanos se destacam em oferecer. Mas que ultrapassa essa sensação, ao atingir um estágio mais avançado da pluralidade, um patamar de mais ampla concretude existencial.

Originalmente, para Max Weber (1967), o sociólogo alemão que nos legou a abordagem da cidade como categoria sociológica, a ênfase maior da urbanidade estaria localizada na natureza cosmopolita da experiência urbana. A urbanidade seria a condição pela qual o ambiente urbano ofereceria a seus cidadãos uma variedade de modos de vida, de oportunidades para opções, escolhas, trocas, interações,



intercâmbios.

Mas, também no campo da urbanidade é possível detectar mudanças. Adianta-se que uma dessas variações mais expressivas diz respeito ao âmbito “público” dos lugares da urbanidade. Cabe obviamente a ressalva de que a *urbanidade* como a entendemos aqui é aquela que se desenvolve no “public realm” das cidades. E que decorre da intensa interação dos fenômenos típicos da vida urbana, da dinâmica do cotejo das relações sociais e econômicas, da alteridade, da aventura, do aventurar-se, da descoberta, de uma tessitura de eventos e de experiências.

Mas é preciso também atentar-se para o fato de que os novos ambientes urbanos podem condicionar novas maneiras de expressar a *urbanidade*, sendo uma delas a intensa interação possível de ocorrer hoje em sistemas dualizados, sob forma analógica e sob forma digital. Nessa circunstância, exageram alguns, a urbanidade poderia acontecer até mesmo frente a soluções não-arquitetônicas, nas quais, os contatos sociais se dariam sem a presença física das pessoas, sem a intermediação do território: o reino urbano seria constituído por grupos heterogêneos de pessoas comunicando-se entre si por um espaço que poderia ser virtual, e não real<sup>10</sup>.

---

<sup>10</sup> É possível observar mudanças em costumes urbanos que se encaminham por rumos afins. Um exemplo curioso é encontrado em Tóquio, megalópole na qual “A dinâmica acelerada da vida cotidiana mudou as estruturas de sociabilidade e as relações público/privado, e criou uma disrupção entre as rotinas hierárquicas e as estruturas de tempo. (...) Neste contexto, combinando consumo e tempo, as redes de *konbini* (loja de conveniência em japonês) são uma infra-estrutura de importância crescente. *Konbini* é uma loja multifuncional que apóia os novos estilos de vida cotidiana. (...) Em sua casa não necessita de frigorífico, máquina de lavar nem sala de estar; todos estes serviços são providenciados por instalações públicas em espaços públicos (...) Os seus principais clientes são indivíduos sem estruturas familiares nucleares e estudantes com dinâmicas nômades *after-hours*. (...) Os *Konbini* estendem-se para além da própria loja, podendo ser entendidos como uma interface físico interativo: terminal de compras e vendas virtuais, terminal de serviços públicos, ATM, cybercafé, centro de *downloads*. Simultaneamente é um novo espaço de sociabilidade. É um dos espaços em que a inversão interior/exterior do espaço público acontece: funciona como uma íntima sala de estar, um lugar de encontro, e ao mesmo tempo um lugar de deriva onde um novo tipo de *flânerie* encerrada acontece” (MOREIRA & YOSHIMURA, 2003,p.1-3).

## 1.6 PROJETO DE LUGAR

A área de Arquitetura-Urbanismo<sup>11</sup> ingressa e se incorpora decisivamente ao quadro de pré-condições comentado acima através do projeto de lugar.

O projeto de lugar pode se valer da estratégia de ressaltar ou, simplesmente, *empregar os estímulos percebidos* de antemão como os mais marcantes do ambiente onde se desenvolve o projeto, utilizando-os como elementos componentes da estrutura ambiental - sejam naturais, culturais, materiais, imateriais. Por outro lado, os projetos de lugar podem, também, se valer da tática de *estimular uma determinada percepção*, introduzindo, de maneira intencional, novos elementos que irão integrar e integrar-se à estrutura ambiental projetada, e que estarão sendo inseridos através das proposições projetuais. Distinguimos, assim, a ocorrência de duas dimensões de fenômenos perceptivos afins: a dos estímulos percebidos; e a da percepção estimulada. Dito isso, podemos agora apontar para uma manifestação bastante comum em projetos de lugar da cidade da virada do milênio: a presença mais maciça e direta desta última dimensão, a que emprega a percepção estimulada.

Os estímulos projetados, via de regra, buscam reforçar a imagem de urbanidade que um lugar deve conter e poder transmitir às pessoas, seja de forma visual, sensorial ou informacional. Para isto, os estímulos inspiram-se nos sinais mais evidentes da urbanidade, especialmente naquilo que ela é capaz de oferecer em termos de *pluralidade*, uma qualificação necessariamente intrínseca a um *lugar urbano*. Aliás, a percepção de pluralidade é uma das grandes qualidades buscadas nos projetos dos novos lugares: no fundo, talvez sua maior *raison d'être* seja precisamente a de *localizar* - de alocar, de dar lugar - à festa, ao encontro, à troca, ao lazer, ao prazer, à mistura, ao contraste, à mesclagem com os "outros", ao consolo, à solidariedade, às

---

<sup>11</sup> Considerando que as dimensões topológicas de lugar abrangem desde um simples banco de praça até um edifício ou um bairro ou uma região, a localização precisa dos conhecimentos sobre lugar em uma ou outra vertente - Arquitetura ou Urbanismo - ou, ainda, em Desenho urbano, Planejamento urbano, e até mesmo, Planejamento regional, não parece ser suficientemente precisa para atender aos estudiosos mais exigentes, razão pela qual, optamos por usar a expressão composta Arquitetura-Urbanismo ao nos referirmos ao campo de disciplinas projetuais englobadas naquelas áreas do conhecimento.

diferenças, ou seja, àquela desejada diversidade - de pessoas, de atividades, de formas, de imagens - que só fazem enriquecer a propensão de se manifestar o fenômeno da urbanidade, e que toda cidade se compraz em poder criar e oferecer aos cidadãos.

Registramos, no presente trabalho, que quando essa percepção intencional, além de ressaltar a manifestação de *pluralidade* se vê estimulada por fenômenos associados à *memória* e/ou à *aura* que cercam o lugar, esse espaço urbano apresenta condições de passar a se tornar percebido como um novo lugar urbano para a cidade.

Ao registrar este fato, delineiam-se, na verdade, os contornos iniciais da hipótese a defender: a de que o emprego da percepção estimulada nos projetos dos novos lugares - aqui denominados como “da clonagem” -, pode produzir lugares ricos em urbanidade para a sociedade urbana das cidades do início do século XXI. Em outras palavras, *o que se conjectura como hipótese de trabalho é que o uso da percepção estimulada permite supor que quando o projeto consciente dos lugares da clonagem se dá de forma a estimular a percepção das características presentes ou desejadas no ambiente urbano, despontam boas oportunidades para que esse projeto atinja objetivos que visem a qualificar ou a re-qualificar a imagem daquela cidade.*

### **1.6.1 “Placemaking” e “placemarketing”**

A expressão inglesa “placemaking” é bastante empregada em nossa área, significando exatamente a construção de lugar. Já “placemarketing” é de emprego mais recente, menos usual, e a área talvez hesite um pouco em aceitá-la como um de seus termos habituais. É, no entanto, um complemento que se tornou bastante assíduo no acompanhamento do processo de criação dos novos lugares urbanos. Uma das contribuições mais conhecidas sobre o papel do marketing na construção de um *lugar* como produto ou serviço no mercado consumidor, é atribuída ao arquiteto Michael Sorkin que, de crítico de arquitetura do jornal *Village Voice*, um dos principais jornais alternativos de Nova York, transformou-se em um dos professores mais requisitados em cursos da área espalhados de costa a costa nos Estados Unidos.

Michael Sorkin (1997), em seu afamado “Variations on a Theme Park”, juntou uma plêiade de autores levantando questões importantes sobre as condições de urbanidade - e de sua falta - na cidade norte-americana no fim do século XX, atribuindo muitas das lacunas encontradas ao fato de que “The architecture of this city is almost purely semiotic, playing the game of grafted signification, theme-park building. (...) such design is based in the same calculus as advertising, the idea of pure imageability (...)” (SORKIN, 1997, p. xiv). Além disso, subjacente à idéia de propaganda, acompanha também a idéia da competitividade, através da qual “(...) cities and regions must market themselves: their ‘imageability’ becomes the new selling point” (BOYER, 1997).

Na verdade, a mercadologia dessa “imaginabilidade” apenas acompanha um comportamento característico da sociedade contemporânea, no qual encontram-se manifestos variados tipos de marketing, incorporados ao “everyday life” dessa sociedade. Alguns deles são inusitados, como

- (i) o marketing *verde* (“marketing que visa a atender à demanda e às exigências de um número crescente de consumidores que defendem a conservação do meio ambiente; marketing ecológico” [FERREIRA, 1999]);
- (ii) o *social* (“marketing orientado para a promoção de mudanças de comportamento social, em especial nas áreas de saúde, educação, meio ambiente, desenvolvimento social, etc” [FERREIRA, 1999]);
- (iii) o *institucional* (“conjunto de estratégias e ações que visam ao fortalecimento da imagem de empresa, organismo, governo, cidade, etc” [FERREIRA, 1999]);
- (iv) o *cultural* (“recurso do marketing institucional que consiste em patrocinar ou apoiar atividades culturais e artísticas” [FERREIRA, 1999]).
- (v) o *político* (nem tão inusitado e bastante conhecido) (“conjunto de técnicas de marketing adaptadas à esfera política, e que visam à difusão, sob aspecto favorável, da imagem pública de candidato ou de partido político” [FERREIRA, 1999]).

Sendo assim, o “placemarketing” pode ser encarado sob uma óptica de natureza particularmente pragmática: a de ter se tornado um instrumento moderno. E - mais próximo à nossa hipótese - um instrumento moderno com poder de exercer uma atuação decisiva nas circunstâncias gerenciais e econômicas que regulam a construção de novos lugares para as cidades.

Novos lugares que são crescentemente importantes para o desenvolvimento e para a qualidade de vida oferecida pelas cidades - principalmente pelas grandes capitais regionais, das quais Porto Alegre pode fornecer um exemplo adequado - que passam a conter e a se tornar, elas próprias, lugares temáticos, competindo entre si para oferecer atrações para chamar visitantes e turistas, além de atender às demandas locais e regionais. Saskia Sassen e Frank Roost (1999) destacam o papel que as indústrias de entretenimento estão hoje desempenhando na criação de lugares urbanos dedicados a produtos e serviços de lazer. Os autores observam que “Theme parks are an integral part of the circle of entertainment consumption”, ao passo que “Since the 1980s the industry has begun using urban sites for the same purpose” e que, também, “Since the 1980s, there has been a rapid growth in the use of urbanity as an advertising tool (...)” (SASSEN & ROOST, 1999, p. 143 e 147).

Conversamente são numerosos os argumentos que se erguem contra essa tendência apresentada pelos projetos urbanos mais recentes, sendo muitos deles emitidos por críticos culturais incluídos na corrente conhecida como pós-estruturalista. Mas são também crescentes os números daqueles que vão perscrutar com mais profundidade na origem desses projetos, para tentar encontrar as causas de sua proliferação (e sua grande aceitação popular). Entre estes últimos, destaca-se o minucioso trabalho desenvolvido pela urbanista Susan Fainstein. Em sua alentada análise sobre os *construtores das cidades*, isto é, sobre o setor imobiliário, a professora mostra-se renitente em aceitar em sua integralidade as análises mais comumente invocadas pelos autores a quem ela denomina coletivamente de pós-estruturalistas, e que criticam severamente as práticas adotadas pela indústria da construção, em especial, no que concerne à construção dos novos lugares urbanos. Em suas palavras:

Such analyses place too much blame for social evil on middle-class escapism, in the limited sense of people's preference for looking at a pleasing environment. (...). The cultural critics are frequently in the same uncomfortable position as their modernist predecessors. They justify their ideas in the name of democracy but speak for an intellectual elite, which seems to be as unanimous in its distaste for the new projects as the popular media are concerted in their praise (FAINSTEIN, 2001, p. 210).

Também a essa autora dedicaremos maior atenção no capítulo 2. Por fim, resta assinalar que o projeto de lugar, seguindo as tendências contemporâneas do campo de Arquitetura-Urbanismo, transformou-se numa experiência pragmática, que se vale de um jogo duplo ao empregar práticas de “placemaking” e “placemarketing”. Ambas trabalham juntas na real concretização de um lugar, onde o “placemaking” atua com maior vigor na construção da indispensável Pluralidade, enquanto o “placemarketing” colabora para garantir os aspectos mais estrategicamente mercadológicos do imaginário que circunda a Aura e a Memória.

Em resumo, o modo pelo qual organizamos nossa aproximação ao tema de lugar - e de lugar da clonagem - pode ser esquematizado de acordo com o diagrama visualizado no Quadro 1.1.

### Quadro 1.1 - Esquematização da Gênese dos Lugares Urbanos e da Clonagem



Fonte: elaborado para a Tese.

## 1.7 O LUGAR DA CLONAGEM

Mencionamos anteriormente o projeto de novos lugares que denominamos de *lugares da clonagem*; e sugerimos que esses lugares podem se tornar ricos em *urbanidade*.

### 1.7.1 E por que “clonagem”?

A escolha da expressão “clonagem” neste trabalho tem a ver com a potencialidade que a palavra contém por estabelecer ilações entre fenômenos que ocorrem em certas áreas científicas como, por exemplo, a da biotecnologia, com fenômenos assemelhados e que se encontram em ação no campo da Arquitetura-Urbanismo.

De acordo com sua definição enciclopédica (FERREIRA, 1999), a palavra clone é originária de *klón*, do grego, e significa ‘broto’ ou ‘rebento’. Em seu sentido biológico, o clone é um “conjunto de células ou organismos originários de outros por algum tipo de multiplicação assexuada (divisão, enxertia, apomixia, etc.)”. E, em seu sentido figurado, diz o dicionário, “é a cópia de um produto feita por outro fabricante” (FERREIRA, 1999).

Já que o que se tenciona conceituar com esse emprego é precisamente a reprodução que a Arquitetura-Urbanismo tenta fazer quando constrói uma réplica de um elemento ou de um espaço arquitetônico por meio de um projeto, o emprego da expressão parece adequado. Principalmente quando se considera que, da réplica, pode resultar a geração real de um “broto” ou de um “rebento” vivo da família arquitetônica que o originou.





## 2 CONCEITUAÇÃO DE LUGAR

### 2.1 A NOÇÃO DE *LUGAR* NOS CAMPOS DO CONHECIMENTO

Como se verá nas discussões que serão desenvolvidas a seguir, *lugar* é um bem-aceito constructo teórico do campo de estudos espaciais, campo que congrega as áreas que necessariamente partem de uma visão físico-territorial em sua abordagem do ambiente, como Arquitetura-Urbanismo, Planejamento Urbano e Regional, Paisagismo, Ecologia e Geografia.

Não se confina, contudo, unicamente aos limites desses estudos. Na verdade, é um conceito que opera num cruzamento multidisciplinar, tocando em interfaces que o conectam a fatores humanos, sociais e econômicos, disseminados no bojo de disciplinas grandemente diversificadas. Deste modo, é usual encontrar as várias disciplinas envolvidas no campo abordando o tema de lugar de acordo com o *rationale* individual que é inerente a cada disciplina. Pode-se dizer, assim, que há uma interpretação *psicológica* do conceito, uma interpretação *arquitetônico-urbanística*, uma interpretação *antropológica*, e assim sucessivamente. As interpretações, quando individualizadas em suas respectivas disciplinas, não são, entretanto, suficientemente abrangentes como o conceito exige.

Uma idéia para corrigir esta lacuna seria a de que o conceito de lugar, quando abordado cientificamente, fosse realizado através de dimensões múltiplas. Mais precisamente, em interfaces nas quais essas múltiplas dimensões se entrecruzassem de modo a estabelecer inter-relações - entre conteúdos de natureza geográfica, psicológica, social, antropológica, econômica, filosófica - que a polissemia do conceito conota. Como decorrência disso, assinala-se que o marco teórico sobre o qual se assenta o conceito de lugar deve se formar a partir de reflexões provindas de disciplinas diversificadas. Diante disso, a formação de um conceito unificado sobre *lugar* esbarra na babel de códigos adotados nas diferentes interpretações disciplinares, exigindo a elaboração de uma linguagem adequada que, respeitando as

particularidades levantadas por cada enfoque, admita um entendimento multidisciplinar.

Talvez um caminho apropriado seja o de tentar desenvolver um enfoque que, de forma idealizada, favoreça uma interpretação “transdisciplinar” do tópico, isto é, um enfoque no qual as fundamentações de cada disciplina se tornem permeáveis ao ponto de, escoando-se de uma a outra, viabilizarem a gênese de uma nova composição disciplinar, uma composição que inteire os objetivos e consorcie os recursos de cada uma das distintas contribuições que intervêm na conceituação de *lugar*. Em outras palavras, que a construção conceitual evolua de uma conjugação de partes voltando-se a constituir um todo novo e mais complexo. Enquanto isso não acontece, tentar uma aproximação mais íntima entre as Ciências Sociais Aplicadas, as Humanas e as Ambientais, intermediadas pelas modernas colaborações das Ciências Cognitivas e Neurociências, certamente colaborará para indicar um rumo aonde sediar o grande *locus* onde serão geridos os necessários entendimentos sobre o conceito completo, complexo e total de *lugar*.

*Lugar* é, pois, objeto de atenção de diversas áreas disciplinares, conforme as respectivas fronteiras conceituais de cada área. Coerentemente, é amplo, então, o espectro dentro do qual *lugar* é abordado, abrangendo desde disciplinas que se interessam por examinar as características geométricas que individualizam um determinado lugar, passando por aquelas que apresentam por escopo não apenas o entendimento de um lugar, senão, também, a morfologia com a qual se mostra esse lugar, para finalmente alcançar aquelas que tentam compreender o papel decisivo de *lugar* na concretização da existência humana. Todas nos interessam, é verdade, porém, não poderemos no escopo de um trabalho acadêmico como o presente, aborda-las em seu conjunto. Resta-nos, no entanto, a possibilidade de trazer apresentações sucintas, embora prioritárias, de informações que se dispersam no âmbito de algumas disciplinas mais diretamente envolvidas e que se tornam importantes para ampliar o entendimento do conceito. Por óbvio, entre os conhecimentos disseminados ao longo de disciplinas variadas, serão eleitos aqueles contidos em obras que, efetivamente, podem melhor colaborar com um suporte

teórico-operacional adequado ao âmbito da Arquitetura-Urbanismo.

Nosso procedimento no presente capítulo será o de visitar um conjunto de disciplinas para, nelas identificar conteúdos que mais se aproximam de nossas argumentações. Claro está que tal procedimento nos exigirá uma identificação prévia de autores e obras para, então, selecionar aquelas poucas (preferencialmente novas) abordagens teóricas que realmente sejam capazes de levantar raciocínios que se transformem em efetivas contribuições. Mesmo assim, não resistiremos à oportunidade de indicar outras fontes de contribuições excelentes de parte de cada uma das áreas abordadas, ainda que se o faça de modo mais sumário.

Por outro lado, restamos conscientes de que a análise científica de um *lugar*, como uma simples coleção de fatos objetivos, não parece suficiente para trazer à tona toda a profundidade contida nas experiências subjetivas vividas pelas pessoas *usando esse lugar*. Bem como registra Relph (1976, p. 43) ao ponderar que: “the essence of place lies in the largely unselfconscious intentionality that defines places as profound centres of human existence”. De todas as disciplinas que discutem *lugar*, nenhuma é capaz de lhe sediar o lugar de que necessita para sua completa conceituação. Além disso, é necessário ter-se em conta que lugar requer uma atenção toda especial porque muitos de suas implicações se posicionam precisamente nos *entremeios* entre as disciplinas. Por essa razão, na seqüência, ao examinarmos as contribuições trazidas por vários campos do conhecimento disciplinar, vai ser fundamental preservar exatamente esse fato: não devem ser respeitados limites disciplinares quando consideradas as conceituações que as disciplinas buscam para definir lugares: será necessário transgredir - trilhar um caminho *trans* entre as disciplinas.

As ponderações irão freqüentemente necessitar se valer de uma mesclagem entre várias noções cujas origens provêm de diferentes campos específicos. De certa forma, isto só vem corroborar a idéia compartilhada por muitos autores (LAWRENCE, 2000; POL, 2000; KRUSE, 2000; SIME, 2000) a respeito da perspectiva *transdisciplinar* que se deve adotar ao estudar lugar. Mesmo assim, procuramos organizar as abordagens fazendo sempre uma chamada inicial pelo nome de uma disciplina em particular, como Geografia ou Psicologia, ainda que levando em conta que a disciplina conta

com sub-disciplinas nela agregadas.

## 2.2 O ENVOLVIMENTO DAS CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Do exame sobre as aproximações possíveis para se proceder a uma conceituação mais abrangente para *lugar*, pode-se incluir abordagens até certo ponto incomuns. Uma dessas é a que enfoca *lugar* examinando suas relações com outras áreas das ciências sociais aplicadas<sup>12</sup>, cuja ligação com *lugar*, conquanto muito importante, não tem recebido uma atenção suficientemente aprofundada como estaria a exigir. É o caso das implicações que áreas como economia, administração, marketing, direito e, até política, podem estabelecer com o conceito de lugar e que, muitas vezes, ou passam despercebidas, ou permanecem apenas presumidas. Esta relação, entretanto, existe, e pode ser mais bem explicada quando contrastada com as correntes urbanísticas que marcam os últimos anos do século XX, cuja compleição, marcadamente econômico-comunicacional, faz reflexionar mais fortemente sobre a extraordinária importância do papel desempenhado por lugar - e a projeção de lugar - no marketing urbanístico e na administração da cidade contemporânea. Isto ocorre porque uma boa parte dos projetos que levam à construção de lugar (e que se enquadram no que se chama "placemaking" no urbanismo da época atual) guarda uma forçosa relação com as áreas descritas acima. Efetivamente, é aqui que se localiza com maior propriedade o que chamamos de *lugares da clonagem*.

Para trazer essas relações mais ao centro do debate vamos perscrutar sobre a obra de autores cujos trabalhos, embora não se rotulem como pertencentes especificamente a nenhuma das áreas acima mencionadas, com elas guardam afinidades muito íntimas.

---

<sup>12</sup> A categorização do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) inclui entre as ciências sociais aplicadas, as seguintes áreas do conhecimento: Direito, Administração, Economia, Arquitetura e Urbanismo, Planejamento Urbano e Regional, Demografia, Ciência da Informação, Museologia, Comunicação, Serviço Social, Economia Doméstica, Desenho Industrial, Turismo. Já no grupo das Ciências Humanas, o CNPq localiza: Filosofia, Sociologia, Antropologia, Arqueologia, História, Geografia, Psicologia, Educação, Ciência Política, Teologia.

As obras de Susan Fainstein, por exemplo - cujo conteúdo ocupará boa parte desta seção - se enquadrariam com boa aptidão sob a chamada de *planejamento urbano*, se bem que seus livros abordem assuntos sociais, econômicos e de políticas de desenvolvimento - especialmente, as de entretenimento e turismo. Diga-se, a propósito, que as políticas de desenvolvimento dessas duas últimas categorias praticamente se confundem com muitos aspectos da idéia atual que se tem de lugares urbanos, inclusive, de lugares *clonados*. Cada vez mais as cidades procuram oferecer lugares de atração que as tornem mais e mais qualificadas não só aos olhos de seus moradores, mas também que as façam atrair um número sempre crescente de visitantes e turistas.

A idéia de criar “localização” como um valor econômico vem sendo francamente adotada em todo o mundo “(...) com ação clara do capital imobiliário que precisa criar oportunidades de acumulação.(...) As cidades, de uma maneira geral, têm se utilizado das políticas de *marketing* do lugar (*place marketing*) (...) para vencer a concorrência entre lugares” (VARGAS, 2001, p. 84). Portanto, o desenvolvimento urbano e o desenvolvimento do turismo urbano irão ocupar uma grande fração do que será discutido nesta seção. Particularmente em relação a este último aspecto - o turismo nas cidades - será fundamental a contribuição trazida novamente por Fainstein, só que agora acompanhada por Dennis Judd, professor de ciência política, na edição de um livro que trata especificamente do tema. Torna-se bastante provocativa a idéia de acompanhar a interpretação conceitual que trabalhos como o de Fainstein e de Judd & Fainstein podem atribuir a *lugar*, além de serem, obviamente, muito reveladores, justamente pelo inusitado de suas contribuições.

### *Contribuições importantes*

Mas, não vamos nos ater exclusivamente a essa análise literária. Justamente por incluir abordagens que trazem um caráter inovador - e, segundo alguns, discutível - à definição clássica de lugar, vamos precisar nos valer de trazer ilustrações de como estão se concretizando alguns novos lugares urbanos, mostrando exemplares

selecionados aleatoriamente, a partir de diversos tipos de lugares encontrados no mundo todo. Para melhor penetrar nesse universo de novos lugares urbanos e, assim, conceitua-los com mais precisão, vamos nos aproximar através de três enfoques aplicados simultaneamente: (i) o *lugar* como componente do mercado imobiliário; (ii) a “comodificação”<sup>13</sup> de *lugar* (lugar visto como “commodity” - um objeto com valor de troca); (iii) o *lugar* como tema, objetivo e resultado de uma estratégia de marketing no desenvolvimento do turismo urbano.

### **2.2.1 O desenvolvimentismo dos lugares de Fainstein**

Há facetas de lugar que são pouco exploradas na literatura específica. Ao clássico cânone de que lugar é uma *construção social*, seria bastante provocativo antepor indagações que buscassem elaborar sobre: E quem materializa essa construção? Aonde ela encontra substância para se desenvolver? Como ela vem à luz? Quem a gera? Quem a mantém?

Em outras palavras: como se dá a *incorporação* de um *lugar*?

As preocupações de natureza *econômica* com lugares - quase como uma surpresa - não têm ocupado a pauta de discussões que acompanha o entendimento e a conceituação do constructo. No entanto, muito do que entendemos como lugares da memória, da aura e da pluralidade advém precisamente da *economia* do lugar. E na economia do lugar, a *lugaridade* é vista como um valor econômico<sup>14</sup>. E é aqui que a conotação do conceito de lugar com as ações de projeto de lugar se torna mais

---

<sup>13</sup> Isto é, “(...) the transformation of a good or service into an exchange relationship” (FAINSTEIN & GLADSTONE, 1999, p. 29).

<sup>14</sup> A “lugaridade”, com o sentido econômico que aqui se dá ao termo, pode também ser entendida com o mesmo sentido da criação de “localização”, como usamos anteriormente.

intensa. E interessante. Felizmente, a literatura mais recente<sup>15</sup> (e mais revolucionária) começa, ainda que modestamente, a tocar nas questões de cunho pragmático que acompanham de perto muitos dos lugares de hoje. Ou, mais precisamente: as origens de boa parte do *comando* dos lugares de hoje - e de sua gênese.

Susan S. Fainstein, por exemplo, professora de planejamento urbano e de políticas de desenvolvimento na Rutgers University, Estados Unidos, talvez por força mesmo de seu cotidiano acadêmico, voltou-se a estudar com maior afinco as ações daqueles a quem denominou de *construtores de cidades*, nome que deu ao livro (FAINSTEIN, 2001) em que trata da explosão de investimentos imobiliários ocorrida em Londres e Nova York nos anos 1980s, em decorrência da extraordinária acumulação de capital financeiro do período. O objeto mais específico de sua abordagem recai na esfera das políticas do setor imobiliário (“real-estate development”), seja analisando a relação entre as políticas voltadas à reestruturação econômica e ao desenvolvimento da produção imobiliária; seja analisando as características intrínsecas da indústria imobiliária e das políticas de reurbanização. E é por aí que se dá a convergência integral dos pontos que aborda com os pontos que nos interessam e que dizem respeito a uma nova conceituação de *lugar*: o lugar como questão econômica.

No entanto, “When I completed the first edition of this book”, assinala a autora, “the property markets in London and New York had sunk deep into recession” (FAINSTEIN, 2001, p. xi), o que a obrigou a publicar uma nova versão de sua obra, atualizando os casos estudados e levantando argumentações a respeito dos acontecimentos que se seguiram. Uma de suas primeiras constatações nessa revisão já chama nossa atenção, e deve ficar registrada: “(...) I have discovered that the character of the property market changed significantly, as it became much more

---

<sup>15</sup> Não temos dúvidas de que é na literatura mais contemporânea que iremos encontrar as colaborações que se farão mais pertinentes à nossa abordagem e, conseqüentemente, é nela que deverão se radicar nossos maiores esforços e a ela daremos preferência. Por maior respeito e admiração que tenhamos dos títulos mais convencionais - e o demonstraremos, pois muitos deles serão citados - não podemos nos limitar a ficar repetindo o que outros autores que abordaram o tópico de *lugar urbano* já nos trouxeram em seus trabalhos, pois isto soaria, senão redundante, pelo menos, de menor préstimo.

driven by demand rather than by the availability of financial capital” (FAINSTEIN, 2001, p. xi, ênfase nossa). E mais ainda: entre os objetivos que a guiaram para atualizar seu livro, a autora incluiu preocupações que se relacionam claramente com nossa tentativa de trazer uma contemporaneidade ao conceito de lugar. Diz ela:

My purpose was to investigate the economic, political, technological, and cultural factors that caused developers to make the decisions that were shaping the physical forms of these two cities. It was my belief (...) that developers both molded demand and responded to public-sector initiatives and regulations (FAINSTEIN, 2001, p. xii).

Com efeito, muitos dos projetos desses *construtores de cidades* de que fala Fainstein destinam-se à construção de *lugares*. Em suma, trata-se nada mais nada menos do que as ações de “*placemaking*” - aquela mesma *construção de lugares* no encalço da qual orientamos nosso trabalho. Exemplos dessas construções são fáceis de enumerar, tanto em Londres como em Nova York, como igualmente em vários centros mundiais. Acreditamos, contudo, na eficácia didática que têm os casos recentes nelas realizados, graças aos quais, teremos melhores oportunidades para esboçar com maior nitidez a condição do *lugar* como instrumento de desenvolvimento econômico<sup>16</sup>.

### *Os exemplos de Nova York*

Em Nova York, o “*placemaking*” das últimas décadas do século XX foi provocado prioritariamente por ações advindas dos interesses privados das corporações de negócios, associados a políticas administrativas do setor público. A elas vieram se

---

<sup>16</sup> Claro que existem inúmeros exemplos históricos que se valeram do emprego das práticas que debatemos aqui. O uso de iniciativas estatais para realizar o que ora é designado como “*placemaking*” já resultou em grandes operações urbanas, cujas intenções seriam as de trazer valorização aos lugares, entre as quais, poder-se-ia mencionar as grandes obras promovidas por John Nash, John Wood, Napoleão, Haussman e Pereira Passos, entre outros. Nossa ênfase, contudo recai em tentar salientar as práticas mais recentes que se encontram em ação, especialmente na virada do século XX para o século XXI.



somar demandas específicas criadas pelo desenvolvimento do turismo urbano, da indústria do entretenimento, e pelo uso intensivo que essas e outras atividades típicas das cidades globais exigem dos recursos disponibilizados pelas inovações nas tecnologias de informação e telecomunicação. Em relação a estas últimas, é curioso assinalar que Manhattan conta com um conveniente *lugar* povoado pelo pessoal das novas mídias, agrupado, desde o início dos anos 1990s, num distrito de tecnologia da informação autodenominado de “Silicon Alley” (como contraponto ao famoso “Silicon Valley” da Califórnia), ao sul da Rua 42. No entender de seus participantes, “Silicon Alley is not just a new place...it’s a new world” que atrai pessoas “(...) from all corners of the earth. They come to live and work together in this ever-growing hightech area”<sup>17</sup>. E nesse *lugar hightech*, de antigas fábricas manufactureiras que agora “(...) host residences, retail, live/work, and nightlife” (ROSS, 2002, p. 126), até mesmo os comportamentos são típicos de uma “neoboheemian digital industry” (ROSS, 2002, p. 126), que enche as ruas com a vivacidade de seu caminhar apressado, o som sibilante de seus zumbidos, e a pluralidade de seus usos mistos.

Os projetos específicos de desenvolvimento urbano<sup>18</sup> foram concretizados graças à ação conjunta do poder público, que concedeu subsídios e também se responsabilizou pela infraestrutura; e por agências de desenvolvimento, como a semi-independente “The Urban Development Corporation” (UDC), ligada ao estado de Nova York, parcerias estas que demonstram que o conceito de lugar também pode ser contemplado como um elemento de *administração pública*.

De 1981 em diante, foram realizados vários projetos de

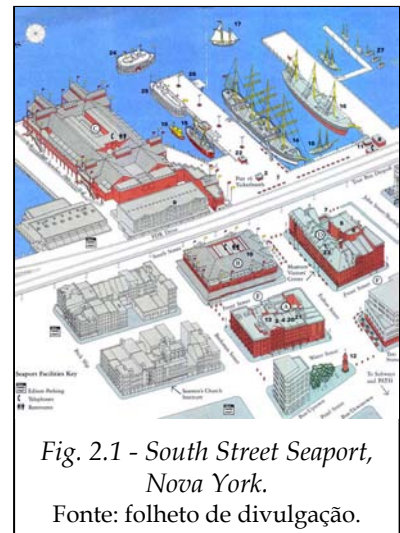


Fig. 2.1 - South Street Seaport, Nova York.

Fonte: folheto de divulgação.

<sup>17</sup> Ver <<http://iml.jou.ufl.edu/projects/Spring99/Gottlieb/got.html>>. Consulta em 29 abril 2005.

<sup>18</sup> Para uma consulta mais pormenorizada sobre essas transformações urbanas, ver FAINSTEIN, 2001. O livro oferece um riquíssimo manancial de informações, trazendo dados que transcrevem desde as quantidades de áreas construídas, até os valores investidos e, também, os agentes envolvidos, isto é, quantifica o papel econômico desempenhado por lugar na equação urbana.

peso, alguns dos quais se tornaram famosos e muito frequentados como, por exemplo:

- (i) O projeto do South Street Seaport, aberto em 1983 junto ao East River (FIGS. 2.1 e 2.2), com subsídios federais dos “Urban Development Action Grants”



Fig. 2.2 - South Street Seaport, Nova York. Foto: Lucas Welter.



Fig. 2.3 - Battery Park City, Nova York.  
Fonte: Internet.

(FAINSTEIN, 2001, p. 58), introduziu ao museu a céu aberto instalado em 1967, o novo complexo “Seaport Market Place”, seguindo as teorias de desenho urbano avançadas pela Rouse Company<sup>19</sup> em seus bem-sucedidos projetos de “placemaking” (BOYER, 1997, p. 197-198; HUXTABLE, 1997, p. 96). É um dos projetos pioneiros no

sentido de enquadrar *lugar* em sua nova roupagem de componente urbano de propósitos múltiplos, ou seja, congraçando objetivos culturais, psicológicos, territoriais, econômicos, administrativos, mercadológicos, consumistas, conservacionistas, enfim, atribuindo a *lugar* uma verdadeira pletera de experiências humanas.

- (ii) O projeto do Battery Park City tem como objetivo predominante o uso residencial. Uma agência administrativa criada especialmente, a “Battery Park City Authority” encarregou o escritório de Alexander Cooper e Stanton Eckstut para a criação do projeto (1979). Seu desenho recebe até hoje críticas favoráveis, especialmente pela maneira como os planejadores

<sup>19</sup> As composições urbanísticas do grupo dão preferência à construção de ambientes mais “íntimos”, em detrimento às construções de grande porte, como avantajados e impessoais “shopping centers”.

conseguiram reler os padrões mais característicos da urbanização de Nova York, de modo a atualizá-los para poder reutilizá-los (FIG. 2.3).

O conjunto poderia ser visto apenas como um grande lugar residencial, e, como tal, não inserido na esfera do “public realm” a que nos propusemos analisar<sup>20</sup>. Como inclui, contudo, também um *lugar* comercial com acesso público, além de dedicar 30% de sua área total aberta ao público, sua menção aqui se torna justificada. O concurso para a criação desse lugar comercial e dos complexos de escritórios, o “World Financial Center” - muito adequadamente conhecido como a *capital do capital* - foi estabelecido em 1980, tendo saído vitorioso o escritório de Cesar Pelli & Associates. Um dos pontos que mais nos chama a atenção é o de que a criação do *lugar* foi firmemente induzida pelas estratégias de uma poderosa empresa imobiliária, a Olympia & York’s, cujos investimentos no complexo foram tão volumosos que lhes permitiram atrair, como âncoras, inquilinos do porte de Dow Jones, Merrill Lynch e American Express, e, com isso, garantir a oportunidade de “create an address”, como diz Fainstein (2001, p. 167). Para marcar ainda mais o novel lugar, Olympia & York’s instalaram um “shopping mall” no portentoso átrio do complexo, o “Winter Garden” (FIGS. 2.4 e 2.5). Em seu conjunto, o Battery Park City é um projeto que conta com muitas benfeitorias, de extremo cuidado em sua implantação, e é impensável separar as facetas *econômico-administrativas* do projeto de suas feições *arquitetônico-urbanísticas*. Entre elas, seus



Fig. 2.4 - Battery Park City, Nova York. Foto: Lineu Castello.



Fig. 2.5 - Winter Garden, World Financial Center, Nova York. Foto: Lineu Castello.

<sup>20</sup> Ver Capítulo 1, *Introdução ao Lugar*.



Fig. 2.6 - Battery Park City, Nova York.  
Foto: Lineu Castello.



Fig. 2.7 - - Battery Park City, Nova York.  
Foto: Lineu Castello.



Fig. 2.8 - Battery Park City, Nova York.  
Foto: Lineu Castello.

parques contando com projetos de paisagismo; os projetos de equipamentos de lazer e esportes, realizados com a participação dos novos moradores e da comunidade da vizinha Tribeca em seu planejamento; a brilhante *promenade* que corre ao longo das margens do rio Hudson, conduzindo a uma esplanada com marina e serviço de transporte fluvial; além das vistas diretas da Estátua da Liberdade, a ilha de Ellis, sede da triagem dos antigos imigrantes e hoje uma atração turística, e, substancialmente, do rio, cuja acessibilidade visual é excepcionalmente franca no lugar (FIGS. 2.6 a 2.8). Aliás, a idéia de *lugar* é uma qualificação que ocorre espontaneamente a quem percorre o Battery Park City, lugar que já provocou apreciações entusiásticas do crítico de arquitetura do *New York Times*, recebedor do Prêmio Pulitzer por suas críticas, Paul Goldberger<sup>21</sup>, à época de sua inauguração: “There has been nothing like Battery Park City in New York or anywhere else in our time (...) The result is a place, not a project”

(GOLDBERGER, 1988 apud FAINSTEIN, 2001, p. 171, grifo nosso). É dele também a observação de que “(...) it is better still than the New York you have always known (...).Both Olympia & York and the Battery Park City Authority have been actively promoting Battery Park City as a place for the drop-in visitor as well as the office worker and the apartment seeker” (GOLDBERGER s/d, p.

<sup>21</sup> Paul Goldberger é responsável pela seção “Sky Line” da revista *The New Yorker*, ofício antigamente executado por Lewis Mumford. Presentemente é o “dean” da “Parsons School of Design”, em Nova York. Além do prêmio Pulitzer, recebeu várias outras comendas, inclusive a medalha do “American Institute of Architects”.

148, ênfase nossa).

Contraditoriamente, existem também críticas que são extremamente negativas ao novo “lugar”. De qualquer forma, para os propósitos da presente seção, parece suficiente transcrever mais uma vez as observações de Susan Fainstein (2001, p. 174) em relação ao desempenho de *lugar*, quando entendido como um conceito com conotações *econômicas*: “In terms of the indicators of private-sector funds leveraged and jobs kept in the city, Battery Park City was an economic success”.

- (iii) “42<sup>nd</sup> St. Development Project” - Trata-se de uma operação de renovação urbana ocorrendo em uma rua de forte evocação da memória cultural de Nova York, a 42nd Street, localizada em Manhattan. Outra vez, nosso interesse pelo projeto se destaca pelo realce que permite estabelecer quanto à convergência entre alguns campos das ciências sociais aplicadas e o conceito de lugar, o que nos ajuda a argumentar sobre os múltiplos papéis que ficam embutidos no conceito de lugar e que são, ou menos notados, ou completamente desassociados do conceito. O interesse se torna ainda mais destacado com as características apresentadas pelo projeto em questão, porque nele fica claramente salientada a importância do *entretenimento* urbano como componente importantíssimo do “placemaking” em cidades capitais, onde as visitas e o turismo motivados por atrações culturais urbanas é crescente.

O “Forty-second Street Development Project” integra as ações incluídas dentro de um antigo objetivo de renovação urbana de todo o “Times Square”, lugar da centralidade máxima da chamada “Midtown”<sup>22</sup> Manhattan, cujo estado de abandono e deterioração havia atingido, nos anos 1980s, uma situação insustentável. Ao longo dos anos, as várias propostas apresentadas para o re-desenvolvimento da região não chegaram a produzir resultados mais decisivos, embora uma meta tenha alcançado maior estabilidade: a de densificar a área e

---

<sup>22</sup> A zona localizada na região mediana da ilha de Manhattan, em Nova York.

multiplicar a densidade de escritórios empresariais. Com essa meta, a comissão de planejamento não só solucionaria a subutilização da região como evitaria a proliferação de edificações adicionais no lado Leste da ilha, que abriga as comunidades residenciais mais ricas e influentes da cidade. Como registra Fainstein (2001, cap. 6), para desenhar o novo centro empresarial, o governo da cidade, em conjunto com a “Urban Development Corporation” (UDC) aceitou, em 1981, um plano de diretrizes proposto pela firma Cooper-Eckstud<sup>23</sup>. Este ato, embora não tenha se tornado definitivo, marcou com maior consistência o destino que viria a nortear a construção do lugar. O caráter de excessiva sobriedade que a arquitetura de escritórios poderia introduzir numa região consagrada como festiva, brilhante e iluminada, como sempre foi o *Times Square*<sup>24</sup>, tornou-se uma das maiores dificuldades a frear o andamento do projeto. Após uma lenta evolução, permeada de litígios voltados basicamente quanto à inserção de novas torres de escritórios (conseqüência de índices construtivos mais permissivos), a coordenação do empreendimento, sob responsabilidade de uma parceria público-privada, a “42nd Street Redevelopment Corporation”<sup>25</sup>, agora que muitos dos espaços já se encontravam desocupados, introduziu táticas para conter a progressiva extinção da mistura de usos responsável pela *pluralidade* do lugar. Em 1993, o projeto encabeçado por Robert Stern chamado “42nd Street Now!”, com o apoio do organismo de planejamento da cidade, introduziu uma tática bastante reveladora do componente econômico que existe no conceito de lugar. Como forma de antecipar a criação de uma imagem - como se fosse uma “logomarca”

---

<sup>23</sup> A mesma do projeto do “Battery Park City”.

<sup>24</sup> E, particularmente, a Rua 42, lugar de tradicional concentração de casas de espetáculos e de serviços ligados à indústria teatral da Broadway, além de serviços afins, como estúdios de dança, canto, ateliês de ensaios. A Rua 42 foi a mais duramente atingida pelo clima de decadência infligido pela proliferação de lojas de pornografia, prostituição, tráfico de drogas e criminalidade que dominou a cena nos anos 1980s.

<sup>25</sup> A parceria envolveu duas agências públicas, a UDC (do estado de Nova York) e a “Economic Development Corporation” (responsáveis pelo planejamento, recursos humanos e implementações); e o setor privado (responsável pela construção das edificações; pela recuperação de prédios de valor histórico-cultural, como os antigos teatros; por melhorias no sistema local de metrô; e pela aquisição do solo da UDC) (FAINSTEIN, 2001, p. 126).

- para o lugar que ali deveria se estabelecer, enormes cartazes, vibrantes e coloridos passaram a ser afixados às fachadas dos edifícios. “These signs are a precursor of what we’ve just begun to see on 42nd Street; a spectacular array of lights and signs (...) an interplay of artistry and architecture (...) the imagery and actuality that will once again electrify and animate 42nd Street”<sup>26</sup> (FIGS. 2.9 a 2.12).

Aliás, a criação de imagem é uma das práticas mais frequentes no “placemarketing” de hoje, contando inclusive, com alentadas metodologias e avançadas técnicas no sentido não só de definir o que é a “imagem” de um lugar, como também a de conduzir o chamado “strategic image management (SIM)” (KOTLER et al, 1993, p. 141). Mas a tática mais inovadora do projeto foi a de garantir que 5% do espaço térreo esvaziado fosse dedicado a usos afins com atividades de lazer e recreação e a pequenos comércios varejistas, os quais, combinados com “(...) more fanciful designs for existing and future buildings (...) and placing large neon signs on all structures” realizariam o objetivo de “generate excitement and to reflect the area’s specific character as an entertainment district” (SASSEN & ROOST, 1999, p. 152).

A definitiva *démarrage* do projeto, entretanto,

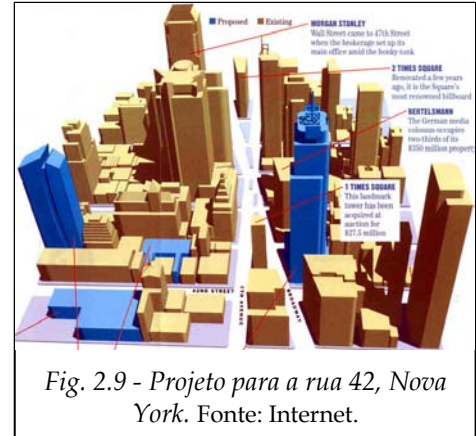


Fig. 2.9 - Projeto para a rua 42, Nova York. Fonte: Internet.



Fig. 2.10 - Obras do Projeto para a rua 42, Nova York. Foto: Lineu Castello.



Fig. 2.11 - Rua 42, Nova York. Foto: Lineu Castello.

<sup>26</sup> The 42nd Street Development Project, Inc. **A Place to Create: Signs of the Times.** In *42nd Street News*, the newsletter of the 42nd Street Development Project, Inc., outono 1998.



Fig. 2.12 - Obras do Projeto para a rua 42, Nova York. Foto: Lineu Castello.

somente deslanchou em 1994, quando a Walt Disney Corporation demonstrou interesse por bancar a recuperação do histórico teatro New Amsterdam, na Rua 42, para nele encenar suas produções teatrais que, após o retumbante sucesso do musical *A Bela e a Fera*, passaram a ser incluídos entre os empreendimentos habituais da empresa<sup>27</sup>. Só que Disney impôs condições: além de exigir que lhe fossem feitas concessões financeiras, determinou que a cidade atraísse mais dois investidores voltados ao setor de entretenimento, tendo obtido êxito nas duas instâncias. O simples engajamento da empresa Disney, contudo, já havia suscitado uma reação em cadeia que, a partir de 1995, atraiu empresas tanto voltadas à produção de entretenimento, como a seu consumo. Assim, gigantes da indústria da mídia, como o conglomerado alemão Bertelsmann AG, a inglesa Reuters, a Condé Nast Publishing Company, a Warner Brothers, a Viacom, se alojaram nos arredores ou junto aos teatros remasterizados, próximo ao cineplex de 25 salas da AMC (American Multiplex Cinemas Entertainment), à própria loja de produtos Disney, misturando-se a restaurantes, pubs, grandes hotéis, empresas financeiras, renomados escritórios de advocacia, o NASDAQ Visitors Centre e até o museu de cera de Madame Tussaud, entre tantas outras atrações que somente se encontram disponíveis em *lugares da pluralidade*. E em lugares *urbanos da pluralidade*, que geram

---

<sup>27</sup> O musical “The Lion King” estreou no New Amsterdam Theatre em 13 novembro 1997. De acordo com o site <<http://theater2.nytimes.com/gst/theater/tdetails.html?id=1077011420479>>, consulta em 06 maio 2005, a peça ainda continuava em cartaz nessa data.



(...) a new form of urban tourism, one that is media related and uses the city itself, especially the global city, as an object for consumption - the city as theme park. (...) The entertainment industry (...) requires access to multiple highly specialized inputs that are available only in large diverse places (...). Since the 1980s, there has been a rapid growth in the use of urbanity as an advertising tool (...) in the 1990s, large entertainment firms are among the leading investors and developers in major urban projects that emerge as destinations for tourists and suburbanites (SASSEN & ROOST, 1999, p. 145).

Um passeio pela Rua 42 hoje, no início do século XXI, produz o efeito buscado pelos idealizadores daquele lugar. Além disso, como conclui Fainstein (2001, p. 134), “If economic expansion, visual excitement, and popularity are the criteria for successful redevelopment, then Times Square is a winner”. Mesmo assim, o novo lugar não escapa de receber críticas desfavoráveis, principalmente por envolver o que no jargão arquitetônico-urbanístico é conhecido como “disneyficação do ambiente”, isto é, a participação das técnicas de “placemaking” e “placemarketing” características da empresa Disney, que costuma incorrer em notórias conotações à falta de autenticidade e artificialismo. “So should we worry?” pergunta Marshall Berman, ao mesmo tempo em que explica “Long-standing rage against Disney is part of the deal (...) but also on prejudices of our own: prejudices of many intellectuals against mass culture, prejudices of seltzer against orange juice (...) I’ll fight for many of them, but they could stand some critical scrutiny” (BERMAN, 1997, p. 82 apud FAINSTEIN, 2001, p. 135).

### *Os exemplos de Londres*

Em Londres, as construções de novos lugares vêm se materializando a partir de projetos viabilizados pelas parcerias formadas entre as múltiplas autoridades locais (as 33 “boroughs” que integram o “London Planning Advisory Committee”); a participação de grupos de negócios; e a colaboração de organismos não-governamentais, representativos das comunidades envolvidas (FAINSTEIN, 2001, p.

46-47). Os projetos se voltam tanto à produção de novos espaços quanto à recuperação de espaços obsoletos. Alguns desses projetos tornaram-se muito conhecidos no mundo todo e, em especial, no *milieu* arquitetônico-urbanístico. Entre eles, merecem menção:

- (i) O projeto de reurbanização da área das docas de Surrey, ao sul do rio Tamisa (correspondendo ao centro financeiro de Londres na margem norte). O projeto começou a se consolidar a partir da construção da “London Bridge City”, um complexo de comércio e escritórios localizado junto à estação de metrô London Bridge, aproveitando as vantagens locacionais desta situação (e da potencial lugaridade ali latente). Concluído em 1989, representou a primeira experiência em termos de cruzar o rio na direção sul com investimentos imobiliários de primeira linha, revalorizando uma área estagnada economicamente. Na seqüência do desenvolvimento, as ações já se voltaram decididamente para a construção de um lugar de cultura e entretenimento, como evidenciam



Fig. 2.13 - Globe Theatre, Londres.  
Foto: Iára Castello



Fig. 2.14 - Tate Gallery of Modern Art.  
Foto: Iára Castello.

Newman e Smith (2000, apud FAINSTEIN, 2001, nota 115, cap. 2) já no próprio título de seu artigo: “Cultural Production, Place, and Politics on the South Bank of the Thames”. Uma das primeiras obras foi a da “reconstrução” do que seria o teatro usado para o lançamento das peças de William Shakespeare, o Globe Theatre (FIG. 2.13), logo alçado ao status de lugar cultural do circuito londrino de entretenimento e lazer, complementando-se, assim, a efetivação do “placemaking” com um bem planejado “placemarketing”.

A nova Tate Gallery of Modern Art (FIG.

2.14) que, em 2000, instalou-se na estrutura recuperada de um “brownfield”<sup>28</sup> local, antigamente ocupado por uma usina termoelétrica, ampliou o status de lugar cultural desejado pela autoridade local para a zona de Southwark. Como parte de sua estratégia para a área, como argüi o próprio Southwark Council, “If we can use culture to attract the kind of development we want, we’ll do it” (FAINSTEIN, 2001, p. 53), no enalço do quê, “Various other museums, art galleries, and restored properties appeared, among them (...) the London Dungeon, which features ‘torture, execution, and the story of Jack the Ripper’” (FAINSTEIN, 2001, p. 52). Na verdade, a autoridade local está procedendo de acordo com experiências realizadas por outros “councils” e que haviam dado certo em termos de desenvolvimento e de consecução do objetivo de criar lugares, ressaltando o viés administrativo que pode ser atribuído ao conceito de lugar. Vale lembrar uma das primeiras tentativas realizadas neste sentido, a da reurbanização da área do antigo mercado de alimentos de Covent Garden, na nobre área do Westminster Council (FIG. 2.15). Superados os intensos debates que acompanharam a evolução da obra, nos anos 1970s, sucedeu-se uma generosa recuperação de toda a região: “Covent Garden’s renewal stimulated the



Fig. 2.15 - Mercado Covent Garden, Londres. Foto: Lineu Castello.



Fig. 2.16 - Covent Garden Opera House  
Foto: Iára Castello.

<sup>28</sup> Inicialmente nos Estados Unidos e, agora, amplamente disseminada, a expressão “brownfield” passou a integrar o vocabulário da área de planejamento urbano, com o significado de áreas urbanas desocupadas em função da obsolescência do uso que lhes era previamente atribuído.

subsequent transformation of the entire surrounding area to trendy retail and entertainment uses (...) with a general tendency toward the boutiqueing of Westminster's commercial sector (...)" (FAINSTEIN, 2001, p. 50). Fica bem evidenciado, deste modo, o papel econômico que pode ser atribuído ao conceito de lugar no que concerne à economia urbana: conceitualmente, pode ser pensado como um componente do mundo econômico. A reforma do teatro da Ópera, por Dixon Jones, foi outra benfeitoria a requalificar a área de Covent Garden (FIG. 2.16).

- (ii) O projeto das "Docklands" atravessou uma acidentada trajetória de altos e baixos em termos financeiros, políticos e administrativos, estendendo-se de 1981 a pelo menos 2000, época em que o projeto finalmente passou a alcançar a definitiva consolidação, conseguindo lograr o êxito que demorou tanto a chegar. Sua grande meta foi a de recuperar o vasto espaço tornado derrelito com a obsolescência da área portuária das Docklands, zona leste de Londres, após a adoção do sistema de contêineres em outros portos. O reuso de áreas portuárias já havia sido experimentado com sucesso em Londres, quando da

implantação do projeto de St. Katharine's Docks, nos anos 1970s (FIGS. 2.17 e 2.18), que havia reunido apartamentos, escritórios, hotel, e marina, além de pubs e cafés.



Fig. 2.17 - St. Katharine's Docks, Londres.  
Foto: Lineu Castello.



Fig. 2.18 - St. Katharine's Docks, Londres.  
Foto: Lineu Castello.

A ideiação que motivou o Partido Conservador ao lançar o projeto em 1981, foi a de criar um novo lugar de negócios e moradias que se transformasse num vibrante *cuore* de nível metropolitano, capaz de competir em igualdade de condições com os outros grandes centros europeus do século XXI, algo assim como o que os franceses haviam feito na periferia de Paris, quando criaram o projeto "La Défense". Susan Fainstein (2001) mais uma vez fornece preciosos

argumentos sobre o desenvolvimento do projeto que nos auxiliam a corroborar a idéia de que o conceito de lugar ganha, nos tempos presentes, um reforço substancial para seu mais completo entendimento, quando abordado do ponto de vista econômico.

Relata Fainstein que, entre as muitas incertezas que acompanharam as ações da “London Docks Development Corporation”, agência administrativa criada especialmente para promover o desenvolvimento da Grande Londres, particularmente de suas áreas costeiras, uma das mais intrincadas foi a de prover acesso ferroviário à área, somente resolvido pela construção de uma rede especial, a “Docklands Light Railway” e, mais tarde, já em 1999, pela extensão da linha Jubilee, do próprio metrô de Londres (FIGS. 2.19 e 2.20). Com o intuito de atrair os investimentos do setor privado, o governo conservador designou uma zona empresarial “franca”, beneficiada com subsídios e isenção de taxas para desenvolvimento prioritário, localizada na Isle of Dogs. Ali, junto à antiga “West India Docks”, no trecho conhecido como “Canary Wharf”<sup>29</sup>, entrou em ação a empresa Olympia & York, dos irmãos Paul, Albert e Ralph Reichmann (FAINSTEIN, 2001, p. 161; 181), os mesmos da empreitada que produzira o *lugar* Battery Park City para Nova York.

Como uma das primeiras providências, a



Fig. 2.19 - Docklands Light Railway, Londres. Foto: Lineu Castello.



Fig. 2.20 - Estação de metrô Canary Wharf, Jubilee Line, Londres. Foto: Lineu Castello.

<sup>29</sup> Curiosamente, os nomes derivam da recepção de cargas que traziam bananas e cana-de-açúcar das Índias Ocidentais; e frutas das Ilhas Canárias.

incorporadora O & Y não hesitou em encarar a construção do *lugar* visualizando seu conceito dentro da perspectiva da *comodificação* do lugar. O passo seguinte, obviamente, voltou-se às preocupações quanto à criação de uma *marca* de qualidade para o ideado lugar, o que levou os incorporadores a engajar-se nas complexas operações do chamado “branding”, ou seja, da criação de *brands* - ou marcas -, fortemente associadas, no caso, a promover uma imagem revitalizada a respeito da identidade cultural do país. Como ensina um dos atuais expoentes da área de “branding”, “the challenge for all countries is to find ways of continually presenting and re-presenting their past cultural achievements alongside their modern equivalents in ways that are fresh, relevant and appealing to younger audiences” (ANHOLT, 2003, p. 142)<sup>30</sup>. Nada melhor, então, do que se cercar de um grupo de poderosos “starchitects”<sup>31</sup> para criar um produto cultural que, com eloquência, buscasse preservar os lauréis do passado cultural britânico. Como comentado em relação à experiência norte-americana, também aqui seria impensável separar os aspectos econômico-administrativos da materialização arquitetônico-urbanística, todos presentes no processo de “placemaking”. O processo, aliás, exigia dos urbanistas uma implantação urbana “natural”, ou seja, sem a inserção abrupta de formas não-contextuais ou de traçados exóticos. Assim, a idéia de mimetismo - de certa forma, bem próxima à de clonagem - é trazida à cena, fazendo com que, por exemplo, “The edifices surrounding Westferry Circus, the roundabout terminating the complex at the western end, mime the great squares of central

---

<sup>30</sup> Vale acrescentar que a empresa Anholt-GMI, de Simon Anholt, acaba de publicar a segunda edição de seu *Índice de Marcas Nacionais*, no qual são classificados os países conforme a percepção que lhes dão os indivíduos. Uma extrapolação mais audaciosa permitiria inferir que o “país”, no caso, se enquadraria no nosso entendimento de “lugar”. Segundo a empresa, “a globalização significa que os países competem entre si para atrair a atenção, o respeito e a confiança de investidores, turistas, consumidores, imigrantes, mídia e governos; (...) é essencial que os países percebam como são vistos no resto do mundo, como (...) seu povo e seus produtos se refletem nessa marca” (Jornal O SUL, 05/8/2005, p.9). A pesquisa envolveu 25 países, entre ricos e em desenvolvimento. O Brasil foi classificado como o 15º e o preferido foi a Austrália.

<sup>31</sup> A expressão se refere a nomes famosos do repertório global de arquitetos e urbanistas que, nas últimas décadas do século XX tiveram seus trabalhos convocados como meio de marquetizar os produtos que assinavam.

London” (FAINSTEIN, 2001, p. 183, ênfase nossa).

Entre os arquitetos estelares convocados citam-se I.M.Pei; Skidmore, Owings & Merrill; Norman Foster; e Cesar Pelli, cabendo a estes dois últimos trazer o toque contrastante ao partido geral, garantido por meio de torres de maior altura (FIGS. 2.21 a 2.23), que se destacam contra o pano de fundo de uma urbanização que segue padrões ditos neo-tradicionais (ELLIN, 1999, p. 100). Para alcançar qualidade no “placemaking” não foram poupados esforços como, por exemplo, os de reservar mais de um terço da área para espaços abertos, e a provisão de todos os equipamentos e mobiliário urbano com alto nível e avançada tecnologia. E, claro que, aos cuidados despendidos ao “placemaking”, “A lavish marketing campaign had succeeded in producing a positive image for the area, and it attracted several new, prestigious occupants, including the investment arm of Barclay’s Bank. This move marked the acceptability (...) to British firms” (FAINSTEIN, 2001, p. 190).

Repare-se que essas indagações fazem parte daquilo que queremos descobrir quando buscamos uma conceitualização mais



Fig. 2.21 - Maquete do projeto para Canary Wharf, Londres. Fonte: Internet.



Fig. 2.22 - Canary Wharf e Greenwich Peninsula, Londres. Fonte: Internet.



Fig. 2.23 - Canary Wharf, prédios de Cesar Pelli & Associates e Foster & Partners. Foto: Lineu Castello

abrangente de lugar, só que, agora, vendo-o a partir de um ângulo no qual o situamos no que se poderia designar como numa “rotatória” das ciências sociais aplicadas: nessa encruzilhada, convergem fatores originários de diversos campos disciplinares, desde *economia e administração*, até *marketing e política*. Por isso, nos satisfaz plenamente quando encontramos nas palavras da própria Fainstein que

Place is a critical component of human welfare for several reasons: (1) It provides a basis for human affiliation; (2) it is the setting for economic development and consumption; (3) it is the locus of political representation; and (4) it is the arena in which public policy acts on people (FAINSTEIN, 2001, p. 202).

Convém não esquecer que a arena em que as políticas públicas associadas a *lugar* atuam sobre o público - de que fala a citação acima -, não se limita a ações que incentivam a criação de determinadas situações no ambiente urbano, como as que se viu para Londres e Nova York. Dentro do conceito de *lugar* há abrigo também para o contrário, para as ações de cidadania que determinam novas políticas públicas e que, muitas vezes, são reações com viés acentuadamente cívico, originadas de movimentos civis que lutam por garantir um *lugar* - simbólica e concretamente - para minorias étnicas, sexuais ou religiosas<sup>32</sup>, que se agrupam ao longo de determinados *lugares* da cidade e que querem ocupar um lugar próprio na sociedade atual. Isto obviamente implica reconhecer que *lugar*, assim como detentor de um valor econômico que pode envolver a movimentação de bilhões de dólares, contém, muito importantemente, um imenso valor *sociológico*.

---

<sup>32</sup> Os estudos de lugar vêm abrangendo campos até então inexplorados, como os lugares de minorias que se menciona aqui. Nesse sentido, é interessante assinalar que um dos Painéis realizados no XXII International Congress da Latin American Studies Association (LASA) versou sobre o tema “Gay and Lesbian Identities and the Politics of Place”. Destacou-se no Painele a análise apresentada pelo professor da University of Wisconsin, EUA, Severino Albuquerque, que discorreu sobre o tema *Evading Marginality: GLB Identity, Official Silence and the Politics of Place in Brazilian Literature*.



E um não menos imenso valor *político*, algumas vezes, examinado menos atentamente e que, por esta razão, merecerá alguns comentários aqui. Este seria precisamente o caso de movimentos conhecidos como NIMBY (“Not In My Back Yard”)<sup>33</sup> ou LULU (“Local Unwanted Land Use”). Em casos assim, *lugar*, sentido de *lugar*, identidade de um *lugar*, características normalmente tão exaltadas em termos de ambiente urbano e de qualidade de vida, podem conduzir a extremas injustiças e a acentuar desigualdades sociais.

Na verdade, esses grupos de pressão como os NIMBY estão, quase sempre, apenas “protegendo” os lugares que lhes são objeto de afeição e, na defesa dos quais, não hesitam em promover reivindicações, passeatas, ou abarrotar as salas das câmaras onde se tomam decisões a respeito de mudanças nos usos do solo. Se uma dessas mudanças incluir a introdução como uso permitido junto a uma área de vizinhança, por exemplo, de uma estação transmissora de telefonia celular, de um sistema de incineração de lixo ou, mesmo, de um novo conjunto habitacional de interesse social, a comunidade de usuários vai provavelmente reagir de todas as formas possíveis. Nos Estados Unidos a localização de um loteamento popular “(...) is the classic case of NIMBY: ‘public housing may be all right somewhere else, but not here’. This opposition may be racial, social, or simply a result of the fear (...) [of] a fall in local property values” (CULLINGWORTH & CAVES, 2003, p. 215). Lá, um dos métodos empregados nessa “defesa do lugar” chega a incluir até um sistema de votações chamado “ballot box planning”, ao qual a comunidade apela, “(...) if they feel the elected politicians are ignoring their opinions, or if they feel that some activity or activities will negatively impact their lives” (CAVES, 1992, p. 41).

Já mais recentemente, os embates se tornaram bem mais intensos, originando questões de natureza econômica, e acabando por suscitar a eclosão de um conflito confrontando antagonistas inusitados - “pessoas versus lugares” - onde paladinos defendem políticas para *lugares* como estratégia para viabilizar

---

<sup>33</sup> Ver também Seção 2.3.1, *A interface de lugar com a Geografia Comportamental*.

políticas para *pessoas*. No entender de Robert C. Wood - político e acadêmico<sup>34</sup> -

(...) the suburban defensive policies of the not-in-my-backyard (NIMBY) stand were revealed as major place barriers to the provision of affordable housing. (...) Whatever the abstractions required to activate economic models, people live in places. (...) People without places, far from being (...) pursuing and achieving their self-interest, are in fact lost. They are homeless, jobless, alone. Losers. (WOOD, 1995, p. 139-141).

Com essas considerações, torna-se forçoso citar pelo menos *en passant* o conceito de *territorialidade*. É óbvio que não se pode tratar das dimensões espaciais do comportamento humano sem falar de *onde* se passa isso tudo. Na verdade, uma das primeiras preocupações que acompanharam qualquer pesquisa psicológica recaíram precisamente sobre essa complexa unidade espacial que se chama território. Robert SOMMER (1973) define território como sendo uma área geográfica marcada ou personalizada de alguma maneira, e defendida contra a intrusão. Um ponto importante nessa conceituação é a ênfase que coloca na existência de uma demarcação defensiva. Isso tem muito a ver com o conceito presente nas ciências biológicas a respeito do controle sobre recursos que são necessários para a sobrevivência, e que é freqüentemente invocado na interpretação do comportamento territorial dos animais<sup>35</sup>. Mas a noção meramente biológica de defesa do território não basta. Os avanços em pesquisa - principalmente antropológica - apontam para uma necessária ênfase em significados sociais, culturais e religiosos, que necessariamente devem ser envolvidos na noção de território. E, igualmente, como não poderíamos deixar de mencionar aqui, na noção de *unidade de vizinhança*, um princípio de

---

<sup>34</sup> Ministro da Habitação e do Desenvolvimento Urbano do governo do Presidente Lyndon Johnson; e antigo professor do M.I.T. e Presidente da University of Massachusetts.

<sup>35</sup> E numa pequena-grande digressão, sempre é interessante lembrar que a Humanidade se encontra hoje supostamente empenhada na tarefa de desenvolver uma sustentabilidade ambiental, isto é, o território a defender transformou-se nada mais nada menos do que o planeta - e a defesa da vida que nele existe.

planejamento urbano muito usual em Arquitetura-Urbanismo, que se fundamenta nas interações sociais no nível de comunidades residenciais, como demonstrado por LEE (1970).

Antes de nos ocuparmos de questões de cunho sociológico propriamente ditas, entretanto, é bom lembrar que muitos pesquisadores e um bom número de profissionais da área de projeto incluem em suas conceituações a respeito de lugar, cuidados que reúnem preocupações de natureza social, às quais se somam preocupações de natureza econômica. Um desses nomes, responsável por inúmeras concretizações de lugares valorizados socialmente enquanto viáveis economicamente, é William H. Whyte, profícuo batalhador por “lugares melhores” para a sociedade urbana, e que ensinou a ver a cidade sob um ângulo de maior humanismo, mais do que simplesmente como uma máquina econômica. Seu campo de ação mais produtivo foi a cidade de Nova York, onde testou suas primeiras experiências com os chamados *espaços públicos de domínio privado*, uma peculiar idealização do planejador urbano.

Graças a essas experiências, políticas oficiais de planejamento ensejaram a criação de inúmeros *locais* de domínio privado, os quais, por medidas de gestão urbana, se tornaram tranqüilamente apropriados pelo domínio público. Whyte influenciou substancialmente muitas das decisões tomadas no plano de Nova York (depois seguidas em outras cidades), em particular, no encorajamento à criação do que se chamou “privately owned public space”, uma Resolução Legal de 1961 pela qual a gestão pública passou a dirigir suas atuações “(...) encouraging rather than requiring, private developers to act in a manner directed by the public sector” (KAYDEN et al, 2000, p. 11). Graças a esses incentivos iniciais (bônus para incrementos nas densificações), a cidade ganhou uma considerável ampliação em sua rede de espaços públicos, mesmo quando estes se localizavam em locais privados.

Rica pesquisa conduzida por Jerold S. Kayden, advogado, planejador urbano e

professor em Harvard, realizada conjuntamente com o “Department of City Planning” de Nova York e “The Municipal Art Society”, também de Nova York, demonstrou que, no ano 2000, existiam 503 *espaços públicos de domínio privado* em Nova York, distribuídos em uma grande diversidade de tipologias, que compreende variedades como “plaza” (e todas as categorias dela desdobradas, como plaza urbana, elevada, residencial, subterrânea), arcadas, calçada expandida, área de encontro ao ar livre, área coberta para circulação de pedestres, galeria transversal, enfim, todo um excelente repertório posto à disposição dos urbanistas locais. Diga-se, a propósito, que Whyte integra um grupo de pensadores a introduzir novas perspectivas de reflexões sobre os ambientes urbanos contemporâneos, em especial, em relação à imperiosa necessidade de as cidades contarem com lugares urbanos onde possa eclodir, com maior espontaneidade, a expressão da *urbanidade*. Tal grupo de visionários é reconhecido por inspirar os movimentos de “placemaking” que hoje crescem com vigor, principalmente nas cidades do mundo pós-industrial, e que conceituam *lugar* envolvendo-o, muito adequadamente, numa “rotatória das ciências sociais aplicadas”, como se delineou aqui. Mais adiante voltaremos a falar neles.

## 2.3 UM AUTÊNTICO *LUGAR* ENTRE AS HUMANIDADES

### 2.3.1 A interface de *lugar* com a Geografia Comportamental

O extenso universo geográfico - que recobre as geografias humanística, política, física, econômica, do comércio, do marketing, social, etc - encontra no tema de *lugar* um de seus envolvimento mais intensos. Entre os autores mais destacados na área, dois se salientam como particularmente relevantes para o presente trabalho: Yi-Fu Tuan e Edward Relph.

### *O lugar humanístico de Tuan*

Um dos autores realmente emblemáticos em relação ao tema de lugar é, indiscutivelmente, Yi-Fu Tuan, o geógrafo chinês radicado nos Estados Unidos, para quem a construção de um paradigma para *lugar* se transformou num arrebatamento tão apaixonante que o levou a criar o termo “topofilia”, por ele definido como “o elo afetivo entre a pessoa e o lugar ou ambiente físico. Difuso como conceito, vívido e concreto como experiência pessoal (...)” (TUAN, 1980a, p. 5). Além disso, seu livro “Espaço e Lugar” é considerado uma obra fundacional da chamada geografia humanística, trazendo decisivas contribuições para alargar o entendimento das relações entre as duas categorias - espaço e lugar - definindo com maior precisão onde se situa o lugar - ou seja, na condição de espaço humanizado:

“O lugar é segurança e o espaço é liberdade: estamos ligados ao primeiro e desejamos o outro. (...) A partir da segurança e estabilidade do lugar estamos cientes da amplidão, da liberdade e da ameaça do espaço (...). ‘Espaço’ é mais abstrato do que ‘lugar’. O que começa como espaço indiferenciado transforma-se em lugar à medida que o conhecemos melhor e o dotamos de valor. (...) O espaço transforma-se em lugar à medida que adquire definição e significado.” (TUAN, 1983, p. 3; 6; 151).

Entre seus pares da Geografia, é reconhecida e celebrada a tendência “transdisciplinar” de Tuan, pois seus escritos “(...) have stimulated geographers to explore topics left relatively underexamined (...) such as environmental perception, symbolic landscapes, geographical aesthetics, environmental ethics, and cultural fantasy and escapism”, como observa J. Nicholas ENTRIKIN (2001, p. 427), professor norte-americano de geografia e diretor visitante de pesquisas no CNRS<sup>36</sup> francês. Não é, portanto, sem razão que em sua área seja empregado, como adjetivo, mesmo entre os que o criticam, o termo *tuiano* (“*tuanian*”, em inglês), implicando a importância que seu método intelectual exerce. Muitas das ilações que Tuan ressalta existem

---

<sup>36</sup> CNRS: o “Centre National de la Recherche Scientifique” é o organismo público francês encarregado do desenvolvimento da pesquisa científica e tecnológica fundamental.

entre a noção de lugar e os tópicos assinalados acima por Entrikin, guardam notável relevância para nossa conceituação de lugar. A começar por Tuan ter levantado a conveniência do emprego da *percepção ambiental* nos estudos de lugar, idéia que é trazida em seu citado "Topofilia", cujo subtítulo é, precisamente, "A Study of Environmental perception, Attitudes, and Values"<sup>37</sup>.

Outra habilidade desenvolvida com extremo mérito por Tuan, e que nos é útil em nosso trabalho, é a de como consegue dar consistência às ilustrações que faz a respeito da grande abrangência que o conceito de lugar alcança. Suas obras nos trazem as fortes conotações que lugar tem com, por exemplo: a experiência humana de viver; as relações entre o natural e o cultural; as inusitadas interpretações associadas ao escapismo nessas relações; a antropia; as relações entre o indivíduo e a comunidade; as relações entre os indivíduos entre si; a literatura; a linguagem; a propaganda; a imaginação; e buscam entender até mesmo as conotações que se acham presentes na criação projetual de lugar - por certo, uma abordagem de interesse imediato a arquitetos e urbanistas. As considerações discutidas a seguir versarão sobre os temas incluídos no interior desses variados recortes, nos quais se pode intuir com clareza o grande alcance que tem o conceito de lugar para Tuan.

A começar pelas reflexões que Tuan levanta quando discute a experiência humana de viver, questionando "how have humans adapted to and transformed nature in making the earth their home?" (ENTRIKIN, 2001, p. 428), ou quando, filosoficamente, se pergunta "what does it mean to be human?" (ENTRIKIN, 2001, p. 428).

Quando argúi sobre a dinâmica tensão entre os fenômenos da natureza e os fenômenos da cultura, abordando mais diretamente a transição do natural ao cultural, Tuan aponta para a presença de uma forma de escapismo que, segundo o geógrafo, acompanharia a antropização do ambiente natural, pois vê o fato cultural

---

<sup>37</sup> Traduzido como "Um Estudo da Percepção, Atitudes e Valores do Meio Ambiente" em sua versão brasileira.

como um escape do fato natural. E até como uma maneira de evadir-se que o ser humano tem em relação aos laços envolventes da natureza - e da natureza humana. Com esse raciocínio, nos instiga a pensar diferente sobre diferentes dimensões do escapismo - a ver o escapismo sob outro olhar, a adotar uma nova maneira de refletir a respeito do escapismo. Interpretado por Tuan como inerente a muitas manifestações culturais do ser humano, o escapismo pode, por exemplo, se manifestar em relação a condições naturais; a circunstâncias evolucionais; ou, simplesmente, em função de ações que envolvem uma pluralidade social. Provocamos Tuan:

Half an hour ago I was walking by the lakeshore. It started to rain, and I **escaped**<sup>38</sup> into my room. My room (...) is a haven (...) created to protect me from threatening nature. (...) What is there in culture - from house to religion - that is not a form of **escape**?

My body too is nature. I meddle with it, and much of my meddling comes out of a conscious desire to **escape** from or cover up my animality. (...) Culture is how I **escape** my animal state of being.

(...) We all like to be special. Yet at a deep level, being special or unique is intolerable. It makes for disconnectedness, loneliness, and vulnerability. Submerging the self in a group, thus **escaping** from one's singularity (...) is a compelling human need (...) (TUAN, 1998, p. xi).

Suas reflexões a respeito de escapismo são, portanto, no mínimo, perturbadoras. Apesar da freqüente associação negativa a que o termo conduz, Tuan argutamente levanta dúvidas quanto a esta negatividade já vir implícita no termo. Ao mesmo tempo em que constata que: "(...) we tend to judge as escapist places such as mega-shopping malls, fancy resorts, theme parks, or even picture-perfect suburbs" (TUAN, 1998, p. 5), o autor apresenta outra maneira de enfocar o escapismo ao qual se costuma associar esses tipos de lugares. Para fazê-lo, introduz um raciocínio discutindo inicialmente sobre a relatividade dos termos "real" e "realidade". Real é

---

<sup>38</sup> Os destaques em negrito para as palavras conotando a "escapismo" foram acrescentados por nós nas três locuções.

aquilo que nos é familiar, é o previsível, é o que é exemplificado pelo “lar”, nosso primeiro *lugar* culturalmente construído. É praticamente como se fosse uma representação do indivíduo, do “self”. Aliás, a casa é freqüentemente proposta como o símbolo do “self”, como, por exemplo, o faz Cooper (1972; 1995) que, “Based on Jung’s concepts of the collective unconscious, the archetype and the symbol (...) proposed the notion of house as symbol of the self” (CARVALHO et al., 1997, p. 764).

Sair desse lar ou do familiar, mesmo voluntária e brevemente, já representa um tipo de *escapismo*, simboliza engajar-se numa aventura num mundo fantasioso, menos real. Além disso, desconcertantemente, Tuan aventa que real pode ser precisamente o oposto a isto. Irreal pode ser a própria vida diária, com suas permanentes reviravoltas em meio a projetos inconclusos, acompanhados por desconcertantes indefinições, e em meio a sonhos que, espasmodicamente, se transformam em frustrantes *irrealizações*. Porém, enquanto confrontados com os cenários que nos são trazidos por esses lugares ditos de “escapismo”, voltamos ao familiar, retornamos à previsibilidade daquilo com que nos acostumamos a considerar como sendo a *ordem*. “Real, by contrast, is the well-told story, the clear image, the well-defined architectural space, the sacred ritual, all of which give a heightened sense of self - a feeling of aliveness.” (TUAN, 1998, p. 7-8).

Afinal, conclui Tuan, somente os animais humanos têm cultura e, nas palavras do autor<sup>39</sup>, “cultura” é como os seres humanos em suas relações escapam, através da imaginação e da habilidade, para mundos por eles próprios construídos, mundos que visualizam como mais previsíveis, adaptáveis e favoráveis, e que se apresentam sob configurações variadas, compreendendo, no plano material, desde a configuração de uma cabana até a de um arranha-céu, e no plano mental, desde uma crença mágica até uma religião.

Talvez seja o muito de imersão na fenomenologia embasada em Heidegger o que

---

<sup>39</sup> Seus comentários foram proferidos durante a palestra *The Life of Learning*, realizada durante a “Charles Homer Haskins Lecture” N° 42. New York: American Council of Learned Societies, 1998. Cf. ENTRIKIN, 2001, p. 428-429.



mais interessa na obra de Tuan, pois é a experiência humana a matéria bruta que Tuan lapida em sua constante captura do mundo humanizado, de um mundo que apresenta lados culturais amenos e sombrios, um mundo que se transforma para melhor e para pior: “He observes and writes about the commonplace and (...) captures the inherent tensions and ambiguities that exist just beneath the apparent concreteness and certainty of the customary rhythms of everyday life.” (ENTRIKIN, 2001, p. 430). Este é outro aspecto que apreciamos na obra de Tuan: a observação e descrição que faz das experiências da vida cotidiana participarem como fatores decisivos no entendimento de porquê certos espaços são percebidos como lugares - e, mais importante, como lugares de urbanidade.

Outra das abrangências embutidas no conceito de lugar, de acordo com Tuan, leva-o a considerar relevante a propaganda que se faz sobre um lugar. De fato, Tuan reputa importante o papel que os comentários - e até as fofocas - exercem na definição de um lugar, quando diz que “A network of gossip can elevate one shop to prominence and consign another to oblivion. A shop is only a shop when it has customers; in a sense, a place is its reputation” (TUAN, 1980b, p. 6). A isto, soma-se o papel que também os gestos podem exercer na definição de um lugar:

Explorers conjure places out of the wilderness by simply naming certain peaks and rivers. (...) Gestures, either alone or in association with speech and the making of things, create place. For example, when an explorer names a mountain he may at the same time put a cross on it: the ritual words for place-making are reinforced by a ritual gesture (TUAN, 1980b, p. 6).

Ainda uma outra contribuição substancial à conceituação de lugar oferecida pelo geógrafo de origem chinesa é a de ressaltar a importância que têm os elementos da linguagem na formação de um lugar e, conseqüentemente, sua participação como componente marcante da conceituação de lugar. Tuan vê uma curiosa lacuna na bibliografia sobre lugar ao omitir-se sobre o papel da linguagem. Claro que, “in the most literal sense, we create places with sticks and stones” (TUAN, 1980b, p. 6), observa ele. Todavia,

speech is a component of the total force that transforms nature into a human place (...). Words have the general power to bring to light experiences that lie in the shadow (...) and the specific power to call places into being (TUAN, 1991, p. 685-686)

O reconhecimento deste aspecto particular da conceituação de lugar merece especial consideração neste trabalho, pois se trata de uma característica com sérias implicações em práticas tais como o “placemarketing”, assim como este procedimento está a ocorrer nos tempos de hoje, especialmente no que concerne à criação que pode fazer de uma aura - de uma marca - que “comunica” as vantagens que o lugar criado tem a oferecer a seu eventual *usuário*<sup>40</sup>. Tuan privilegia um enfoque ao qual denomina *narrativo-descritivo* para melhor acompanhar o papel da linguagem no lugar, explicando que tal enfoque permite salientar a experiência humana, que é o que lhe interessa profundamente destacar quando trata de conceituar lugar, sem necessitar permanecer amarrado à exclusiva dependência da teoria e dos detalhes analíticos comuns aos trabalhos das ciências sociais. Ao contrário, todas as narrativas e as descrições contêm, pelo menos, estratégias interpretativas e explicativas que são inerentes à própria expressão da linguagem. Assim, elas não se deixam contaminar pela rigidez de uma teoria que pode se tornar tão estruturada que “(...) it seems to exist in its own right, to be almost ‘solid’, and thus able to cast (paradoxically) a shadow over the phenomena it is intended to illuminate” (TUAN, 1991, p. 686).

No foco narrativo-descritivo proposto por Tuan para vincular lugar e linguagem, as teorias, diversamente, estariam dando suporte e se alternando de forma regular, mantendo-se “(...) in the background while the complex phenomena themselves

---

<sup>40</sup> Dentro do procedimento, o *usuário* de um lugar é freqüentemente enxergado como um *consumidor*, como se discutirá em outra parte deste trabalho. Também por esse caminho podem ser notadas as contribuições de Tuan. Diz o autor: “The effectiveness of words, oral and written, to alter our frames of perception may be overlooked by behavioral scientists, but it is clearly recognized by propagandists of all stripes (...)”. TUAN, 1976, p. 271.

occupy the front stage” (TUAN, 1991, p. 686), com isto, garantindo uma certa “(...) reticence towards the conjunction of formal theory and analytical style that characterizes both spatial science and mainstream social science” (ENTRIKIN, 2001, p. 435). O enfoque deixa, então, aberta uma possibilidade para a participação da sensibilidade humanística, embora a equilibrando com as preocupações teóricas.

Para o celebrado geógrafo, também a literatura tem um papel muito forte na conceituação que atribui a lugar. Para explicar sua idéia, diz ele: “Literature depicts human experience in specific contexts, that is, environments. (...) Experience includes sensation, feeling, perception, and conception or cognition. (...) Literature is of course not life; it is a picture or an articulation of life” (TUAN, 1976, p. 260). Mas, assim mesmo, a literatura tem grande valor para a ciência por trazer luz e tornar visíveis e públicas certas experiências humanas básicas. Exemplifica o humanista: “How would the coffee shop appear to me if the friend I expect to see is not there?” (TUAN, 1976, p. 260). A resposta, é claro, residiria

in some form of symbolic articulation, of which literature, coding experience in words, is perhaps the most important. (...) Writers present a world that we have known (i.e., experienced) and yet know only darkly; explicit knowing requires the illuminating structure of words and images (TUAN, 1976, p. 260).

Para reforçar seu ponto, instiga: “What kind of a work would result if a scientist were to choose to build his image of place, not on someone’s else statistical data, but on someone else’s sensibility, for instance (...) Balzac’s magistral *La Comédie Humaine*?” (TUAN, 1976, p. 262).

Será que escapismo tem realmente toda a carga de negatividade quanto nos acostumamos a atribuir-lhe? Ou, intuitivamente, costumamos povoar nossa mente com lugares ideais construídos por nossa imaginação, para os quais invariavelmente escapamos, mesmo que sonhando de olhos abertos? As especulações que Tuan faz sobre a relação entre as emoções humanas e os lugares clamam vivamente por um segundo olhar sobre os atos escapistas que nós, seres humanos, estamos habituados a

realizar. E nada melhor para ilustrar aqui tal atitude do que acompanhar, pelo menos de relance, o papel tão proeminente que o *cinema* exerceu no comportamento humano da sociedade do século XX. E nos lugares tão especiais que foram gerados a partir do nascimento do cinema, dos *lugares de escape* criados pelo cinema e aos quais nos leva o cinema - e que compreende vários lugares simultâneos: o lugar da frente dos palácios do cinema; o lugar do próprio cinema; o lugar da imagem cinematográfica. As argumentações expostas em continuação buscarão ilustrar, por meio de metáforas do *cinema*, a relação que o conceito de lugar conota a escapismo. Este aspecto particular das interpretações de lugar interessa-nos sobremaneira, visto as ilações que muitos de “nossos” lugares da clonagem mantêm em relação a escapismo - e do alto teor negativo com que isto é sumariamente percebido por alguns críticos.

Em uma requintada peça literária, a crítica de arte norte-americana Karal Ann Marling (2001) rasga novas fronteiras na geografia cultural, desbravando o maravilhoso lugar dos palácios do cinema. Só que os lugares definidos por esses palácios são verdadeiros portais de *escape* por onde se ingressa em um lugar mágico. O mesmo sentido de escape de que fala Tuan.

Considerando a substancial importância que o cinema tem para o pensamento e o comportamento da sociedade do século XX, seu papel no mundo dos *lugares* é fundamental, o que lhe assegura uma participação indispensável na conceituação abrangente que aqui se deseja estabelecer para *lugar*. Com efeito, a importância do “lugar” cinema poucas vezes terá sido tão bem explicada quanto o faz Marling, ao descrever o que ela chama de “the Architecture of Escapism” (MARLING, 2001, p. 12). Marling vai buscar em um famoso nome da cinematografia norte-americana, Gene Kelly<sup>41</sup>, uma declaração que por si só já é fartamente reveladora da aura que

---

<sup>41</sup> Gene Kelly foi um dos mais brilhantes atores-dançarinos do cinema, responsável igualmente pela coreografia de muitos dos bailados que representava. Um de seus filmes mais conhecidos é “Singin’ in the Rain” (“Cantando na Chuva”), de 1952, dirigido por Stanley Donen e Gene Kelly, interpretado por Gene Kelly, Debbie Reynolds, Donald O’Connor, Cyd Charisse, com roteiro de Betty Comden e Adolph Green.

acompanha os lugares criados por essa arquitetura. Como observa o astro: “I can remember a time when where we went to the movies was just as important as the movies we went to see” (NAYLOR, 1987, p. 9 apud MARLING, 2001, p. 15, ênfase nossa).

De fato, os grandes palácios do cinema da época de que fala Kelly (no período pré-TV, aproximadamente a primeira metade do século XX) foram responsáveis pela criação de lugares *memoráveis*, rodeados de uma forte *aura* pública, e a arquitetura, já naquela época, demonstrava uma tendência pioneira de saber acompanhar de muito perto o processo de “placemaking” daqueles lugares, assim como também ter capacidade de favorecer o “placemarketing” que circunda a sua criação. Da rica narrativa apresentada por Marling a respeito desses grandes templos da cinematografia, é possível destacar certos passos em que os processos de construção e da mercadologia dos *lugares-cinemas* são facilmente identificáveis.

O marketing mais evidente começa já com os *nomes* dos cinemas, que claramente buscavam conotar a evocações de localizações elegantes, prazerosas, nobiliárquicas, magnificentes. Elite, Bon-Ton, Ideal, Monarca, Rivoli, Ritz, Majestic, Imperial, Apolo, Rex, Real, Coliseu, Regente, são todos nomes que habilitavam seus populares freqüentadores a sonharem acordados com a idéia de poder escapar para um lugar de pompa e de nobreza. Mas também o *décor* desses palácios trazia a possibilidade de escapar para terras exóticas e misteriosas, misturando evocações egípcias, astecas, indianas, espanholas, chinesas ou góticas, e, neste caso, estimulando a imaginação pelo emprego de nomes como Luxor, Jardim de Alá, Alhambra, Odéon, Marrocos. Talvez por aí se situem as primeiras tentativas da Arquitetura de promover um incipiente processo de “clonagem” associado à criação de lugar - só que um lugar, neste caso, atendo-se mais restritamente à escala da edificação propriamente dita. Mesmo assim, a calçada, a fronteira dos grandes palácios cinematográficos, envolvia-se fortemente na constituição do *lugar-cinema*. As gigantes letras iluminadas

do nome do cinema piscando em ziguezague, a marquise feericamente abrilhantada por bulbos resplandecentes, as filas de pessoas nas bilheterias, os provocantes cartazes coloridos, enfim, o brilho e a expectativa, tudo junto, colaboravam para ampliar os limites do lugar-cinema, começando a atingir a rua - passando a trazer a escala da cidade ao lugar-cinema, pois “The stretch of Main Street under the big, cantilevered marquee - and that oasis alone - was glamorous, sophisticated, and wickedly wonderful” (MARLING, 2001, p. 16). Com isto, o espetáculo começava na calçada, como observa um dos arquitetos da época, S. Charles Lee, ao passo que “(...) the movie theater, with its splashy marquee, was making a bid to become a significant part of the fabric of the city.” (MARLING, 2001, p. 15).

Os arquitetos da época dourada dos grandes palácios cinematográficos construía precisamente isto: grandes palácios cinematográficos. Neles, os comuns mortais que se achegavam timidamente, uma vez que transpassassem os reluzentes átrios da entrada, despiam-se de qualquer embaraço e escapavam para seus idealizados lugares de fantasia. Quando os arquitetos não eram suficientemente perspicazes ou audazes para criar lugares atraentes, passavam a ser convincentemente insuflados por idéias de exibidores como Samuel “Roxy” Rothafel - que, a partir da década de 1910, começou a tornar célebre o nome *Roxy*, que depois seria adotado por tantas e tantas casas exibidoras no mundo inteiro (MARLING, 2001, p. 8) - ou Sid Grauman - que engendrou toda a temática chinesa narrada na simulação arquitetônica de seu célebre “Grauman’s Chinese Theatre” de Hollywood, em Los Angeles (YOKOBOSKY, 1999).

O próprio percurso de ingresso nos “palácios” se dava através de um longo ritual processional, que atravessava “lobbies”, ante-salas, salas de espera, desníveis ladeados por corrimãos de latão brilhante, escadarias, pisos de mármore, pisos acarpetados, conduzindo o fascinado espectador às poltronas aveludadas da sala de projeção, onde o cercava por nichos com peças de estatuária (invariavelmente

florentinas), sancas iluminadas por lâmpadas em suaves matizes de cor e, muitas vezes, como nas obras do arquiteto austríaco John Ebersson<sup>42</sup>, o envolvia debaixo de um céu apinhado de estrelas que cintilavam e nuvens que se moviam. O lugar oferecido pelo cinema se preocupava em cativar os frequentadores através de várias formas de estímulos sensoriais e, já a partir dos 1920s, começaria a oferecer também o prazer do ar-condicionado.

Os arquitetos sabiam muito bem o que faziam, ao ajustar suas “causas” arquitetônicas aos desejados “efeitos” psicológicos que queriam provocar. Thomas Lamb, um nome conhecido pelos projetos de características “palacianas” de seus cinemas, não fazia segredo do uso dessa relação causa-efeito, como demonstra ao dizer que “These exotic ornaments, colors, and scenes are particularly effective in creating an atmosphere in which the mind is free to frolic and become receptive to entertainment” (VALENTINE, 1994, p. 39 apud MARLING, 2001, p. 18). Portanto, já começavam por aí as manifestações que hoje tanto se fazem sentir e se tornaram tão correntes em termos do emprego de uma *percepção estimulada* em projetos urbanos. Interessava-nos registrar, independente disso, que o cinema oferecia uma forma particular de *pluralidade*, muito típica, pois neles, como diz Marling (2001, p. 19):

(...) an ephemeral community took shape as the images flickered across the screen. Because somebody else was sitting nearby, in the dark (...) - some anonymous somebody - it was all right to laugh or to weep (...) inside the (...) make-believe world of the movie palace.

Interessa-nos, da mesma forma, registrar os fenômenos presentes na formação da percepção de lugar, que, no caso peculiar do lugar “palácio-cinematográfico” da primeira metade do século XX, se manifestam por um processo de criação de uma *aura* em torno do lugar, aura gerada pelas experiências realizadas pelas pessoas ao

---

<sup>42</sup> John Ebersson foi o criador dos cine-teatros “atmosféricos”, nos quais, uma máquina chamada Brenograph criava a impressão de que as estrelas e as nuvens se movimentavam. Com isso, o arquiteto estimulava a percepção de que a sala de projeção era um espaço ajardinado ao ar livre. Cf. HERZOG, Charlotte Kopac. **The Motion Picture Theater and Film Exhibition, 1896-1932**. Tese de Ph.D., Northwestern University, EUA, 1980. Citado em MARLING, 2001, p. 10.

usarem aquele lugar.

Só que na segunda metade do século XX os palácios deixam de existir como tal. Não porque a mídia cinema tenha terminado, porque as vendas de ingressos nas bilheterias continuaram crescendo a cada década. Mas, porque houve uma poderosa mudança na estrutura da sociedade e em seus modos de vida, imediatamente sentida na estruturação urbana, aonde sua manifestação se dá através de alterações como, por exemplo, a dispersão das atividades antigamente associadas apenas a localizações centrais - como as chamadas “cinelândias”, concentrações das mais importantes casas cinematográficas encontradas nas ruas principais de muitas cidades. Agora, no século XXI, o lugar-cinema é evocado através da *memória* cultural da cidade, tornando-se, ele próprio, um provável lugar da memória nos novos tempos da cidade.

Hoje, certo, não é a mesma coisa. Mas se criam novas coisas. “It’s not the same at the multiplex, in a bare little screening room where everybody acts as if they’re back home, talking and fooling around in front of the television. (...) You’re not a king or a queen any more at the (...) fourteen-plex<sup>43</sup> (...)” (MARLING, 2001, p. 21).

Uma vez tendo tudo isso pesquisado, não é de surpreender que Karal Ann Marling tenha convencido Yi-Fu Tuan a narrar sua visita a Disneylândia, no preâmbulo de seu livro “Escapism” (TUAN, 1998); e de fazê-lo assinar o catálogo da exposição da qual a autora foi curadora (FIG. 2.24). A exposição, denominada “Designing Disney Theme Parks: The Architecture of Reassurance”, alcançou forte repercussão, dando origem a um livro homônimo editado pela autora (MARLING, 1997), contendo, inclusive, um capítulo inteiro de Tuan, com Steven Hoelscher (1997 apud ENTRIKIN, 2001, p. 439). “But the inspiration for that project came from Professor Tuan in the first place - from his ongoing speculations on the relationship between place and human emotions (...). My intellectual debt to Tuan remains enormous” (MARLING,

---

<sup>43</sup> Por “fourteen-plex” a autora está se referindo aos complexos oferecendo múltiplas salas de cinema (no caso, quatorze), fenômeno muito comum nos shopping malls, principalmente a partir das últimas décadas do século XX.



2001, p. 22, n. 11), reconhece a professora.

Por fim, resta mais uma vez sublinhar que as obras de Tuan nos interessam de perto porque nos permitem posicionar *lugar* na sua devida direção, isto é, voltada para uma perspectiva transdisciplinar. Para completar, Tuan aborda o conceito também sob uma visão filosófica, enfocando a vida e a experiência de vida do ser humano na natureza, estudando como os humanos se adaptaram e como transformaram a natureza, nela construindo seu lar. Ora, uma abordagem dessa natureza é fundamental para a área projetual, por fazer recordar à área, o papel sempre crucial que nela necessita desempenhar o enfoque humanístico.

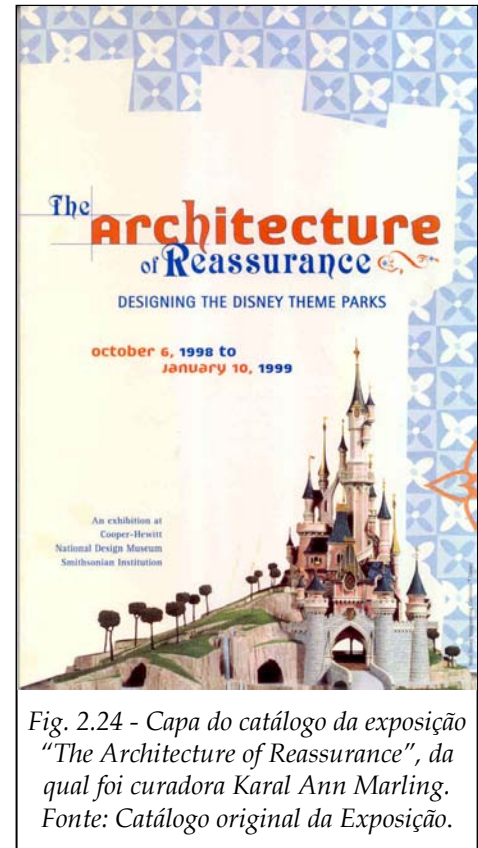


Fig. 2.24 - Capa do catálogo da exposição "The Architecture of Reassurance", da qual foi curadora Karal Ann Marling. Fonte: Catálogo original da Exposição.

### A "lugaridade" de Relph

Edward Relph é outro nome do campo da Geografia que nos interessa destacar. Além da profundidade de suas reflexões e da densidade da integração multidisciplinar que consegue incutir a seus trabalhos, a obra do professor canadense ganhou proeminência principalmente por ter sido ele um dos primeiros a trazer ao debate a questão da "lugaridade" (placeness) e "falta-de-lugaridade" (placelessness) no estudo dos lugares.<sup>44</sup>

Nos anos 1970s, em livro que se tornou famoso, Relph (1976) surpreendeu a

---

<sup>44</sup> "Placeness" e "placelessness" seriam neologismos também em inglês.

comunidade geográfica ao falar sobre a condição de “placelessness”, um estranho transtorno que os lugares da época estariam experimentando. Com o termo, prontamente visto pela comunidade como de conotação negativa, queria registrar a erradicação indiscriminada de lugares que não continham um significado suficientemente arraigado de modo a caracterizá-los como diferenciados. Certamente, suas apreciações voltavam-se com muita precisão para a relativa indiferenciação das obras modernistas, cuja tendência a uma monótona repetição de formas era crescente. Da extrema uniformização dos lugares adviria uma perda do “sentido” de lugar. O neologismo introduzido pelo autor, “placelessness”, é evidentemente, intraduzível. Porém, por paralelismo, experimentamos empregar (livremente) a palavra *falta-de-lugaridade*, que expressaria precisamente a falta de *sentido de lugar* em um lugar criado (e, por via de consequência, liberando-nos para empregar, como antônimo, a expressão oposta, *lugaridade*<sup>45</sup>).

Para Relph, a essência do lugar seria seu poder de estabelecer relações espaciais com as experiências existenciais humanas. O lugar teria, então, uma qualidade essencial que seria sua força de interagir com o modo espacial que tomam as intenções, experiências e comportamentos dos seres humanos. Um dos pontos mais celebrados de seu livro é a classificação que propõe quanto aos graus de interioridade que uma pessoa experimenta em relação ao sentido de lugar, isto é: se alguém se sente dentro do lugar, envolvido pelo lugar, no *interior* de um lugar, isto quer dizer que ela está segura, abrigada e à vontade, e quanto mais profundamente a pessoa se sentir inserida no lugar, mais forte será sua identidade com aquele lugar. Baseado nessa noção de interioridade e exterioridade no envolvimento experiencial com o lugar, a obra de Relph permite a SEAMON (1996) apresentar sete níveis de envolvimento experiencial com os lugares, dos quais, o nível da interioridade existencial se coloca na própria fundação da concepção de lugar (Tabela 2.1):

---

<sup>45</sup> Encontramos a expressão “*lugaridad*” empregada em sentido equivalente ao que damos aqui, em artigo publicado no Chile, na revista oficial do “Colegio de Arquitectos de Chile”. Ver: SANCHEZ, Yunleng. *Agoniza la Ciudad en la Posmodernidad?*, **ca ciudad/arquitectura**, jul./ago./sep. 1994, p. 25-30.

**TABELA 2.1 - TIPOS DE IDENTIFICAÇÃO DA INTERIORIZAÇÃO HUMANA COM O LUGAR, SEGUNDO RELPH (1976).**

TIPO DE IDENTIFICAÇÃO	CARACTERÍSTICAS
<b>Interioridade existencial</b>	É o envolvimento mais profundo com lugar. A pessoa se sente em casa, o lugar é experienciado irrefletidamente.
<b>Exterioridade existencial</b>	A pessoa se sente fora de lugar. Não há envolvimento, o lugar dá a sensação de alienação, de estranheza.
<b>Exterioridade objetiva</b>	Envolve um distanciamento deliberado. O lugar é como um objeto a ser estudado e pesquisado cientificamente.
<b>Exterioridade incidental</b>	Envolve a situação em que o lugar é apenas um pano de fundo, como quando a pessoa se encaminha a outro destino.
<b>Interioridade comportamental</b>	Quando se espera a ocorrência deliberada de um lugar, há um conjunto de elementos, vistas, marcos, que compõem um lugar novo.
<b>Interioridade empática</b>	Quando uma pessoa de fora mostra empatia com aquilo que o lugar registra como expressão dos que o criaram e nele vivem.
<b>Interioridade secundária</b>	Sensação de “segunda-mão”, de experiência indireta, a pessoa é transportada para o lugar via imagem, pintura, filme, mídia de massa.

Fonte: Adaptado de SEAMON, David. *A Singular Impact: Edward Relph's Place and Placelessness. Environmental and Architectural Phenomenology Newsletter, vol.7, N°3, outono 1996, p. 5-8.*

O livro de Relph deriva de uma viagem em que pesquisava as paisagens simbólicas do “Canadian Shield”, na hipótese de que os lagos e florestas daquela região seriam fundamentais para distinguir o que ele imaginava constituir-se uma “identidade canadense”. Lugar e sentido de lugar ainda eram idéias de definição um pouco imprecisa em seu repertório de trabalho. Os supostos benefícios a extrair do emprego de técnicas quantitativas dominavam as metodologias da pesquisa geográfica da época, mesmo levando em conta que, como refere o professor, “For my purposes, these methods were trivial and limited in scope” (RELPH, 1996, p. 15). Este reconhecimento acabou por levá-lo a testar experimentalmente o método filosófico da fenomenologia, o qual, por reconhecer a importância de significados e símbolos, poderia, em conseqüência, auxiliá-lo a obter algum avanço para melhor definir e entender o que seria um *lugar*. Embora “the symbolic landscapes of the Canadian Shield receded into the background and then disappeared into a file drawer” (RELPH, 1996, p. 15), como reconhece ter acontecido, as novas paisagens encontradas em suas explorações acabaram por lhe fornecer um repertório demonstrando que,

apesar da presença de alguma diversidade, haveria uma crescente homogeneização indicando um aumento na uniformidade entre as paisagens. Os resultados das pesquisas acabaram por recheiar as páginas de “Place and Placelessness”, apresentados em forma de pares opostos, de uma maneira quase maniqueísta, confrontando lugaridade contra falta-de-lugaridade, fenomenologia contra positivismo, vernacular contra modernista, diversidade contra uniformidade, autêntico contra inautêntico.

O impacto do trabalho sem demora extrapolou o campo estrito da Geografia, espalhando-se com rapidez por outras áreas, como Arquitetura-Urbanismo, Psicologia e Antropologia. Seu livro, na verdade, alcançou uma inovadora visão interdisciplinar, na qual “His integration of planning, design, geography, anthropology, philosophy, literature and cultural criticism gave a comprehensiveness to the discussion that few texts of the time were able to match” (PATERSON, 1996, p. 9). Aliás, o impacto da obra acabou por se tornar tão expressivo a ponto de motivar a edição de um número especial do periódico “Environmental and Architectural Phenomenology Newsletter”, em 1996, por ocasião do vigésimo aniversário da publicação original de “Place and Placelessness”. Nele, são trazidas algumas releituras sobre os temas abordados no texto de 1976 que tanto preocuparam a comunidade de estudiosos, especialmente daqueles que se envolvem mais de perto com projetos de organização do espaço e de desenho urbano. O próprio Edward Relph é um dos autores que participam da edição comemorativa, apontando para perspectivas novas necessárias à conceituação de lugar em termos mais coetâneos com os tempos atuais. Para ele, tornou-se claro que acompanhando as profundas alterações experimentadas no âmago da sociedade da informação, e frente aos fantásticos movimentos populacionais do presente, seja pelo volume intenso dos fluxos migratórios, seja pelas multidões que se deslocam através do planeta em função dos fluxos turísticos, nada pode ser como antes, muito menos, *lugar*: “(...) it has become clear that conventional ideas about sense of place, location and context no longer apply” (RELPH, 1996, p. 17).

Na verdade é vital assinalar, antes de qualquer coisa, que a polêmica suscitada pelo

emprego de seu neologismo “placelessness” foi bem mais fruto de um crescente sensacionalismo que circulava, ao longo dos anos 1970s e 1980s, como complemento à contestação aos lugares opacos de então, do que propriamente uma deliberada intenção crítica específica do geógrafo. Em seus próprios termos, diz o autor:

My recollection is that this argument [*a oposição place X placelessness*] was not intended to be a defense of the good qualities of places against the trivializing incursions of placelessness, though it seems to have been often interpreted this way. Instead my aim was to describe some important features of the geography of the late-20<sup>th</sup> century that had been overlooked in the rush to apply statistical measures to everything. I also wished to point out that these geographic features related to some deeply significant aspects of human existence (RELPH, 1996, p. 16).

Em seus escritos de 1996, as ambigüidades de “Place and Placelessness” são revistas por Relph, especialmente quanto ao método de *pares opostos* que adotou para argumentar sobre a lugaridade e a falta-de-lugaridade dos lugares. A contraposição pura e simples, quase maniqueísta, de que “place” é bom e “placelessness” não é bom, deixa-o insatisfeito. De fato, uma categorização bi-polar não é tão simples assim, pois não é capaz de recobrir o espectro mais amplo que o conceito de lugar necessita abarcar. Surpreendendo novamente seus leitores, Relph não hesita em apontar para a existência de aspectos negativos no próprio conceito de *lugar*. E, conversamente, para aspectos positivos manifestos na *não-lugaridade*. Um dos aspectos mais perversos de *lugar* é que estes podem se tornar

(...) the basis for exclusionary practices, for parochialism, and for xenophobia. There is ample evidence of this in such things as NIMBY attitudes, gated communities, and, more dramatically, the political fragmentation and ethnic cleansing that beset parts of Europe and Africa and that are sometimes justified by appeals to place identity (RELPH, 1996, p. 16).

De fato, existem reações repletas de preconceitos exclusivistas que podem ser invocadas em nome da preservação da identidade de um lugar, acionadas a partir de

cívicos e elogiados “atos de cidadania”, praticados em nome de um saudável “espírito de comunidade”. O acróstico NIMBY (“Not-in-my-backyard”), mencionado por Relph, constitui-se em um movimento social norte-americano cujas atitudes defendem vigorosamente a manutenção do *status quo* em lugares sujeitos a mudanças, mudanças que, embora vistas como necessárias nas ações de desenho e de planejamento urbano, ficariam muito melhor localizadas em qualquer outra parte da cidade, menos “no meu lugar” (ou, no meu “quintal”, se traduzido literalmente)<sup>46</sup>. Na extremidade oposta, o autor pondera que “(...) while placelessness suppresses local meanings, it also has cosmopolitan and liberal aspects that help to facilitate shared understanding, tolerance and the acceptance of difference” (RELPH, 1996, p. 16).

Em trabalho datado de 2001, Relph expressa seu pensamento mais recente, produzindo uma atualização à conceituação de *lugar* que traz boas aproximações ao que se debate em nossa tese. Ao contrário daqueles que, sumariamente, não querem nem sequer admitir alguma rápida aproximação com a maneira pós-moderna de fazer lugares, Relph demonstra ter sabido acompanhar a evolução do conceito até sua presente contemporaneidade. Seu texto busca realizar “(...) an attempt to clarify the possibilities for describing landscapes and places in the context of postmodernity.” (RELPH, 2001, p. 150). Claro que este procedimento se faz preceder por instigantes considerações a respeito do que Relph categoriza como “postmodernity”. Modelada por dúvidas surgidas quanto à legitimidade do conhecimento racional praticado cientificamente, a maneira dita pós-moderna de pensar introduz sobressaltos a pressupostos que eram antes inquestionáveis. Quer dizer: contraria o dogmatismo das “grandes narrativas” de que fala Lyotard (1989) em seu clássico *A Condição Pós-Moderna*. “In contrast with the modernist perspective that offered clear answers about what is true and what is false, and about the right ways to think, act, and pass judgment (...)”, a visão epistemológica pós-moderna nos faz imergir em incertezas, não existem mais dogmas, assim como tampouco “(...) no

---

<sup>46</sup> Este tópico foi também discutido quando abordamos a inesperada interface que lugar - e a conceituação de lugar - estabelece com a área de Administração e Política Urbanas. Ver Seção 2.2.1.

definitive readings of books or landscapes” (RELPH, 2001, p. 153).

Em aditamento, o autor apresenta uma curiosa interpretação da evolução das descrições que a Geografia acostumou-se a fazer ao ler o mundo. Nas mudanças que se passaram durante os tempos pré-modernos, o processo de introdução de características novas aos contextos locais se manifesta e está em ação, mas é de expressão tão lenta e tão pouco significativa, que as circunstâncias locais tiveram chances de se adaptar, ou seja, houve um *timing* para a fusão às condições locais, de modo a se poder distinguir e descrever lugares, paisagens, e culturas distintas. Já no tempo do modernismo, por outro lado, a tendência à estandardização que caracterizava muitas de suas práticas impediu que se desenvolvessem adaptações locais de maior porte, resultando no aparecimento de paisagens uniformizadas, lado a lado a geografias já sedimentadas e gozando de caráter próprio. ‘Twenty years ago the main threat to place identity seemed to be from imposed uniformity. Since then the corporate forces that once promoted sameness have discovered that distinctive place identities help to sell (...)’ (RELPH, 1996, p. 17).

Mas, enquanto “these sort of contrasts between premodern and modern can be accurately represented in terms of place and placelessness (...) the heterotopian geographies of postmodernity are different again” (RELPH, 2001, p. 154). Mas, como analisa Seamon (1996, p. 8) “(...) the crucial question that both theory and practice should ask is how a strong sense of place and insideness can be made in spite of our postmodern world”. Nesse mundo, Relph encontra o que denomina de “geografias confusas”, ou seja:

The world continually outruns theories and descriptions of it, and in the twentieth and twenty-first centuries the pace of social and technological change has created a sort of theoretical vacuum that is now filling with simple concepts that are not always well connected with the everyday world. If they are not to be misleading, attempts to clarify these concepts have to occur in concert with descriptions that are responsive to the perplexities of postmodernity (RELPH, 2001, p. 159).

Entre as conceituações que requerem uma revisitação, incluímos inquestionavelmente, a de lugar. Para conectar as pontas soltas das confusas geografias de hoje, Relph propõe a adoção do que ele chama de “descrições críticas”. Ocupar-nos-emos a seguir de trazer, sucintamente, as estratégias sugeridas por Relph para essas descrições, já que elas contêm observações que poderão suscitar argumentos certamente bem-vindos à linha de pensamento que adotamos aqui.

Basicamente, as descrições críticas abrangem quatro aconselhamentos: (i) as descrições precisam considerar a existência das sutilezas presentes nos lugares do dia-a-dia; (ii) nenhuma descrição pode desconsiderar a perspectiva histórica; (iii) as descrições devem questionar as aparências, já que os lugares pós-modernos são ilusores; (iv) qualquer descrição deve ser rigorosamente equilibrada e moderada pelos argumentos levantados pela sabedoria popular (RELPH, 2001, p. 160).

O primeiro conselho do autor nos induz a reconhecer que podem ser encontradas extremas complexidades nos cotidianos dos lugares de hoje. E que essas complexidades devem ser cuidadosamente incluídas em qualquer consideração que se faça a respeito do lugar. Repetem-se em muitos lugares, por mais locais que sejam, condições encontradas globalmente<sup>47</sup>. Para exemplificar seu ponto, Relph descreve um lugar antigo de Toronto, onde reside, nos seguintes termos:

There are several Italian restaurants, a sushi bar, a pseudo-English pub (...), international coffee bars including Starbucks, a number of convenience stores run mostly by Koreans or Filipinos, (...) a specialized Australian travel center (...) local stores are run by people from all over the world while restaurants serve foods from around the globe; and residents who work in international finance and employ nannies from the Philippines are creating a local version of the international division of labor (RELPH, 2001, p. 160-161).

Obviamente, no fragmento de Toronto descrito acima, cosmopolitismo e cultura

---

<sup>47</sup> Como veremos mais adiante, em relação, por exemplo, aos lugares urbanos da Serra Gaúcha. Ver Capítulo 5.



global estão comodamente integrados às especificidades da vida local. Só que as descrições mais ortodoxas da geografia, costumeiramente fundamentadas em distinções teóricas baseadas em categorias como raça, cultura, etc., não funcionam direito, produzem distorções e acabam produzindo descrições obsoletas. Deste modo, os *constructos* teóricos da pós-modernidade necessitam ser testados frente às complexidades de cada situação específica, para que possam ser reconhecidos como válidos.

A segunda recomendação, pelo menos no que concerne mais proximamente à nossa área, exige uma visão crítica das lições do passado, principalmente ao considerarmos o quanto as paisagens urbanas do final do século XX em diante passaram a buscar na História, como bem o ilustram a arquitetura e a corrente do “New Urbanism” que hoje se praticam. É precisamente o uso semi-irrefletido desse “recortar e colar” do precedente histórico o que faz Relph propor a apreciação crítica da História como uma exigência indispensável.

O terceiro princípio a nortear as descrições críticas remete às perplexidades provocadas pelas fantasias pós-modernistas. A dúvida, diz Relph (2001, p. 163), é uma parte essencial da descrição crítica do mundo pós-moderno, porque este é um mundo onde a tecnologia facilita o engodo e ajuda as paisagens a se tornarem ilusórias. Mas - e aí reside uma observação que nos parece bastante arguta -, ilusão bem mais perversa é aquela engendrada pelas falsidades da produção remota e do controle remoto, ambas características também típicas da pós-modernidade, que acobertam instituições e corporações poderosas que, localmente, se apresentam como preocupadas com a sensibilidade das condições locais, enquanto são desmentidas pelas “(...) harsh realities of chemical pollution or exploited employees in some far-off country. In a world of cosmetic surgery and contrived identities it would be naïve indeed not to be skeptical about appearances” (RELPH, 2001, p. 162).

O raciocínio de Relph, entretanto, procura penetrar mais fundo de modo a fazê-lo transpor a crítica rasa do ilusionismo pós-moderno. É fundamental saber distinguir o que existe por trás de uma aparência superficial. Só duvidar - e duvidar incessantemente - pode conduzir a um cinismo sem fim, o que traria ainda mais

amargor e feiúra ao mundo. As relações entre as aparências da superfície com as estruturas que as subjazem demandam muita reflexão, muita dúvida e, sobretudo, muita observação. E, para ilustrar seu ponto de vista, Relph apela para mais uma das memoráveis reflexões de Tuan (1989, p. 237 apud RELPH, 2001, p. 163) que, ao advertir-nos que “atrás de cada face existe uma caveira”, nos faz recordar que a superfície pode ser tão significativa quanto o que está por trás dela: tanto pele quanto esqueleto são ambos fundamentais. Relph conclui invocando o pensador humanista vitoriano John Ruskin (1907, p. 5 apud RELPH, 2001, p. 163) que, ao afirmar “there is no action so slight nor so mean” que não possa ser considerada “well or truly done”, lhe permite valorizar os atos de quem orgulhosamente trabalha com “(...) a high level of skill to paint stucco to appear like marble and considerable imagination to design a themed casino-hotel in Las Vegas that looks like an Egyptian pyramid” (RELPH, 2001, p. 163), e cujo esforço é imensamente apreciado e desfrutado por muita gente.

Finalmente, a quarta condição para as descrições críticas embute uma decidida intenção de aplacar o sentido de incerteza que permeia o pensamento atual, e Relph tenta visualizar um caminho através do qual prosseguir de forma menos árdua no percurso confuso da condição pós-moderna vivida pela sociedade contemporânea. Dá-se conta, contudo, que o sentido de incerteza não é compartilhado universalmente. De um lado, ficam as turbulentas revisões epistemológicas de pressupostos outrora inquestionáveis, e que deixam o mundo filosófico incerto. Mas, de outro, encontram-se práticas que persistem intocadas por qualquer choque de incerteza, demonstradas, por exemplo, através das convicções (estas, sim, imutavelmente racionalistas) que regem o comportamento das grandes corporações globais, que em nada alteraram seu pensamento positivista no modo como administram a economia do planeta. Pelo contrário, para elas parecem permanecer válidas suas próprias “grandes narrativas”. Prevalece a tradicional visão humanista do geógrafo, que não hesita em preceituar que o caminho a percorrer deverá sempre se valer do equilíbrio e da sabedoria prática, ideais cuja origem remonta ainda a Aristóteles, mas que sobrevivem ao longo de todos os mais de 2000 anos que se passaram desde então.

Talvez um dos aspectos mais interessantes da lugaridade de Relph seja a conotação assumidamente *global* que imprime à maneira pela qual conceitua o lugar de hoje. Este é mais um ponto que nos interessa deixar consignado nesta presente revisão sobre as conceituações de lugar. Entretanto, o que realmente parece ser mais relevante para nosso trabalho é o ponto que Relph levanta no final de seu novo ensaio: mesmo considerando que suas revisões críticas não possam ser vistas como um manual de instruções para teorias bem acabadas de grandes reformas sociais, seu valor está no fato de que elas respondem às evidências apontadas pelos atuais lugares a respeito do que está de fato acontecendo no cotidiano que nos rodeia, e nos induzem, com isso, a manter os olhos atentamente abertos para acompanhar e entender como se concretiza, hoje, a manifestação do fenômeno da *urbanidade*.

### **2.3.2 O acolhimento da Psicologia Ambiental a lugar**

Indiscutivelmente uma das interfaces mais cruciais com o conceito de lugar localiza-se na interação que *lugar* estabelece com o campo da Psicologia. Ali, uma subdisciplina, a Psicologia Ambiental, ganha destaque por manter uma aproximação bastante direta com a noção de lugar e, mais particularmente, por tocar em aspectos que guardam correlação muito próxima aos interesses de nosso atual trabalho.

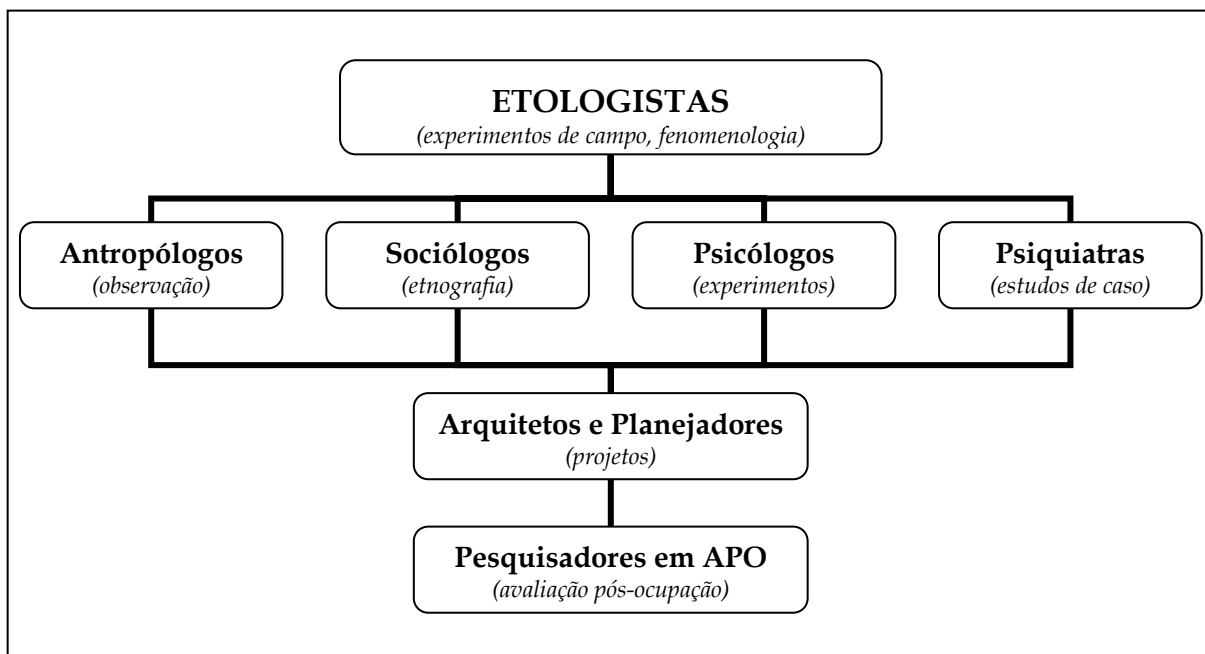
O envolvimento da Psicologia com as questões ambientais através da corrente que se denomina psicologia ambiental é relativamente recente, mas é possível encontrar autores que se debruçam de maneira especializada sobre a temática. A situação da área no Brasil ainda não pode, contudo, ser vista como particularmente estimulante, já que os avanços têm sido lentos. Mesmo assim, embora esparsas e pouco articuladas, já se podem notar experiências que vêm permitindo o estabelecimento de pontes mais sólidas entre a vertente ambiental da psicologia e as áreas predominantemente espaciais, como a nossa. Reputamos como importantes essas aproximações, razão pela qual, consideramos oportuno comentar sobre algumas delas.

Com efeito, esforços bem interessantes passaram a ocorrer no país, destacando-se a realização de reuniões científicas, congressos e seminários que congregam um conjunto bastante amplo e diversificado de estudiosos e interessados nas inter-relações que se estabelecem entre comportamento e ambiente. Esses eventos vêm propiciando a organização e aproximação dos interessados e, de certa forma, estão suprimindo a falta de organismos especializados, papel desempenhado a contento pelas associações científicas específicas encontradas em diversas outras partes do mundo. Algumas destas últimas, mais consolidadas, podem até ser listadas nominalmente: EDRA - Environmental Design Research Association, criada em 1968, na América do Norte; IAPS - International Association for People-Environment Studies (inicialmente chamada de International Association for the Study of People and Their Physical Surroundings), 1981, na União Européia; MERA - Man-Environment Research Association, na Ásia; e, PAPER - People and Physical Environment Research, na Austrália e Nova Zelândia. Ações equivalentes às que costumam ser desenvolvidas nos encontros dessas associações começam a acontecer no Brasil, tornando a área da psicologia ambiental mais conhecida, facilitando para fazê-la irradiar-se com maior ênfase até mesmo entre os próprios psicólogos, cujas ações neste país se dão quase que exclusivamente no campo da psicologia clínica. Dois exemplos recentes dessas ações merecem menção especial aqui.

Um deles foi o *Seminário Internacional Psicologia e Projeto do Ambiente Construído. Interfaces e Possibilidades em Pesquisa e Aplicações*, realizado no Rio de Janeiro (agosto de 2000), promovido pelo PROARQ/Programa de Pós-graduação em Arquitetura, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo; e pelo EICOS/Programa de Estudos Interdisciplinares de Comunidades e Ecologia Social, Instituto de Psicologia; ambos sediados na Universidade Federal do Rio de Janeiro. O encontro reuniu um número muito expressivo de interessados na temática, contribuindo de forma extraordinária para aproximar os pesquisadores brasileiros que, em muitos casos, desconheciam os possíveis progressos que já estão a ocorrer entre áreas de interesse de pesquisa afins. Um dos produtos de maior efeito multiplicador derivado do Seminário foi a

publicação de um livro cujo particular interesse para nosso atual trabalho é facilmente denotado por seu título: “Projeto do Lugar. Colaboração entre Psicologia, Arquitetura e Urbanismo” (DEL RIO; DUARTE; RHEINGANTZ, 2002). O livro traz não somente uma seleção das contribuições apresentadas e debatidas ao longo das sessões, como igualmente transcreve as conferências proferidas pelos palestrantes internacionais, a filósofa Denise Jodelet, o arquiteto Graham Adams e o psicólogo Robert Sommer. Deste último, é oportuno transcrever um Quadro apresentado pelo psicólogo, pioneiro no processamento de trabalhos práticos em conjunto com arquitetos, que ilustra amplamente as inter-relações disciplinares que necessitam ser percorridas por aqueles que se dedicam à pesquisa ambiente construído-comportamento humano, anotadas no Quadro 2.1:

**Quadro 2.1 - Interrelações Disciplinares na Pesquisa Ambiente-Comportamento**



Fonte: SOMMER, 2002 in DEL RIO; DUARTE; RHEINGANTZ (Orgs.), 2002, p. 19.

O segundo evento realizou-se em São Paulo (novembro de 2002), promovido pelo LAPSI/Laboratório de Psicologia Sócio-Ambiental e Intervenção, Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo; em conjunto com uma das instituições mencionadas anteriormente, o IAPS/International Association for People-

Environment Studies, marcando a primeira aproximação efetiva brasileira com uma das organizações internacionais especializadas na temática de relações pessoas-ambiente. Denominado *Simpósio Internacional Psicologia e Ambiente. O Papel da Psicologia Ambiental no Estudo das Questões Ambientais (The Role of Environmental Psychology in the Study of Environmental Issues)*, o encontro representou outro grande passo na consolidação da área da psicologia ambiental no Brasil e, principalmente, de sua integração a outras áreas disciplinares (o encontro contou com apoio direto da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo). Para a ampla repercussão alcançada pelo evento muito colaborou a presença de um inédito elenco de pesquisadores-conferencistas da área representando países de todo o mundo<sup>48</sup>; e a publicação de um livro, denominado “Psicologia e Ambiente” (TASSARA; RABINOVICH; GUEDES, 2004), trazendo a tradução dos trabalhos apresentados pelos conferencistas.

Também a produção de trabalhos acadêmicos específicos tem aumentado bastante no Brasil. Surpreende, entretanto, que a maioria desses trabalhos ainda seja de autoria de estudiosos provenientes de outras origens disciplinares, especialmente arquitetos e geógrafos<sup>49</sup>. Mas, não deixa de ser uma surpresa extremamente favorável, porque essa produção, via de regra, tem colaborado para trazer à luz excelentes resenhas<sup>50</sup> sobre muito do que jaz embutido dentro do universo bibliográfico da psicologia ambiental, oferecendo oportunidades para uma divulgação bem mais ativa desse acervo.

Em termos de contribuições mais definitivas para nossa conceituação do que seja um *lugar* urbano, dedicaremos atenção maior aqui aos trabalhos dos pesquisadores

---

<sup>48</sup> Além do Brasil, compareceram pesquisadores dos seguintes países: Alemanha, Argélia, Canadá, Chile, Escócia, Estados Unidos, França, Inglaterra, Itália, México, Suíça, Venezuela.

<sup>49</sup> Um texto bastante conhecido, de temática muito convergente à psicologia ambiental, é “Percepção Ambiental: A Experiência Brasileira” e foi organizado precisamente por um professor-arquiteto e uma professora-geógrafa. Dos 14 autores participantes, 3 são da área de Letras; 6, da Geografia; e 5, da Arquitetura-Urbanismo. Nenhum é originário da Psicologia. Ver: DEL RIO & OLIVEIRA, 1996.

<sup>50</sup> Trabalhos exaustivos de resenhas dessa natureza são encontrados em DEL RIO, 1990, 1991; SOUZA, 1997a, ambos professores-arquitetos.

italianos Mirilia Bonnes e Bernardo Secchiaroli, precisamente pelo interesse que demonstram em estabelecer aproximações com a área de Arquitetura-Urbanismo; e por nos encaminhar por novas sendas para o exercício de pesquisas reveladoras da percepção que se tem de lugar urbano, sob o ponto de vista de uma abordagem psicológica. Mas existem muitos outros autores da psicologia que prestaram preciosos esclarecimentos e ajudaram a estabelecer bases conceituais mais consistentes a respeito de *lugar*. Suas contribuições serão invocadas mais adiante. Além disso, destacam-se especialmente aqueles com interesses mais diretamente ligados à psicologia ambiental, onde se incluem nomes clássicos da área, responsáveis por postulações fundamentais para seu desenvolvimento (BARKER, 1978a, 1978b; GÄRLING; GOLLEDGE, 1991; HAYTHORN, 1970; LEE, 1977; PROSHANSKY, ITTELSON, RIVLIN, 1970; PROSHANSKY, ALTMAN, 1979; SOMMER, 2002; STAGNER, 1970; STOKOLS, 1997); nomes ligados a instituições com preocupações afins, como IAPS, EDRA, UNESCO, responsáveis igualmente por notáveis avanços nas teorizações da ênfase ambiental da psicologia (GONZÁLEZ BERNÁLDEZ, 1985; ABELLO, GONZÁLEZ BERNÁLDEZ, 1986; MOSER, WEISS, 2003; UZZELL, 2003; ZUBE<sup>51</sup>, 1980; ZUBE, MOORE, 1991), aí se incluindo a contribuição de grupos que vêm se destacando na produção bibliográfica da área como, por exemplo, a “Asociación Gallega de Estudios e Investigación Psicosocial” que, junto a universidades da Galicia, tem realizado amplas promoções que compreendem, além das publicações, a realização de congressos, encontros científicos e cursos (GARCÍA-MIRA; SABUCEDO; ROMAY, 2002a, 2002b, 2003; GARCÍA-MIRA ET AL., 1998; HIDALGO, 2002; POL, 1981); sem esquecer que no Brasil, agora, já se pode encontrar núcleos que começam a se dedicar com maior atenção à área, como, por exemplo, o já citado LAPSI da USP (TASSARA, RABINOVICH, GUEDES, 2004; TASSARA, 2001). Todos trouxeram - e seguem trazendo, por meio de suas pesquisas cada vez mais atuais - importantes contribuições para uma maior estabilização quanto ao *constructo* de lugar.

---

<sup>51</sup> A formação original de Zube é na Geografia, mas seus trabalhos pós-graduados localizam-se na esfera da psicologia ambiental.

Finalmente, não podem deixar de contar com especial referência as contribuições no campo da percepção - ou, mais precisamente, na epistemologia da percepção - que produzidas por Piaget e que trazem implicações importantes para a teoria do *lugar*, muito especialmente no entendimento da “construção” da percepção de lugar, corrigindo pressupostos que, apressadamente, induzam a descurar que

it is necessary to oppose the geneticism without structure of empiricism and the structuralism without genesis of Gestalt phenomenology with a genetic structuralism in which each structure is the product of a genesis and each genesis merely the passage from a less evolved structure to a more complex one. (PIAGET, 1969, p. 364).

### *O paradigma de lugar conforme Bonnes & Secchiaroli*

A obra intitulada “Environmental Psychology” (BONNES & SECCHIAROLI, 1995) cobre de forma exaustiva as principais direções seguidas pela psicologia ambiental predominantes à época de seu lançamento, e consolida muito do que está comunicado na numerosa produção bibliográfica dos dois autores, profusamente disseminada através de “papers” de congressos, artigos em periódicos e relatórios científicos. Por essa razão, a revisão amadurecida que nos é apresentada no livro impressiona muito pela profundidade que consegue atribuir a pontos que são inerentes às discussões dos psicólogos propriamente ditos - e que só os psicólogos devem discutir entre si - como, também, localizar e discutir os pontos epistemológicos que podem cooperar para o avanço do conhecimento científico como um todo. E é aí que a obra nos interessa particularmente porque: (i) preocupa-se em localizar com boa precisão como e porque se dá a aproximação da psicologia às preocupações arquitetônico-urbanísticas em relação ao conceito de lugar, além de fazê-lo, também, quanto às relações de lugar dentro do mundo da psicologia propriamente dita; (ii) torna aceitável a hipótese de se adotar uma perspectiva teórica transacional na abordagem psicológica da relação pessoas-ambiente, que se expressa por meio do lugar, confirmando-nos uma hipótese que especulávamos em nossos trabalhos iniciais de pesquisa na área de percepção ambiental; (iii) coloca em termos



igualmente claros a progressão do constructo de “behaviour setting” (um arranjo espacial que leva a uma constante disposição comportamental) para o de “lugar”, confirmando as possibilidades que podem se abrir para uma projeção de lugar na esfera das atividades do desenho urbano.

Quanto à primeira contribuição, o trabalho dos professores italianos faz questão de ressaltar que atribuem uma importância determinante às trocas disciplinares como fundamento para estabelecer o campo específico da psicologia ambiental, pois já no início de seu trabalho esclarecem que “The many interests progressively maturing outside the field of psychology can certainly be attributed a determining role in delineating the field (...) mainly due to the needs of disciplines (...) such as architecture and environmental planning (...)” (BONNES & SECCHIAROLI 1995, p. 3) e que as necessidades dessas disciplinas “(...) can be considered as primary factors in the emergence of the field” (BONNES & SECCHIAROLI 1995, p. 3). Aliás, até no próprio Prefácio de seu livro já deixam bem claro que, antes de tudo, vêem a psicologia ambiental como um “(...) frontier field in psychological research aimed at collaborating with other fields (...) involved in organizing, changing and managing the human physical environment, such as architecture, geography (...), etc.” (BONNES & SECCHIAROLI, 1995, p. viii).

Diga-se a propósito que em trabalho bem anterior estes autores já expressavam essa preocupação pela necessária interdependência que a psicologia ambiental deve estabelecer com outras áreas, ao advertir que o novo campo não poderia prescindir de pesquisas oriundas de perspectivas diferenciadas, como aquelas obtidas nos campos da planificação urbanístico-territorial, da arquitetura, sociologia e psicologia (SECCHIAROLI & BONNES-DOBROWOLNY<sup>52</sup>, 1983, p. 4). Mas é quando dizem “(...) that architectural design was initially oriented towards environmental-

---

<sup>52</sup> À época da publicação do trabalho mencionado a pesquisadora assinava-se BONNES-DOBROWOLNY.

psychological research with a prearranged 'interest in place'" (BONNES e SECCHIAROLI, 1995, p. 162), que direcionam uma clara ênfase ao estudo do lugar que nos deixa particularmente movidos por sua obra.

O vezo arquitetônico-urbanístico que os autores atribuem à corrente da psicologia ambiental tem origens práticas claramente identificáveis. No fim dos 1950s e durante os 1960s, nos Estados Unidos, o interesse específico da Psicologia pelo ambiente construído ajudou a estabelecer uma aproximação com a Arquitetura-Urbanismo. Em 1958, formou-se um grupo de pesquisa na City University de New York, liderado por William Ittelson e Harold Proshansky, dois nomes que se tornaram marcantes ao investigar as relações entre os espaços construídos de um hospital psiquiátrico e seus usuários (isto é: como a arquitetura do hospital influenciava o comportamento dos pacientes). A introdução do termo "psicologia ambiental" foi feita por Ittelson, em 1964, ao apresentar trabalho num congresso da Associação Médica versando sobre "Environmental Psychology and Architectural Planning" (BONNES & SECCHIAROLI, 1995, p. 1). Algum tempo depois, em 1970, o grupo publicou o primeiro livro voltado ao estudo do tópico, chamado "Environmental Psychology: Man and His Physical Settings" (BONNES & SECCHIAROLI, 1995, p. 2).

Outra tentativa interessante de aproximação com nossa área é a realizada pelo psicólogo social Robert Sommer, que enfatizou o estudo dos comportamentos que se processavam nas alas geriátricas de hospitais, levando-o a enunciar conceitos como os de "territorialidade humana" e de "espaço social", profusamente trabalhados em seu famoso livro "Personal Space: the Behavioral Basis of Design".<sup>53</sup>

O conceito de "espaço pessoal" goza de boas implicações com a noção de lugar. Em seu clássico trabalho sobre a psicologia topológica, para descrever o que chama de "espaço vital psicológico", Kurt Lewin considera indispensável representar o

---

<sup>53</sup> O livro foi traduzido para o Português: SOMMER, Robert. **Espaço pessoal: as bases comportamentais de projetos e planejamentos**. São Paulo : EPU/EDUSP, 1973.

ambiente físico do indivíduo (a sala onde está, a casa onde está a sala, o bairro onde está a casa); representar o ambiente social (seu meio social, suas relações com outros indivíduos, seu lugar na sociedade); e, ao mesmo tempo, representar o que está presente em seu ambiente psicológico (seus anseios, temores, ideais, divagações, fantasias, pensamentos, valores, crenças) (LEWIN, 1973, p. 36).

O Grupo de Ittelson e Proshansky não ficou sozinho. Em vários outros lugares, psicólogos, psiquiatras e arquitetos começaram a se aprofundar nos estudos de desenhos para alas psiquiátricas de clínicas e hospitais. A área de Arquitetura aderiu a isso com o entusiasmo que lhe injetava, à época, a evolução do Movimento Modernista, com seu grande interesse pelas Ciências Humanas e Sociais, em particular, com a Psicologia. Disso surgiu a corrente que passou a ser conhecida como Psicologia da Arquitetura, marcada pelo aparecimento da revista "Architectural Psychology Newsletter", centrada na colaboração entre arquitetos e psicólogos.

Foram conduzidas algumas experiências práticas, principalmente nos Estados Unidos, Reino Unido e Suécia, envolvendo a colaboração entre arquitetos e psicólogos. A colaboração não escondia o forte viés de buscar alternativas no sentido de aplacar as críticas às obras individualistas dos arquitetos de então, que eram "(...) defined as 'egocentric', seen as primarily aimed at satisfying the aesthetic self-affirmation needs of the architect-designer, who constructed 'personal monuments' rather than buildings centred on the needs of their users" (BONNES & SECCHIAROLI, 1995, p. 6). Uma das estratégias para corrigir essas dificuldades foi a realização de pesquisas que buscavam avaliar as reações dos usuários às características do ambiente construído e, nisso, se distinguiram os trabalhos desenvolvidos em universidades britânicas, para onde acorreram equipes multidisciplinares envolvendo não só psicólogos e arquitetos, como também, médicos e engenheiros.

Na Grã-Bretanha o interesse mais aprofundado pela área surgiu logo após a 2ª Guerra Mundial, graças à necessidade de reconstrução de áreas arrasadas, com recursos limitados, exigindo decisões de planejamento muito duras e com instruções mais diretamente ligadas aos saberes das Ciências Sociais. Dois nomes sobressaem na condução dessas pesquisas: Terence Lee e seu antigo aluno David Canter. Este último acabou por se especializar tão acentuadamente, que chegou a publicar até manuais para uso específico dos arquitetos em suas obras<sup>54</sup>, entendendo que estes necessariamente teriam que considerar as implicações psicológicas estimuladas pelo conteúdo de suas formas<sup>55</sup>. Neste sentido, como ponderam os psicólogos italianos:

The sole fact of creating a physical shape taking into account the visual effect which its perception will provoke involves (...) implicit assumptions (...) about the relationship between characteristics of the physical stimulus and the corresponding psychological response. (BONNES & SECCHIAROLI, 1995, p. 8)

No que concerne às relações internas ao campo da psicologia, os dois autores italianos observam engenhosamente que um dos maiores avanços ocorridos no meio psicológico em termos do desenvolvimento da psicologia ambiental, a ponto de provocar toda uma nova vertente - a dos psicólogos ambientais - foi trazida pelo fato de que o acompanhamento dos fenômenos de relacionamento dos seres humanos com o ambiente passou a se dar no próprio ambiente onde os fenômenos aconteciam. Isto é: com as investigações se dando em campo, acompanhando as experiências vividas pelo ser humano em seus próprios "settings" arquitetônicos. Com isto passou a acontecer efetivamente um avanço, pois, até então, as pesquisas da Psicologia eram realizadas em laboratórios e, como tal, incorriam em um indesejável distanciamento, já que, por definição, um laboratório possui as suas variáveis ambientais controladas

---

<sup>54</sup> CANTER, David. **Psychology for Architects**. Londres: Applied Sciences, 1972.

<sup>55</sup> O professor Canter mantém acesa sua intenção de vincular ativamente a pesquisa científica às demandas concretas do dia-a-dia do mundo real. Seus estudos atuais levaram-no a desenvolver ainda outro campo na Psicologia, além da teoria do Lugar, voltando-se presentemente a investigar e sistematizar os processos psicológicos que explicam e predizem a espacialidade das ações criminais, criando a chamada *Psicologia Investigativa* ("Investigative Psychology").

para possibilitar as medições do experimento. Nessa situação, a psicologia ambiental busca apoio nas contribuições filosóficas que seguem uma perspectiva fenomenológica no estudo das relações entre as experiências existenciais e o espaço, e acompanha a eventual influência do ambiente físico sobre o comportamento por meio de um “(...) phenomenological approach to the environment, that is, an approach to the environment not as it is but at it is *experienced*(...) (PROSHANSKY; ITTELSON; RIVLIN, 1970, p. 28, ênfase no original).

A maneira pela qual é experienciado o ambiente pode se refletir no comportamento que as pessoas adotam no ambiente. Esta seria basicamente a consideração que prevalece em um dos constructos mais estáveis da psicologia ambiental, a idéia de “behaviour settings”, que guarda boa correspondência com a atual noção de *lugar*. O constructo é parte dos estudos eco-comportamentais desenvolvidos no âmbito da chamada “psicologia ecológica”, revolucionária linha de pesquisa carreada pelo grupo do psicólogo norte-americano Roger Barker (1968). Traduzido para o português como *ambiente comportamental* (DEL RIO, 1990, p. 101) ou, ainda, *cenário de comportamento* (SOUZA, 1997a, p. 18), a expressão “behaviour setting” atribui ao ambiente um importante papel na determinação do comportamento individual, equivalente ao dos fatores pessoais de personalidade.

Para investigar os fenômenos que são experienciados num cenário de comportamento, Barker se engaja em trabalhos de campo, contrariando a metodologia predominante na época (anos 1940s) que privilegiava trabalhos em laboratórios. Ao contrário, adota métodos revolucionários e estabelece um posto de observação para acompanhar *in loco* o comportamento de crianças numa escola<sup>56</sup>, explicando que um observador, com um método como esse, “(...) would see, I

---

<sup>56</sup> A experiência ocorreu na cidade de Oskaloosa, Kansas, onde Barker, com seu colega Herbert Wright, estabeleceu o que chamaram “The Midwest Psychological Field Station”. O posto de observação funcionou durante 25 anos (BONNES e SECCHIAROLI, 1995, p. 45-53; WHYTE, 1977, p. 29-33).

suggest, [is] an assembly of behavior episodes and behavior objects forming a unit that is the ecological environment of the individual behavior occurring there" (BARKER, 1978a, p. 33). Realmente, no próprio conceito do "setting" se inscreve o despontar de uma unidade ecológica, pois, teoricamente, "In overt behavioural terms, the behaviour-seettings are more consistent than people, thus forming characteristic ecological units" (WHYTE, 1977, p. 31). No entanto, com comedimento, Barker não adota uma postura dogmática sobre o quê esse observador verá ao acompanhar o conjunto de comportamentos que se desenrolam no "setting", e reconhece que os resultados não irão proclamar leis produzidas por um método nomotético<sup>57</sup> sobre o comportamento dos indivíduos, "(...) but they involve much more than correlations between attributes of environment and attributes of behavior" (BARKER, 1978b, p. 228).

Há no trabalho de Bonnes e Secchiaroli um ponto que, embora voltado mais a informar sobre algumas das características próprias do campo da psicologia ambiental, nos traz argumentos importantes no apoio ao entendimento que fazemos de lugar. É quando os autores mencionam que a psicologia ambiental precisa "(...) to take into consideration the physical environment within a molar<sup>58</sup> perspective - which also considers the social aspects of it - rather than in a physico-molecular way (...)" (BONNES & SECCHIAROLI, 1995, p. 67).

Um ponto como este merece especial consideração ao se conceituar *lugar*, pois, mesmo que as pesquisas empíricas sobre lugar se apóiem, por um lado, em perspectivas teóricas da psicologia da percepção, por outro, elas privilegiam o emprego de perspectivas teóricas da psicologia social. Assim,

---

<sup>57</sup> Método das ciências que tratam de leis: as ciências da natureza.

<sup>58</sup> "Molar": expressão da psicologia que se refere a grandes unidades comportamentais. Subentende a ocorrência de uma "massa" de comportamento, oposto a um comportamento molecular.

Although we perceive the environment as discrete stimuli - sight, sound, taste, smell, touch - the total constellation of stimuli determines how we respond to it. It is the complexity that constitutes the physical setting in which men live and interact (...)that must be considered (...)there is no physical environment that is not embedded in and inextricably related to a social system. We cannot respond to an environment independently of our role as social beings. Even a solitary person reacts to his setting on the basis of his isolation (...)" (ITTELSON et al., 1974, p. 12 apud BONNES & SECCHIAROLLI, 1995, p. 70)

Na verdade, já no pensamento de Koffka, um dos pioneiros da psicologia da *Gestalt*, encontra-se que o mundo experimentado fisicamente não seria suficiente para explicar o comportamento: o físico é compreendido indiretamente, inferido da experiência psicológica, "a realidade física não é um dado mas uma elaboração" (KOFFKA, 1935, p. 35 apud LEWIN, 1973, p. 38).

Enfim, isso nos leva a pensar que componentes físicos, perceptivos, cognitivos, psicológicos, sociais e experienciais, estão em pauta no "constructo" de lugar que idealizamos. E que em sua conceituação se faz necessária tanto a invocação da psicologia da percepção quanto da psicologia social, por fornecerem instrumentos operacionais que podem conduzir a um melhor entendimento dos fenômenos psico-espaciais do ambiente urbano.

De fato, a interação comportamento-ambiente exige a construção de um paradigma próprio que dê *lugar* aos parâmetros objetivos e subjetivos. Como expressam Proshanky, Ittelson e Rivlin,

It should be apparent that at the level of human interaction in any given social setting and for any purpose, the individual responds not to a diffusion of proximal and distal light and sound waves, shapes and structures, objects and spaces, but to *another person*, engaged in a specific *activity* in a specific *place* for a specific *purpose*. Physical settings - simple or complex - evoke complex human responses in the form of feelings, attitudes, values, expectancies, and desires, and it is in this sense as well as in their known physical properties that their relationships to human experience and behavior must be understood. (PROSHANKY, ITTELSON E RIVLIN, 1970, p. 28).

A *psicologia da percepção* reforça os argumentos relativos aos estímulos objetivos que se encontram presentes na definição de lugares. Sua tradição revolve sobre as relações entre o ambiente físico e os processos perceptivos e cognitivos, sendo determinante o papel da forma física nos fenômenos perceptivos. Todas as ações associadas a representações funcionais, transmitidas pela percepção sensorial aos seres humanos, estão contempladas na psicologia da percepção (GIBSON, 1979). Há elementos do lugar que impressionam a visão, há sensações táteis transmitidas pelo contato com os materiais empregados na construção do lugar, os aromas viabilizam a identificação de lugares, o refrigério ou a calidez qualificam com precisão um lugar, há lugares melódiosos e há lugares insuportavelmente ruidosos, há lugares que excitam e aguçam até mesmo o saborear dos alimentos.

Há, por outro lado, lugares cuja composição morfológica é esteticamente estimuladora. A percepção do relacionamento resultante (e determinante) da interação entre o ser humano e o ambiente onde vive é particularmente observada na arquitetura da cidade. Assim, muitos dos avanços teóricos desenvolvidos no âmbito da psicologia da percepção (OHNO, 1997) apresentam potencialidades para trazer boas contribuições ao estudo e entendimento das sensações intrinsecamente presentes nos lugares urbanos. Sensações visuais, táteis, olfativas e auditivas (e até de degustação), que se tornam viscerais na recepção tri-dimensional da arquitetura, e o reconhecimento disto ocupa as preocupações mais recentes dos teóricos da arquitetura: “In the postmodern period, the bodily and unconscious connection to architecture has again become an object of study for some theorists through phenomenology” (NESBITT, 1996, p. 28-9).

A tradição da *psicologia social* considera a presença de estímulos de natureza subjetiva nas ações que se processam em um lugar. O lugar, nesta visão, compreende forças socioculturais em atuação, numa perspectiva de cunho acentuadamente psicossocial (BONNES & SECCHIAROLI, 1995). Mais do que a interação adaptativa do indivíduo para sua sobrevivência no ambiente, implícita no enfoque de lugar visto acima, aqui, a interação sofre muito mais a interferência das regras coletivas de sobrevivência, os



indivíduos são agentes sociais, a interação é uma ação social, predomina o entendimento das inter-relações estabelecidas entre o ambiente e a estrutura social na qual estão imersos os indivíduos. Tornam-se muito significativas, então, as representações evocativas da sociedade, que mexem com a memória coletiva em todos os seus tipos de manifestações, explicitando, para o conjunto de grupos sociais, o sentido da continuidade e da permanência do significado que está contido nos lugares. Na mesma linha, as representações oriundas da cosmovisão tornam-se então básicas para a compreensão das interações socio-ambientais e do comportamento da sociedade no espaço.

De acordo com Bonnes e Secchiarioli (1995, cap. 5), alcançar um paradigma que consiga enquadrar a dimensão psicossocial - e assim permitir o desenvolvimento de pesquisas empíricas menos dependentes dos paradigmas que derivam da tradição físico-perceptual -, é uma das grandes inquietações da latente psicologia ambiental. Os autores vêem precisamente no *constructo de lugar*, um dos caminhos com maiores possibilidades para preencher a orientação psicossocial que entendem necessária, bem como alguns conceitos entendidos como chave para essa meta, como o das *transações* pessoas-ambiente.

A *escola transacional de percepção* evidencia uma modalidade particular de entender a relação entre sujeito e objeto na percepção, na qual a atenção focaliza no processo de trocas que existe entre os dois elementos, ao invés de em suas características específicas. Assim, ambos são aspectos de uma mesma transação, envolvidos num processo único definido como transacional (BONNES & SECCHIAROLI, 1995, p.33). Essa perspectiva teórica acomoda mais confortavelmente as duas tendências observadas nas pesquisas empíricas da psicologia ambiental, que se apresentam, de um lado, muito objetivas, profundamente dependentes do determinismo ambiental; e, de outro, muito subjetivas, centradas fortemente em condições intrapsíquicas e fenômenos psicológicos.

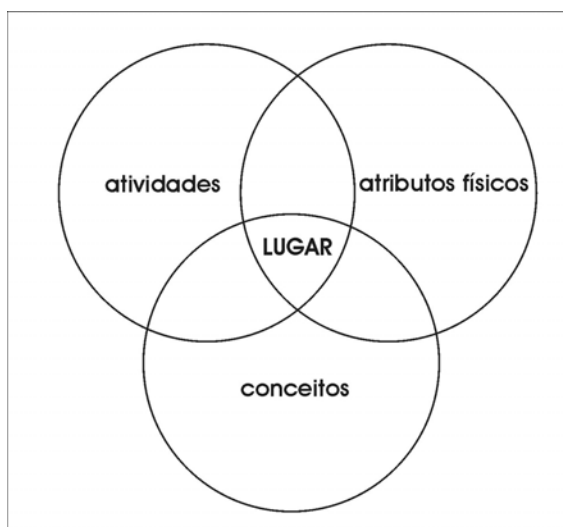
Por outro lado, as revisões aperfeiçoadas por Barker e sua equipe em relação a “behaviour setting”, se encaminham na direção de suprir algumas das carências notadas no constructo, particularmente por: (i) não oferecer possibilidades para assimilar os processos psicológicos de atribuição de *significado* aos elementos do cenário, prejudicando assim a incorporação da sucessão de cognições que se encontram ativas entre seus participantes; (ii) privilegiar uma perspectiva que favorece uma visão muito interiorizada, diminuindo assim as possibilidades de mudanças trazidas ao cenário pelas peculiaridades sócio-culturais do contexto.

Além das revisões procedidas por Barker e equipe, outras contribuições teóricas são ensaiadas em relação ao constructo de *cenário de comportamento*, despontando uma convergência na direção do desenvolvimento de um outro conceito, o constructo de *lugar*. Este incluiria o papel regulador que o significado cognitivo e afetivo exerce nas relações pessoa-ambiente sócio-físico; e, ao mesmo tempo, este ambiente sócio-físico não estaria sendo considerado num sentido molecular, mas organizado em unidades sócio-físicas representadas por “settings” ou *lugares*, definidos como uma “unit of environmental experience” (CANTER, 1986 apud BONNES E SECCHIAROLI, 1995, p. 169).

Aproveitando a onda de bons avanços que paralelamente aconteciam em outras disciplinas a respeito de lugar, o psicólogo britânico David Canter encontrou um ambiente bastante favorável para aprofundar suas postulações, publicando-as em 1977, no livro “The Psychology of Place”, com o qual intencionou deixar marcada uma primeira incursão aventurando-se por um novo campo teórico, o da “teoria do lugar”. Com a boa repercussão alcançada pelo livro, e com os constantes aperfeiçoamentos dedicados por Canter ao tema a partir de então, o conceito de lugar passou a interessar a um crescente número de pesquisadores de diversas áreas.

Para Canter (1977), os lugares ocorreriam em função da ação de três fatores aglutinadores: *atividades* acompanhadas por *atributos físicos* aos quais se incorporam *concepções*, como se mostra no Quadro 2.2:

### Quadro 2.2 - Os Componentes de Lugar, segundo Canter.



*Fonte: adaptado de Canter (1977, p. 158). No lugar sala de aula, as atividades dos alunos são realizadas nos atributos físicos fornecidos pelas classes, de acordo com o conceito de educação.*

O diagrama ressalta os componentes que se relacionam entre si num lugar e que, juntos, fazem parte do constructo de lugar: as atividades que acontecem ou que se espera que vão acontecer num determinado local, levando-se em consideração as razões para que elas aconteçam e incluindo-se também os atores dessas atividades como parte dos componentes; os padrões físicos do cenário considerado, incluindo-se sua avaliação em relação ao desempenho das atividades; a descrição das concepções que as pessoas têm a respeito das atividades que se dão naquele cenário.

Bonnes e Secchiaroli ainda discorrem sobre outros autores da psicologia ambiental e da psicologia social que seguindo no constructo de Canter, tanto comprovaram sua utilidade, quanto acrescentaram enriquecimentos. Entre os enriquecimentos à teoria merecem ser citados os trabalhos que desenvolvem reflexões a respeito das “representações sociais do lugar” (MONTEIRO, 1995), seja por meio da “imaginabilidade social do lugar” (STOKOLS, 1981 apud BONNES & SECCHIAROLI, 1995), seja pela “identidade do lugar” (HEURLIN-NORINDER, 2003; UZZELL, 2003).

### 2.3.3 O modo Sócio-Antropológico de interpretar *lugar*

Olhar o conceito de lugar exclusivamente do ponto de vista da Sociologia não é, por certo, capaz de prover uma cobertura que sacie satisfatoriamente tudo o que o conceito alcança em termos de relações sociais. Obviamente, o enfoque não pode seguir apenas numa direção: dificilmente se poderia avançar pela Sociologia sem sondar, por exemplo, o que nos diriam as Antropologias, Social e Cultural, ou a Etnologia. Desta forma, o modo sociológico de interpretar lugar deve ser múltiplo, opção que se tentará aqui, aproximando-nos por mais de uma entrada, embora sempre pelo portal maior da Sociologia.

A área, mesmo conhecida por sua vigorosa força em termos de produção literária é, proporcionalmente, menos fértil quando as discussões tratam especificamente sobre o tema *lugar* - e, mais ainda, ao aproximar-se do assunto de *lugar* seguindo uma direção como a adotada no atual trabalho. Ainda assim, mesmo que o número de autores que se reclinam sobre o tópico não seja propriamente pródigo, são por demais conhecidos e citados alguns nomes que, com justeza, se tornaram clássicos e criaram quadros de referência para a produção da área - como Henri Lefebvre, Manuel Castells, Richard Sennett ou, ainda, Claude Levi-Strauss, Amos Rapoport e Marc Augé, estes últimos mais situados junto à antropologia social - cujas colaborações se propagam e se refletem nos pensamentos de vários outros autores.

Por certo, dentro de nossa perspectiva de entender os aspectos conceituais que se vinculam a *lugar* do ponto de vista socio-antropológico, algumas de suas compleições já foram cobertas, principalmente a partir das idéias trazidas à discussão quando da abordagem realizada nas linhas da psicologia social. Independentemente disso, encontramos nas obras de autores mais recentes alguns pontos de aproximação tão marcantes em relação aos pensamentos que aqui formulamos, que nos parece indispensável elaborar um pouco sobre seus trabalhos. Dois deles despontam com o merecido destaque: Sharon Zukin e John Hannigan, ambos professores de Sociologia, a primeira, no Brooklyn College e na City University of New York, tendo sido também pesquisadora visitante no CNRS, Paris; e o segundo, na University of Toronto, Canadá. Ambos oferecem em suas obras meticolosas e convincentes

introspecções sobre a condição de viver na sociedade consumista contemporânea, nela reconhecendo uma óptica pós-moderna refletida na maneira de viver e na maneira de conceituar o quê, para essa sociedade, vem a ser um *lugar*. Em seguida, o francês Michel De Certeau, da Antropologia, que se repartiu, até falecer em 1986, entre a Universidade da Califórnia, nos Estados Unidos, e a École des Hautes Études em Ciências Sociais, na França, e que nos vem emprestando, já de longa data, reflexões interessantíssimas do que seja o cotidiano - e do *lugar* onde o ser humano atual vive esse cotidiano -, encabeça considerações sobre antropologia urbana e o papel que nela desempenha o conceito de lugar.

### *O lugar do “nosso” lugar nas metrópoles pós-modernas de Hannigan*

John Hannigan é um dos primeiros sociólogos a se reclinar sobre o tema dos lugares das cidades atuais, que ele vê como criados sob desígnios que os tornam particularmente desejados como instrumentos de consumo. Ao interpretar o *lugar* contemporâneo pela lógica da realidade social em vigor numa sociedade marcada por comportamento consumista, Hannigan desbrava ao confrontar o conceito de lugar não apenas sob a óptica de sua fruição social, senão, principalmente, como o *agente das representações* através das quais os indivíduos percebem seu “lugar” na sociedade. E essas representações são habilmente fornecidas pelas *imagens comunicadas* materialmente pelos lugares urbanos, percebidos como mais ou menos adequados a sua apropriação por estratos sociais diferenciados.

Ao discorrer sobre as sociologias que se estabelecem - e o papel que têm nessa formação - as características que constituem o que ele chama de “*fantasy city*”, Hannigan (1998) nos faz cogitar que existem bons pontos de contato entre suas categorias e as atualizações a respeito do conceito de lugar que queremos avançar. Ao dissecar a cidade de hoje, que ele denomina de “*fantasy city*”, Hannigan não está, na verdade, dissecando uma *cidade*, mas, sim, alguns dos *lugares* que as cidades de hoje apresentam e que se destinam ao lazer e entretenimento, atraentes e cativantes por oferecerem um permanente misto de festa e interação social. Para se referir a

esses *lugares*, ele usa locuções distintas, mas todas compartilham do significado “urban entertainment destination” (UED), isto é, “endereço de entretenimento urbano”. Só que onde se lê *endereço*, pode-se com muita propriedade, ler-se *lugar*. É este, então, o sentido mais lato de sua “fantasy city”, construção que em certos trechos de seu livro é designada com expressões como “entertainment venues”, “disneyesque landscapes”, ou, em momentos críticos mais ácidos, “urbanoid environments”<sup>59</sup>.

E o que são as características de uma “fantasy city”? Segundo Hannigan seis padrões caracterizam uma “fantasy city”:

- (i) Ela é tematizada, no todo ou em partes.
- (ii) Ela busca ostensivamente criar uma “marca” ou, na expressão do autor, ela é “branded”, está cercada por uma poderosa “aura”.
- (iii) Ela funciona diuturnamente, seus investidores buscam oferecer também atrações noturnas além das habituais atividades diurnas.
- (iv) Ela é modular, combinando e articulando distintos componentes, como restaurantes temáticos, conjunto multiplex, aquarium, megalojas de discos e livros, museu.
- (v) Ela é “solipsistic”, isto é, caracterizada por um solipsismo<sup>60</sup>, que a torna isolada das circunvizinhanças, física, econômica e culturalmente. Materializa o que poderia ser chamado de “cidade da ilusão”<sup>61</sup>, um ambiente que ignora o que

---

<sup>59</sup> Ao usar a expressão “urbanoid”, Hannigan está também citando o crítico de arquitetura do *New Yorker*, Paul Goldberger (1996, p. 141 apud HANNIGAN, 1998, p. 73), que explica que “Like ‘factoids’ - pseudo-events pretending to be real news - urbanoid environments attempt to satisfy our cravings for physical proximity to others in a shared place(...)”, observação que, apesar do tom crítico, não esquece de ressaltar - mesmo numa nova circunstância - a significativa presença do antigo impulso urbano pela sociabilização - pela concretização da *urbanidade*.

<sup>60</sup> *Solipsismo* [do Latim: *solus* (sozinho, como o Sol) + *ipse* (o mesmo, o próprio, eu)]: Doutrina segundo a qual a única realidade no mundo é o eu (FERREIRA, 1999).

<sup>61</sup> Hannigan está citando o texto de M.Christine Boyer chamado *The City of Illusion: New York's Public Places* (BOYER, 1993 apud HANNIGAN, 1998, p. 4).

está se passando em seu entorno, centrando-se apenas em si mesmo.

- (vi) Ela é pós-moderna, construída em cima de tecnologias da simulação, de realidade virtual e das emoções do espetáculo, diminuindo a distância entre a autenticidade e a ilusão, dando margem à condição de “hiper-realidade” de que falam escritores pós-modernos como Umberto Eco e Jean Baudrillard (HANNIGAN, 1998, p. 4).

É interessante observar que na metodologia seguida por Hannigan em seu trabalho, o sociólogo promove uma visão retrospectiva do entretenimento urbano, detendo-se na época que é, por muitos, considerada como tendo sido uma época “de ouro”, ou seja, aquela época - o início do século XX - em que as atrações urbanas começaram a dar seus primeiros passos na direção de uma massificação, possibilitada através de incrementos nas acessibilidades (sociais e físicas) a cinemas, estádios esportivos, feiras e parques de diversão. Num rasgo bastante ousado, levanta dúvidas quanto aos que nostalgicamente “relembra” as possibilidades de um mais franco acesso a experiências de *urbanidade*, que supostamente as pessoas desfrutariam naquele saudoso período. Mas, segundo o autor, as coisas não seriam tão róseas assim. Segundo ele, os “mercadores de lazer”, na comercialização cultural que promoviam, cuidavam sabiamente de criar “a public culture which appeared to be original, affordable and universal, even if it was not entirely any of these things” (HANNIGAN 1998, p. 9).

Na realidade, duas *criações* sociais foram usadas pelos empresários do entretenimento para passar a impressão de que a *urbanidade* era livre e desimpedida de quaisquer intermediações para sua devida apropriação: o “teatro da democracia”; e a “turba bem-comportada”. Com elas, buscavam garantir a permanência da classe trabalhadora entre seu público e, mais, fazer atrair como seus frequentadores, as novas coortes populacionais constituídas por uma classe média que emergia na virada do século XIX para o XX.

A primeira dessas *criações*, como explica Hannigan (1998, p. 18-22), se refere aos bem-sucedidos esforços despendidos pelos empresários para inculcar a ideologia de que o acesso aos variados novos lugares que começavam a espocar no território urbano - lugares como teatros de variedades, parques de diversão, estádios, salões de baile, “nickelodeons”<sup>62</sup> e os grandes palácios de cinema - era inteiramente democrático. E a segunda, para aplacar os temores que afastavam a classe média dos lugares freqüentados pelas camadas populares. Para melhor inculcar uma ideologia da segurança, os mecanismos usados pelos empresários variavam de mensagens que garantiam a presença de policiais uniformizados nos mafuás e um exército de “lanterninhas” nos cinemas, até mensagens nos jornais, que buscavam insuflar a ideologia de que as classes trabalhadoras eram constituídas por elementos de natureza benigna, às vezes barulhentos, mas, nunca violentos. A engenhosidade dos promotores e *entrepreneurs* do espetáculo urbano conseguiu então fazer passar a mensagem: a ilusão de que, com a parafernália de seu mundo da fantasia estariam equalizando as fragmentações provocadas pelo segregacionismo prevalente entre classes, etnias e gêneros. E, quem sabe, conseguiu até incutir no imaginário de vários segmentos do operariado que, efetivamente, eles estariam experimentando alguma forma de ascensão social, começando a compartilhar lugares com as classes médias. É o que se poderia conceber, por exemplo, do deslumbramento que o acesso às catedrais da nova fé - o cinema - deveria produzir nos estratos mais populares. “Estar” em um daqueles palacianos ambientes ou “escapar” para a fantasia representada nas telas, por si só, já seria o bastante para produzir uma experiência nova (e sem riscos). Isto, sem falar no que a própria fantasia do conteúdo dos filmes poderia engendrar nos imaginários das platéias. Sem dúvida,

---

<sup>62</sup> Salas populares de exibição cinematográfica localizadas, em geral, nas partes fronteiras das lojas, nas quais o valor do ingresso era de 5 centavos de dólar, ou um *níquel*, de onde advém seu nome.



Os filmes tinham interpenetrado a realidade de forma até então desconhecida por qualquer outro tipo de entretenimento, em parte porque, como veículo fotográfico, eram moldados com os materiais da realidade. As primeiras platéias (...) tinham de ser constantemente lembrados de que aquilo que estavam vendo era apenas uma ilusão. (...) Em conluio com o escuro, exerciam um fascínio que embalava o espectador para fora da própria realidade e para dentro da realidade do filme, até fundir as duas.(...) a realidade parecia, pela primeira vez, ser verdadeiramente maleável. (GABLER, 1999, p. 53-55).

Por outro lado, além de registrar a força que esses lugares da fantasia dispunham para definir novas sociabilizações, pode-se cogitar ainda que certas preocupações que assomam muitos dos estudiosos dos lugares das “fantasy cities” de hoje guardam alguma aproximação com as preocupações suscitadas pela avassaladora penetração que teve o cinema naquela época “de ouro”. O que nos faz pensar que a natureza das atrações criadas pelos empreendedores do mundo da fantasia da virada do outro século continua sendo, profundamente, tão carregada de componentes humanos e sociais quanto a que é encontrada nos lugares da fantasia da virada deste presente século.

Talvez a diferença a apontar seja a do perfil pós-moderno que os freqüentadores de hoje apresentam, um perfil que, segundo Hannigan (1998, p. 67-76), faz aportar a essa sociedade um comportamento hedonista marcado pela cultura do consumo. A esse tipo de comportamento, a “fantasy city” sabe bem como atender, seja pela sedução tecnológica que é capaz de produzir, seja pela interação social nela representada, seja, ainda, pelas oportunidades que oferece para incorporar novas experiências ao campo do capital cultural (BOURDIEU, 2002), abrindo possibilidades para incrementos no *status*, tanto no nível do indivíduo quanto no nível do grupo social.

De qualquer forma, esta e outras constatações relativas às profundas alterações na paisagem do consumo - e do poder, como se discutirá a seguir - são claramente indicativas da inevitável necessidade de um repensar sobre as bases conceituais de *lugar*, neste caso, nelas enfocando com maior nitidez as tensões entre as “forças do

mercado” e as “forças do lugar”.

Não é mais aquele “consumo, logo existo” dos primeiros tempos do movimento consumista. Agora as pessoas *comunicam* que consomem, ou melhor, “*alardeiam*” que consomem, enviando velados (ou não tão velados assim) sinais através de imagens transmitidas por camisetas, etiquetas, formas, objetos, tênis, enfim, por todo um volumoso bricabraque de representações materiais do ato de consumir. E, muitas vezes, é preciso *ter estado lá* - no lugar - comprovando que o consumo se deu mesmo *in situ*, mediante a apresentação de símbolos que evidenciem a ação. E, novamente, entram na cena da sociologia dos lugares de entretenimento as “T-shirts”, os bonés, a miniatura do monumento, o artesanato, os cardápios - valem até os sabonetes dos hotéis.

Quando a “*fantasy city*” é, ou contém, lugares de destinação turística, o objeto de consumo é o *lugar* como um todo. Os lugares são “vendidos” como um produto, já que “Places constitute the essence of the tourist experience, and they are therefore the basic products of the industry” (FAINSTEIN & JUDD, 1999, p. 4). O valor econômico do lugar se incorpora ao valor de status que o lugar confere, e ambos se conjugam para melhor representar o poder, tema que, a seguir, constará das considerações expressas por Zukin.

### ***O poder do lugar nas paisagens pós-modernas de Zukin***

A grande preocupação da socióloga é com a forma que toma a cidade ao ser configurada através das interações dos poderes que nela se encontram em atuação - econômicos, sociais, políticos. “*Landscapes of Power: From Detroit to Disney World*” (ZUKIN, 1991) é o livro que lhe fez vencer o *C. Wright Mills Award*<sup>63</sup> e que ostenta, já no título, as mudanças nas representações conceituais de *lugar*, ilustradas nas metáforas que a autora utiliza para nos transportar do *lugar* da indústria de

---

<sup>63</sup> Premiação outorgada pela “Society for the Study of Social Problems” (SSSP), Estados Unidos.

Detroit até o *lugar* da fantasia de Disney. Desta forma, tomando emprestado dos geógrafos a expressão *paisagem*, ela ilustra as mudanças que se encontram em pauta na geografia social, transportando-nos, da modernidade da sociedade da produção, à pós-modernidade da sociedade do consumo.

Ora, em nossa busca por subsídios que melhor completem a conceituação de *lugar*, a visão, marcada pelo forte vezo sociológico da autora, pode trazer contribuições muito marcantes. A começar pela idéia que nos passa de que uma segunda interpretação sobre as destrutivas críticas freqüentemente arremetidas contra os lugares da pós-modernidade (isto é, os “nossos” lugares da clonagem) é possível.

Poucas vezes, categorias, como a representação das identidades sócio-espaciais e a criação de imagens representativas de valores econômicos reais, foram palco de reflexões tão claras para o entendimento do processo de construção urbana em ação nas pegadas da globalização, quanto as enunciadas por Zukin (1995; 1996; 1997). Nesse processo, constroem-se novas paisagens urbanas - novos lugares urbanos - que passam a descrever como são representados no espaço os novos valores sociais. E que não apenas descrevem, já que “(...) landscapes themselves are inherently sociological judgments (...)”, como nos ensina Zukin (1997, p. 135).

Ao final do século XX, a velha chaminé da fábrica, que simbolicamente representa a paisagem do poder industrial, não expelle mais a fumaça nociva que costumava ensombrecer as vilas dos operários das proximidades, ou que se esparramava até roçar as mansões que os empreendedores-industrialistas implantavam ao escalar as colinas dos arredores<sup>64</sup>. Ao mesmo tempo em que a fumaça vai se extinguindo das chaminés, também os grandes comércios da rua principal começam a escurecer suas vitrinas e a emigrar para os shoppings e novos “malls” temáticos situados em novas locações. São novos lugares, é uma paisagem nova que revela um re-posicionamento

---

<sup>64</sup> Uma situação muito comum de encontrar em nossas cidades mais industrializadas, como em Porto Alegre. Ali, uma situação muito semelhante é ilustrada pela paisagem da região de Navegantes, tema que será abordado em outro trecho deste trabalho: as mansões dos primeiros industrialistas subiram as encostas do morro nas proximidades das vilas industriais das várzeas do rio.

do poder:

In the 1980s, the fantasy landscapes of Disney World (...) began to replace the traditional landscapes of power (...). While they seemed built for 'fun', these new spaces were in fact highly controlled environments, having changed their program from material production to sensual consumption. (...) Landscapes of industrial power were reshaped into landscapes of consumption or devastation (ZUKIN, 1997, p. 135).

E ao analisar os padrões das novas paisagens com atenção sociológica, a autora nos garante com pontos fortes para prosseguir com nossa rediscussão da conceituação de lugar. Em especial, são quatro os argumentos que apresenta (ZUKIN, 1997, p. 137-142) e que merecem realce:

- (i) A reconstrução da paisagem representa uma busca de expressão por parte das novas hierarquias de poder, e os lugares se redefinem de modo a acomodar essas hierarquias. Mas as redefinições não atendem apenas aos interesses do poder econômico, elas refletem "(...) a mimesis of place shaped by global media" (ZUKIN, 1997, p. 137).
- (ii) Há um profundo ajuste na interface entre espaços públicos e espaços privados nas cidades: os "shopping malls" se tornam espaços públicos *de facto*.
- (iii) Outra alteração importante é a extrema valorização atribuída à imagem. Em termos de preços, o valor dos produtos materiais declina objetivamente, enquanto o valor da imagem recebe incrementos subjetivos em prestígio. Mas, não só em prestígio: os lugares da fantasia vendem bem imagens; e é possível detectar um incremento no valor econômico atribuído até mesmo à imagem humana: salários supervalorizados são pagos a pessoas do mundo do entretenimento, dos esportes, da moda, porque suas imagens ajudam a vender mais.
- (iv) Desenvolve-se uma teoria de que a cultura cria valor econômico, isto é, não só a lucrativa indústria oficial da cultura (como a mídia, os serviços de

entretenimento ou ligados a turismo), mas, da mesma forma, as instituições culturais sem fins lucrativos (como, por exemplo, museus de arte e científicos ou organizações não-governamentais voltadas a atividades artístico-culturais). Essa nova lógica ajuda a incorporar ao conceito de lugar um componente complementar: “(...) an aestheticization<sup>65</sup> of value, not in the sense that life has become more beautiful, but in the sense that economic problems are presented as susceptible to a cultural solution” (ZUKIN, 1997, p. 139). A autora acrescenta uma interessante alegoria para mostrar outras implicações que esse *rationale* apresenta: a “esteticização” do medo, por exemplo, é forte responsável pela criação de condomínios fechados, que têm padrões arquitetônico-urbanísticos mais esmerados, isto é, pelo menos aos olhos de seus simpatizantes são esteticamente mais valiosos; a “esteticização” da violência das ruas, responsável pela produção musical do “rap”, seria outra forma de ilustrar a manifestação do fenômeno. Ambos são exemplos de sucesso comercial, enquanto, ao mesmo tempo, “they are both cries of terror about ‘quality of life’, and they are both ostensibly aesthetic responses” (ZUKIN, 1997, p. 142).

Esses são outros argumentos que convém guardar, principalmente, para explicar as crescentes mutações de lugares da herança cultural, situados em localizações históricas ou em prédios do patrimônio histórico-cultural urbano, em *lugares da memória* - ou em lugares que *clonam* a memória.

Via de regra, as paisagens novas respondem a mudanças sociais, por mais inesperadas que sejam algumas dessas mudanças: é inegável, por exemplo, que está a ocorrer algum tipo de “democratização” dos espaços públicos e, neste sentido, o exemplo mais clássico é o fornecido pelo acesso livre aos espaços (semi)públicos de um “shopping”, onde o que é barrado são certos *usos* incompatíveis, já que os *usuários*, oficialmente, não o são. Mesmo nos *lugares da memória*, isto também é verdadeiro. Geralmente, esses lugares correspondem a setores estagnados ou

---

<sup>65</sup> Tentativamente traduzível por “estetização”, ou seja: uma atribuição de valor econômico aos componentes estéticos contidos nas manifestações da cultura.

deteriorados da cidade - os “brownfields” urbanos - que são submetidos a um processo de re-desenvolvimento urbano. E geralmente, também, essas reurbanizações suscitam críticas por determinarem um fenômeno conhecido por “gentrification”<sup>66</sup>, seja por expulsar os moradores ou erradicar os pequenos comerciantes.

A questão, no entanto, é discutível, tanto num caso como no outro. Ao acompanhar a re-espacialização das atividades de comércio, que reflete a racionalização e a internacionalização das mudanças ocorrendo no seio do setor - algo que é às vezes referido como a “McDonaldization of society” (RITZER, 1996) - Zukin constata que uma das mudanças mais dramáticas é a da criação das grandes lojas (“superstores”), cuja chegada aos bairros é vista com muito medo pelos pequenos comerciantes locais. Uma pesquisa acompanhando a introdução de uma poderosa loja Wal-Mart junto a um comércio de bairro, entretanto, surpreendeu a autora. Após um período inicial de grande impacto negativo, que levou alguns comércios ao fechamento, “Later research, however, suggested a more moderate judgement” (ZUKIN, 1997, p. 143), levando a autora a refletir que: “The arrival of a superstore seems to precipitate a period of creative destruction in local retail business. Stores that directly compete (...) are driven out of business, but the total number of retail jobs increases, and services catering to shoppers (...) expand” (ZUKIN, 1997, p. 142-143).

No caso das políticas de reurbanização de áreas históricas, é também de um sociólogo a defesa da hipótese de que os usos cotidianos dessas áreas podem contribuir para sua qualificação como espaços públicos. Em sua discussão,

---

<sup>66</sup> Expressão algumas vezes traduzida por “enobrecimento” ou, simplesmente, *gentrificação*, significando as mudanças nos segmentos sociais que freqüentam ou residem nas áreas submetidas ao processo de reurbanização. Com sua implementação, esses estratos se vêem forçados a abandonar a área, por se sentirem desajustados em relação aos novos padrões sociais e econômicos trazidos pelas melhorias no espaço.

O argumento central é que os usos e contra-usos dos espaços de *gentrification* constituem *lugares* e que estes qualificam os espaços urbanos como espaços públicos, na medida em que os tornam centros de disputas práticas e simbólicas pelo reconhecimento político e pela visibilidade pública das diferenças. (LEITE, 2002, p. 172).

Sua análise recai na “revitalização” do Bairro do Recife Antigo (PERNAMBUCO, Agência de Desenvolvimento Econômico, 1992), importante projeto implantado no próprio sítio urbano onde originalmente começou a cidade do Recife<sup>67</sup>. A idéia basilar do projeto era a de transformar a área num grande pólo mediante a implantação de serviços de cultura e lazer, comércio varejista moderno, habitação e, fundamentalmente, “Um dos pilares de suas propostas era o incremento do turismo, onde se destacava a idéia de transformar o Bairro do Recife em um centro de atrações para visitantes nacionais e estrangeiros” (ZANCHETTI, 1995, p. 104). As proposições foram bem explícitas em relação a fatores como o da “(...) valorização dos usos econômicos do patrimônio cultural e da espetacularização do espaço urbano, como forma de reativar os fluxos de investimento para a economia local (...) através de uma visão que entende a cultura na perspectiva dos resultados econômicos”, como informa Leite (2002, p. 119).

No ano em que Leite traça os comentários o projeto já havia concretizado seus objetivos, gerando-se ali um agitado *lugar da pluralidade*, construído por ações ligadas ao campo do consumo, um consumo alimentado por fenômenos da memória e da cultura. Apesar de existir uma crença generalizada de que tais intervenções causam processos que desestruturam o sentido público dos espaços renovados, “(...) os usos e contra-usos que neles se estruturam concorrem, inversamente, para sua reativação como espaços públicos” (LEITE, 2002, p. 116) conjectura o pesquisador, tornando-se assim possível, inclusive, “(...) repensar a construção desses lugares no contexto urbano contemporâneo” (LEITE, 2002, p. 121). Por “usos” ficam subentendidas as atividades programadas especificamente dentro do âmbito do projeto; por “contra-

---

<sup>67</sup> O projeto de revitalização do Bairro do Recife Antigo é pauta de outra abordagem, mais adiante, neste trabalho. Ver Capítulo 4, seção 4.3.

usos”, subentende-se um fenômeno identificado em áreas re-urbanizadas pelo qual são produzidos outros sentidos, diferentes daqueles previstos de acontecer nos lugares, isto é, despontam outras significações, ou “contra-sentidos, que diferem daqueles esperados pelas políticas urbanas, [que] contribuem para uma diversificação dos atuais sentidos dos lugares” (LEITE, 2002, p. 121). Constrói, a seguir, o sociólogo uma interessante demonstração de que essas novas construções não são necessariamente responsáveis pela produção de configurações que restringem a vida pública naqueles ambientes. A exemplificação de que se vale Leite para ilustrar seu ponto é espacial: ele contrasta dois lugares recém “criados” pelo plano de revitalização do Bairro do Recife, o pólo Bom Jesus, previsto nas estratégias propostas; e o pólo Moeda, estabelecido de maneira tática por um público mais alternativo e boêmio, “(...) seu surgimento radicaliza o que estou chamando aqui de contra-uso (...) uma resposta às fronteiras ‘enobrecidas’ que demarcavam socioespacialmente o pólo Bom Jesus” (LEITE, 2002, p. 127).

É bastante instrutivo apreciar que “o pólo Moeda surgiu de uma re-significação social de um espaço (...), ao contrário do Bom Jesus, que induziu a presença dos seus usuários pela intervenção (...)” (LEITE, 2002, p. 123). Outro indicador bastante esclarecedor é o de que as sociabilidades em ação na Moeda não estariam demonstrando afinidades dirigidas à dimensão mais *econômica* do consumo: ao contrário, os usuários é que estariam “consumindo” o que o *lugar* lhes tem a oferecer - usufruíam sua *urbanidade*.

### ***A transição para a antropologia urbana de De Certeau***

Com De Certeau já não nos encontramos limitados dentro do universo das “fantasy cities” de Hannigan ou das esferas de poder de Zukin: estamos dentro do universo das *práticas de lugar* - a identificação e definição dos lugares já recai no âmbito antropológico e etnográfico. É por um processo como este que os lugares novos - da clonagem - podem passar a ser apropriados como lugares da urbanidade - e virem a se transformar em efetivos lugares da urbanidade.



Se, por um lado, na nova implantação pode estar acontecendo uma “desapropriação de sujeitos”, é lícito admitir que pode, igualmente, acontecer uma “reapropriação de outros sujeitos”. Uma consideração que, felizmente, nos conduz bem mais próximos ao nosso argumento de que um novo *lugar*, ao se consolidar, pode se imbuir de *urbanidade*. Ou, nos anima a dizer com maior destemor: conduz-nos a cogitar que o *lugar*, em termos antropológicos, tem um outro tipo de poder que transcende àqueles analisados por Zukin e que é de natureza profundamente subjetiva - o que, por sua vez, ajuda a confirmar a necessidade de um aporte transdisciplinar ao tópico.

Os trabalhos de pesquisa que se enquadram sob a categorização particular de “antropologia urbana” são recentes no Brasil<sup>68</sup>, principalmente aqueles levados a efeito especificamente por antropólogos. Isto porque a área, a exemplo do que ocorria na Europa e nos Estados Unidos, voltava sua atenção a três temas predominantes: populações indígenas; comunidades rústicas e caboclas; e minorias étnicas. Curiosamente, assim como vimos ter acontecido com a psicologia em sua vertente ambiental, muitas das manifestações urbanas de fenômenos cujo interesse seria atinente à área da antropologia, acabaram tornando-se objeto de análises por outras áreas e, novamente, os arquitetos e urbanistas, procurando suprir suas lacunas em relação ao maior conhecimento de que necessitavam quanto à realidade humana na qual deveriam inserir seus projetos, passaram a se aventurar em trabalhos de pesquisa que guardavam alguma aproximação com o objeto (SANTOS, 1985; SANTOS & VOGEL, 1985).

No registro do professor José Guilherme Magnani, do Núcleo de Antropologia Urbana (NAU) da Universidade de São Paulo, uma antropologia voltada especialmente ao *urbano*, em São Paulo, data somente dos anos 1970s, muito embora “(...) seja verdade que se pode apontar um antecedente ilustre: (...) Lévi-Strauss, cujo

---

<sup>68</sup> Em São Paulo, a própria Antropologia foi oficialmente inserida no *currículum* da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras a partir de 1941 (MAGNANI, 1996, p. 25, n. 7).

célebre livre *Tristes Trópicos*, publicado em 1955 - vinte anos após sua estada como professor - (...), contém passagens sobre a cidade de São Paulo dos anos 30" (MAGNANI, 1996, p. 26). São dessa época trabalhos que viriam a se tornar antológicos, com destaque especial para a obra *Utopia Urbana*, em que Gilberto Velho (2002) abre caminho para a aplicação do método antropológico ao estudo do urbano, ao mostrar a vida de moradores de um edifício de apartamentos conjugados em Copacabana, Rio de Janeiro; sem esquecer, é claro dos importantes subsídios trazidos para o campo por Roberto da Matta (1991). Magnani, por sua vez, é responsável por uma boa contribuição em termos da definição de lugares na antropologia urbana. A denominação que emprega, contudo, é outra: chama de "pedaço" e "mancha", e até de "circuito", dependendo da escala do lugar que examina. Sua pesquisa para identificar lugares em São Paulo é influenciada pelas práticas associadas a *lazer* e *consumo*, temas que à época (1978-1980) ainda necessitavam de argumentações em favor de sua seriedade e pertinência científica, como observado pelo autor.

*Pedaço*, por exemplo, é um lugar presente na área de vizinhança dos sujeitos, são os lugares de encontro e lazer de seus bairros onde usam seu tempo livre. Ensina o antropólogo:

Quando o espaço (...) assim demarcado torna-se ponto de referência para distinguir determinado grupo de freqüentadores como pertencentes a uma rede de relações, recebe o nome de *pedaço* (...). É nesses espaços em que se tece a trama do cotidiano: a vida do dia-a-dia (...) a troca de informações (...) a prática do lazer. Dessa forma, o *pedaço* é ao mesmo tempo resultado de práticas coletivas (entre as quais a de lazer) e condição para seu exercício e fruição. (MAGNANI, 1996, p. 32).

Mas, e quando se muda de escala e se atinge outros pontos, como a área central, reconhecidamente uma região marcada pelo anonimato, impessoalidade e diversidade de freqüentadores? Nas porções residenciais do centro, a sociabilidade que caracteriza um *pedaço* como lugar de encontro e lazer segue a mesma lógica. Onde não predomina o uso residencial, a grande diferença é que os usuários não se conhecem em função de seus contatos diários, mas, se *reconhecem* porque

compartilham gostos, práticas de consumo, valores, modos de vida, uma maneira de se apropriar do *pedaço* que é marcada por semelhanças simbólicas. Ou, em outras palavras: a leitura dos significados que o ambiente lhes comunica torna-se compreensível aos frequentadores que estão a experienciar suas vivências naqueles lugares. Isto porque entre as comunicações básicas que viabilizam

(...) a convivência de milhares de pessoas e interesses nos espaços tão reduzidos das cidades modernas, está a atribuição de um mínimo de significados coincidentes a uma coleção de lugares ordenados segundo convenções que, para os membros daquele grupo, são referências estruturais. (SANTOS, 1986, p. 60).

Há toda uma elaboração antropológica muito interessante a acompanhar a interpretação que se pode atribuir à análise de tais significados. Em trabalho anterior já havíamos apontado que “esses significados, ao serem analisados a partir dos usos e fruições cotidianas informarão, em termos espaciais, o que Michel de Certeau denomina ‘*morfologia da prática*’, a lógica da ação” (CASTELLO, 1986, p. 68) porque, para o antropólogo, a efetivação das práticas cotidianas é o que pode ser realmente revelador. Diz ele:

Note-se que não quero analisar as práticas cotidianas apenas enquanto elementos de informação sobre a vida social e econômica das pessoas. Trata-se também de uma *arte*, justamente uma arte que tem como característica ser fundamentalmente uma *arte de fazer*. Isto é, que não se traduz num discurso mas sim em um ato. (DE CERTEAU, 1985, p. 7).

Em seu conhecido livro “A Invenção do Cotidiano”, De Certeau (1994) elabora recursos teóricos para análise das práticas cotidianas, buscando conjugar sua história etnológica e filosófica. Um dos recursos por ele assinalados para a análise teórica das condutas do cotidiano é o do “speech act”, isto é, o ato de falar - a enunciação da fala. O ato de falar é a efetivação da língua, esta só é real no ato da fala, não é uma questão da língua enquanto sistema, mas, precisamente é uma *prática* da linguagem. Sendo assim, por uma analogia à linguagem que só se efetiva no ato de falar, “Poderíamos

dizer que a rua só é real no ato de andar. O espaço do apartamento só é real no ato de habitar (...)” (DE CERTEAU, 1985, p. 15), ao que, acrescentaríamos nós, o espaço público só é real enquanto ato de práticas do lugar, ou seja, ao se efetivar como o *speech act* do lugar.

Outro modelo teórico proposto por De Certeau para a análise das práticas cotidianas é a diferença que estabelece entre *estratégia* e *tática*. A estratégia é um modo de calcular ou de manipular “(...) relações de força que se tornam possíveis a partir do momento em que um sujeito de vontade ou poder é isolável e tem um lugar de poder ou de saber. (...) é definida pela posse de um lugar próprio (...) menos dependent[s] do tempo” (DE CERTEAU, 1984, p. 16). Por outra parte, “(...) Chamarei de tática a ação calculada ou a manipulação de relações de força quando não se tem algum (...) lugar ‘próprio’, e portanto, quando estamos (...) dentro do campo do outro (...) mais dependente do tempo (...), do momento de dar um golpe” (DE CERTEAU, 1984, p. 16). Aqui, é interessante retroceder à pesquisa de Leite descrita antes, pois o sociólogo se vale precisamente das duas distinções explicadas por De Certeau para ilustrar o caso de usos e contra-usos que constatou nos pólos Bom Jesus e Moeda, no Bairro do Recife:

(...) diria que as ‘táticas’, quando associadas à dimensão espacial do lugar (...) constituem-se em um contra-uso capaz não apenas de subverter os usos esperados de um espaço regulado, como também de possibilitar que o espaço que resulta das ‘estratégias’ se cinda para dar origem a diferentes lugares (...). os lugares, quando erguidos pelos contra-usos no interior dos processos de *gentrification*, podem representar formas táticas - espacializadas e simbólicas - de criar singularidades (...). Ao contrário de significar uma espécie de ‘privatização’ do espaço público (...), a construção social dos lugares politiza o espaço urbano (qualificando-o como espaço público), na medida em que cada lugar, para se legitimar perante o outro (...), precisa (...) ser reconhecido (...) em sua própria singularidade (LEITE, 2002, p. 130).

E quando um conjunto de *pedaços* passa a atender a uma diversidade de pessoas,

define-se a *mancha* - “(...) áreas contíguas do espaço urbano dotadas de equipamentos que marcam seus limites e viabilizam (...) uma atividade ou prática predominante” (MAGNANI, 1996, p. 40), como a freqüência a bares, restaurantes, cinemas, cafés. As *manchas* se tornam pontos de referência que competem ou se complementam para a realização de certas práticas urbanas, apresentando “(...) uma implantação mais estável tanto na paisagem como no imaginário (...) resultado de uma multiplicidade de relações entre seus equipamentos, edificações e vias de acesso” (MAGNANI, 1996, p. 42-43), o que nos permite acrescentar: constroem e consolidam *lugares* na cidade.

Magnani (1996, p. 45) aponta a seguir para a categoria dos *circuitos*, noção que congrega equipamentos que se caracterizam pela promoção de práticas ou oferta de serviços que se assemelham e são reconhecidos por usuários individualizados, embora não se localizem de forma contígua na cidade, mencionando, como exemplos, o circuito dos cinemas de arte, o circuito “gay”, o dos antiquários, dos esotéricos e outros.

Ainda uma outra categoria é trazida à pauta e é explicada por Magnani (1996, p. 43) pelo fato de as pessoas *circularem* livremente entre *pedaços* ou *manchas*, para escolherem entre as diferentes alternativas e, ao fazerem isso, seguem caminhos não aleatórios, os *trajetos* - fluxos ao longo da cidade e no interior das manchas. Esta última categoria traz implicações de certa forma inquietantes ao conceito de lugar urbano. Em primeiro lugar, porque se aproxima de uma antiga preocupação de Marc Augé<sup>69</sup> quando este formula sua concepção de “não-lugares”, elaborando-a por contraste à formulação sociológica de *lugar*, associada

(...) por toda uma tradição etnológica àquela de cultura localizada no tempo e no espaço. Os não-lugares são tanto as instalações necessárias à circulação acelerada das pessoas e bens (vias expressas, trevos rodoviários, aeroportos) quanto os próprios meios de transporte (...) (AUGÉ, 1994, p. 36-37).

E em segundo lugar, porque nos remete a um tema de substancial interesse que

---

<sup>69</sup> E também de De Certeau (1985).

passa a integrar com crescente intensidade o estudo das paisagens sociais e subjetivas dos tempos atuais: a volta de um certo “nomadismo”, difundido principalmente entre as práticas urbanas dos jovens. Em pesquisa recente, as professoras da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro Maria Isabel Mendes de Almeida e Kátia Maria de Almeida Tracy, doutoras em Sociologia e Antropologia, respectivamente, traçam um panorama muito interessante sobre as atividades de lazer noturno da juventude classe média do Rio de Janeiro, que alçou a “noite” ao nível de uma categoria *espacial*, transformando-a em um *circuito* de nomadismos metropolitanos “(...) que passa por distintos lugares, tais como festas, boates, shoppings, cinemas, lojas de conveniência e lanchonetes situadas nos postos de gasolina abertos durante toda a madrugada” (MENDES DE ALMEIDA & TRACY, 2003, p. 17). Entender a geografia da “*night*” - como a categoria é freqüentemente referida - e entender as novas experiências espaciais marcadas por uma dinâmica que substitui a aglutinação em lugares por modos diversos de “trajetividade”, é visto, pelas pesquisadoras, como um dos grandes desafios contemporâneos da antropologia social, por introduzir uma incógnita relativamente nova na compreensão das maneiras de “(...) pensar os padrões de sociabilidade e as arquiteturas subjetivas geradas em torno do deslocamento (...)” (MENDES DE ALMEIDA & TRACY, 2003, p. 33).

Resta comentar que em sua determinação de categorias representativas de práticas sociais que dão significado ou ressignificam espaços da cidade, Magnani, talvez até inadvertidamente, mostra uma convergência bem acentuada com métodos da pesquisa arquitetônico-urbanística. Ao proceder à identificação de pontos de referência do espaço urbano, pelas caminhadas sistemáticas e pelo lançamento dos primeiros mapeamentos, o pesquisador explica, em suas próprias palavras, que delimitar o que denomina de *cenário* “(...) significa identificar marcos, reconhecer divisas, anotar pontos de intersecção - a partir não apenas (...) de equipamentos e estruturas físicas, mas desses elementos em relação com a prática cotidiana daqueles que (...) usam o espaço: os atores” (MAGNANI, 1996, p. 38). Ora, com tal procedimento, é impossível não vir à lembrança a classificação utilizada por Kevin Lynch (1968) em seu mapeamento dos elementos percebidos como representações

espaciais cognitivas das imagens da cidade: marcos, limites, nós, percursos e distritos, um método, como se sabe, muito difundido e aceito em nossa área.

#### **2.3.4 O lugar do *lugar* na Filosofia**

*Lugar* ocupa um lugar substancial nas discussões filosóficas, tão substancial a ponto de fazer Edward Casey nos dizer que “To be at all – to exist in any way – is to be somewhere, and to be somewhere is to be in some kind of place” (CASEY, 1998, p. ix). Casey é professor de Filosofia na State University of New York e autor de uma das mais recentes (e instigantes) obras a respeito de lugar, “The Fate of Place. A Philosophical Story”. Melhor dizendo: a respeito da *história do pensamento filosófico sobre lugar*, trabalho que desenvolve com fervorosa diligência com a intenção expressa de fazer despertarem – especialmente os filósofos – da dormência a que ficou submetida a discussão de *lugar* como conceito ou idéia na esfera da Filosofia do mundo ocidental. E não só na Filosofia, senão também “(...) in psychology or sociology, literary theory or religious studies. It is true that in architecture, anthropology, and ecology there is a burgeoning interest in place, but this interest leaves place itself an unclarified notion” (CASEY, 1998, p. xii).

Claro que nossa intenção aqui não será a de “clarificar” a noção *filosófica* propriamente dita de lugar, que, segundo Casey, ainda ficou “não-clarificada” na arquitetura, antropologia e ecologia, mas interessa-nos justamente perceber, com o olhar do arquiteto-urbanista, a visão que a Filosofia concede a *lugar* – aos extremamente diferenciados lugares que a área de Arquitetura-Urbanismo se propõe a desenhar. Ainda dentro do enfoque filosófico para *lugar*, ainda que conduzido pelas mãos de um sociólogo, cabe um merecido realce igualmente para a obra de Eugene Walter (1988) que consegue extrair das áreas de História, Psicologia Ambiental, Arquitetura e Filosofia, as respectivas colaborações que podem trazer para a construção de lugares que estimulam os sentidos e a imaginação das pessoas,

ao evocarem imagens, significados, sentimentos, sensações, e imaginação.

### *Edward Casey e o resgate do lugar pela Filosofia*

Casey procede de maneira muito didática em seu propósito: primeiro, fornece uma exigente revisão das narrativas míticas e religiosas da Criação, nelas discernindo o papel primordial que o *lugar* protagonizou para o começo das coisas. Ao pesquisar em narrativas primevas da mitologia da Mesopotâmia consulta o *Enuma Elish*<sup>70</sup>, conto sobre a Criação, de cerca de 1900 A.C., anterior ainda ao reinado de Hamurábi. Nele, a idéia da *criação* provém de Tiamat, uma figura oceânica que simboliza a matéria pré-existente, composta por dois tipos de águas, doce e amarga, cuja imperceptível mistura é a própria *Criação*, nas descrições do *Enuma Elish*.

Casey esclarece que o sentido da palavra criação tem uma função conativa a expressões como “entalhar” (a ponta de uma lança, por exemplo) ou “talhar” (uma carcaça, por exemplo). De qualquer maneira, fica implícita uma criação *ex datis*, ou seja, de algo dado, de uma matéria prévia. Esclarece, ainda, que nas antigas cosmogonias a idéia de matéria não era necessariamente associada a algo sólido, a um objeto físico. Matéria conotava a *matrix*, no sentido de ventre, de útero, da fase formativa das coisas: de *mater* (mãe). Nas ações que se sucedem na narrativa da criação, as duas últimas coisas a serem criadas são os seres humanos e os lugares onde habitam. Uma revelação interessante para o meio arquitetônico-urbanístico - e até certo ponto perturbadora - é a de que os seres humanos são criados *depois* - como a nos dizer que “housing is a precondition of being human” (CASEY, 1998, p. 29).

Na seqüência de sua investigação sobre as concepções básicas a respeito de lugar que floresceram nas culturas antigas, Casey busca demonstrar que toda cosmogênese é

---

<sup>70</sup> Casey utiliza a versão inglesa traduzida por N.K.Sandars intitulada “*Poems of Heaven and Hell from Ancient Mesopotamia*”. Baltimore: Penguin, 1971.



uma *topogênese*, ao observar que “(...) all the accounts of creation examined so far agree on one basic cosmo-axiom: only from place can created things come. The known universe, albeit originating in a void, evolved from place to place. (...) creation is a process of progressive implacement” (CASEY, 1998, p. 16, grifo nosso). Casey se vale da expressão “topocosmos”, usada por etnólogos para designar a cosmologia de sociedades tradicionais, para observar que a expressão, ainda que fortuitamente, une as noções de “lugar” (*topos*) e “existência” (*cosmos*). Com isso, sugere que na completa constituição do cosmos, isto é, de um mundo bem organizado, o lugar tem um papel proeminente a desempenhar. A partir daí, constrói que a gênese do cosmos contém elementos altamente configurados e densamente conectivos que, pelo menos, prevêm um *logos*, ou uma estrutura racional. “Place is basic to such protostructuring, since it is place that introduces spatial order into the world – or, rather, shows that in its formative phases the world is already on the way to order” (CASEY, 1998, p. 5).

Aborda a seguir a visão cosmológica quase mítica de Platão e a teoria platônica do movimento de interação entre os elementos básicos: terra, fogo, ar e água. Há muita similaridade entre a descrição da criação pelo Tiamat no *Enuma Elish* e as ações do Demiurgo no *Timaeus* de Platão. Entre elas, a de que há uma imperiosa necessidade de uma pré-existência, também materna como a *matrix* - um receptáculo - para que ocorra a Criação: “For whatever comes to be must ‘come to be in a certain place’ ” menciona Casey (1998, p. 32), citando o *Timaeus*. E estas zonas primais, chamadas de “*chōra*” por Platão, são entendidas como um *espaço* de extensão indefinida, ou uma região, enquanto que “*topos*” tende a ser a denominação empregada para designar um *lugar*, uma locação finita<sup>71</sup>. Na verdade, em Platão, a distinção entre os dois termos não é rigorosa, embora os sentidos dados acima sejam os mais comumente aceitos: *topos* denotando uma locação relativa; *chōra* implicando sempre uma dimensão maior do que *topos*. O próprio texto de Platão fala sobre “The places [*topoi*] of the country [*chōra*]”, isto é, a dualidade entre *topos* e *chōra* pode ser caracterizada

---

<sup>71</sup> Os nomes latinos que mais aproximadamente correspondem a essas denominações gregas são, respectivamente, *spacium* e *locus*.

como oscilando entre os conceitos de *diferença* e *identidade* (CASEY, 1998, p. 353, n. 57), o que, para nosso caso, se traduziria por uma situação em que, analogamente, um todo territorial (urbano) se veria pontilhado de específicos *lugares* diferenciados por suas distintas qualificações. De qualquer forma, a preocupação predominante no trabalho de Platão se volta mais para a conceituação de *espaço*, como o receptáculo onde poderão se estabelecer lugares.

Já com a visão que Aristóteles dá a *lugar* em sua *Física*, o centro de atração sobre o conceito se volta para a discussão sobre o *onde* - é este o ponto então que passa a adquirir contornos de uma categoria metafísica básica. *Lugar* é mais trabalhado por Aristóteles, que o concebe em termos finitos, no contexto físico do mundo. *Chōra* cede para *topos*: do fecundo para o limitado. O *topos* se organiza mostrando a existência de limites, de fronteiras - o *topos* é *continente* - é como o líquido contido pela superfície externa de uma vasilha, como o corpo humano *contido* pela “roupa justa” da epiderme. De interesse imediato para nosso presente trabalho, desponta o procedimento metodológico desenvolvido por Aristóteles, que é de cunho marcadamente fenomenológico: seu *approach* não se dá somente do ponto de vista físico, mas, igualmente, fenomenológico. Assim, seu enfoque não se contenta em estudar os fenômenos físicos da natureza, mas, estende-se por sobre a tentativa de compreender como esses fenômenos se manifestam para a percepção humana, operando, então, como um profenomenologista.

Após registrar essas duas aproximações ao modo de olhar para *lugar*, ambas ainda hoje atuantes, uma platônica, com prevalência da visão geométrica; e uma aristotélica, marcada pelo fisicismo; Casey acompanha toda uma evolução em que a noção de *espaço* passa progressivamente a assumir uma posição preponderante em relação a de *lugar*, graças ao conteúdo de cunho universalista das discussões mais típicas dos períodos medieval e das especulações da Renascença, conduzindo-nos ao período em que a noção de *espaço* alcança uma supremacia absoluta, já através das idéias modernas sobre o espaço infinito, que transitam por Newton e Descartes. Por fim, Casey registra o início do recrudescimento da noção de *lugar* no período moderno tardio e pós-moderno, completando uma jornada em que acompanha passo

a passo a evolução (e estagnação) do estado-da-arte da noção de *lugar* na Filosofia.

Talvez o que seja mais estimulante na profunda atualização que o autor realiza quanto ao percurso do pensamento filosófico a respeito de *lugar*, seja a intensa aproximação que nos enseja permanentemente com o que pensamos ser o *lugar* na Arquitetura-Urbanismo. Ou seja, compreender que o lugar na Filosofia não é aquele atemorizador *constructo* teórico que se supunha nos manteria tão distanciados, nós, na Arquitetura-Urbanismo, eles, na Filosofia, cada um em sua área, em seu diferente *lugar* científico, remotamente afastados. Pelo contrário: nosso lugar está imerso no lugar filosófico, *é o lugar filosófico*, tratamos do mesmo fenômeno, estamos indissociavelmente unidos. E sendo assim, torna-se indiferente se o lugar é gerado como estratégia econômica ou como elucubração subjetiva: ele é sempre existencial, ele *é* nossa interação com onde estamos, é nossa correlação conosco como “ineluctably implaced selves”, na feliz alocução de Casey (1998, p. 286).

Com suas atualizações históricas, Casey nos remete ao *hoje* do lugar na Filosofia. Endereça seu foco sobre autores que, ao contrário de Heidegger, não ambicionam chegar à exata essência da definição de lugar, mas que buscam visualizar *lugar na prática*, isto é, em ação em alguma circunstância, como, por exemplo, o lugar no curso histórico (Foucault, Braudel), na realidade da experiência geográfica (como Tuan, Relph, Entekin), na arquitetura (Tschumi), na imaginação poética (Bachelard) ou na sociologia urbana (Benjamin), entre outros tópicos referidos por Casey de modo a ilustrar que está ocorrendo uma redescoberta de *lugar* por parte dos estudiosos que demonstram uma orientação filosófica em seus trabalhos; e, igualmente, para nos ilustrar que seguimos numa situação de impermanência quanto à adoção de uma estrutura formal definitiva para definir o conceito de *lugar*.

Essa busca por desenhar novas faces para *lugar* é iniciada com a visão trazida pelo filósofo francês Gaston Bachelard a respeito das imagens poéticas, e de como essas imagens se situam na mente (ou, mais exatamente, na alma) humana. Seus argumentos se remetem a identificar uma “*lugaridade*” na psique, enquanto todos seus raciocínios se desenvolvem em torno da casa - nosso primeiro universo, onde o ser humano, antes de ser lançado no mundo, é embalado no berço que a casa

representa. A casa *hospeda* um grande número de nossas memórias e quanto mais recantos ela nos oferecer, mais nossas memórias encontrarão refúgio aonde se localizar. Locais aos quais regressaremos ao longo de nossas vidas, sonhando acordados, devaneando com suas imagens. “(...) if I were asked to name the chief benefit of the house”, diz o filósofo, “I should say: the house shelters daydreaming, the house allows one to dream in peace. (...) The values that belong to daydreaming mark humanity in its depths” (BACHELARD, 1994, p. 6). E prossegue observando que, para um psicanalista, seria fundamental prestar atenção a essas *localizações* de nossas memórias, razão pela qual preocupa-se em introduzir a expressão *topoanálise* como uma atividade auxiliar à psicanálise: “Topoanalysis, then, would be the systematic psychological study of the sites of our intimate lives. (...) topoanalysis bears the stamp of a topophilia<sup>72</sup>, and shelters and rooms will be studied in the sense of this valorization” (BACHELARD, 1994, p. 8; 12). Desta forma, como atentamente registra Casey:

Topoanalysis, presupposing the psyche as the seat of all significant images, seeks the detailed description of particular images. Such images shelter contents that arrange themselves into systematic themes, for example, earth, water, air, fire (...). An imagistic-psychical *topic* is thus inherently *thematic*. (...) If Heidegger considered the *world* to be ‘the house in which mortals dwell’, Bachelard will say the same of the *image (and memory) of the house*, which constitutes its own poetic place-world (...). (CASEY, 1998, p. 290).

Não será demais destacar a importância que assume essa atitude representada pela topoanálise para nossa desejada aproximação a um modo mais satisfatório de conceituar *lugar* na atualidade, porque “Less a method than an attitude, topoanalysis focuses on the placial<sup>73</sup> properties of certain images, for instance, the house (...)”, diz-nos Casey (1998, p. 288). E nos é especialmente interessante sublinhar a condição de eventualidade admitida por Casey: a casa é citada como um exemplo de outras

---

<sup>72</sup> Para “topofilia” ver também Seção 2.3.1, especialmente em *O lugar humanístico de Tuan*.

<sup>73</sup> A expressão “placial” está sendo empregada criativamente, de modo a conotar a “lugar” (“place”), de uma maneira similar à quando empregamos a expressão “lugaridade”.

circunstâncias.

Assim, mais do que considerarmos que o mundo é uma casa onde moram os mortais, a topoanálise de Bachelard nos conduz à idéia de que a casa é um mundo - um mundo de *lugares* - onde a topoanálise exploraria "(...) the intimacy of a house *room by room*, that is to say, *place by place*" (CASEY, 1998, p. 291), à maneira da fenomenologia, examinando minuciosamente a *lugaridade* que existe em cada experiência humana. Claro que, com este tipo de raciocínio, a extensão que fazemos dessa exploração ao ambiente da cidade se torna tentadoramente imediata, incitados até mesmo pelas conhecidas palavras de Leon Battista Alberti, em seu "*De re aedificatoria*" de que a "Cidade, na Opinião dos Filósofos, é apenas uma Casa grande, e a Casa, por outro lado, é uma Cidade pequena".

### *Os outros espaços e os outros lugares de Foucault*

Outro dos nomes considerados por Casey e que nos interessa mais diretamente é o do filósofo, também francês, Michel Foucault, amplamente conhecido em nossa área, principalmente por seus trabalhos endereçados à questão do espaço e da configuração institucionalizada (no espaço arquitetônico-urbanístico) das estruturas de poder. Seu pensamento interdisciplinar funde filosofia, psicologia, história e política, no que ele chama de 'taxonomia dos discursos' (NESBITT, 1996, p. 38).

Foucault nos confere ótimos argumentos com que apoiar nossas idéias, e isso é especialmente válido quando se põe a pensar "sobre outros espaços<sup>74</sup>" (FOUCAULT, 1997) que irão condicionar o aparecimento de "outros lugares", enquanto lança a

---

<sup>74</sup> O nome da palestra em que lançou seus enunciados sobre esses outros espaços é precisamente "Of Other Spaces", realizada em 1967 (CASEY, 1998, p. 297).

cogitação de que *o próprio espaço tem história*. Graças a isto - isto é, sendo válido reconhecer que existe uma genealogia do espaço - nem espaço nem lugar podem ser definidos de modo permanente e “Not only is space not absolute and place not permanent, but the conception of each is subject to the most extensive historical vicissitudes” (CASEY, 1998, p. 297), consideração que confirma nossas intuições anteriores sobre a historicidade que se faz necessária ao conceito de *lugar*. Melhor ainda, Foucault presume que as idéias que fundamentam a noção de espaço e lugar variam de era a era - e de sociedade a sociedade (CASEY, 1998, p. 298), construindo aí um de seus autodenominados “epistemas” - os períodos que correspondem a grandes mudanças no pensamento, descontinuidades que se tornam responsáveis por um condicionamento histórico do conhecimento.

O espaço hoje, segundo Foucault, substitui o que ele chama de espaço medieval - um sistema hierárquico de lugares marcado pela localização - e passa a ser definido por arranjos - relações entre pontos e elementos que podem ser descritas como séries, árvores e redes. Talvez os contrapontos que marcavam a hierarquização medieval (como os clássicos opostos entre lugares sagrados e profanos, ou entre lugares defendidos e abertos) não tenham sido totalmente superados no espaço dos arranjos de hoje, persistindo em certos contrastes, como os dos espaços públicos e privados, dos espaços culturais e utilitários, ou dos espaços de trabalho e de lazer. “(...) Bachelard and the descriptions of the phenomenologists have taught us that we do not live in a homogeneous and empty space, but in a space that is saturated with qualities, and that they may even be pervaded by a spectral aura” (FOUCAULT, 1997, p. 351), mas essas análises estão orientadas primeiramente aos espaços interiores, enquanto o que o filósofo quer, agora, é encarar o espaço externo. Não se trata mais, então, apenas de uma *topoanálise* como imaginou Bachelard: Foucault, na realidade, embarca em uma *heterotopoanálise* e começa por ponderar que não vivemos num vazio, mas num arranjo de relações. Esses arranjos podem ser descritos a partir do conjunto de relações que os definem. Por exemplo, o conjunto de relações que define o arranjo das transições (estradas, trens), ou o arranjo das pausas temporárias

(cafés, restaurantes, cinemas, praias): “(...) in each case, we have to do with a set of relations that condenses or mimicks the totality of historical and social circumstances in which it is stationed” (CASEY, 1998, p. 299). Entretanto, ele se interessa apenas por certos arranjos que, embora estejam em acordo com todos os outros, os contradizem, como se suspendessem, neutralizassem ou invertessem, o conjunto de relações que os definem, identificando-os sob duas grandes tipologias: as utopias e as heterotopias.

As utopias são arranjos que têm uma relação direta ou inversamente análoga ao espaço real de sua sociedade: representam a sociedade em um estado de perfeição, espaços que, por sua própria essência, são fundamentalmente irreais. Em contraste com as utopias, Foucault fala de espaços que são *outros*, que constituem uma espécie de contra-arranjos, nos quais os outros arranjos usuais que podem ser encontrados na sociedade são desafiados e revertidos: um lugar que fica fora dos demais lugares e que, ainda assim, é *localizável* - as heterotopias. Como descrevê-las? Foucault (1997, p. 352-353) propõe uma descrição sistemática “(...) of those different spaces, those other places, in a kind of both mythical and real contestation of the space in which we live”, à qual sugere a denominação de *heterotopologia*.

Em sua heterotopologia<sup>75</sup> Foucault assinala alguns princípios que considera apropriados para realizar a descrição das heterotopias. Pelo menos três desses princípios são especialmente interessantes para as premissas defendidas em nosso trabalho.

O primeiro deles nota que uma heterotopia apresenta a particular propriedade de justapor num só lugar real, espaços e localizações<sup>76</sup> incompatíveis entre si. Como exemplos, aponta para o retângulo formado pelo palco de um teatro, lugar que alterna uma série de “lugares” alheios entre si; e a caixa de um cinema, no fundo da

---

<sup>75</sup> O filósofo perseguiu o desenvolvimento dessa “heterotopologia” até seu último ano de vida, em 1984.

<sup>76</sup> Um dos principais problemas apontados por Casey em relação à obra de Foucault recai precisamente na indefinição que este apresenta ao não estabelecer distinções mais precisas no emprego de termos como *lugar, espaço, localização* e *sítio* (CASEY, 1998, p. 300).

qual, um espaço tri-dimensional é projetado sobre uma tela bi-dimensional.

Um segundo princípio registra que a heterotopia congrega diferentes parcelas de tempo, que se apresentam unidas como se estivessem numa pura simetria heterocrônica. Nesta heterotopia predomina a idéia de se acumular tudo, todos os tempos, todas as eras, formas e estilos num só lugar, como tipicamente ilustrariam, nos tempos modernos, os museus e as bibliotecas. Ainda vinculado a esse tipo de heterotopia, no qual sobressai a acumulação do tempo, Foucault distingue outras heterotopias, também calcadas no tempo, só que não tão empenhadas em marcar a eternidade do tempo, mas, sim, em seus "(...) more futile (...) aspects, a time viewed as celebration. (...) To this class belong the fairs, those marvelous empty zones outside the city limits, that fill up twice a year with booths, showcases, miscellaneous objects, (...), optimistic fortune-tellers, etc." (FOUCAULT, 1997, p. 355). É ainda interessante registrar outra heterotopia de cunho cronológico mencionada pelo autor, esta, a do turismo de férias em remotas ilhas paradisíacas, onde é oferecida, em recônditas cabanas, uma pequena temporada de vida primitiva aos habitantes das cidades: os dois tipos de heterotopias, a dos festivais e a de eternizar o tempo, se aproximam - o tempo acumulado nas remotas cabanas da ilha guardam, de certa forma, algum parentesco com o tempo acumulado nos museus e bibliotecas.

E o terceiro princípio das heterotopias é o de que elas têm, em relação ao resto do espaço, funções que se posicionam entre dois pólos. De um lado, desempenham a função de criar um espaço de ilusões que revela o quanto é ilusório também o espaço real, todas as localizações dentro das quais se fragmenta a vida. E, por outro, têm a função de formar um outro espaço, um outro espaço real, tão bem organizado quanto o nosso é desordenado (FOUCAULT, 1997, p. 356).

Um princípio mais geral e que também merece ser apontado é o de que as heterotopias são uma característica de todos os grupos humanos e que, provavelmente, não existe uma só cultura no mundo que não contenha heterotopias.

Finalmente, Foucault conclui trazendo a imagem de uma nave como sendo a heterotopia *par excellence*, a imagem que mais lhe satisfaz para ilustrar a heterotopia



como a via à época de seu artigo: “(...)it is a floating part of space, a placeless place, that lives by itself, close in on itself and at the same time poised in the infinite ocean, and yet, from port to port (...). In civilizations where it is lacking, dreams dry up, adventure is replaced (...)” (FOUCAULT, 1997, p. 356).

## 2.4 A PERCEPÇÃO DE *LUGAR* EM ARQUITETURA-URBANISMO

*Lugar*, na área de Arquitetura-Urbanismo, está conseguindo restabelecer o seu merecido lugar. A evolução do conceito no corpo da disciplina tem-se feito acompanhar por idas e vindas, numa trajetória acidentada, com momentos de alta e baixa presença do conceito nos princípios da área. Se Casey encontra razões para reclamar sobre o destino de *lugar* na Filosofia - praticamente esquecido durante uma era inteira, como vimos em Seção prévia -, em Arquitetura-Urbanismo a queixa também se faz justificada, pois o interesse por *lugar* percorre todo o período altamente decisivo exercido pelo Movimento Moderno nos pensamentos da área, de maneira não mais do que “morna”. Repensar o conceito - ou a crise do conceito ao longo do Modernismo - parece-nos ser de extrema importância para o reequilíbrio dos fundamentos teóricos da área, porque, dessa forma, poder-se-á pensar em uma saudável turbulência paradigmática da qual extrair a desejada oxigenação às concepções de *lugar* em Arquitetura-Urbanismo. E é isso que, felizmente, começa a se intensificar nas comunicações apresentadas em encontros científicos, em revistas eletrônicas e nos trabalhos acadêmicos da área realizados no Brasil (e.g: CARSLADE, 2001; CASTELLO, I.R., 2001, 2004; CASTELLO & PELLEGRINI, 2002; CASTRIOTA, 2003; DUARTE, 2002; FERNANDES & GOMES, 1995; FERRARA, 2000; KOHLSDORF, 1995; LARA, 2001a, 2001b; LEITE, 2005; LIMA, 2004; MAHFUZ, 2001; MARQUES & LOUREIRO, 2000; MOREIRA & YOSHIMURA, 2003; PINHEIRO & DUARTE, 2004; REZENDE & LEITÃO, 2003; RIBEIRO, 2003; SÁNCHEZ, 1999; SANTOS & DEL RIO, 1998; SANTOS & DUARTE, 2002; SOUZA, 1997b; TEIXEIRA, 2000; TRAMONTANO, 2002, 2003).

Se há alguma coisa de peculiar a destacar na maneira como a disciplina aborda *lugar*, esta é, por certo, a da persistente consulta que a disciplina realiza em conteúdos de outras áreas do conhecimento, quando se lança a discutir o conceito. Talvez *lugar* seja um dos poucos pontos em que a teoria arquitetônico-urbanística aceite, com permissiva abertura, os pareceres oriundos de outras áreas. Evidentemente, para nossa visão pessoal, tal abertura é mais do que bem-vinda, pois tentamos abraçar uma perspectiva, senão trans- pelo menos, interdisciplinar a nortear nossas reflexões, habilitando-nos a quebrar as fronteiras disciplinares, pois se “our conceptual boundaries structure our thinking” (CRAWFORD, 2002, p. 9), é recomendável reexaminá-las criticamente. É evidente, claro, que por tentar navegar aos ventos dessa perspectiva, nas águas assim agitadas como as deste nosso *lugar*, nos submetemos a não pequenos riscos. Entretanto, sem eles, não poderíamos sequer tentar acompanhar as evoluções e revoluções por que passa o conceito de lugar - principalmente nas circunstâncias vividas na internalidade das mudanças paradigmáticas em curso na Arquitetura-Urbanismo.

Uma das principais fontes de mudanças nas bases do conceito se deve às tentativas de resposta que a área busca dar em relação à hegemonia exercida pelo ideário do Movimento Modernista, prevalecente até pelo menos meados dos anos 1960s, quando foi publicado o manifesto que iniciaria profundos questionamentos críticos ao Modernismo em Arquitetura e Urbanismo. Kate Nesbitt (1996), professora de reconhecido prestígio na área, responsável pela publicação de uma premiada antologia de teoria arquitetural<sup>77</sup>, localiza em “Complexity and Contradiction in Architecture”, livro de 1966 de Robert Venturi (1995), o manifesto que provocou a germinação básica de tais questionamentos. A partir de seu lançamento - publicado, ironicamente, pelo mesmo Museu de Arte Moderna que se responsabilizara pela promoção, nos Estados Unidos, do modernismo europeu através do “International Style” - abriu-se uma “caixa de Pandora” a reexaminar com intensidade as obras

---

<sup>77</sup> Seu livro *Theorizing a New Agenda for Architecture. An Anthology of Architectural Theory 1965-1995* recebeu o “International Book Award for Design Theory” do American Institute of Architects, quando de sua publicação.

uniformemente canônicas do Modernismo, reexame para o qual muito contribuíram paradigmas extradisciplinares, “(...) as academic architects borrowed new thought paradigms from other disciplines. This pluralist, revisionist period can be generally characterized as postmodern, an ambiguous umbrella term (...)” (NESBITT, 1996, p. 12). E bem ambíguo, na verdade, o termo é. Basta mencionar o que o mesmo Robert Venturi, na presença de sua inseparável conselheira Denise Scott Brown, diria numa entrevista a Rem Koolhaas vários anos depois, em agosto de 2000:

I would say that the influence we've had has generally been bad because of misunderstandings concerning our writings - especially *Complexity and Contradiction in Architecture*. It refers to history employed as an element for comparative analysis: it doesn't say design like Borromini, but learn from Borromini via the method of comparative analysis. The book does not advocate historical revivalism, but this is what postmodernism came to mean. I don't want to sound pretentious, but as people say Freud was not a Freudian, or Marx was not a Marxist, we are not postmodernists. We never called ourselves postmodernists or ever used the term in our writings. We feel we are modernists. (KOOLHAAS & OBRIST, 2004, p. 156).

#### **2.4.1 Alguns esclarecimentos úteis para o emprego da expressão Pós-modernismo**

A expressão pós-modernismo já foi empregada com incontáveis intenções e sentidos. Por isso, o emprego em nossa área desse “ambíguo guarda-chuva” , como a ela se refere Nesbitt, deve ser feito com certa cautela. Neste sentido, gostaríamos de acentuar a ambigüidade atribuída pela autora, quando fala de uma caracterização *pós-moderna* ao período de revisões paradigmáticas a que alude. Também achamos importante ressaltar ainda mais essa condição ambígua da expressão, já que há nela uma clara bifurcação: as revisões podem vir carregadas com tintas *pró-* ou *anti-*modernismo.

O professor de crítica de arquitetura inglês Neil Leach, em outra antologia também de extrema influência no pensamento arquitetônico-urbanístico dos últimos anos do

século XX, demonstra uma posição incisiva em relação a essa ambigüidade, ao invocar, citando Hal Foster (apud LEACH, 1997, p. xiv) a simultaneidade de um “pós-modernismo de reação” e de um “pós-modernismo de resistência”. Ilustra sua posição através das duas correntes observadas por Habermas que, ainda que opostas, compartilham uma plataforma comum em sua relação ao Modernismo: uma, rejeita de maneira irrestrita os dogmas modernistas, propõe uma revitalização histórica por meio de um neo-historicismo; enquanto, outra, apóia uma continuidade crítica por meio de um re-trabalhar e um revigoramento do movimento modernista (HABERMAS, 1997, p. 227-228).

A questão realmente crucial que se apresenta para a área da Arquitetura-Urbanismo, levanta Leach, reside em *como* proceder para realizar a necessária autocrítica, ou melhor, como adquirir o ferramental com que realizar essa autocrítica. Mas, para o arquiteto, isto não parece difícil: os instrumentos para a crítica deverão vir dos domínios teóricos - do campo da Teoria - campo este que, como reflete Gilles Deleuze, “is exactly like a box of tools” (DELEUZE apud LEACH, 1997, p. xiv) e que, ao ser aberto como uma caixa de ferramentas, oferece os recursos desejados - até com certa prodigalidade.

A abertura a contribuições multidisciplinares pode ter sido a principal causa de mudanças percebidas no conceito de *lugar* no campo da Arquitetura-Urbanismo. Nas páginas precedentes, analisamos um número razoável de contribuições que explicam ou ajudam a compreender melhor essas mudanças. Com aquela abordagem, ficou clara a importância exercida por contribuições extradisciplinares para melhor captar a extensão do conceito de lugar quando referido à nossa área. Falta-nos, agora, acrescentar a percepção de mudanças ocorridas com o conceito em nosso âmbito específico e que, embora já tenham sido tratadas nas seções antecedentes, ainda não o foram de forma individualizada. Por mais tentadora que se faça a idéia de resenhar mais a fundo na literatura arquitetônico-urbanística, buscaremos, contudo, manter o padrão mais contido que adotamos nas seções anteriores, pelo qual, seguimos e discutimos o pensamento de uns poucos autores apenas, embora conservando como

pano de fundo, toda a extensa tessitura genérica que viceja do conjunto mais amplo da bibliografia.

A própria obra mencionada acima, de Kate Nesbitt, já representa um poderoso instrumento que revê exhaustivamente - e, de maneira antológica - muitas das teorias avançadas em nosso campo, no período que vai de 1965 a 1995, época que se revela bastante instrumental para nossos interesses. Outra fonte de contribuições que iremos acolher com satisfação em nossas considerações será Rem Koolhaas, talvez o maior “agitador” arquitetônico-urbanístico do presente, sempre instigando, provocando, seduzindo, polemizando ou agastando. O arquiteto e urbanista holandês, que mantém presentemente, além de suas atribuições profissionais, divididas entre suas consultorias arquitetônicas junto ao “OMA” e ao “AMO”<sup>78</sup>, atividades acadêmicas no “Harvard Design School”, não é nada acanhado em produzir documentos - e documentos que inevitavelmente suscitam reações, discussões e, sobretudo, reflexões teóricas atuais e realistas.

Concentraremos maior atenção na recapitulação de dois momentos principais da trajetória de *lugar* em nosso campo: (i) o do relativo desinteresse pelo conceito de *lugar* no Modernismo; (ii) e a volta do interesse pelo conceito de *lugar* no avançar da teoria arquitetônico-urbanística, já numa condição de pós-modernidade.

*Lugar* em Arquitetura-Urbanismo pode ser entendido como um conceito que se expressa através da *percepção de lugar*, que as pessoas *sentem* nos ambientes aos quais *conhecem* por suas experiências de vida. Ao fim e ao cabo, *lugar* é um conceito entendido em seu sentido de denotar uma qualificação que se atribui a um espaço através da *percepção* de suas potencialidades, objetivas e subjetivas (físicas e psicológicas) para a realização de experiências existenciais. No entanto, gostaríamos, por outro lado, de entender *lugar* como um instrumento de persuasão de *eventos*

---

<sup>78</sup> OMA é o nome da firma de Rem Koolhaas (Office of Metropolitan Architecture); AMO é a inversão em acrônimo do OMA, para designar o braço de pesquisa midiática interativa do grupo.

(como propugna Casey<sup>79</sup>) - eventos de natureza social, econômica, psicológica, cultural ou política. E, mais ainda, de enfocá-lo em suas características mais fortemente *urbanas*. Recorde-se, a propósito, que uma definição para *conceito* que parece se ajustar bem aqui é a que o explica como sendo “a representação dum objeto pelo pensamento, por meio de suas características gerais” (FERREIRA, 1999).

Com isto, queremos exaltar a profunda eficácia epistemológica que acreditamos o conceito tenha, em termos de abrir caminhos para um melhor *conhecimento da realidade* - de uma nova realidade urbana. Uma realidade pouco explorada, distinta, incerta, desconcertante, atemorizadora, fascinante, com que a cidade de hoje nos encara, “(...) which signals changes not only in landscapes, but also in perception and lifestyles as well as political and social relations” (ELLIN, 1999, p. 20). O conceito de *lugar*, ao conjugar condicionamentos de natureza social, econômica, psicológica, cultural e política; ao nos permitir encontrar relações sistematizadas entre eles; e ao ampliar nossa percepção sobre seus vínculos; demonstra um grande potencial para nos ajudar a compreender com maior abrangência os fenômenos em processamento no novo ambiente urbano do novo milênio.

De qualquer modo, entendemos lugar urbano como um *conceito urbano*<sup>80</sup> em mutação.

Enquanto antes, em nossa área, *lugar* era uma busca de uma materialização de uma utopia, hoje, pode ser considerado também como um produto feito à imagem de uma utopia, mas para ser consumido *in loco*, como um produto turístico ou um bem do

---

<sup>79</sup> Ver também Seção 3.4.2, em “placemaking”.

<sup>80</sup> Denise Scott Brown, em seu “Urban Concepts”, compilou uma série de artigos, conferências e projetos para transmitir idéias sobre *conceitos urbanos* nos quais deve-se embasar o *design* urbano, e para chegar a definições do que ela curiosamente chama “the problems of architectural urbanism” (SCOTT BROWN, 1990, p. 29). Em geral, conceitua o *design* como uma atividade controlada, cujo nível de interferência é apenas modesto, onde o arquiteto “can intervene in the urban processes in a supportive and understanding way and who will know when (...) it is appropriate to design, and when it is more creative *not to*” (SCOTT BROWN, 1990, p. 29, ênfase no original). “‘Way of life’ and ‘quality of life’ are concepts that interest urban designers” (SCOTT BROWN, 1990b, p. 19).

mercado consumidor. Assim, lugar pode ser concebido como instrumento de entretenimento e pode ser construído para ser usado como uma estratégia de gestão urbana. Voltaremos a discutir este ponto mais adiante. Momentaneamente, com esta seção, trataremos de estreitar as abordagens conhecidas em relação a *lugar* na área de Arquitetura-Urbanismo, de modo a revisitar antigas conceituações e introduzir aspectos mais “novos”, que evoluíram em relação ao conceito nos últimos tempos, nos tempos da pós-modernidade.

Não nos interessa tanto falar de lugar apenas enquanto praças e parques comunitários; ou de lugar enquanto ruas de bairro vicinais, ou de lugar como unidades de vizinhança ou como lugares da individualidade ou da comunidade. Isso estará subliminarmente embutido no interior das discussões. Interessa, preferentemente, conseguir avançar um pouco mais na teoria que acompanha o estudo de *lugares* como produtos da conjugação de “placemaking” com “placemarketing” - da qual resultam produtos que poderão ser incluídos na esfera de nossos *lugares da clonagem* e que poderão compor as novas categorias teóricas de que queremos nos ocupar. Assim, interessa-nos mais fortemente focar aquelas tipologias que distinguem o novo *lugar* como eventual foco gerador de *urbanidade*, ainda que criado por clonagem executada sobre tipos conhecidos de lugares da urbanidade. É uma maneira que vemos de fazer avançar a abordagem do tópico, sem cair em repetições sobre aspectos já tratados em outros trabalhos<sup>81</sup>.

---

<sup>81</sup> Por exemplo: Denise Scott Brown já tratou do que ela chama de “public realm” enquanto abordou as ruas, as praças e os espaços cívicos das cidades (SCOTT BROWN, 1990); Carr sobre os lugares que configuram sua “cidade da mente” (CARR, 1970); Hayden tratou da articulação entre lugares privados e públicos dentro de seu enfoque feminista da teoria urbanística (HAYDEN, 1980 apud ELLIN, 1999); Lynch especulou sobre os “time-places” (LYNCH, 1975 in BANERJEE & SOUTHWORTH, 1991); Whyte abordou com profundidade os lugares da sociabilização (WHYTE, 1990).

#### 2.4.2 O relativo desinteresse pelo conceito de *lugar* no Modernismo

O futuro do ser humano moderno, na ordenada colméia que a Arquitetura-Urbanismo previa como o novo *habitat* desse novo ser humano, já estava com seu traçado inteiramente racionalizado: “In future (...) the human beetle would be made (...) in general to do one thing at one time in one specified place, which accorded with the coming rationalization of all human life” (HUGHES, 1980, p. 184). Aliás, a cidade da utopia modernista já previa “a place for every job and rank of society, and every rank and job in its place” (HUGHES, 1980, p. 165).

De fato, delimitar e desenhar certos espaços das cidades para que desempenhem as funções de lugares urbanos tem sido objeto de constante interesse da disciplina arquitetônico-urbanística. Só que, no Modernismo, o conceito de lugar permanece subentendido, embora receba um forte viés de funcionalidade: lugares (embora nem sempre chamados assim) são espaços urbanos cuidadosamente localizados, quantificados e definidos, destinados basicamente ao desempenho de funções de cunho social, ou seja, espaços nos quais as pessoas irão se encontrar, realizar seus contatos sociais e poderão sociabilizar comunitariamente ao exercitar seus relacionamentos interpessoais.

Este tem sido o enfoque privilegiado e mais comumente aceito no âmbito do Urbanismo Modernista, apoiando-se em seus postulados. *Lugares*, nessa visão, são áreas funcionais destinadas ao exercício da sociabilização, isto é, áreas destinadas a funcionar como espaços de convívio. É dentro dessa conceituação que nascem os desenhos dos centros de convívio e dos núcleos de uma área de vizinhança, dos “lugares” de encontro onde se deve dar o conagraçamento dos moradores. Os centrinhos das unidades de vizinhança, tão cuidadosamente modelados nos planos



das Cidades Novas<sup>82</sup> britânicas, são, talvez, os exemplares mais ilustrativos da corrente.

São igualmente ilustrativas as variadas indicações sobre como e onde estabelecer, na estrutura urbana, as localizações prognosticadas como ideais para o desempenho das funções de convívio, desde os espaços junto às soleiras das casas, as paradas de transporte público, até os espaços ditos gregários como os do plano de Brasília desenhado por Lúcio Costa. Ou até junto às teorias inspiradas aos urbanistas pelos geógrafos, com suas organizadas redes de “lugares centrais”<sup>83</sup>. Sempre sob as ordens de um enquadramento conceitual dominante: os lugares devem ser espaços que conduzam a população a realizar as funções previstas pelo ideário modernista como sendo úteis para o funcionamento das cidades, preferencialmente, o das oportunidades que as cidades devem oferecer para o desenvolvimento de contatos interpessoais. Para poder concretizar esses objetivos - e com a melhor das boas intenções - foram produzidas diversas instruções, acompanhadas por especificações orientando com preocupada precisão aonde deveriam ser locados os “lugares” (mesmo que as designações empregadas nesses manuais não se valessem nominalmente da expressão “lugar”), e propugnando como deveriam ser projetados os lugares destinados ao exercício da função urbana *convívio social*.

A própria filosofia prevalente no desenho arquitetônico do início do Modernismo, ao exaltar a radical exigência por ambientes e edificações em condições assépticas e de

---

<sup>82</sup> A política das “New Towns” britânicas é uma das mais interessantes demonstrações da intencionalidade projetual completa, ou seja, quando o projetista tem o desígnio de fazer brotar diretamente do território um ambiente que já deve nascer como se estivesse desde o início “antropizado”. É por essa razão que representam um intuito que nos parece guardar semelhança com a idéia de fazer nascer um *lugar* novo, mesmo que por clonagem.

<sup>83</sup> Embasados em teorias como as de Walter Christaller (1966), formulada em 1933, muitos geógrafos procuravam encontrar na distribuição espacial dos equipamentos de trocas e de distribuição - como os de comércio varejista - e do setor terciário em geral, um arranjo espacial racional e hierarquicamente distribuído ao longo de todo o território urbano, configurando uma “rede de lugares centrais”. Ver, por exemplo: BERRY, 1967; 1971; BERRY & PRED, 1965; EVERSON & FITZGERALD, 1979.

perfeita salubridade e higiene, torna-se responsável por construções reguladas por estreita obediência a requisitos programáticos e funcionais, acabando por determinar espaços tecnicamente lógicos - objetos espaciais - mas, profundamente distanciados das características do contexto aonde eram introduzidos e aonde deveriam funcionar como agentes sociabilizadores. Os *lugares*, por extensão, não escaparam de um destino assim delineado.

Em decorrência dessas intenções projetuais relativas a lugar - e acompanhando algumas das experimentações eventualmente praticadas - não tardou a despontar um certo desapontamento no seio da profissão quando do reconhecimento de uma relativa intraduzibilidade, a ocorrer na passagem do conceito de lugar para as reais possibilidades de sua concretização prática. Leia-se, com isto, que a área, embora reconhecendo tacitamente que os lugares projetados no âmbito do Urbanismo Modernista estavam extremamente bem definidos em termos técnicos, seria o funcionamento desses lugares como locais de conagração urbano o quê estaria deixando a desejar: o *projeto de lugar*, na verdade, não estava se traduzindo por uma eficaz *construção de lugar*, e, menos ainda, do almejado "projeto" de sociabilidade.

Passa, então, a prevalecer a consideração de que o "toque de Midas" dado pelos técnicos a um espaço por eles designado a se transformar em um lugar, nem sempre seria suficiente para fazer nele lavrar o real ouro da "lugaridade". Por outro lado, inquietando ainda mais provocativamente aos arquitetos, certos espaços das cidades, como se tocados por uma varinha de condão, expressavam-se com indiscutível clareza como autênticos lugares de convívio e de sociabilização.

A crítica teórica de Arquitetura-Urbanismo começa a se dar conta, então, de que as técnicas avançadas para projetar espaços urbanos destinados a se transformar em lugares urbanos não seriam assim cem-por-cento eficazes como se queria acreditar, e que, independentemente delas, estariam pontuando nas cidades certos *espaços percebidos pela população como lugares urbanos*. Neles, surpreendentemente, vicejaria a manifestação de uma qualidade essencialmente urbana - a *urbanidade* - mesmo que, em suas origens, esses espaços nem sempre tivessem recebido apoio projetual

específico, com casos em que a geração desses lugares se processara até de forma espontânea<sup>84</sup>.

Observações como essas, obviamente confirmadas por constatações de origem empírica, começam a se avolumar e passam, lentamente, a ingressar no universo das discussões teóricas da área. Ressalte-se que o momento temporal em que esses registros passam a ganhar maior consistência é precisamente aquele dos tempos em que as ligações (ou as tentativas de ligação) entre as disciplinas projetuais e as disciplinas das áreas sociais e humanas - especialmente a Psicologia - começam a se tornar mais intensificadas, talvez por força dos próprios ideais sociológicos embutidos no cerne do Urbanismo Modernista. São precisamente os tempos em que a contestação quanto aos resultados obtidos dentro do ideário modernista começam a se elevar e a mostrar um tom mais acalorado.

O reconhecimento de que as cidades oferecem espaços destacados pela forte carga de “urbanidade” de que estão imbuídos torna-se crescente. Neles, a população *percebe* diferenciações que fazem com que se salientem e ganhem destaque sobre o pano de fundo maior constituído pelo contexto urbano subjacente, tornando-se *percebidos* como o que neste trabalho chamamos de *lugares da urbanidade*. Ou seja: confirma-se que nas cidades *existem* lugares da urbanidade. Pois é precisamente a ocorrência desses lugares - de alta força e poder subjetivos para os seres humanos - o que vem mantendo acesa a chama da pesquisa arquitetônico-urbanística em pós de alcançar uma meta que é, ao mesmo tempo, tão desejada, quanto difícil de materializar: *desenhar um lugar da urbanidade*.

É flagrante o renascer do interesse por lugar. E isso se dá não só em nossa área. Até autores mais consistentemente engajados na Geografia marxiana radical, por exemplo, reconhecem o papel re-emergente que o conceito de lugar volta a suscitar.

---

<sup>84</sup> Embora nele se possa reconhecer uma predisposição atrelada a características morfológicas (como no caso das características *lynchianas*) que o tornam inato a abrigar um lugar. Assim, mesmo antes de se tornar compartilhado socialmente, o *genius loci* poderia experimentar algum tipo de reconhecimento *in latência*.

Em particular, David Harvey, “(...) who previously dismissed place as a concept for the ideologically blinded and deceived, now trumpets place as the potential site for the development of political consciousness, or what he refers to as ‘militant particularism’”. (ENTRIKIN, 2001, p.434).

### **2.4.3 A volta do interesse pelo conceito de *lugar* no Pós-modernismo**

Kate Nesbitt aborda pós-modernismo em Arquitetura-Urbanismo sob três pontos de vista: (i) em sua condição de período histórico, confrontando-o especificamente junto ao Modernismo; (ii) pela diversidade de paradigmas teóricos em que se embasa; (iii) pelos temas que contempla. Guiados por esses três pontos, vamos organizar a discussão a respeito do que nos parece vem se caracterizando como um retorno do interesse por lugar em Arquitetura-Urbanismo.

Entre os *pontos históricos* específicos, Nesbitt seleciona os grandes marcos teóricos avançados por instituições-chave, por revistas e publicações acadêmicas que marcaram época, e pelas grandes exposições. Em relação a estas últimas, destaca os impactantes efeitos provocados pela inauguração da participação da área de arquitetura na Bienal de Veneza, ocorrida em 1980, na provocativa exposição denominada “A Presença do Passado”. Organizada pelo arquiteto italiano Paolo Portoghesi, a controversa exposição trouxe à mostra, na “Corderie dell'Arsenale”, uma rua artificial, a *Strada Novissima*, constituída por uma série de vinte e duas fachadas fantasiosas construídas em papelão e madeira nos estúdios cinematográficos da Cinecittà, além de contar com recursos cênicos (ELLIN, 1999, p. 52). Os reptos dos expositores se iniciam, aliás, já com a própria rua, que representava uma ironia à falência da rua-corredor, uma das proposições mais impactantes que haviam sido propostas no Modernismo. Ao longo da rua, *formas-fachadas* decoradas com citações do passado exibiam os trabalhos de uma série de arquitetos, entre os quais, Aldo Rossi, Michael Graves, Mathias Ungers, Charles

Moore, Venturi, Scott Brown & Rauch, Rem Koolhaas, Leon Krier e Robert Stern. Notam-se, ali, pontos que têm conotação ao nosso tema:

- (i) a presença simbólica da representação de uma “rua principal” remetendo-nos, de certa forma, a uma “main street” disneyana;
- (ii) o Teatro do Mundo, obra de Aldo Rossi encomendada para o carnaval do ano anterior e incorporada ao elenco da Bienal, ilustrando como Rossi encarava o projeto arquitetônico-urbanístico, ou seja, como um *fato* urbano que irá se insculpir a “seu ‘lugar’ de inserção (no caso, sobre as águas do mar) não apenas do ponto de vista (...) [de] sua ambiência imediata, mas um gesto referido a (...) ‘elementos primários’ - os monumentos (...), a ‘alma da cidade’ -, fatores da memória coletiva que configuram a imagem da cidade (...)” (ARANTES, 1995, p. 30);
- (iii) e, por fim, por representar “a reawakening of a conscious question of the imaginary as an antidote to urban sterility” (PORTOGHESI, 1983, p. 29 apud ELLIN, 1999, p. 53).

Também é de interesse registrar um comentário premonitório de Kenneth Frampton (1996), contrário ao conteúdo da exposição, considerando-a uma absorção gratuita do populismo norte-americano no pensamento europeu. Pois, ironicamente - e, talvez aumentando o desassossego de Frampton - não será demais recordar que em outra Bienal de Arquitetura de Veneza, a de 1996, foi designado oficialmente, como contribuição nacional a representar os Estados Unidos da América do Norte, o projeto de *Celebration*, uma cidade-nova situada ao lado de Orlando, na Florida (STEINER, 1996 p. 49), com planejamento urbano de Robert Stern e Jacquelin Robertson, construída pela empresa Disney Corporation, e muito representativa da “americanização” temida por Frampton.

A Bienal de 1996, a 6ª Exposição Internacional de Arquitetura, por seu lado, cujas atividades foram programadas pelo arquiteto Hans Hollein (Austria), marcou o encerramento das comemorações que celebraram o *Centenário* das Bienais de Veneza

- comemorações direcionadas, inclusive, a indicar os novos rumos a seguir em cada ramo coberto pela Bienal, pois tinham como pauta o mote "*Quale Biennale dopo 100 anni? Identità, prospettive, riforma*". Denominada de "Sensores do Futuro - o Arquiteto Como Sismógrafo", a mostra se dedicou a buscar os novos rumos também para a Arquitetura-Urbanismo. Singularmente, as perspectivas propostas foram as de que os arquitetos se tornassem detectores de novas zonas e territórios desconhecidos em relação às condições mutantes das cidades, "transformando-se eles próprios em pesquisadores cujo papel em vez de tentar encontrar soluções para os problemas, seja o de encontrar conceitos novos adaptados a uma vida em perpétua mutação" (HOLLEIN apud SIMEOFORIDIS, 2001, p. 417, tradução nossa). Ainda há mais dois outros argumentos ligados à Bienal de Veneza que contêm ilações interessantes para com a temática de nosso trabalho. Um deles é o de que a 7ª Mostra Internacional de Arquitetura, que se realizou durante a Bienal de 2000, sob direção do arquiteto Massimiliano Fuksas, escolheu pela primeira vez se dedicar especialmente à temática da cidade, com o nome "Cidade: Menos Estética, Mais Ética". E o outro é que, bem sintomaticamente dos novos tempos e costumes, em dezembro de 2003, o Governo Italiano aprovou a proposta de reforma da Bienal apresentada por seu Ministério da Cultura, transformando-a numa Fundação, "aberta a contribuições do setor privado", como informa o site da Bienal<sup>85</sup>. Consagrava-se a parceria público-privada.

Voltando a 1980, em Paris, mais uma mostra ilustra bem a radical importância que tiveram as grandes exposições para o avanço do pensamento pós-modernista: desta vez, trata-se da "Biennale de Paris". A exposição dedicou-se a examinar a urbanidade, voltando seu tema especificamente "*À la recherche de l'urbanité: L'Urbanité, c'est le savoir faire la ville et le savoir-vivre em ville*". O catálogo da Bienal, organizado pelo arquiteto Jean Nouvel, "defined urbanity as that aspect of a place which illustrates its identity, memory, conflicts, and changes while expressing and nurturing its inhabitants' lifestyles and aspirations" (ELLIN, 1999, p. 54). Além disso, urbanidade expressa ainda uma harmoniosa forma de intervenção urbana ao buscar

---

<sup>85</sup> Ver também: <<http://www.labiennale.org/en/biennale/history/recent/en/7828.1.html>>. Acesso em 29/09/2005.

“(...) to put people in relation to the city through culture and a ‘*genius loci*’. Both people and the city can be endowed with urbanity” (NOUVEL, 1980 apud ELLIN, 1999, p. 54).

Dos *paradigmas teóricos*, todos importados de outros campos disciplinares, Nesbitt destaca as importantes contribuições da fenomenologia, estética, teoria lingüística (semiótica, estruturalismo, pós-estruturalismo, e desconstrução), marxismo, e feminismo.

E quanto aos *temas arquitetônico-urbanísticos* propriamente pós-modernos, assinala: *história e historicismo* (no sentido da reconsideração das doutrinas da disciplina, obliteradas pelo Modernismo); *significado* (por revisitar a permanente questão do que seja a essência da Arquitetura-Urbanismo); *teorias da cidade* (basicamente, a possibilidade de leitura de uma paisagem urbana repleta de diversidade); *agendas ética e política* (o debate do papel representado pela área na sociedade como um todo); *o corpo e a arquitetura* (uma relação bastante negligenciada no Modernismo, conforme demonstra a acomodação pragmática do ser humano nas “máquinas” de viver - exceção feita do *modulor*, de Le Corbusier); e, por fim, para nosso particular agrado, o interesse por *lugar*, explicando este interesse porque:

In the case of postmodern architectural theory, a strong position is also formulated with respect to the city as cultural artifact, and to *place*, in the phenomenological sense. While most of these themes also characterize architectural theory of the preceding period, one can argue that place and the body were not recognized by the Modern Movement because of its focus on accommodating the collective over the individual, expressed in a language of universality (...). (NESBITT, 1996, p. 40, ênfase no original).

Conforme enfatiza a citação, *lugar* como tema do pós-modernismo enquadra-se no enfoque fenomenológico postulado por filósofos como Heidegger. Ou seja: admite-se estar a ocorrer uma mudança no enfoque que a Arquitetura-Urbanismo dá a lugar,

um dos pontos que defendemos em nossa tese. E vamos um pouco além: acreditamos que não seja apenas em termos da abordagem fenomenológica que esteja ocorrendo uma variação. É possível enunciar ainda outras variações, que mexem até com a própria base conceitual que *lugar* tem em Arquitetura-Urbanismo. Como se verá no desdobramento a seguir, além da abordagem fenomenológica, escolhemos pelo menos três outros grandes recortes sob os quais registrar as variações na abordagem a lugar<sup>86</sup>. Vamos categorizá-los como variações dependentes de influências: (i) da fenomenologia; (ii) da percepção ambiental; (iii) da economia consumista; e do (iv) meio urbanístico.

### *Variações na abordagem a lugar: a influência da Fenomenologia*

Como se viu, já há pontos de contato entre a Fenomenologia e a Arquitetura-Urbanismo, como bem o demonstram, por exemplo, o cultuado estudo das relações fenomenológicas levado a efeito pelo arquiteto norueguês Christian Norberg-Schulz. Este, como se recorda, embasa suas ponderações na obra do filósofo alemão Martin Heidegger e, ao fazê-lo, promove as primeiras teorizações de cunho existencial da Arquitetura-Urbanismo sobre o tema de *lugar*. Conceitua *lugar* de modo a considerá-lo como algo mais do que uma mera *localização* espacial:

Being qualitative totalities of a complex nature, places cannot be described by means of analytic, 'scientific' concepts. As a matter of principle, science 'abstracts' from the given to arrive at neutral, 'objective' knowledge. What is lost, however, is the everyday life-world, which ought to be the real concern of man in general and planners and architects in particular. Fortunately a way out of the impasse exists, that is, the method known as *phenomenology*. (NORBERG-SCHULZ, 1996, p. 415).

---

<sup>86</sup> Evidentemente, os recortes selecionados não são exclusivos e vamos abordar apenas aqueles pontos que nos parecem mais próximos a nossos desígnios. Mas é importante assinalar que existem outros tantos tópicos que igualmente despertariam muita atenção, como os do movimento contextualista, no qual, por certo, ganharia grande destaque a obra de Rowe & Koetter (1981).



Desta leitura, resulta suficientemente clara a aproximação entre o “everyday life-world”<sup>87</sup> mencionado por Norberg-Schulz, e os “fenômenos cotidianos” mencionados na Seção que discutiu o modo sócio-antropológico de abordar lugar. Desta forma, espaço visto como geometria tri-dimensional deve ser distinguido de espaço visto como campo existencial. A vida humana e os fatos da arquitetura nela envolvidos - isto é, a experiência cotidiana que se pratica numa totalidade tri-dimensional - se realizam concretamente em espaços e estes espaços se diferenciam qualitativamente. Concretizado o *genius loci* porventura imerso naquele espaço (e, segundo Norberg-Schulz, é responsabilidade do arquiteto descobrir a pré-existência desses estímulos), sua singular presença, é revelada como um lugar.

Uma das primeiras variações, portanto, é a de que o peso fenomenológico que o conceito encerra aumentou consideravelmente: lugar é consagrado como um conceito urbano de natureza fenomenológica. Mais próximo do nosso caso, o conceito consolidou - e consolidou-se como - uma nova dimensão urbana. A cidade, que era percebida por suas características de produção de bens e serviços é, também, percebida por suas características de produção de experiências humanas. Experiências que se processam em uma rede de lugares: lugares que se preocupam com humanismo e com a concretização do espaço existencial, de que fala Norberg-Schulz (1996). Ou, de que fala, de modo contundente, o arquiteto finlandês Juhani Pallasmaa, quando adverte que o significado em arquitetura depende da habilidade desta em *simbolizar* a existência humana: a arquitetura necessita ser experienciada para transmitir significado. Segundo ele, as formas, em si, não são significativas, mas podem transmitir um significado através de imagens enriquecidas por associações a experiências. Experiências que, teoricamente, confiam na memória, na imaginação e no inconsciente: “One of the most important ‘raw materials’ of phenomenological analysis of architecture is early childhood memory” (PALLASMAA, 1996, p. 449). *Experiências* que sensibilizam inteiramente nossa receptividade física e mental,

---

<sup>87</sup> Norberg-Schulz esclarece que emprega o conceito de “everyday life-world” com o mesmo sentido com que o introduziu Edmund HUSSERL, justamente o precursor da corrente filosófica da Fenomenologia.

porque combinam o biológico e o cultural, o coletivo e o individual, o analítico e o emocional, como o autor ilustra magnificamente ao evocar, por exemplo “(...) the urban space created by the sound of church bells, the sense of distance that we feel when the sound of a night train pierces our dreams, or the smell space of a bakery (...). Why do abandoned, unheated houses (...) smell of death everywhere?” (PALLASMAA, 1996, p. 453).

A compreensão de lugar como fenômeno passa a impressionar cada vez mais profundamente as ponderações da intelectualidade arquitetônico-urbanística. O conceito de lugar para autores como Stephen Carr, Kevin Lynch, Christian Norberg-Schulz, Vittorio Gregotti e, também, Aldo Rossi, para lembrar apenas alguns dos pioneiros mais próximos a essa corrente de pensamento, são indicativos da influência que a abordagem fenomenológica passou a exercer na conceituação de lugar em nosso campo.

A Lynch costuma-se atribuir a abertura de novas perspectivas teórico-metodológicas sobre lugares urbanos, principalmente quando o planejador urbano ressalta o que esses espaços qualificados (os bons lugares) representariam para os cidadãos: “A good place is one which, in some way appropriate to the person and her culture, makes her aware of her community, her past, the web of life, and the universe of time and space in which those are contained” (LYNCH, 1982, p. 142). Banerjee & Southworth (1991), em seu “tratado” sobre a obra de Kevin Lynch, revelam que o arquiteto estava interessado num tipo diferente de utopia: uma “place utopia” - uma utopia do lugar. Nela, as pessoas e os lugares se uniriam naturalmente, as pessoas se envolveriam na criação dos lugares e em sua manutenção; e os lugares, por sua vez, ganhariam vida, manteriam a continuidade da Vida, tornar-se-iam memorizáveis. Talvez a utopia de Lynch não estivesse tão distanciada de uma realidade concreta. Todas as cidades experimentam o privilégio de contar com um lugar de qualidade: há sempre um consenso entre os moradores elegendo os lugares de sua cidade. Cabe aos urbanistas seguirem as trilhas indicadas pela população para apreenderem (e

aprenderem) o que confere qualidade aos lugares - como eles passam a ser *percebidos* de modo diferente. E memorizados. Transmutados em *lugares da urbanidade*.

A exemplar contribuição de Gregotti, do grupo neo-racionalista italiano conhecido coletivamente como “La Tendenza” e editor da influente revista *Casabella*, é a de reconhecer como fato gerador da arquitetura o localizar (“lugarizar”) a primeira pedra no solo. Para ele, o todo do contexto ambiental é o suporte do projeto arquitetônico: “Nature, in this sense, is not seen as an indifferent, inscrutable force or a divine cycle of creation, but rather as a collection of material things whose reasons and relations architecture has the task of revealing” (GREGOTTI, 1996, p. 340). A origem da arquitetura não é uma caverna ou a casa de “Adão no paraíso”; antes de qualquer coisa, a origem da arquitetura é a natureza trabalhada como produto do pensamento: “(...) man put stone on the ground in order to recognise place in the midst of the unknown and thereby measure and modify it” (GREGOTTI, 1996, p. 342). E este ato tornou-se a base da *modificação*, a consciência do lugar, de ser parte de um todo pré-existente, despertou a consciência das medidas.

Já para Stephen Carr, os lugares – ou seja, os espaços urbanos com significado – seriam

those that allow people to make strong connections between the place, their personal lives, and the larger world. They relate to their physical and social context. These connections may be to one’s culture or relevant history, to biological and psychological realities (...). (CARR et al., 1995, p. 20).

Para Rossi (1977), por sua vez, a significação do lugar reside não em sua função, mas nas memórias a ele associadas. O arquiteto nota a

precisão do *locus* como um facto singular determinado pelo espaço e pelo tempo, pela sua dimensão topográfica e pela sua forma (...), pela sua memória. (...) obrigam a brevemente nos determos sobre o estudo das relações entre o lugar e o homem; a ver, por conseqüência, as relações com a ecologia e a psicologia. (ROSSI, 1977, p. 143).

Para Norberg-Schulz (1980, p. 6), “It is common usage to say that acts and occurrences *take place*. (...) Place is evidently an integral part of existence”. De acordo com o arquiteto, é, novamente, o significado de que está imbuído um ambiente, o que forma a base conceitual de lugares. Ele atribui à própria arquitetura a delicada responsabilidade de fazer um *lugar* aflorar na estrutura da cidade: “The existential purpose of building (architecture) is therefore to make a site become a place, that is, to uncover the meanings potentially present in the given environment” (NORBERG-SCHULZ, 1980, p. 18). Entre esses significados, talvez o mais instigante seja o do “genius loci” - o espírito guardião que acompanha os humanos e lhes determina a essência - para aplicá-lo em relação ao lugar: “é ele que determina a identidade, o que distingue cada lugar de outro. É por ele, e através dele, que encontramos nosso lugar no mundo, que nos referenciamos e estabelecemos laços de identificação” (FRÓIS, 2001, p. 138).

Norberg-Schulz interpreta o construir-morar-habitar - o “dwelling” *heideggeriano* (CHOAY, 1979) - “(...) as being at peace in a protected place. Thus, enclosure, the act of marking or differentiating a *place* within *space* becomes the archetypal act of building and the true origin of architecture” (NESBITT, 1996, p. 412). Pois por aí desponta uma preocupação fenomenológica importante levantada em nossa área: a manutenção da relativa estabilidade das “(...) more static notions of ‘dwelling’ that emanate from Heideggerian discourse, which seem so ill at ease with a society of movement and travel” (LEACH, 2002, p. 9). Para contornar este desconforto, Leach propõe a introdução de um conceito que assimila o movimento, ao qual ele chama de “belonging”. O conceito se baseia na visão que a teórica de gênero Judith Butler

elabora sobre a noção de “performatividade”<sup>88</sup>, permitindo uma relativa flexibilidade no apego ao lugar, entendendo-o como “(...) rather a more transitory and fluid discourse of nomadic territorializations and deterritorializations, which provide a complex and ever-negotiable set of spatial ‘belongings’ while maintaining ongoing connections elsewhere” (LEACH, 2002, p. 9). Desta forma, Leach acredita que comunidades avulsas poderiam colonizar territórios diversos através, literalmente, de suas *performances* - atos, ações, comportamentos rituais, entre outros - adquirindo um apego existencial provisório ao lugar. De qualquer modo, talvez se expliquem por esse caminho as táticas de De Certeau que gostamos de trazer à luz quando abordamos as apropriações subjetivas dos lugares.<sup>89</sup>

Finalmente, um dos aspectos mais importantes trazidos pela abordagem fenomenológica a lugar na pós-modernidade foi, indubitavelmente, o de fazer refletir com grande atenção sobre o papel desempenhado pela *percepção do ambiente urbano* - isto é, por tentar apreender de modo mais aprofundado como a população percebe o ambiente -, para assim começar a identificar os estímulos ambientais que mais profundamente impressionam as pessoas, a ponto de lhes fazer sentir a experiência de *urbanidade*.

### *Variações na abordagem a lugar: a influência da Percepção Ambiental*

---

<sup>88</sup> Judith Butler explora as maneiras pelas quais as construções lingüísticas criam nossas realidades, geralmente por meio de “speech acts”, dos quais participamos diariamente. É influenciada pela psicanálise, fenomenologia, antropologia estrutural e teoria do “speech-act” (especialmente John Searle) em seu entendimento da “performatividade” de nossas identidades. Segundo ela, a realidade não é dada, mas, continuamente criada “through language, gesture, and all manner of symbolic social sign”. O speech-act na verdade *faz* algo, ao invés de simplesmente *representar* algo. Um exemplo claro seria o *speech-act* “Eu vos pronuncio marido e mulher”, da cerimônia de casamento. Ao pronunciá-lo, o ministrante muda o status de um casal no seio da comunidade intersubjetiva: as palavras *fazem* o que dizem. Cf. FELLUGA, Dino. *Modules on Butler: On Performativity. Introductory Guide to Critical Theory*. Purdue University. Disponível em <<http://www.purdue.edu/guidetotheory/modules/butlerperformativity.html>>. Consulta em: 08.05.2005.

<sup>89</sup> Ver Seção 2.3.3.

Com a adoção decidida do “*approach*” fenomenológico, desponta em nossa disciplina a idéia de investigar a *percepção* dos usuários ao viverem suas experiências cotidianas nos espaços da cidade, como um meio para melhor entender os fatos determinantes das relações entre as pessoas e o ambiente urbano. Daí a procurar descobrir o que a área da percepção ambiental pode trazer em termos de colaborações para o projeto urbano, a distância é curta. E um dos objetivos dos projetos urbanísticos passa a ser o de coadunar as ações projetuais com os fenômenos percebidos no ambiente, estabelecendo algum tipo de colaboração entre percepção e projeto. Nisto, assume importância fundamental a captação das informações emitidas pelo contexto ambiental, tarefa que pode ser manejada com relativa presteza por meio de métodos e técnicas de percepção ambiental, através das quais, se torna viável alcançar um acompanhamento bastante revelador sobre os fenômenos contextuais - isto é, dos fenômenos do cotidiano, fenômenos que podem ser registrados e captados através da fenomenologia da percepção - como postula Merleau-Ponty (1996).

A percepção ambiental é a resposta dos sentidos dos indivíduos aos estímulos externos emitidos pelo espaço que os circunda, como concisa e claramente nos transmite o geógrafo Yi-Fu Tuan (1980a). Só que a percepção não se limita apenas a ver o ambiente que nos cerca: “It refers to the more complex processing or understanding of stimuli” (CARMONA et al., 2003). De fato, a expressão “ver” incorpora tanto o sentido óptico da visão, quanto o sentido de cognição, de compreensão sobre um fenômeno: perceber com a visão e conhecer com a compreensão<sup>90</sup>.

A percepção, além disso, contribui para o processo que leva os indivíduos a adotarem determinados comportamentos frente aos fenômenos que estão a ocorrer em seus espaços de entorno. É claro que isto vai implicar em reconhecer que existe uma qualificação, uma atribuição de significado a certos espaços urbanos - a certos

---

<sup>90</sup> As locuções “veja a árvore” (enxergue algo); e “veja bem” (entenda o que digo); podem esclarecer satisfatoriamente o sentido duplo da expressão.

elementos do espaço urbano - e que este significado os distingue, os qualifica, permite valorá-los. Conhecendo-os, vivenciando-os, conferindo-lhes valorações, referenciando-os, os usuários estarão armando uma estrutura de leitura de seu ambiente: estarão reconhecendo os componentes da estruturação ambiental. É assim que se percebe a cidade: um conjunto de estímulos que se apresentam à percepção dos indivíduos como elementos constitutivos de um ambiente antropizado.

É importante notar que, na discussão acima - e para fins de elaboração teórica - é possível estabelecer uma bem pequena nuance que permite introduzir uma diferenciação na interpretação dos estímulos que se oferecem à percepção a partir do ambiente construído. Pode-se falar desses estímulos sob dois ângulos: o dos *estímulos percebidos*; e o da *percepção estimulada*. Ambos integram o quadro conceitual da percepção de lugar na análise arquitetônico-urbanística, privilegiando, um, os estímulos percebidos na detecção de um lugar da urbanidade; e, outro, a percepção estimulada na criação de novos lugares.

- (i) Os estímulos percebidos - As formas urbanas oferecem um número incalculável de leituras proferidas a partir de estímulos sensoriais e existenciais. *Siga por aqui, veja isto, vale a pena parar aqui, lembra isto?, como foi bom aquele dia aqui, não entre aí, desvie, atenção perigo, é mais rápido assim, vou ficar aqui, olha só!, como demora a passar, que mau cheiro!, por ali tem mais o que ver, dobre aqui, errei, não consigo escutar, daqui se vê o pôr-do-sol, me misturei na multidão, estamos só nós aqui, dá gosto pisar nesta grama, foi aqui que eles desembarcaram, olha a nossa pracinha aquela, aqui eu me inspiro.* São estímulos ambientais percebidos às vezes mais, às vezes menos pelos usuários (permanecendo, em alguns casos, até despercebidos), mas, em grande parte, associados ao ambiente construído e representados pelos elementos que compõem a estruturação ambiental. Cada cidade usualmente apresenta-se com um caráter particular a seus usuários, seus estímulos são percebidos de acordo com códigos legíveis por aqueles cidadãos, porque são códigos gerados a partir de experiências coletivas vividas por esses cidadãos.

Assim sendo, a análise das formas urbanas oferece um número considerável de

leituras. Os referenciais analíticos desenvolvidos no próprio bojo de nossa disciplina buscam operacionalizar uma “leitura” dos ambientes urbanos segundo os padrões de um determinado léxico, de modo a viabilizar o registro dos elementos mais legíveis nesses ambientes. Tem sido assim com diversas metodologias de análise urbana que se avolumaram ao longo do último século, quando algumas delas adquiriram tão elevado nível de aceitação que se fizeram consagradas. Entre elas, obviamente, a que apresentou as famosas categorias analíticas sobre *a imagem da cidade*, postuladas por Lynch (1968) nos anos 1960s e que, ainda hoje, fornecem material rico em “ler” com razoável presteza - e capacidade de organização - as imagens que mais estimulam a percepção dos usuários dos ambientes construídos. De forma análoga, existem também metodologias nas quais a preocupação se volta para a análise das marcas deixadas pela presença dos recursos naturais no território antropizado, com o maior destaque recaindo no trabalho lançado igualmente no fim dos 1960s pelo paisagista escocês Ian McHarg (1969), que não tardou a alcançar a condição de verdadeiro paradigma a influenciar a formação do pensamento ambientalista.

Tanto no marco paradigmático da escola de Lynch como no dos seguidores de McHarg, a ênfase recai em registrar os estímulos percebidos no ambiente. Pode-se admitir, assim, que a Arquitetura-Urbanismo fornece metodologias para a leitura dos ambientes urbanos, de modo a viabilizar o registro dos elementos mais legíveis desses ambientes.

- (ii) A percepção estimulada - Assim como é válido admitir que, em sua evolução, o ambiente construído deixa marcas que estimulam intensamente os mecanismos perceptivos de seus usuários, é igualmente admissível reconhecer que a Arquitetura-Urbanismo é potencialmente capaz de criar percepções estimuladas intencionalmente. Note-se que com esta última consideração penetramos com mais intimidade na dimensão hipotética abrigada pelo presente trabalho. A arquitetura tanto pode fornecer meios para catalogar os estímulos percebidos mais claramente no uso do ambiente urbano, como, também, estimular mais fortemente percepções determinadas no âmbito do



projeto. É de interesse capital estudar esse duplo papel com maior profundidade, pois nele está embutida a matriz dos questionamentos que nos inquietam: o emprego da percepção estimulada no projeto dos novos lugares produzirão espécimens que irão desempenhar o papel tradicionalmente atribuído a um lugar da urbanidade, tornando-se percebidos como tal diante de seus usuários? O resultado advindo das provocações desenhadas intencionalmente de maneira a influenciar a percepção das pessoas sobre os novos lugares urbanos será o de um verdadeiro lugar urbano?



Fig. 2.25 - Arquitetura do fascismo. Mostra della Rivoluzione Fascista, Roma, 1933. Mansell Collection (Londres).  
Fonte: HUGHES, 1980, p. 100.

Sabe-se, é claro, o quanto o recurso cenográfico já foi utilizado em Arquitetura-Urbanismo como prática de efeito. E a História é pródiga em lembrar o que o mau uso desses recursos já causou, bastando recordar o que aconteceu no próprio desenrolar do século XX, quando a propaganda do fascismo e do nazismo serviu-se amplamente da arte e da arquitetura para veicular as mensagens ideológicas dessas duas correntes (FIGS. 2.25 e 2.26). Mas, mesmo que o reconhecimento de que o potencial de que dispõem os arquitetos para estimular percepções traga um desconforto até certo ponto preocupante, é inegável que essas novas práticas estão se multiplicando intensamente nos grandes centros mundiais. E é também inegável que as mesmas práticas já estão sendo adotadas em centros de menor expressão, como revelam empiricamente cidades gaúchas de porte mais reduzido (como se verá nos casos práticos estudados no Capítulo 5).



Fig. 2.26 - A cenografia do nazismo. Abertura da Olimpíada de Berlim, 1936. Fonte: Internet.

### *Variações na abordagem a lugar: a influência da Economia consumista*

Ingressamos aqui numa das searas mais complicadas e polêmicas das abordagens contemporâneas de *lugar*. Trata-se de uma variação que tem grande importância para nossos *lugares da clonagem*, porém, reconhecemos ser um tópico discutível e controverso. Isto porque implica admitir que lugar incorpora à sua tradicional função de utilitário, um protagonismo *pragmático*<sup>91</sup> na economia urbana, nela assumindo um papel substantivo: a variação pós-moderna de *lugar* agrega um considerável valor *econômico* ao conceito de lugar.

Por certo a discussão desse ponto requer uma elaboração cuidadosa, porque se está admitindo discutir lugar como um bem do repertório imobiliário urbano. Pois agora, quando se fala de lugar, tornou-se comum discutir o fenômeno como se se estivesse a falar simplesmente de mais um dos bens imobiliários da cidade, o que nos remete até mesmo a tradicionais discussões sobre valores do solo, muito típicas do planejamento urbano dos anos 1970s, quando se debatia que “the distinction between the use of real estate for human activity and its market role is often summarized as the difference between use and exchange values” (FAINSTEIN 2001, p. 1).

Só que o lugar de uso e o lugar de mercado agora se aproximaram e se fundiram num produto único, que incorpora as *duas* formas de valor. E que, de maneira paradoxal, fornece experiências de vida que o fazem produtor de *urbanidade*, além de centralizar a distribuição dessa urbanidade. Admite-se, aliás, que é exatamente devido a uma condição de centralidade como essa que os lugares da cidade de hoje acabam por se transformar em verdadeiros focos de *pluralidade*, de que falamos em nossa *Apresentação do Lugar* - focos de gente, de atividades, de serviços, de recursos - enfim, centros que congregam os fascínios e atrações da vida urbana - os eventos - condensado-os num *lugar*.

---

<sup>91</sup> No sentido dado por C. S. Peirce ao *pragmaticismo* ao afirmar que: o conceito que temos de um objeto nada mais é que a soma dos conceitos de todos os efeitos concebíveis como decorrentes das implicações práticas que podemos conceber para o referido objeto (FERREIRA, 1999).

Obviamente, a nova visão de *lugar*, agora se revelando como um atributo urbano da sociedade do consumo, não pode ser processada de forma assim tácita, após anos e anos de conceituações idealizadas e, talvez, puristas, com que a área de Arquitetura-Urbanismo acostumou-se a *perceber* lugar. Torna-se até aceitável que os argumentos escandalizados dos insurgentes contra a aprovação dos novos lugares sejam bastante ruidosos e inclementes. Mas, já foram mais e, hoje, já se emitem segundas opiniões.

Na verdade, é muito mais fácil criticar de forma pejorativa os novos empreendimentos criados com a função de gerar *lugares*, do que dedicar uma pequena parcela de raciocínio tentando entender melhor o papel crucial que desempenham na vida urbana de hoje. Claro, reconhece-se que alguns desses projetos são tão exagerados e estapafúrdios, que chegam a provocar uma irresistível manifestação de zombaria por todos aqueles dotados de um mínimo de senso crítico. Estes são maus lugares da clonagem e, realmente, merecem as zombarias que recebem.

Entretanto, na esfera econômica, a maior parte dos novos lugares *funciona*. E bem. Isto é, funcionam como geradores de urbanidade; e funcionam como instrumentos da economia. Não é à toa que se espalham com velocidade extraordinária pelo mundo todo. E tampouco é à toa que países, governos, administrações locais, corporações, agências, organizações não-governamentais, enfim, muitas das instituições que compõem o elenco da gestão das cidades de hoje, correm atrás de projetos que os implementem - porque isto lhes permite prever grandes possibilidades de retorno em termos de ingressos financeiros e melhor posicionamento em termos de atração de visitantes e consumidores. Pois esses lugares têm a força de atuar como “commodities”.

E quais são esses lugares? A grande maioria deles revolve em torno das atividades de “shopping”<sup>92</sup> e a setores da indústria de serviços, como entretenimento, cultura, lazer

---

<sup>92</sup> Preferimos esta expressão em vez das mais prosaicas como *compras*, *setor terciário*, *comércio*, etc, pois ela parece transmitir com mais força a idéia que temos desse tipo de atividade nas cidades de hoje.

e turismo. Quanto à extrema penetração e ao extenso alcance das práticas das atividades agrupadas sob a denominação *shopping*, parece certo ponderarmos junto com Koolhaas, quando observa que:

Shopping is arguably the last remaining form of public activity. Through a battery of increasingly predatory forms, shopping has been able to colonize - even replace [ênfase nossa] - almost every aspect of urban life. Historical town centers (...) and now train stations, museums, (...) are increasingly shaped by the mechanisms and spaces of shopping. Churches are mimicking shopping malls to attract followers. Airports have become wildly profitable by converting travelers into consumers. (...) Ailing cities are revitalized by being planned more like malls. (...) Perhaps the end of the twentieth century will be remembered as the point where the city could no longer be understood without shopping [ênfase nossa]. (KOOLHAAS /Harvard Project on the City, 2001, p. 125-127).

Pois bem: já que a cidade não pode mais ser compreendida sem *shopping*, então por que hesitar tanto em tentar compreender a cidade com *shopping*?

Na realidade, as coisas mudaram tanto na cidade atual que, se pensássemos em pedir a Giambattista Nolli para elaborar um plano nos moldes do desenho de seu famoso mapa, como o fez para a Roma do século XVIII (RYKWERT, 2000, p. 101), com a esclarecedora definição que então nos forneceu, em termos de salientar a distinção entre o “public realm” e a cidade privada (SCOTT BROWN, 1990, p. 21), teríamos, provavelmente, a desconcertante resposta de que “Nolli wouldn’t know where to begin (...) none of the conventions that he refined and which have permeated the history of urban visualization would be adequate to fulfill the informational requirements of contemporary urbanization” (KOOLHAAS & Harvard Project on the City, 2001, p. 180).

### ***Variações na abordagem a lugar: a influência do Meio Urbanístico***

Para elaborar um pouco sobre o que se quer transmitir nesta seção precisaremos recorrer, inicialmente, à expressão “urbanismo”, como a empregou o sociólogo Louis Wirth, quando, em seu texto básico de 1938, “Urbanism as Way of Life”, tentava

explicar para a sociedade de então o que seria o “urbanismo”, “(...) ou aquele complexo de caracteres que formam o modo de vida peculiar das cidades” (WIRTH, 1967, p. 103). Assim como fez Wirth, também vamos transcender um pouco à acepção mais clássica da palavra urbanismo, para a ela apor um sentido de *reinvenção de um modo de vida* em meio urbano, de modo a tornar mais inteligível nossas considerações sobre o conceito de cidade de hoje - pois dele queremos passar a idéia de *um conceito em transformação* - bem como do conceito de lugar da cidade de hoje.

A cidade que traz os *lugares* que provocam nossas atuais reflexões é uma cidade que mudou consideravelmente nos últimos tempos. Por “últimos tempos”, nos localizamos no período em que o epíteto *pós-moderno* começa a ser aplicado à Arquitetura-Urbanismo, período em que expressões tradicionais necessitam acrescentar “apelidos” para serem melhor compreendidas, a iniciar pela própria palavra *urbanismo* - que agora atende por “pós-urbanismo”. Isto porque o urbanismo de que se fala agora não trata precisamente da mesma “*urbanización*” de que falava, por exemplo, o engenheiro Ildefonso Cerdá, quando, em 1867, cunhou a expressão, usando-a para definir um novo campo de atividade, para o qual, o idioma espanhol ainda não dispunha de um vocábulo apropriado (CHOAY, 1989, p. 7). Decididamente, a urbanização mudou. E o meio urbanístico se vê compelido a acompanhar a mudança, o mesmo se podendo dizer sobre conceitos urbanos como *lugar*.

Nos tempos que correm, para comunicar melhor o que é abrangido pelo meio urbanístico, estão se tornando comuns expressões relativamente ainda mais incomuns, tais como, *transurbanismo* ou *meta-urbanismo*. Até a gigantesca metrópole não é mais suficiente para designar o que certos autores categorizam como a nova “postmetropolis” (SOJA, 2000) ou a novíssima “metapolis” (ASCHER, 1995).

De maneira análoga, pode-se também dizer que os *lugares* se tornaram igualmente incomuns. Koolhaas e sua equipe, por exemplo, entendem que as novas condições espaciais de hoje passam a demandar *novas denominações*, razão pela qual, em

pesquisa publicada na revista eletrônica Wired (TITANIC, 2003; KOOLHAAS et al., 2003) são “criadas” denominações para trinta novos tipos de espaços previstos para o século XXI. Aparecem, assim, apelidos para “espaços”<sup>93</sup> como *euro-espaço*; *nano-espaço*; *espaço-cheio*; *robô-espaço*; *limbo-espaço*; *espaço-anúncio*, sempre refletindo as novas condições no uso do espaço<sup>94</sup>. Neste caso, é de registrar até mesmo a curiosa tentativa de introduzir a expressão brasileira “lugares”, na literatura francesa sobre o tema, em livro editado pela socióloga Sylvia Ostrowetsky, “Lugares, d’un Continent L’Autre .... Perception et Production des Espaces Publics”<sup>95</sup>.

Um exemplo bem revelador sobre a alteração de status da cidade atual - digamos, da cidade “pós-moderna” - pode ser dado pelo grupo de pesquisa de Rem Koolhaas: o nome inicialmente dado a seu famoso projeto no Harvard Design School foi: *projeto para o que era conhecido como cidade* (“The Project For What Used to be the City”) (KOOLHAAS et al., 2001, p. 19). Hoje, o projeto recebe um nome mais prosaico, sendo conhecido simplesmente como “The Project on the City”.

Graças à insistente presença destas e de outras “mudanças” no entendimento de expressões tradicionais, entendemos necessário ocuparmo-nos, embora brevemente, com tópicos relativos a variações conceituais mais notadas no meio urbanístico presentemente. Vamos apresentar, em sucessão, variações na *urbanização*; no *urbanismo*; e nos espaços do “*public realm*” (sem esquecer, obviamente, que essas mesmas variações podem estar também se passando com os *lugares*).

(i) Uma maneira curiosa de ilustrar as etapas mais marcantes ocorridas na

---

<sup>93</sup> Que poderiam, com muita razão, ser tratados como “lugares”, embora a expressão empregada pelos editores seja mesmo “espaço”.

<sup>94</sup> Ainda que, como observam os editores, o repertório de expressões clássicas da Arquitetura-Urbanismo ainda sobreviva, só que ressuscitado também em condições novas, como as *salas de bate-papo* e os *sítios da WEB*, por exemplo (KOOLHAAS et al., 2003).

<sup>95</sup> O livro defende a existência de um indissociável liame entre a vida social e as formas urbanas e a decorrente necessidade de extrapolação dos limites teóricos de cada disciplina em seu estudo: daí a utilização do termo brasileiro, como forma de simbolizar o caráter dialógico que é adotado no livro (OSTROWETSKY, 2001).

*urbanização* é oferecida pelo arquiteto britânico Cedric Price, quando contrasta as variações no desenvolvimento das cidades com as variações nas possibilidades culinárias do ovo, que ele reputa como sendo três: cozido, frito e mexido (BOELENS, 1997, p. 7). O ovo cozido é uma metáfora em relação à cidade medieval: há uma forte distinção entre o núcleo urbano e o campo, com uma comunidade social coesa e interdependente no interior dos muros. O ovo frito representa a cidade após as mudanças infligidas pela revolução industrial: caem os muros e a urbanização avança fora dos muros, seguindo fluxos de circulação; mas ainda existe uma grande área central bem delineada. O ovo mexido aproxima-se da presente revolução informacional, mostrando uma tendência à dissolução do núcleo central e à crescente permeabilidade nos limites público-privado, urbano-rural, e realidade-ficção, trazendo como resultado uma espécie de tapeçaria metropolitana, onde se destacam diferentes centros urbanos e algumas “edge cities” (GARREAU, 1992).

No mundo desenvolvido pós-industrial as cidades se transladam pelo território do que era o campo, dando origem a novas formações urbanas, gerando ainda uma outra nova expressão, “pós-subúrbia”, isto é: a antiga periferia agora não é mais *sub*, não é mais subordinada à *urbs* (RUBY, 2002, p. 16). Embora o holandês Boelens considere os “mapas mentais” de Price interessantes e ilustrativos, reconhece que não chegam a ser suficientes para engolfar toda a complexidade da cidade de hoje, a começar pelo fato de que as três condições se fazem presentes em todas as partes e ao mesmo tempo. De qualquer modo, apresentam uma direção para o enfoque a ser dado, hoje, às intervenções no urbano, guiando-as de acordo com as regras e ordens aplicáveis a cada um dos três mundos: a “arche-cidade”, a cidade tradicional; a “cine-cidade”, a cidade dos fluxos; e a “tele-cidade”, a cidade da tecnologia informacional. Os três tipos de urbano convivem numa mesma situação. Esta é uma realidade nova. Os *lugares*, supostamente, devem também variar tendendo, então, a se desenvolver de acordo com as distintas (e simultâneas) situações: lugar da memória, lugar da aura, lugar da pluralidade.

- (ii) Ainda quanto a variações na *urbanização*, outra representação interessante usada para ilustrar a situação urbana atual é introduzida pelo professor de urbanismo e filósofo François Ascher, que fala de um desenvolvimento urbano assumindo a configuração do que conceitualiza como uma “metápole”<sup>96</sup>. Etimologicamente, explica, a metápole extrapola e engloba a “polis”: a metápolis é o conjunto de espaços cujos habitantes, atividades econômicas, e territórios são total ou parcialmente integrados no funcionamento cotidiano (normal) de uma metrópole, formando, geralmente, um “pool” único de empregos, habitat, e atividades. Seus espaços são muito heterogêneos (em geral, se formam a partir de aglomerações pré-existentes diversificadas), não são necessariamente contíguos e abrigam pelo menos algumas centenas de milhares de habitantes (ASCHER, 1995, p. 34).
- (iii) Há também interpretações para a *urbanização* que, embora transcendam nosso escopo, são dignas de menção por conotarem a uma escala mais ampla de *lugar*. Sassen, por exemplo, em suas famosas digressões a respeito da *cidade global*, introduz a vinculação que essas cidades têm a lugar: “(...) many of the resources necessary for global economic activities are not hypermobile and are, indeed, deeply embedded in place, notably places such as global cities, global city-regions, and export processing zones” (SASSEN, 2001, p. 108). No caso, o lugar se contrapõe a tempo, e seria representado pelo aglomerado fixo de serviços necessários ao funcionamento da complexa estrutura que compõe a cidade global.

Sassen reconhece a existência de uma grande rede de fenômenos culturais que cruza fronteiras, mas cuja ação ocorre predominantemente no nível cidade-cidade (isto é, lugar-lugar). É importante ressaltar que Sassen faz uma distinção entre a dualidade nacional/global que é comumente usada para embasar as análises da economia globalizada. Sua análise da cidade global aponta para o fato de que deste tipo de análise é comum se extrair que o *global* se materializa

---

<sup>96</sup> Ver também o Capítulo 1, *Apresentação do Lugar*.



necessariamente em lugares e arranjos institucionais específicos, em grande parte, *localizados* no nível do território *nacional* (SASSEN, 2001, p. 110, pé). Outro aspecto da fala de Sassen que nos interessa é o da persistência da *centralidade* e as novas correlações espaciais que o conceito passou a conotar. Deste modo, fala que em muitos centros internacionais ainda sobrevive um CBD<sup>97</sup>, mas de configuração variável. Nos EUA, por exemplo, a permanência do CDB se dá através de *reconstruções*, do que, o *Times Square* em Nova York, comentado neste trabalho, seria um exemplo. Já na Europa, são criados novos lugares - novos CDBs - em *expansões* territoriais, como *La Défense*, em Paris e *London Docklands*, em Londres, igualmente comentados aqui.

- (iv) As variações no *urbanismo* começam a ser ilustradas pela própria expressão que gostamos de empregar em nossos trabalhos - “*metaurbanismo*” - variação a que chegamos após as primeiras reflexões suscitadas a partir do exame de proposições urbanísticas que parecem destinadas a construir realidades fantasiosas ou realidades *meta*-reais - como os projetos Disney - daí derivando um vocábulo como este *metaurbanismo*. A literatura especializada também se vale de expressões escolhidas com alguma dose de arbitrariedade, como a nossa. Serão a seguir lembradas algumas dessas expressões e seus autores que, certamente, as criaram como forma de diferenciar as novas situações que começam a se apresentar ao urbanismo a partir do final do século XX.

Na literatura da virada do milênio, em que o fenômeno de lugar volta a ocupar um protagonista capital, é possível encontrar denominações que se referem a eles simplesmente como “os novos ambientes urbanos” (MURRAY & STEVENS, 1998) ou como uma rede de lugares incluídos no *hinterland* de uma “pós-metrópole” (SOJA, 2000); às vezes os lugares são chamados de “não-

---

<sup>97</sup> Tradicional conceito da Geografia que define um “central business district”, isto é, um distrito central de negócios, a marcar a área central das grandes cidades. Para CDB ver, por exemplo: CARTER, 1974 (espec. Cap. 10); EVERSON & FITZGERALD, 1979; HERBERT, 1972 (espec. Cap. 4); SCARGILL, 1979 (espec. Cap.4).

lugares”<sup>98</sup> (AUGÉ, 1994), “lugares inventados” (CARMONA et al., 1998), “lugares temáticos” (SORKIN, 1997), “lugares genéricos” (KOOLHAAS, 1997), “manchas” (MAGNANI, 1996) “cidade-fantasia” (HANNIGAN, 1998), “cidade análoga” (BODDY, 1997), “cidade-eventos” (TSCHUMI, 1994), e, até mesmo, apenas uma “paisagem de eventos” (VIRILIO, 2000)<sup>99</sup>. E - somente para não deixar de mencionar uma denominação muito abrangente - citamos também aquela que fala da construção de “scapes” (paisagens) e que é um verdadeiro e completo quadro conceitual. Seu formulador, o antropólogo e crítico cultural Arjun Appadurai (1996), se vale da criação de neologismos em cima da expressão “scape” que, combinada com prefixos apropriados, permite estabelecer um enquadramento com o qual examina a desconjuntura que as forças da globalização inferem em relação a economia, cultura e política<sup>100</sup>.

Particularmente, parece-nos muito apropriado usar a expressão “metaurbanismo”<sup>101</sup> como uma designação genérica a conotar ao coletivo desses novos fenômenos. Empregamos a expressão por primeira vez em trabalho apresentado no *V Seminário de História da Cidade e do Urbanismo*, em 1998. Graças ao poder de comunicação veiculado pela expressão, passamos a utilizá-la, já como um substantivo, em 1999, em trabalho apresentado em outro congresso, desta feita, promovido pela associação EDRA/Environmental Design Research Association, [muito apropriadamente] em Orlando, Flórida

---

<sup>98</sup> Nem sempre com propriedade, como se discutirá mais adiante.

<sup>99</sup> Na realidade, Virilio estaria analisando uma ‘destruição’ das paisagens, trazendo uma dramática perspectiva conceitual a respeito do ambiente geofísico humano atual e a perda de sua estruturação espacial. Na visão perturbadora de Virilio, tempo, mais do que espaço, tem precedência sobre a configuração de nosso sentido de realidade, quando as paisagens se tornam uma rede aleatória de eventos.

<sup>100</sup> Appadurai reconhece cinco categorias que permitem compreender os efeitos de uma nova economia cultural global agindo na construção de paisagens: “ethnoscapes”, “mediascapes”, “technoscapes”, “financescapes”, e “ideoscapes”, todas relacionadas com as maneiras pelas quais as ‘imagens’ circulam nos fluxos globais, e ao papel que desempenha a ‘imaginação’ quando posta a trabalhar como uma força social. As paisagens, em vista da natureza globalizada de suas origens referenciais, não mais se encontram enraizadas a nenhuma especificidade intrínseca, própria do ambiente onde se localizam.

<sup>101</sup> Ver: CASTELLO, 1999.

(EUA). Com ela, entendemos que se tratam de construções que levam à produção de *meta-realidades*, ou seja, a construção de lugares perceptíveis em um nível que transcende ao nível da realidade, por seu alto conteúdo imagético. Nesse urbanismo, então, *lugar* não é mais uma *realidade*: é uma fantasia materializada.

- (v) Outra expressão interessante a conotar com nosso trabalho é “transurbanismo”. De acordo com o idealizador do conceito, o biólogo holandês Arjen Mulder (2002, p. 9), “TransUrbanism is urbanism in the era of globalization”, ao que acrescenta: “‘TransUrbanism’ is (...) urbanism plus transformation. Transformation is the multiplication of information” (MULDER, 2002, p. 7). Mulder acredita que *trans-* é mais revelador que *pós-urbanismo*. Com a expressão *pós-urbanismo*, nos reportamos a um processo por referência ao que o precedeu e, assim, tendemos a discutí-lo em termos de criticismo cultural. Resmungar sobre o processo de desintegração da cidade - como constantemente o faz a crítica contemporânea - sempre traz implícita uma referência ao que a cidade *costumava ser*: toda descrição de um processo é em si mesma, um produto deste processo. Mulder, ao revés, nos traz argumentações mais diretas para nossos pontos, porque, com a atitude *trans-*, defende a inserção no processo *em ação* nas cidades, permitindo-nos acompanhar *paripassu* as grandes transformações, o enorme incremento em complexidade que se avoluma diariamente nas cidades.

Além disso, o prefixo *trans-* expressa a idéia de “transgredir” a algo que está na raiz do nome - no caso, o urbanismo. Implica, portanto, a necessidade da *permanência de uma certa prática de urbanismo* por um lado, enquanto, por outro, deixa claro que dela *não se pode ainda prescindir* (RUBY, 2002, p. 17). Explica-se, então, o transurbanismo como “a theory of the transition of cities as they are now, towards a design process in which the highly informed character of every built environment is used as a design resource by that environment itself” (MULDER, 2002, p. 8). Para nosso caso, o significado é auto-evidente: o raciocínio indica que os novos lugares clonados, ao absorverem as informações

conferidas pelos fenômenos que estimulam a urbanidade, podem ser absorvidos como novos lugares da urbanidade para as cidades, - hoje.

- (vi) Um raciocínio como o de acima nos abre caminho para outras perspectivas para a projeção de *lugares* nas cidades atuais. Falou-se anteriormente<sup>102</sup> sobre o papel da *economia criativa* como poderoso instrumento de desenvolvimento urbano (FLORIDA, 2004). Pois este instrumento acaba de ser incorporado ao repertório de estratégias do urbanismo e planejamento urbano. É interessante mencionar que o próximo congresso da influente ISOCARP-International Society of City and Regional Planners (Asociación Mundial de Urbanistas)<sup>103</sup> versará sobre o tema “Making Spaces for the Creative Economy”, isto é, sobre a busca de novos paradigmas para atender à crescente preocupação em fazer aumentar a *atratividade das cidades*, de modo a transformá-las em *lugares* nos quais as pessoas cada vez mais se sintam atraídas para ali viver, trabalhar ou visitar. Não é de estranhar, portanto, que toda a tônica dos preparativos para o congresso esteja centrada nas idéias de autores como John Howkins, que, assim como Richard Florida, sustenta que a economia criativa depende - mais ainda do que dos avanços da tecnologia da informação - da criatividade dos seres humanos, do que eles querem, e do que eles fazem bem (FLORIDA, 2004, p. 4). E, de quem, características como “Talento, tolerância e diversidade são os ingredientes indissociáveis no crescimento destas metrópoles que lideram o ranking de cidades criativas”<sup>104</sup> (LEITE, 2005, p. 4). Na verdade, nas regras atuais de administrar cidades,

---

<sup>102</sup> Ver também o capítulo de *Apresentação do Lugar*.

<sup>103</sup> Será o 41º congresso da associação e está previsto para realizar-se em Bilbao, Espanha, em outubro de 2005. Curiosamente, a cidade de Bilbao sedia o famoso museu Guggenheim, emulador da expressão “guggenheimização” que utilizamos em outra parte deste trabalho, para indicar a força exercida pelas imagens dos lugares como criação de “marca” e de “placemaking”, além, é claro, da criação do próprio lugar (“placemaking”).

Como se fosse um campeonato esportivo, no qual só se entra avaliando cuidadosamente os adversários e as chances de vencer, os governos locais procuram ‘colocar suas cidades no mapa do mundo’, uma alegoria que indica a intenção de lançá-las, torná-las visíveis e competitivas na escala mundial. Termos como a ‘orientação para a demanda, atrativos da oferta urbana, posicionamento competitivo, ações de *marketing*, produção de imagem e planejamento estratégico, que até há pouco tempo eram restritos ao âmbito empresarial, hoje são recorrentes no discurso dos administradores locais. (SÁNCHEZ, 1999, p. 120).

- (vii) O ponto anterior, por sua vez, nos faz pensar nas mudanças no modo de projetar os lugares urbanos que são encontradas no *urbanismo* de fim de século. De fato, o campo do projeto urbano, ele próprio, é outro a experimentar expressivas alterações conceituais na virada do milênio. A ação urbanística não mais se volta à obtenção de produtos completos, cidades acabadas, objetos morfológicos desenhados de modo a funcionar com racionalidade, como preconizava o Modernismo do tempo de Brasília. Nem pode. Também os planos urbanos gerais, que abrangiam o todo de uma área urbanizada, se tornaram infreqüentes e, até, desacreditados. A visão *a priori* tomada sobre esse todo foi sendo substituída por projetos que se valem de visões *a posteriori* sobre aspectos particularizados do todo. Ou seja, como no que se poderia denominar de “paradigma Barcelona”<sup>105</sup>, o planejamento não mais se tem voltado para projetos de cidades completas, mas, para o desenho de uma estrutura de lugares que marcam o desenrolar da existência humana nessa cidade mais complexa. Em conseqüência do quê, a cidade adquire uma estruturação policêntrica, com uma diversidade de eventos simultaneamente ofertados em lugares igualmente diversificados. A estratégia projetual é de certa forma,

<sup>104</sup> Carlos Leite (2005, p. 3) explica que Florida desenvolveu um “ranking de indicadores de criatividade” a que chegou após contrastar dados indicativos de talento, tolerância e diversidade (comparando indicadores que chamou de “bohemian index”, “gay index”, “foreign-born index”; e “composite diversity index”, este último resultante do cruzamento dos três anteriores). Após, contrastou-os com os indicadores de quantidade de inovação em alta tecnologia de diversas metrópoles norte-americanas.

<sup>105</sup> Por referência aos projetos implementados na cidade de Barcelona, Espanha, principalmente no período que se seguiu aos grandes investimentos realizados para os Jogos Olímpicos de 1992, ocasião em que diversas obras foram edificadas ao longo das pré-existências, introduzindo *uma rede de novos lugares* urbanos.

endossada por arquitetos como Tschumi (1994; 2000), para quem, *os eventos são a base conceitual dos lugares*: a densidade de acessos a um nodo urbano cria um campo de relações que constrói o *lugar*, e o papel do urbanismo se dá mais em termos de criar *eventos* e facilitar os fluxos nas redes de nodos.

- (viii) Mas há também aqueles para quem já se chegou a uma situação que permite partir para os fundamentos de um *novo urbanismo*. E falamos aqui não da corrente do “new urbanism” norte-americano, mas de “les nouveaux principes de l’urbanisme” propostos por François Ascher (2004). Os novos princípios são lançados de forma a ajudar a melhor decidir e agir em prol da qualidade de vida da coletividade, para, no contexto de uma sociedade mutante e diversificada, saber melhor “penser et faire des villes performantes, attrayantes et équitables, dans le contexte de la société hypertexte et du capitalisme cognitif” (ASCHER, 2004, p. 80). O decálogo proposto pelo professor para um urbanismo que é, ao mesmo tempo, estratégico, pragmático e oportunista (ASCHER, 2004, p. 81), é por certo excessivamente longo e denso para poder ser exposto de modo apenas sumário. Apontaremos, no entanto, para pelo menos dois pontos que nos parecem dignos de registro para os interesses de nossa tese.

O primeiro, diz que será necessário *conceber os lugares em função das novas práticas sociais*, de modo a potencializar sobre as possibilidades oferecidas pelas tecnologias de informação, como as de associar-se trabalho + transporte, ou telecomunicação + espaço público, para “(...) concevoir des espaces multiples à *n* dimensions sociales et fonctionnelles, des hyperespaces combinant le réel et le virtuel, propices tant à l’intimité qu’à des sociabilités variées” (ASCHER, 2004, p. 89). E o segundo propõe que o novo urbanismo saiba *responder à variedade de gostos e de demandas*, já que numa cidade com cada vez maior mobilidade e onde “(...) les acteurs peuvent de plus en plus choisir leurs lieux, le neo-urbanisme doit séduire. Il s’efforce de proposer une sorte de ville à la carte, qui offre des combinaisons variées de qualités urbaines” enquanto ensaia “(...) d’utiliser les dynamiques du marché pour produire ou conserver les valeurs symboliques de la ville ancienne” (ASCHER, 2004, p. 94 e 95). Desnecessário ressaltar que tais

descrições respondem bem a algumas das inquietações que demonstramos ter.

- (ix) No que tange às variações no “*public realm*”<sup>106</sup> e associados ao item acima, merecem ainda atenção certos esforços realizados no sentido estrito de reabilitar ou reavivar a idéia da importância do *espaço* (verdadeiramente) *público*, desmentindo as freqüentes sentenças de que “o espaço público morreu”, muito escutadas principalmente por aqueles mais próximos a Rem Koolhaas. Este é visto como defensor da idéia de que o consumismo à moda ocidental tomou conta de tudo e “turned the whole world into a shopping center. Traditional forms of public space have (...) been subsumed into shopping (...). Even urbanism itself is now a subset of shopping, because the city street is morphing into an outdoor mall” (CAMPBELL, 2002, p. 55). E é também Koolhaas quem diz não saberem os arquitetos ler no contexto da sociedade as reinvenções que a sociedade faz, continuamente, de suas necessidades, de modo a reinterpretá-las como “(...) manifestations of phenomena they previously knew in architectural terms. I think we are still stuck with this idea of the street and the plaza as a public domain, but the public domain is radically changing” (KOOLHAAS, 1996, p. 45). Só que os arquitetos continuam percebendo o domínio público através do modelo nostálgico que dele conceberam, “and in an incredibly moralistic sense, refuse signs of its being reinvented in other more populist or more commercial terms” (KOOLHAAS, 1996, p. 45), como o são muitos dos “domínios públicos” reinventados por *lugares da clonagem* como tratamos aqui.

Sob outro aspecto, como se para demonstrar a resiliência do *espaço público*, o Van Alen Institute, de Nova York, organizou a exposição chamada “OPEN: New Designs for Public Space”<sup>107</sup>, aberta tão recentemente quanto 2003<sup>108</sup>. O diretor do Instituto, Ray Gastil, entende que, com a mostra, “we are taking the position that public space can be *designed*” (NOBEL, 2003, ênfase no original), já

---

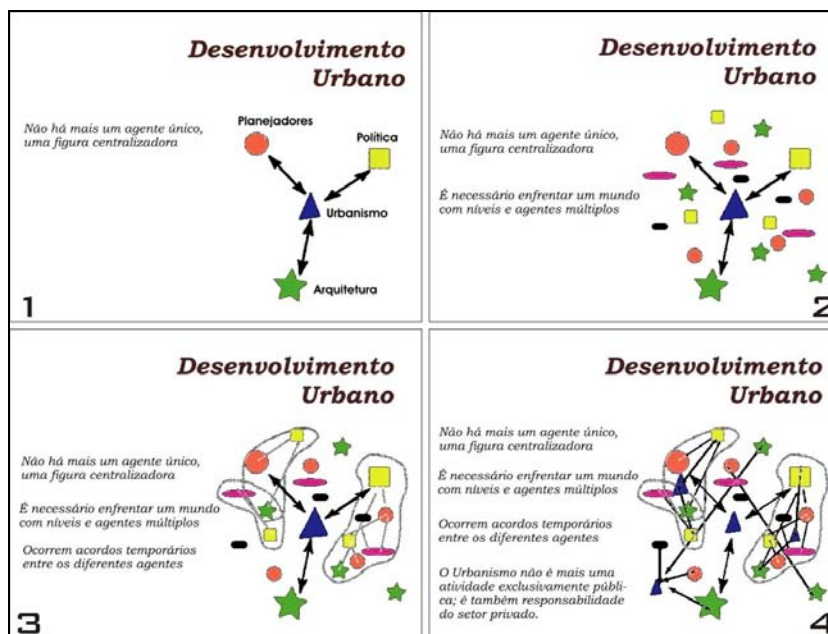
<sup>106</sup> Sobre “public realm”, ver *Apresentação do Lugar*.

<sup>107</sup> Ver: <<http://www.vanalen.org/exhibits/PublicSpace/PubSpaceMain.htm>>. Consulta em 04/07/2003.

que nela, são apresentados vinte projetos inovadores (em andamento e/ou construídos) em cidades de todo o globo<sup>109</sup>, idealizados por nomes instigantes do mundo arquitetônico-urbanístico, como, por exemplo, Zaha Hadid; Foster & Partners; Diller + Scofidio; Peter Eisenman; todos mostrando *um retorno do espaço público*.

- (x) Mas, o *urbanismo* hoje não é mais uma tarefa unicamente pública: tornou-se um assunto de crucial importância para o setor privado. E nem poderia ser diferente, porque as ações urbanísticas agora são determinadas por decisões de diversos agentes, entre os quais participa ativamente o setor privado. Isto pode ser bem ilustrado pelos diagramas apresentados por Boelens (2001), visualizados no Quadro 2.3:

**Quadro 2.3 - Mudanças nas Atividades Urbanísticas**



Fonte: Palestra proferida pelo planejador Luuk BOELENS no 37th International ISOCARP Congress: "Honey, I Shrank the Space. Planning in the Information Age". Utrecht, Holanda, 19/9/2001.

<sup>108</sup> E marcada para abrir em Washington, DC, em 2005.

<sup>109</sup> Inclusive do Brasil, mostrando lugares do Projeto Favela-Bairro, Rio de Janeiro (Jauregui Associados).



Partindo-se de um momento (1) das atividades urbanísticas no qual ainda seria possível individualizar os atores nelas envolvidos, segue-se um novo patamar onde não mais se distingue o predomínio de uma única figura a centralizar os processos que rodeiam o urbanismo. Um segundo momento (2) viabiliza o tomar-se consciência de que, na sociedade atual, globalizada e modificada por profundas alterações no campo da comunicação e informação tecnológica, as alterações de natureza econômico-financeiras, político-gerenciais, sócio-culturais marcam com maior gravidade os processos plano-urbanísticos. As relações entre os variados agentes e os diversos níveis de atuação (3) passam a se tornar crescentemente decisivas no desenrolar das atividades profissionais da Arquitetura-Urbanismo. Essas relações entre os agentes em seus diferentes níveis de atuação se tornam tão determinantes, que o processo urbanístico passa a necessitar e a depender de acertos ocasionais a estabelecer entre todos os personagens envolvidos (4), aí incluídos com o devido destaque, pela força de seu papel decisório, aqueles que constituem os setores privados. Uma “concertação” da ação de todos os caracteres envolvidos se torna uma meta substancial para a organização do ambiente urbano.

- (xi) Finalmente, as variações percebidas no âmbito específico dos *lugares*, parecem mesmo responder à percepção da ação de um *transurbanismo*, como falado antes. Duas das designações que indicam esta percepção de variações seriam *não-lugar* e *multi-lugar* (ou, quem sabe, como é às vezes entendido, *multi-lugar em oposição* a não-lugar), registrando que, na cidade do presente, vivemos “The feeling that you belong to nowhere, and that you belong to many places at the same time(...). Locality, like identity, is a performance” (LOZANO-HEMMER, 2002, p. 157-158; LEACH, 2002). E na própria cidade brasileira - mesmo Porto Alegre - essas manifestações já são facilmente encontráveis. Só que em circunstâncias que envolvem alguma associação a uma virtualidade espacial: “We are no longer present in a single place but continually co-present in many different places - not just when we step outside the house and enter the city

context, but when, for example, we turn on the computer or the TV" (MULDER, 2002, p. 8; VIRILIO, 1991).

Adicionalmente, é importante reconhecer que a expressão *não-lugar*, que se tornou muito popular na crítica aos *lugares* da pós-modernidade é, às vezes, interpretada de modo não satisfatoriamente correto. Augé (1994), por exemplo, quando fala que aeroportos, gares, shoppings, etc, são *não-lugares*, é contestado por Joseph, para quem somente quando se quer olhar a realidade através de uma lente especificamente enfocada sobre um fato social total - e que não se o encontra - é que se poderia concluir que ali estaria um *não-lugar*. A "Gare du Nord" em Paris, exemplifica Joseph<sup>110</sup>, não é um *não-lugar*. Pelo contrário, "c'est un espace complexe...un carrefour consacré...un haut lieu symbolique visible de loin...un site à palabres...une 'zone' où fonctions et usages peuvent se recouvrer...un espace trouble..." (JOSEPH, 1994 apud ASCHER, 1995, p. 345, n. 46).

E chegamos, com essas variações todas, a uma situação em que até mesmo a *urbanidade* pode ser considerada como *em modificação* (CASTELLO, 2004). Tanto pelas profundas marcas deixadas pela nova configuração *transurbana* como, também, pela mutação em pauta na formação dos contingentes populacionais atuais, que, com o influxo dos chamados novos-nômades - as grandes levas de imigrantes econômicos e políticos que ingressam em enormes quantidades nas cidades atuais - encaminha-se para assentar uma população de seres "*quasi-transurbanos*". E não se pode mais alegar que este tipo de fenômeno se adstrinja às aglomerações urbanas dos países ricos: no Brasil, há fartos exemplos das numerosas migrações regionais, tanto em nível transnacional (nordestinos no Sul, gaúchos no Norte) como trans-latino (brasiguaios).

Por fim, de todas as discussões trazidas no presente Capítulo sobre *lugar*, seja as inspiradas pelas contribuições fornecidas por disciplinas diversificadas, seja as de

nossa própria área, uma direção, pelo menos, parece despontar em termos de se chegar a uma delimitação mais consolidada. E esta é a de que, com efeito, a construção de lugares no início do século XXI está se transformando em um processo que integra *todas* as dimensões envolvidas nas concepções de *lugar*, ou seja, sócio-psicológica, gerencial-mercadológica, e arquitetônico-urbanística (CASTELLO, 2000). Em decorrência do quê, pode-se igualmente cogitar sobre o planejamento, na cidade pós-moderna do mundo emergente, de lugares que, destinados a oferecer a heterotopia desejada pelos cidadãos metropolitanos, transformem-se também em eficazes agentes para a promoção do desenvolvimento urbano. Isto é, espaços de grande atração, promovidos pela correta concertação entre setores privado e público, estimulando a germinação da urbanidade, enquanto devidamente gerenciados de modo a promover financeiramente a cidade que os hospeda.

O estudo do lugar decididamente se move de sua tradicional ênfase em aspectos físicos, para evoluir na direção de um estágio novo, um estágio em que só uma aproximação transdisciplinar permitirá conceber as novas modalidades pelas quais se apresenta conceitualmente. Um estágio em que o lugar da urbanidade e o lugar clonado na urbanidade constituem, juntos, o conjunto dos lugares urbanos.

Vale ainda observar que a presente sub-seção foi bastante ilustrativa a esse respeito: embora destinada a abordar temas particularmente associados à área de Arquitetura-Urbanismo, em não poucas ocasiões nos vimos obrigados a proceder a consultas e citações a autores de outras áreas do conhecimento, sem o que, não conseguiríamos observações satisfatoriamente pertinentes de modo a explicar os tópicos que queríamos desenvolver.

---

<sup>110</sup> Ver também: DUVIGNAUD, J.. **Lieux et Non-lieux**. Paris: Éditions Galilée, 1977.



### 3 A INVESTIGAÇÃO E A PROJETAÇÃO DO LUGAR

Como se investiga *lugares*? Qual seu conteúdo, o que os produzem, onde estão localizados, como estão distribuídos?

Estas serão basicamente as principais preocupações do presente capítulo, que, como indica seu título, tratará de elaborar sobre o desenvolvimento de investigações que conduzam à detecção de *lugares*, tanto no ambiente construído urbano como no regional.

Ainda outra preocupação importante do capítulo será a de inquirir: de que são feitos os lugares da clonagem? O que integra seus projetos? Com o quê se constrói um lugar da clonagem? Pode-se identificar os componentes que são usados com a intenção de estimular a percepção da urbanidade? Quais são eles?

Desta forma, o capítulo, cuja intenção é essencialmente a de ingressar no tema dos lugares por via de sua expressão teórico-prática, apreciará, além de reflexões teóricas adicionais, também as informações empíricas oriundas de pesquisas sobre *lugares*, de modo a extrair, da conjugação dos dois acercamentos, considerações que dêem respostas às preocupações acima enunciadas<sup>111</sup>. Tal procedimento permitirá desenvolver mais extensamente os pensamentos que nos levaram a lançar os tipos de lugares que anunciamos no Capítulo 1 - lugares da Pluralidade, Aura e Memória<sup>112</sup>.

O capítulo discutirá então que o conteúdo fundamental dos lugares abordados na tese é constituído por aquela qualidade urbana que denominamos *urbanidade*; que a produção dos lugares se dá pela ação de estímulos provocados por fenômenos de natureza material e subjetiva; que os lugares se localizam nos espaços do “public

---

<sup>111</sup> Nossa trajetória como pesquisador acumula a realização de um conjunto de projetos de pesquisa, atividade que persiste até os dias de hoje. Como um dado complementar à presente tese, apresentamos uma *cronologia* dos projetos de pesquisa que desenvolvemos a partir de 1984, quando começamos a empregar a percepção ambiental na análise do ambiente urbano. Ver ANEXO I.

<sup>112</sup> Ver Capítulo 1, seção 1.3.

realm”; que, neles, encontram-se presentes fatores de cunho morfológico-funcional, perceptual, e comportamental; e que os estímulos usados com a intenção de aguçar a percepção que as pessoas têm sobre certos espaços se valem de fenômenos associados à pluralidade, à aura e à memória.

Por fim, o capítulo debaterá sobre a *clonagem* dos lugares da urbanidade, observando que os clones não são apenas as reproduções inanimadas de lugares, mas que podem derivar efeitos paralelos que, caracterizados como suas progênes, darão seqüência ao ciclo da vida urbana. Nessa seqüência ocorrerão variações - variações na percepção do lugar -, aí implicadas até mesmo variações nas bases conceituais de lugar, justificando-se, assim, a necessidade de repensar *lugar* no projeto urbano contemporâneo.

### 3.1 A INVESTIGAÇÃO DO LUGAR

A questão capital será, por certo, indagar *como podem ser feitas as pesquisas* que contemplem com razoável aproximação os intrincados e complexos relacionamentos disciplinares que, como acabamos de discutir no Capítulo precedente, se encontram necessariamente abrangidos e interligados na construção do conceito de *lugar*. Disso decorrerá uma outra indagação: *quais as revelações mais prováveis de se obter através dessas pesquisas?*

A opção que escolhemos para atender a nossa primeira questão indica que as pesquisas que se valem do emprego de métodos e técnicas de Percepção Ambiental<sup>113</sup> podem traduzir de modo bem satisfatório muitas das inter-relações transdisciplinares que *lugar* implica. E isto porque no campo de pesquisas de percepção ambiental encontram-se presentes instrumentos muito apropriados para revelar os condicionamentos fenomenológicos presentes na análise de *lugares*, nos quais se encontram envolvidas representações de natureza geográfica, social,

---

<sup>113</sup> Ver também capítulo 2, seção 2.4.3.

antropológica, psicológica, arquitetônico-urbanística, etc., todas passíveis de serem detectadas pelos mecanismos da percepção, e todas capazes de indicar as associações entre os condicionamentos que os configuram e a percepção que as pessoas absorvem a respeito dos lugares.

Entre os trabalhos pioneiros que se ocuparam de realizar pesquisas urbanas empregando percepção ambiental destacam-se, não só as caminhadas urbanas de Kevin Lynch, que dariam margem ao famoso “The Image of the City” (LYNCH, 1968), mas também as análises da equipe por ele coordenada, quando da realização, anos mais tarde, de um inovador projeto desenvolvido para a UNESCO<sup>114</sup>, de escopo internacional, envolvendo trabalhos de campo em países diversos (Argentina, Austrália, México e Polônia) (LYNCH et al., 1977), que acabaram por consolidar a percepção ambiental como ferramenta adequada para pesquisar *lugar*. Valendo-se fartamente do auxílio do instrumento de “mapas mentais”, a equipe introduziu novos métodos de investigação, trabalhados especificamente em função de revelar o *sentido de lugar* compartilhado pelos entrevistados. As pesquisas introduziram uma inusitada preocupação com as *identidades regionais* e as eventuais influências por elas exercidas na detecção dos *lugares* preferidos, tema que também costuma ser incluído entre as preocupações dos interessados no caráter regional e nacional porventura revelado através das formas arquitetônico-urbanísticas que tomam os lugares (e.g., COMAS, 1991; FIORE, 2000).

Quanto às revelações a obter com as pesquisas, a resposta mais imediata é a de que elas demonstram com razoável clareza o despontar do *lugar* como uma figura que ganha realce sobre o pano de fundo que marca a relativa uniformidade espacial do tecido urbano ou regional circundante. O que, por sua vez, nos induz a mais outra pergunta: *e o quê gera esse realce?* A resposta envolve dois quesitos: (i) ele é gerado por *estímulos percebidos* ao longo do processamento dos fenômenos da vida social que o

---

<sup>114</sup> O projeto contou com a colaboração de Tridib Banerjee que, mais tarde, juntamente com Michael Southworth editaria a compilação de vários escritos e projetos originais de Kevin Lynch (BANERJEE & SOUTHWORTH, 1991), resgatando muitos documentos até então desconhecidos de sua produção.

cotidiano<sup>115</sup> constrói<sup>116</sup>; (ii) ele pode ser gerado especificamente por uma *percepção estimulada* através de diretrizes presentes em um *programa projetual* arquitetônico-urbanístico; e por estratégias presentes em um *programa gerencial* destinado a operacionalizar esse lugar. O programa projetual estará fundamentando o “placemaking” que fará realçar o lugar; e o programa gerencial estará comandando o “placemarketing” para destacar seu realce e disponibilizar seu uso. As ações combinadas de “placemaking” e “placemarketing” adquirem maior proeminência nas condições ditas pós-modernas de fazer-se lugares - e, quem sabe, virão até a se constituir em um modo individuado pós-moderno de se fazer lugares (FAINSTEIN, 2001; KOTLER et al., 1993; KOOLHAAS et al., 2004; GRUEN & SMITH, 1960).

De resto, o capítulo não poderá deixar de contemplar a apresentação de alguns dos antecedentes que mais marcaram nossa atenção no desenvolvimento de pesquisas que aproximam a percepção ambiental à análise do espaço urbano, como meio de fornecer subsídios a projetos urbanos. Pesquisas estas efetuadas sob a égide mais ampla de seu desejo de fomentar o estudo das relações *comportamento humano-ambiente urbano*.

Quanto ao último objetivo, serão comentados inicialmente dois casos, ambos resultantes de pesquisas realizadas na cidade de Porto Alegre: um, na área central histórica da cidade, localizada junto às águas do Guaíba; outro, levado a efeito na região da orla costeira paralela ao Guaíba, abrangendo os bairros denominados Marcílio Dias, Floresta, São Geraldo e Navegantes, que, em conjunto, compreendem um antigo setor industrial, também histórico<sup>117</sup>.

---

<sup>115</sup> Como nos conceitos do *everyday life* (na tradução inglesa) de Habermas; e das práticas do cotidiano de De Certeau, conforme se viu no capítulo anterior.

<sup>116</sup> O realce que o lugar adquire pode ser muito bem representado através das categorias selecionadas por Lynch, com seus *limites ou margens*; pontos ou *marcos*; linhas ou *eixos*; *superfícies ou paisagens*; *nós ou encruzilhadas*.

<sup>117</sup> Que aqui será, sinteticamente, tratado apenas sob a denominação mais abrangente de “Navegantes”.



## 3.2 ANTECEDENTES EMPÍRICOS DO LUGAR DA URBANIDADE: PORTO ALEGRE (1984-1989)

### 3.2.1 Os estímulos percebidos na Área Central

A área central de uma cidade guarda um volumoso acúmulo dos fatos que vêm marcando de maneira mais significativa sua evolução, desde seus tempos mais remotos de fundação. Nela está concentrada uma riqueza de referências culturais que expressa, de maneira muitas vezes precisa, os componentes que estruturam a memória sobre toda a cidade, sobre seu passado - e também sobre o seu presente. Ali, o quadro urbano é suporte, mais do que em qualquer outra parte da cidade, de acumulações de todo o tipo - físicas, sociais e simbólicas. Na verdade, é a área mais rica em significado histórico-cultural, pois nela estão contidas as imagens de todos os diferentes tempos da cidade, o registro da memória informativa acumulada da própria existência da cidade e - imersos no multifacetado contexto da área central - os novos estímulos atuais, construindo permanentemente novos fatos e imagens que engendram o *presente* da memória, aquilo que será memória no *futuro*. São os elementos que ressecuram aos cidadãos a permanência de seus referenciais básicos, da continuidade de sua história, da constância de suas estórias, da vida de sua cultura.

Executamos as pesquisas na área central “lendo” no ambiente urbano o que as pessoas percebiam como sendo os elementos de maior poder de comunicação, possuidores de maior força estruturadora. Daí, a deduzir que esses elementos ajudavam a definir os *lugares* urbanos, não ficou muito distante. Assinale-se que quando abordamos o conceito de *lugar*, o fazíamos de uma forma investigativa apenas experimental, ainda que, tentativamente, pragmática. Era o início dos anos 1980s, época em que tinham começo, no Brasil, os questionamentos relativos aos princípios modernistas (e.g. COMAS, 1984; FIORE, 2000; SANTOS, 1988). Neles, o conceito de lugar ainda detinha um forte viés de funcionalidade: lugares deveriam ser aqueles espaços urbanos cuidadosamente localizados, quantificados e definidos, destinados basicamente ao desempenho de funções de cunho social, como se discutiu no capítulo 2, seção 2.4.2.

Os primeiros projetos de pesquisa compreenderam uma trilogia<sup>118</sup> de investigações voltadas ao entendimento das relações e interrelações entre Porto Alegre e o rio Guaíba<sup>119</sup>, promovidas pela UNESCO através de seu Programa MAB<sup>120</sup> (UNESCO, 1979; 1983). Com elas, buscou-se operacionalizar e testar a utilização de algumas técnicas de análise urbana que empregam ferramentas da percepção ambiental. É relevante destacar, na trilogia, a pesquisa intitulada *Investigação de Diretrizes para um Projeto Ambiental* que, objetivando articular estratégias para o re-estabelecimento de relações entre a cidade e o rio Guaíba, investigou o Centro de Porto Alegre dos pontos de vista histórico, simbólico e morfológico-funcional, identificando a percepção que os moradores têm sobre seus limites, sobre os *elementos* referenciais mais significativos, as características do tecido urbano, além de determinar as áreas com maior potencialidade para receber intervenções de desenho urbano (CASTELLO, 1996).

### *Os passos da pesquisa de 1985*

A identificação de um *repertório dos elementos referenciais* foi buscada através de três tipos de “entradas”: estrutural, perceptual e experiencial.

---

<sup>118</sup> Com início a partir do ano de 1984, coordenamos os seguintes projetos de pesquisa: (i) Interrelações Ambientais: Porto Alegre e o rio Guaíba; (ii) Investigação de Diretrizes para um Projeto Ambiental; (iii) Análise Ambiental de Navegantes. Todos os três projetos deram origem a um acervo variado de publicações e relatórios técnicos, dos quais, alguns se tornaram responsáveis por fornecer subsídios para o presente trabalho.

<sup>119</sup> É recente a nomeação de “lago” que hoje é atribuída ao manancial hídrico da cidade. Na verdade, essa denominação ainda não existia no tempo em que foram realizadas as pesquisas. Embora seja geograficamente mais correto o uso da expressão *lago* Guaíba, o fato de os porto-alegrenses ainda estarem mais acostumados com a designação de *rio*, fará com que esta última denominação seja a privilegiada no presente trabalho.

<sup>120</sup> O Programa MAB (“Man And the Biosphere”) é um programa internacional e intergovernamental iniciado pela UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura) em 1971, que tem por objetivo o estabelecimento de bases científicas para a melhor ordenação do território, através do desenvolvimento de pesquisas aplicadas e formação de recursos humanos, no marco das ciências sociais e naturais, visando o estabelecimento de uma base racional para a utilização e conservação dos recursos da biosfera e a melhoria das relações entre as pessoas e o ambiente.

- (i) **Análise Estrutural** - As informações obtidas na análise estrutural foram de natureza morfológica e funcional, típicas dos levantamentos realizados mais comumente nas pesquisas de nossa área (e.g.: BACON, 1978; LYNCH, 1972b, 1982; ROSSI, 1977). Através dela são identificados e descritos padrões espaciais homogêneos, são informadas as principais condições sobre a estrutura urbana física e toda a equipagem necessária para o funcionamento eficiente dessa estrutura, tanto através de seus componentes construídos como em relação à sua sustentação no território natural. Busca-se entender, com isto, a lógica que permite (ou obstaculiza) o funcionamento do sistema urbano, através do arranjo estrutural que este adquiriu ao longo da evolução da cidade. Da mesma forma, são averiguados os níveis do tecido urbano, em seus diferentes graus de referência para a coletividade (temáticos e não-temáticos, de escala cotidiana, urbana ou metropolitana).
- (ii) **Análise Perceptual** - Nesta entrada analítica a técnica empregada foi a de *mapas mentais*, instrumento bastante útil para identificar as imagens mais significativas imprimidas pela forma urbana na cognição humana. A técnica vem sendo empregada com bons resultados desde sua definitiva incorporação às análises urbanas, efetuada por Lynch (1968). Muitos autores se valem do exame de “mapas mentais” desenhados pelos moradores (e.g. DEL RIO, 1990; STEA, 1969; STEA & KERKMAN, 2002; WHYTE, 1977), para desvelar, através deles, as imagens responsáveis por gravar as impressões mais marcantes encontradas nas mentes dos usuários - imagens capazes de induzir a percepção de um *lugar*. Além disso, os mapas, também chamados *cognitivos*, são capazes de trazer revelações que extrapolam os conteúdos meramente imagéticos. Para o antropólogo Clifford Geertz, por exemplo, como observado por Lamounier (1996, p. 33), os mapas cognitivos representariam *ideologias*, nas quais funcionariam “como conjuntos estruturados de interpretações e símbolos sem os quais nenhuma coletividade poderia compreender o seu próprio ambiente, a sua história, os problemas que enfrenta (...)”. Enquanto que para Guattari (1990), por outro lado, os mapas mentais seriam capazes de nos fornecer cartografias subjetivas do “uso” do ambiente, mais do que representar aquilo

“que é visto” no ambiente. Tanto numa como noutra interpretação fica patente, portanto, a força interpretativa da técnica, recomendando-a para estudos que objetivam sondar a qualidade de *lugar* atribuída a um espaço.

- (iii) Análise Experiencial - Finalmente, por meio de uma análise de natureza *comportamental*, também utilizando técnicas de percepção - como as de “cenário estruturado”, questionários abertos, e de participação comunitária (e.g. DEL RIO; IWATA; SANOFF, 2001; PPS, 2002; SANOFF, 2000; WHYTE, 1977; ZUBE, 1980) - foram investigadas as práticas cotidianas da população e os *lugares* onde tais práticas predominam, bem como o grau de afeição (ou rejeição) que se estabelece a partir da interação entre os usuários e os lugares onde se processa sua experiência de vida. Conjugando-se ao enfoque perceptivo anterior, buscou-se, com esta outra aproximação, aprofundar a compreensão dos nexos subjetivos que se formam entre pessoas e espaço, o conteúdo psicológico que se acha presente na relação entre as pessoas e o ambiente, que influencia até mesmo o comportamento e as atitudes dos cidadãos no uso que fazem do ambiente. Adicionalmente, esta terceira entrada preocupa-se com o fato de que os elementos caracterizadores do ambiente não são apenas visuais: o repertório de elementos, para ser significativo, deve incluir elementos “invisíveis”, sensoriais, perceptíveis ao nível das *sensações* que ocasionam. E a análise volta-se para o exame utilitário-fruitivo, ou seja, das experiências cotidianas de uso e fruição da área central pela comunidade, bem como do papel representado pelo elemento natural nessas experiências.

Seguiu-se uma classificação dos elementos assim detectados e seu agrupamento em função de um conjunto de critérios de referência. Este conjunto contemplou as seguintes características: poder estrutural do elemento; significado histórico; grau de atração de atividades urbanas; grau de evocabilidade ao rio; acessibilidade física ao rio; domínio público ou privado dos elementos.

O passo seguinte iniciou o processo de síntese das informações obtidas, começando por uma *hierarquização* dos elementos listados. A rigor, todos os elementos são marcantes, já que sua identificação resulta de um esquema de “leitura” que as

peessoas fazem do léxico ambiental que lhes é familiar. Mas alguns se destacam com mais força, enquanto outros permanecem menos percebidos, donde se pode deduzir que existe, na forma urbana, uma hierarquia entre os elementos que a caracterizam. A um mais alto grau de hierarquia, correspondem: uma maior intensidade de uso e fruição de alguns espaços; uma maior convergência de fluxos que se dirigem a pontos focais específicos; um mais intenso uso de determinados percursos. Esses distintos níveis hierarquizados dos elementos permitem identificar o arranjo estrutural do ambiente que se analisa - sua *estruturação* espacial.

De acordo com esses procedimentos, as manifestações materiais da simbologia urbana puderam ser reconhecidas através de uma *estrutura*, cuja lógica acaba sendo determinada pela maneira pela qual as pessoas usam os espaços urbanos e seus componentes para o exercício de suas diferentes atividades. *As pessoas vão e vêm, vêem, saem dos ônibus, entram nos prédios, trabalham, residem, freqüentam praças, param para conversar, brincam, jogam, circulam, descobrem atalhos, descobrem outras pessoas, conhecem o ambiente urbano.* Desenvolvem um processo de cognição do ambiente através da experiência visual e de uso desse ambiente. E “gravam” no território uma estrutura, representando, através dela, seus principais componentes, indicando seus melhores espaços de convívio, suas rotas de circulação, seus focos de convergência e os lugares nos quais centralizam-se prioritariamente suas experiências existenciais. Esta lógica é a do uso das facilidades, da leitura dos valores, da fruição e, também, o do menor esforço para o cumprimento dos afazeres (e dos prazeres) de cada dia. Por meio de todos seus sentidos recebem permanentemente informações sobre os *elementos* que compõem o ambiente central, atribuindo a alguns deles um conteúdo simbólico forte, às vezes, até tão forte, que os transformam nos contenedores, e até emissores, de significados da vida naquela cidade - de fenômenos existenciais - naquele contexto. Significados que acabam por conferir *valor* aos espaços urbanos, transformando-os em referências culturais (CARR, 1970). Insuflando-os de *urbanidade*.



Fig. 3.1 - Estruturação espacial predominante, Centro de Porto Alegre. Fonte: elaborado para a Tese.

Houve coincidências acentuadas entre os produtos conseguidos a partir das três “entradas”, consagrando no mais alto grau de hierarquia, três conjuntos de elementos (Praça da Alfândega; Praça da Matriz; e Conjunto Mercado Público / Prefeitura Municipal / Praça XV, com os respectivos entornos); e dois elementos axiais (Av. Borges de Medeiros; Rua dos Andradas) (FIGS. 3.1 a 3.7).



Fig. 3.2 - Praça da Alfândega  
Foto: Henrique Amaral Studio.



Fig. 3.3 - Praça da Matriz.  
Fonte: Internet.



Fig. 3.4 - Mercado Público e Largo da Prefeitura. Fonte: Internet.



Fig. 3.5 - Viaduto Otávio Rocha.  
Fonte: Internet.



Fig. 3.6 - Prefeitura "Velha".  
Fonte: Internet.

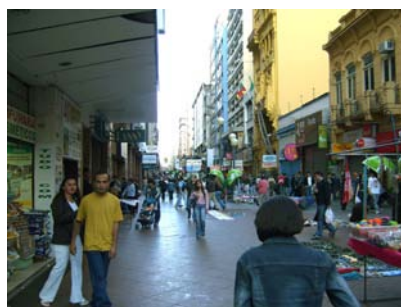


Fig. 3.7 - Rua da Praia. Foto:  
Juliana Schettert

À guisa de ilustração dos resultados obtidos apresentamos, na Tabela 3.1<sup>121</sup>, a lista de

<sup>121</sup> A Tabela transcreve as respostas dadas à seguinte pergunta: “Cite, agora, alguns lugares ou prédios que lhe vêm à cabeça quando se fala em ‘Centro de Porto Alegre’”. O número total de elementos citados chegou a 113. Apenas os elementos com mais de cinco citações estão transcritos na Tabela.

elementos que foram mencionados pelos entrevistados como os mais associados ao *Centro* de Porto Alegre, em suas respostas aos Questionários.

**TABELA 3.1 - ELEMENTOS QUE LEMBRAM O CENTRO DE PORTO ALEGRE**

	<b>ELEMENTOS MAIS CITADOS (somente os com 5 e + citações)</b>	<b>CITAÇÕES (nº)</b>
1	Mercado	54
2	Praça da Alfândega	46
3	Rua da Praia	44
4	Prefeitura	32
5	Praça da Matriz	21
6	Catedral Metropolitana	20
7	Praça XV de Novembro	17
8	MARGS - Museu de Artes	15
9	Correio Velho	15
10	Lojas Americanas	15
11	Avenida Borges	15
12	Palácio do Governo	12
13	Theatro São Pedro	12
14	Edifício SULACAP	11
15	Correio Novo	9
16	Galeria Malcon	9
17	Edifício Santa Cruz	9
18	Casa Masson	9
19	Lojas Renner	9
20	Chalé da Praça XV	8
21	Praça Montevideu	8
22	Santa Casa de Misericórdia	8
23	Viaduto Otávio Rocha (Viaduto da Borges)	7
24	Rua Voluntários da Pátria	7
25	Palácio da Justiça	6
26	Livraria do Globo	6
27	Galeria Chaves	6
28	Antigo Hotel Majestic	6
29	Edifício da CRT	6
30	Banco do Brasil	5
31	Calçada da Rua da Praia	5
32	Lojas Mesbla	5
33	Antiga Usina do Gasômetro	5
34	Avenida Salgado Filho	5

Fonte: CASTELLO, L. et al., 1986, p. 132.

Por fim, mais uma constatação importante a registrar dos trabalhos de pesquisa efetuados na área central de Porto Alegre diz respeito ao regime de propriedade dos elementos urbanos identificados. Isto porque alguns dos elementos seriam nitidamente de domínio privado, como por exemplo, grandes magazines, edifícios com galerias transversais, átrios de hotéis, casas paroquiais. Mostrou a experiência, contudo, que tais elementos podem ser tacitamente “apropriados” pelos usuários, como se fossem de domínio público. Nessa condição, são usados como verdadeiros pontos de encontro, passam a ser mencionados como referências espaciais independentes, seus próprios nomes adquirem uma conotação espacial que os tornam percebidos como marcos, são acompanhados por uma auréola de boatos e de estórias de prestígio ou de descrédito, bem como nos instruíra Tuan (1980b). Enfim, embora oficialmente privados, são *percebidos* como públicos. Esta constatação tem significativa importância para os pontos que tratamos neste trabalho, porque muitos dos novos lugares sendo introduzidos nas cidades da atualidade se incluem nessa categoria: são espaços privados, mas de apropriação pública (*semipúblicos*). Ou, mais simplesmente ainda, se inserem no “public realm” antes debatido.

De maneira mais substancial vale também apontar que a (então) relativamente difusa noção de *lugar urbano* começou a ganhar maior consistência com as descobertas empíricas que se sucederam durante essas experiências iniciais. Isto teria valido, no mínimo, para reconhecer que certos espaços do centro, além de serem notoriamente conhecidos (isto é, de terem forte registro *cognoscitivo*), seriam, além disso, notados mais atentamente pela população (isto é, seriam *percebidos* com maior facilidade), atenção esta reforçada pela mais intensa experiência de uso desses espaços (que indica a vivência *fruitiva* que neles tem lugar). Desnecessário ressaltar que, de uma constatação assim construída, torna-se bem mais claro delinear uma busca voltada objetivamente à identificação de *lugares* urbanos. E a descoberta dos lugares, de exploratória que era, pôde então avançar já com passos mais firmes, e com maior solidez científica.

Claro está que, passando-se da visão prévia que se tinha de lugar para uma visão agora melhor consubstanciada empiricamente, passou-se também a superar o hiato



que nos separava da *identificação de um lugar*<sup>122</sup>.

### 3.2.2 Os estímulos percebidos na região de Navegantes

A área industrial mais antiga de Porto Alegre, onde se originou grande parte de sua riqueza econômica, a região de Navegantes, igualmente situada às margens do Guaíba, foi também examinada nos trabalhos de campo da 1ª geração de pesquisas ambientais<sup>123</sup>. Repetiu-se em Navegantes o que havia se passado no centro de Porto Alegre: as investigações foram realizadas em mais de um momento temporal, dando margem a coletas de dados que permitiram acompanhar algumas das drásticas *mudanças* a ocorrer naquela região da cidade, uma área em rápida transformação.

Como nos trabalhos anteriores, foram utilizados os três enfoques analíticos: uma análise estrutural, uma de cunho perceptual, e uma de natureza experiencial.

Algumas das investigações procedidas nessa pesquisa transpuseram os limites estritos ditados pelos interesses de nossa disciplina. Assim, conseguiu-se descobrir, por exemplo, testemunhos relativos à percepção que os *empresários* têm sobre as localizações urbanas, percepção esta fortemente amarrada a noções de *economia urbana*. Este ganho deu margem a contemplar algumas das oportunidades (ou dos desestímulos) percebidas como determinantes pelos *entrepreneurs* (e também pelos gestores públicos) em relação a antigas áreas industriais que se esvaziam no interior dos territórios das metrópoles brasileiras, como bem representava o caso. Aliás, à época, eram bem pouco freqüentes os trabalhos de pesquisa tratando do tema das “brownfield areas”, como são conhecidas na literatura norte-americana as áreas

---

<sup>122</sup> O grande predomínio de notícias que se tinha de lugar provinha, até então, dos escritos de Kevin Lynch, cujo acesso era bastante restrito na época, já que documentos sobre o grosso de sua produção só viriam a se tornar divulgados mais amplamente após o exaustivo esforço de registro realizado por seus seguidores Banerjee & Southworth, publicado tão somente em 1991.

<sup>123</sup> Após a realização das pesquisas para o Programa MAB-UNESCO foram realizadas outras mais, tanto na área central de Porto Alegre quanto na região costeira de Navegantes, razão pela qual, para diferenciá-las das demais, se emprega a expressão “pesquisas de 1ª geração”.

centrais que se tornam esvaziadas devido à obsolescência de certos usos do solo urbano (BARNETT, 1996; BLACK, 1997; IANNONE, 1995; WOOD, 1998; WRIGHT, 1997).

Mais uma vez as metodologias que se valem da percepção ambiental pareceram apropriadas para identificar *lugares*. Um dos ganhos teóricos mais significativos derivados dessa etapa foi, indubitavelmente, a confirmação de que o lugar da urbanidade é rico em elementos que brotam de mecanismos associados ao campo da *memória*. Confirmou-se ser ali o lócus onde se processam experiências de vida suficientemente destacadas de modo a adquirir um significado que se torna *memorável* em relação aos demais fatos cotidianos da vida dos cidadãos. Os resultados das pesquisas aumentaram a convicção de que o lugar urbano – o lugar da urbanidade – é um espaço rico em signos percebidos coletivamente como significativos para a história da cidade.

A região de Navegantes apresenta uma morfologia tipicamente marcada por importantes remanescentes do passado industrial da cidade, com os melhores exemplares da arquitetura industrial sediados ao longo de uma artéria estruturadora, a rua Voluntários da Pátria. A trama viária, embora predominantemente reticular, apresenta alguns desvios em sua regularidade, originando uma mescla de quarteirões grandes e pequenos, característica familiarmente encontrada em tecidos urbanos industriais. Também como um elemento morfológico de destaque, vale citar um conjunto de residências operárias, ainda em utilização, construído por um dos primeiros industrialistas locais, o que ressalta ainda mais a força da imagem industrial de que está imbuído o tecido de toda a região. No todo da região, muitos prédios mantêm-se de pé; porém foram desmembrados e subdivididos em espaços menores, para acomodar novos - e menos nobres - usos.

As pesquisas apontaram para uma constatação até certo ponto surpreendente: mesmo frente ao severo declínio urbano experimentado por algumas das locações e dos avantajados vazios decorrentes do abandono de uso em outras, a força imagética de alguns elementos da paisagem permaneceu viva na mente das pessoas entrevistadas. Com isto, uma coleção razoavelmente homogênea de imagens

decorrentes dos tempos do auge industrial da zona - e marcadamente denotadoras do tipo de viver da era da industrialização - apresentou-se como predominante nas percepções dos residentes, conforme pôde ser colhido dos mapas mentais por eles desenhados. Entre os elementos desenhados com maior frequência destacam-se: velhas fábricas (como Renner e Neugebauer); a vila operária da FIATECI<sup>124</sup> antes mencionada; as ilhas e a zona da ponte; a igreja; as Avenidas Roosevelt e Farrapos; e a Estação Rodoviária (esta última localizada na interface com a área central).

Permanece muito forte a percepção de *ambiente industrial* associado à área, despontando um bom número de marcos que se estruturam como verdadeiros símbolos da região, destacando-se como figuras de realce contra o fundo homogêneo do tecido industrial. Entre eles, merece ser citado o conjunto localizado próximo à ponte do rio Guaíba, onde ocorre uma interessante articulação de elementos, constituídos pelo complexo de pontes, os espaços da igreja dos Navegantes, velhos pavilhões industriais, além da oferta de ampla permeabilidade a oferecer uma alentada contemplação visual do rio.

A tabela que selecionamos para ilustrar as operações de pesquisa realizadas em Navegantes, Tabela 3.3, resume as respostas a um dos itens do Questionário que se ocupou de investigar as possibilidades de reaproximação do bairro com o rio. A questão solicitava que o entrevistado indicasse qual seria a melhor localização para a implantação de um novo elemento na área, situado nas proximidades da água. Interessa-nos transcrevê-la aqui, pois é bem reveladora da percepção que já existiria, mesmo àquela época, da potencialidade latente que desfrutava o setor que, mais tarde, viria a abrigar o projeto do shopping DC-Navegantes, um dos temas abordados nas ilustrações de *lugares* de que trata o Capítulo 5: 40% das respostas o indicaram como o local mais provável de receber um elemento de conexão ao rio.

---

<sup>124</sup> Companhia Fiação e Tecidos Porto-alegrense.

TABELA 3.2 - DETERMINAÇÃO DE UM LOCAL À BEIRA D'ÁGUA NA ÁREA DE PESQUISA

LOCALIZAÇÃO PROVÁVEL		Nº	%
1. Proximidade de marcos conhecidos	- Perto ponte - Perto Igreja Navegantes - Perto Doca Turística - Perto Clubes Náuticos	18	40,00
2. Sem sugestão de local	- Não tem idéia - Indiferente - Não sei / Nenhum	11	24,45
3. Locais do outro lado do rio / trechos variados ao longo do rio	- Ilha do Pavão - Ilhas - Praia Alegria - Entre Ceasa e Armazém 3 - No Porto - Atrás da Avenida	10	22,22
4. Na direção de vias ou na direção bairro-centro	- Na direção Hoffmann - Na direção Paraíba - Na direção Pernambuco - Quem sabe na Cância Gomes - Na direção do Centro	6	13,33
TOTAL		45	100,00

Fonte: CASTELLO, L. et al., 1988, p. 52.

### 3.2.3 Estímulos percebidos e os lugares da urbanidade

Sem dúvida, a contribuição mais decisiva que as pesquisas trazem é a revelação da manifestação do fenômeno da *urbanidade*. E que onde há urbanidade pode haver lugar. Mas, aonde há *urbanidade*?

É recorrente nossa idéia de que a *urbanidade* é gerada socialmente, e que seu determinismo na formação dos lugares está associado a fenômenos processados no desenrolar do cotidiano das cidades, de fenômenos que se encontram em constante manifestação na vida urbana. Sendo assim, o sentido que damos à noção de urbanidade neste trabalho vai um pouco além de sua definição enciclopédica, que normalmente limita seu sentido a não mais do que demonstrações de civilidade, cortesia, afabilidade (FERREIRA, 1999).

*Urbanidade*, compreendida num sentido bem amplo, tem a ver com o potencial que o espaço contém para trocas sociais, com as oportunidades que oferece para

experiências pluriculturais, entendidas estas como fundamentadas nos contatos eventuais, nas descobertas das diferenças, nas confrontações com “outros” grupos sociais e culturais além do “nosso”, com o mundo multidimensional da heterotopia - com o intercâmbio da informação. Enfim, tem a ver com as interações sociais entre grupos sociais diversos, abrindo, entre outras possibilidades, um caminho por onde buscar uma compreensão social mútua no ambiente urbano através da troca de informações.

Graças a essas características, a *urbanidade* costuma ficar estreitamente vinculada à noção de *espaço público*. Mas, como se viu, esta noção vem sendo amplamente contestada nos últimos tempos, preferindo-se adotar, em muitas circunstâncias (como a do presente trabalho), o termo mais genérico de “public realm”, que compreende, como notam certos autores, um significado de espectro mais amplo. Hannah Arendt, por exemplo, entende que a noção de “public realm” satisfaz a três importantes critérios: (i) por ultrapassar o tempo de vida natural das pessoas, participa da produção de memória e, conseqüentemente, carrega, em si, um sentido de história e de sociedade aos indivíduos; (ii) é fruto de uma produção coletiva e é um palco onde grupos diferenciados de pessoas podem dialogar, debater, confrontar-se; (iii) é acessível e usada por todos (ARENDR, 1958 apud ELLIN, 1999, p. 147-148, n. 6).

### *Estimuladores da percepção de lugares da urbanidade*

É bastante aceitável inferir-se que cada cidade apresenta uma série de tipos mais característicos de lugares, na qual, certamente deverá salientar-se um tipo representativo das peculiaridades regionais: um tipo que encarnará o “espírito de lugar” da região. Assim, poderão existir lugares místicos, sagrados, profanos, heróicos, etc., que refletirão a realidade do contexto onde se situam. Claro, independente disto, os tipos de lugares poderão ser tão variados quanto variados são os fatos humanos. Há lugares de verão, de inverno, de solidão, de alegria, de contato, de recolhimento. Só que estudá-los assim dispersos não chega a despertar as

melhores oportunidades para se trilhar um caminho confiável, no sentido de sistematizar o aprofundamento do estudo de lugares urbanos - como se deseja incentivar aqui.

Novamente despontam, nesse sentido, boas oportunidades suscitadas pelo emprego da percepção ambiental.

O caminho oferecido pelas pesquisas que se valem da percepção ambiental para identificar lugares parece ser seguro, já que se encontra fortemente calcado na expressão dos fenômenos experimentados pelos usuários em suas experiências existenciais: a percepção que eles têm a respeito dos espaços urbanos é, na verdade, fortemente influenciada pelos estímulos emitidos pelo ambiente urbano, estímulos que se originam do exercício da vida que se passa naquele ambiente e dos elementos do cenário que foram sendo experimentados e construídos ao longo da vida exercitada no ambiente. Com forte conotação fenomenológica, portanto.

Vale ressaltar que se concebe um lugar da urbanidade como sendo aquele espaço da cidade percebido como dotado de qualificações que geram estímulos às pessoas - *estímulos que fazem com que as pessoas percebam uma diferença*. Foi esta uma das primeiras constatações adquiridas ao longo dos projetos de pesquisa de percepção ambiental que realizamos em Porto Alegre.

Na verdade, mesmo à época da elaboração dos relatórios e dos textos iniciais motivados pelas pesquisas já se buscava vincular a identificação dos elementos mais destacados na estrutura urbana a *fenômenos* que porventura pudessem estar por trás das identificações, como vimos. A re-leitura dos textos publicados em função daquelas pesquisas permite localizar até especificamente *quando* se faz menção a essas vinculações. Neles, lê-se que:

Após a definição de um repertório de elementos, os passos seguintes da análise ambiental dirigiram-se para a seleção de critérios para classificá-los, destacando-se: poder estruturador, significado histórico, grau de atração de atividades urbanas (centralidade), grau de evocabilidade do rio e de acessibilidade física ao rio (CASTELLO, 1996, p. 34).

Ora, o que são estes “critérios” classificatórios senão manifestações de natureza *fenomenológica*? O Relatório de Pesquisa que deu origem ao texto acima citado assumiu um papel verdadeiramente desbravador, pois permitiu inferir que os mesmos seriam de natureza intrinsecamente *fenomenológica*, como indicam claramente as considerações abaixo:

O *poder estrutural* considera as características de cada elemento apreciadas em função de seu porte (aí incluídos sua configuração e sua forma), que faz com que o elemento se distinga como uma figura de destaque, que se expressa contra o fundo indiferenciado do restante da paisagem: graças a isso, tem força estruturadora, impressiona, tem aura de referencial urbano, impõe-se como um ponto focal do ambiente urbanizado.

O *significado histórico*, embora também detentor de uma potencialidade estruturadora, confere importância aos elementos em função de seu papel na história e nas tradições da cidade, privilegiando a permanência dos elementos como referenciais urbanos de expressivo significado na memória da cidade, transformando-se em ícones que simbolizam a cultura dominante na região.

Um elemento é dotado de um mais elevado *grau de atração de atividades urbanas (centralidade)* quando, obviamente, possui maior força polarizadora de população e de fluxos: o critério então compreende os focos de animação, as concentrações que propiciam uma maior pluralidade de atividades e de funções e que, por isto, se destacam sobremaneira em relação aos demais espaços da cidade.

Por fim, especialmente em sua primeira colocação, o critério do *grau de evocabilidade do rio e de acessibilidade física ao rio*<sup>125</sup> envolve referências relacionadas com fenômenos tipicamente subjetivos, como, por exemplo, a força simbólica que certas imagens são capazes de evocar: são elas que acabam por atribuir força a um determinado elemento pela presença de uma aura - material e imaterial - que cerca esse elemento.

Uma re-leitura hoje desses critérios permite apontar para certos conteúdos fenomenológicos compartilhados por alguns lugares. Alguns lugares são procurados em função de sua reputação; outros são preferidos por serem evocativos de fatos memoráveis; outros, ainda, são buscados por estarem dotados de extraordinários níveis de animação e de sociabilização. Desta forma, são os conteúdos fenomenológicos que ajudam a destacar certos “tipos” de lugares. O que nos faz indagar: e não seria em nome desse compartilhar de fenômenos que certos espaços teriam adquirido o *status* de lugar? Um status de lugar da memória, de lugar da aura ou de lugar da pluralidade?

Pois das pesquisas surgiram indícios de que o status de lugar adquirido por certos espaços estaria ocorrendo precisamente:

- em nome do maior número de contatos pessoais e trocas possíveis que espaços marcados pela *pluralidade* têm o poder de concentrar;
- em nome de uma certa *aura* de especialidade que cerca e pela qual se tornam percebidos certos espaços favoravelmente diferenciados da cidade;
- em nome de fenômenos ambientais percebidos pelos populares como ligados à *memória* coletiva da cidade.

A partir dessas respostas tornou-se factível deduzir que os conteúdos fenomenológicos comuns de que compartilhavam os lugares revelados nas pesquisas

---

<sup>125</sup> Optamos por conservar juntos esses dois fatores - evocabilidade e acessibilidade - para conservar a transcrição literal do relatório original da pesquisa (CASTELLO, 1986).



agrupavam-se em torno de três tipos de fenômenos: *pluralidade*, *aura* e *memória*. E tal constatação levou-nos a abrir a direção segundo a qual aproximarmo-nos de nosso propósito de organizar o aprofundamento do estudo de lugares de forma mais sistematizada: partir de uma classificação tipológica que, por mais minimalista que seja, será capaz de acomodar confortavelmente muitas das categorias teóricas envolvidas no conceito de *lugar*.

Claro, estamos nos valendo de uma simplificação que tem sentido na medida em que poderá nos ajudar a melhor acompanhar, entender, explicar, ou a categorizar os tipos de lugares que se destacam como *lugares da urbanidade*. Na verdade, todos os três têm sua razão de ser no cotidiano urbano, se entrelaçam e se perpassam. As pessoas se sentem bem ao freqüentar um lugar da *memória*: isto lhes reassegura suas origens. E o lugar para a festa, o encontro, a troca, ou, mesmo, o lugar do consumo contagiante que a *pluralidade* de toda grande cidade estimula, é igualmente bem-vindo. E que é muito desejável freqüentar o lugar rodeado de *aura*, de mistério, de beleza, de subjetividade, de fama, de respeito, de prestígio, de fantasia, ao qual sabemos ser possível acorrer em nossos momentos de reflexões, decisões, e etapas ligadas aos ciclos de vida que recorrentemente afetam nossos fenômenos existenciais.

Surgem dos antecedentes empíricos, pequenas nuances tipológicas a indicar variações para os *lugares da urbanidade*. Passa-se admitir a ocorrência de lugares mais relacionados a fenômenos associados ao passado histórico da cidade - os *lugares da memória*. Ou a manifestações fenomenológicas cujas origens se dão de forma mais direta por sua relação com o brilho que circunda certos espaços - transformando-se em verdadeiros *lugares da aura*. Por seu lado, os espaços de encontro, de trocas, as interfaces onde se intercambiam as informações, onde se acompanha a inovação - serão *lugares da pluralidade*. Todos acompanhados pela particular condição de serem lugares semipúblicos, quando referidos a sua situação de domínio.

Cada um desses tópicos configura individualmente um tema - cada um suscitaria a elaboração de uma tese profunda o bastante para desenvolvê-lo por si próprio -, razão pela qual, nossa postura deverá ser de contenção, limitando-nos a esboçar apenas algumas considerações sobre cada um deles. Além disso, como se sabe, o

campo fenomenológico não é de fácil precisão, justamente por abordar manifestações existenciais e como tal, de cunho fluido e, algumas vezes, até imaterial. Mesmo assim, é importante assinalar a constatação de que é possível destacar, dentro de uma variedade de fenômenos, aqueles aos quais se torna aceitável atribuir a emissão de estímulos capazes de gerar *lugares* na estrutura urbana.

### 3.3 ANTECEDENTES EMPÍRICOS DO LUGAR DA CLONAGEM: CIDADES GAÚCHAS (1989-2004)

#### 3.3.1 A percepção estimulada em cidades gaúchas

Na maior parte das pesquisas em que tivemos envolvimento direto, são as cidades gaúchas as que têm fornecido o material empírico fundamental. De fato, o lócus dominante dos trabalhos vem sendo a realidade urbana rio-grandense, com o maior volume de informações originando-se dos estudos realizados na própria capital do Estado, Porto Alegre. Não obstante, cidades de porte médio e, também, cidades pequenas foram incluídas nas investigações, de modo a permitir que se amplie e diversifique o leque de informações.

Em Porto Alegre a experiência da área central foi realizada novamente - dez anos após a primeira.

#### *Os passos da pesquisa de 1995*

Na análise feita em 1995 investigou-se novamente a existência de um repertório de elementos, submetendo os usuários a uma *verbalização* desse repertório, através de entrevistas; fazendo-os desenhar o que seria sua *mentalização* do repertório; e observando-os na *utilização* do repertório.

- (i) A verbalização do repertório - através dessa operação, investigou-se as maneiras pelas quais a população se refere verbalmente aos elementos

constitutivos da paisagem. Ao serem entrevistados, os usuários do centro verbalizam a maneira que têm de perceber as imagens que lhes são antepostas durante a experiência de uso dos espaços centrais. Isto permitiu obter listagens das referências empregadas pela população para ilustrar suas respostas. Foram usados seis diferentes tipos de estímulos: descrição dos limites; imagens associadas à expressão “centro da cidade”; referências cognitivas; elementos estruturadores da paisagem; cognição adquirida sobre elementos estruturais selecionados; e citação dos lugares da urbanidade. A Tabela 3.2 mostra as respostas à questão sobre quais seriam os “lugares e prédios que mais chamam a atenção no centro”. Ao responderem, os entrevistados estão emitindo suas verbalizações a respeito dos pontos que mais se destacam na estrutura mental que fazem das imagens do Centro, revelando os elementos estruturadores da paisagem central.

- (ii) A mentalização do repertório - essa categoria permitiu investigar as imagens mentais que as pessoas guardam em suas cabeças em relação às formas da área central - a suas materialidades construídas. Trabalhou-se com um grande conjunto de mapas mentais desenhados pela população, conseguindo-se um substancial volume de desenhos realizados pelas próprias pessoas entrevistadas.
- (iii) A utilização do repertório - nessa entrada se investigou os usos e apropriações dos espaços centrais por grupos diferenciados, seja através de diferenças de idade, de gênero, ou por eventuais diferenças de cunho cultural. Reconheceu-se que para se estudar os centros das cidades, é preciso admitir que neles se estabelecem diversos recortes espaciais utilizados pelas diferentes “microculturas” que freqüentam o centro; e que existem lugares típicos para cada uma das “tribos” que convivem no grande complexo multicultural que é uma metrópole contemporânea, do que Porto Alegre não faz exceção.

TABELA 3.3 – LUGARES E PRÉDIOS QUE CHAMAM A ATENÇÃO NO CENTRO

AGRUPAMENTOS	Nº	AGRUPAMENTOS	Nº
<p><b>Praça da Matriz e arredores:</b>  Monumento na praça;  Entorno da praça;  Palácio Justiça;  Catedral Metropolitana;  Palácio Piratini;  Assembléia Legislativa;  Biblioteca Pública;  Solar dos Palmeiro;  Solar dos Câmara;  Casa na Duque junto Museu J.Castilhos;  Tribunal Regional Eleitoral;  Colégio Ernesto Dornelles.</p>	61	<p><b>Edifícios antigos:</b>  Voluntários x P. Bandeira (Atacado Nestor);  Independência X Cel.Vicente(Santa Casa);  Fachadas antigas na Voluntários;  Edifício ELY;  Edifício Banco Meridional;  Igreja das Dores;  Igreja do Rosário;  Igreja da Conceição;  Prédio Casa do Desenho;  Bancos restaurados na José Montauri;  Palácio do Comércio;  Antiga Confeitaria Rocco;  Banco Safra;  Antigo edifício da Alfândega;  Casas abandonadas na Riachuelo.</p>	30
<p><b>Mercado e arredores:</b>  Praça XV;  Chalet da Praça XV;  Prefeitura velha;  Largo Glênio Peres.</p>	53	<p><b>Rua da Praia:</b>  Trecho entre Dr. Flores e McDonald's;  Lojas do calçadão;  “Mulherio”;  Esquina Democrática;  Quartéis;  Bingo Cacique;  Cinemas em geral; cine Victória.</p>	19
<p><b>Praça da Alfândega e entorno:</b>  Correios;  Museu de Artes RGS;  Clube do Comércio;  Cais do Porto/Portal.</p>	40	<p><b>Estabelecimentos diversos:</b>  Shopping Rua da Praia;  Galeria Malcon;  Galeria Santa Catarina;  Lojas Americanas;  Lojas Ughini;  Livrarias da Riachuelo.</p>	15
<p><b>Edifícios modernos:</b>  CRT;  SULACAP;  Cia. UNIÃO;  Coliseu;  CEF;  BANRISUL;  EDEL Trade Center;  KLIFT Tower;  CEEE;  APLUB;  Prédio inacabado Gen.Vitorino x Vigário;  Prédio inacabado junto Galeria Rosário;  Edifício na Salgado Filho x Dr.Flores;  MESBLA;  Edifício Chaves (do relógio);  Edifício Santa Cruz;  Bolsa de Mercadorias RS;  Banco do Brasil;  Lojas RENNEN;  Prédios altos;  “Chocolatão”;  Centro Administrativo.</p>	36	<p><b>Usina do Gasômetro</b></p>	14
<p><b>Casa de Cultura M.Quintana</b></p>	31	<p><b>Eixos e Pontos diversos:</b>  Independência;  Voluntários;  Rodoviária;  Parque Marinha do Brasil;  Redenção;  Praça Otávio Rocha;  Shopping Praia de Belas;  Cidade Baixa;  Faculdade Direito;  Universidade; Colégio de Aplicação;  Prédio Instituto de Biociências.</p>	13
		<p><b>Avenida Borges:</b>  Viaduto;  Calçadão.</p>	7

Na pesquisa dos “10 anos depois”, a identificação dos espaços percebidos como sendo os lugares mais queridos da população mostrou uma exatidão bastante aceitável: praticamente todos os resultados se confirmaram, isto é, a identificação do que poderia ser percebido como lugares urbanos se confirmou. E, mais ainda, naqueles lugares onde no decurso dos 10 anos entre as pesquisas houve alguma intervenção projetual, como na Usina do Gasômetro e no Hotel Majestic, a força com que esses lugares costumavam ser percebidos, se potencializou<sup>126</sup> - sua percepção tornou-se estimulada pela ação projetual e pela divulgação das novas atividades lá introduzidas.

### *Outras indicações*

Com a aproximação da virada do milênio - e com a continuidade das pesquisas<sup>127</sup> - passamos a encontrar, em cidades gaúchas, lugares claramente criados pela implementação de ações planejadas, seja por iniciativas *ad hoc* das comunidades locais, seja por ações estatais de planejamento.

Um salto qualitativo bastante expressivo pôde ser notado nas pesquisas que foram se sucedendo: fatos empíricos encontrados na realidade urbana rio-grandense começaram a fornecer testemunhos de manifestações até certo ponto incomuns para aquele contexto regional. Na verdade, seriam demonstrações talvez mais próximas das novas práticas urbanísticas disseminadas através dos processos mundiais da globalização - isto é, aquelas encontradas com mais constância nos maiores centros urbanos. Contudo, no Rio Grande do Sul, para nossa surpresa, o fenômeno começava a despontar até mesmo em centros pequenos e de menor expressão urbana. Por

---

<sup>126</sup> Ver também Capítulo 5, Tabela 5.1.

<sup>127</sup> Para a listagem dessas pesquisas, consultar ANEXO I. Os produtos derivados das pesquisas incluem não somente Relatórios específicos como, também, publicações apresentadas em diferentes formatos, como capítulos de livros, anais de congressos, CD-ROM, meio digital. Não há condições práticas para sua inclusão nesta Tese. Entretanto, selecionamos alguns títulos, listados no ANEXO II, que contêm subsídios para as reflexões discutidas na Tese. Todos se encontram disponíveis na Biblioteca Setorial da Faculdade de Arquitetura da UFRGS.

óbvio, tais manifestações passaram a ser o objeto da curiosidade científica e a animar de forma inesperada os trabalhos de investigação. Este caminho culminou por nos indicar argumentos na direção de enunciar nossa hipótese.

Pareceu-nos configurar-se que não só os estímulos ambientais percebidos pelos usuários seriam decisivos na determinação de um lugar da urbanidade, mas passou-se a conjecturar que também uma percepção estimulada poderia estar se tornando responsável por atribuir a um espaço urbano a qualificação de *lugar*.

Uma qualificação de lugar tentada por meio de um processo de clonagem dos fenômenos responsáveis pela atribuição da urbanidade encontrada nos lugares da urbanidade.

Lugares “clonados” passaram, assim, a se apresentar como uma variação tipológica introduzida em relação aos tipos de lugares que nos eram mais familiares em nosso repertório. Desta forma, além dos lugares tradicionais, as cidades gaúchas começavam a admitir novos lugares, criados em função de uma percepção estimulada - estímulos que tentariam, intencionalmente, qualificá-los para que se tornassem *percebidos como lugares urbanos*.

Os antecedentes empíricos assim obtidos se tornaram responsáveis por um bom número de avanços, autorizando-nos a:

- (i) reconhecer fenômenos urbanos em cidades gaúchas, associados a práticas características do processo de globalização em andamento no mundo, isto é, o local refletindo o global;
- (ii) reconhecer manifestações reais de fenômenos que se localizam no pensamento pós-moderno em urbanismo;
- (iii) enunciar o conceito de *meta-urbanismo*;
- (iv) enunciar o conceito de *lugar da clonagem*;
- (v) distinguir discretas variações no âmbito dos lugares da urbanidade;

- (vi) distinguir discretas variações no âmbito dos lugares da clonagem;
- (vii) levantar interpretações e reflexões a respeito da constatação de fenômenos em andamento nas cidades brasileiras contemporâneas, em relação à geração de seus lugares.

Claro está que somente as anotações empíricas e a constatação de novos fenômenos ocorrendo *in situ* não são suficientes para impulsionar qualquer avanço científico se não se fizerem acompanhar por um acompanhamento bibliográfico que traga alguma luz sobre os fatos sendo expostos. Uma inflexão metodológica dirigiu-nos, então, a um sistema de consultas mais assíduas a títulos selecionados da bibliografia, para que se pudessem tornar mais bem entendidas as novas informações que o empirismo insistia em nos comunicar. E consultas a uma bibliografia que fosse, além de atualizada, relativamente especializada, já que o objeto de pesquisa transcendia aos limites das manifestações fenomenológicas mais conhecidas em nível *local*, convocando a inserção de títulos que abrangessem uma dimensão mais *global*.

Entram, então, em cena, autores e obras que retratam os fenômenos que fervilham na atualidade da construção dos ambientes contemporâneos, dentro de perspectivas que se acomodam bem sob a denominação de *pós-modernas*, e que passam a complementar os novos sinais recebidos das cidades rio-grandenses.

A sintomatologia sobre as manifestações dos novos lugares urbanos é ilustrada por ocorrências encontradas tanto em Porto Alegre quanto em cidades serranas gaúchas. Em Porto Alegre, foram bem sintomáticas as situações apresentadas em casos como: (i) a reciclagem da Usina do Gasômetro, no centro da cidade; (ii) o complexo híbrido do novo Aeroporto da cidade; (iii) o novo Distrito Comercial Navegantes. E na região da Serra Gaúcha, os casos (i) da Região das Hortênsias; (ii) da Via Gênova de Serafina Corrêa. O capítulo 5 elaborará especificamente sobre essas situações.

Por fim - a julgar por manifestações atuais da imprensa local - vale ainda mencionar o início - finalmente - de uma preocupação mais decididamente voltada a *lugares* na

mídia gaúcha. O interesse, ainda que se manifestando de forma apenas incipiente e eventual, traduz-se pela realização de recente promoção de um jornal local que se pôs a investigar quais seriam, na opinião dos porto-alegrenses, os “lugares favoritos” da cidade. Denominada *Promoção Porto Alegre é 10*, o jornal Zero Hora incentivou leitores a votar por meio de cupons e de acessos on-line numa lista de sugestões<sup>128</sup> elaborada por um “júri de personalidades”<sup>129</sup>. Claro, trata-se simplesmente de uma pesquisa de opinião - e não, obviamente, de percepção - mas, assim mesmo, reflete um sintoma sentido na sociedade para reclinar-se sobre o papel desses atores substanciais nas cidades contemporâneas - os *lugares urbanos*. Mesmo que a lista de sugestões reflita os padrões acentuadamente elitistas de seus emissores - incluindo lugares que dificilmente seriam acessíveis à maior parte da população -, a experiência não deixa de ter valor, cujo mérito residiria precisamente em estimular o interesse da população pelo tema dos *lugares*, muitos dos quais, claramente abrangidos no que aqui entendemos como lugares “clonados”.

### 3.3.2 A percepção estimulada em outras cidades

A intenção a seguir é a de trazer exemplares que ilustrem, em cidades de todo o mundo, a presença dos tipos de lugares que enunciamos neste trabalho. Para prosseguir, contudo, far-se-á indispensável retroceder algumas páginas e reler o capítulo inicial, que chamamos de *Apresentação do Lugar*. Quando, naquele capítulo, apresentamos nossos termos de referência para o presente trabalho, introduzimos o leitor aos agrupamentos de lugares que classificamos sob as seguintes denominações: da pluralidade heterotópica; da pluralidade privatópica; da aura natural; da aura

---

<sup>128</sup> As sugestões incluíram 17 categorias de locais preferidos da capital gaúcha, entre as quais: rua de comércio; rua para se viver; restauração comercial; prédio histórico comercial; praça; parque; **lugar**; ambiente de bar; espaço cultural. Na categoria “lugar” os concorrentes que se classificaram como finalistas foram: Ponta do Gasômetro; Cais do Porto; Calçadão de Ipanema; Brique da Redenção; Sétimo Céu. O Cais do Porto foi escolhido como preferido.

<sup>129</sup> “Participe e ajude a eleger os lugares mais bonitos de Porto Alegre” dizia uma das chamadas à promoção do jornal ZERO HORA, realizada no período de 16 a 30 de novembro de 2004.



cultural; da memória tradicional; e da memória histórica. Observamos que a pluralidade é uma condição que, agregando aura e memória, é gerada da interação entre as pessoas, ou seja, que envolve fenômenos que integram o mundo dos contatos interpessoais. Observamos, igualmente, que os lugares estimulados por fenômenos de aura e de memória se entrelaçam na manifestação da pluralidade, e geram lugares plurais. A urbanidade, por ser um fenômeno tipicamente coletivo, encontra maiores oportunidades para se manifestar em lugares onde está presente a pluralidade, seja ela decorrente de fenômenos da aura ou da memória, ou, ainda, de ambos.

Retornamos, agora, a esses critérios tipológicos para produzir a seqüência de imagens que ilustrarão as variadas manifestações de lugares da clonagem encontrados espalhados ao longo das diversas urbanizações mundiais contemporâneas.

### *Exemplos de lugares da pluralidade heterotópica*

O destaque mais conhecido nesta categoria cabe indiscutivelmente aos grandes *shoppings*. Como um “posto avançado” da centralidade urbana em território usualmente suburbano, a própria invenção do *edifício-shopping-mall* representaria um clone dessa centralidade urbana, onde a arquitetura “(...) manipulated space and light to achieve the density and bustle of a city downtown - to create essentially a fantasy urbanism devoid of the city’s negative aspects: weather, traffic, and poor people” (CRAWFORD, 1997, p. 22). Que a própria ideologia do “shopping-mall” encerra a intenção de clonar a urbanidade encontrada nas áreas centrais das cidades, já vem embutida na própria conceituação original dos *shoppings*. Na postulação de Victor Gruen, reconhecidamente o “inventor” do “shopping mall”, entendia-se que “Not only would malls *become* urban centers (...) but, moreover, malls would become the template for urbanity itself (...)” (LEONG, 2001, p. 385, ênfase no original).

Dos exemplares selecionados para ilustrar a categoria, merece comentários mais

alongados o caso de Berlim. São igualmente bastante ilustrativos os exemplos apresentados por projetos como: o shopping *Maremagnum*, incluído na reurbanização do complexo do *Port Vell*, em Barcelona, em cujo projeto destaca-se a participação de M. Solà Morales (FIGS. 3.8 e 3.9); o shopping *Decks* (FIG. 3.10), que se integra às grandes obras incluídas na nova urbanização chamada *Tokyo Bay*, na Baía de Odaiba, gigantesco complexo construído em área aterrada sobre o mar, em Tóquio, que inclui uma diversidade muito variada de *lugares*, como o centro de eventos *Tokyo Exhibition Center* (FIGS. 3.11 e 3.12), projeto do escritório Axs Satow, e a Fuji TV (FIG. 3.13), projeto de Kenzo Tange; o novo empreendimento denominado *Greenwich Península* (FIG. 3.14 e 3.16), cujo planejamento é da Richard Rogers Partnership, coroado pelo famoso *Millennium Dome* (FIG. 3.15), em Londres; a reurbanização da área central de Haia, na Holanda, com destaques para obras de Cesar Pelli e Michael Graves (FIG. 3.17), Rob Krier (FIG. 3.18) e Richard Meier (FIG. 3.19); e, ainda, dentro da categoria da pluralidade heterotópica, o projeto do *CentrO*, grande clonagem de uma área central, realizada na região do Ruhr, Alemanha (apresentado no Capítulo 4).



Fig. 3.8 - Projeto do Port Vell, destacando-se o Maremagnum.  
Fonte: folheto turístico.



Fig. 3.9 - Barcelona: shopping Maremagnum. Foto: L. Castello



Fig. 3.10 - Tóquio: shopping "Decks". Foto: Lineu Castello.

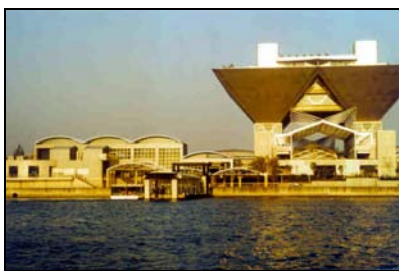


Fig. 3.11 - Tokyo Exhibition Center. Foto: Lineu Castello.



Fig. 3.12 - Tokyo Exhibition Center. Foto: Lineu Castello.



Fig. 3.13 - Tóquio: complexo da Fuji TV. Foto: Lineu Castello.



Fig. 3.14 - Greenwich Peninsula.  
Fonte: divulgação.



Fig. 3.15 - Londres: Millennium Dome. Foto: Iára Castello.



Fig. 3.16 - Plano para Greenwich Península. Fonte: divulgação.

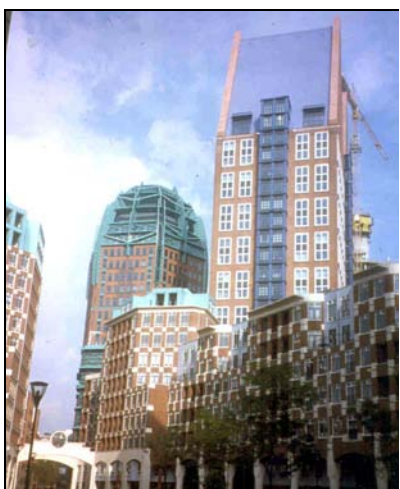


Fig. 3.17 - Haia: Torre Zurich e Conj. Castalia. Foto: L.Castello.



Fig. 3.18 - Haia: Conjunto Muzentoren. Foto: Lineu Castello.



Fig. 3.19 - Haia: Conj. Prefeitura, Biblioteca. Foto: L. Castello.

*Potsdamerplatz*, em Berlim, é uma tentativa de criar pluralidade numa área que teve sua pluralidade original literalmente arrasada pela guerra. O projeto de reurbanização daquela região central, embora haurindo intensamente da aura que paira por sobre o antigo lugar - e, especialmente, de seus arredores, marcados indelevelmente por inúmeros símbolos culturais - a *nova Potsdamerplatz* é decididamente um novo espaço para os novos tempos pós-muro da velha cidade. Como tem acontecido com outros dos projetos de (re)construção da cidade - de uma Berlim agora novamente como capital federal da nação alemã -, o grande *lugar* novo é igualmente polêmico, suscitando críticas do meio arquitetônico-urbanístico. Mas, o projeto precisa ser visto sob o olhar da simbologia do renascer de uma cidade, ou melhor, da reurbanização de duas metades esparsas espalhadas sobre terra de ninguém, unidas de modo a simbolizar um só povo - "*Wir sind ein Volk*" (somos um povo) - e introduzir uma percepção estimulada evocativa de um novo tempo, de um tempo de paz, de um tempo sem muro, de um tempo *de um só povo* agora podendo viver em um ambiente urbano único. Quem sabe visto sob o viés de um olhar dirigido sob esse enfoque, o lugar clonado poderia se tornar mais bem compreendido pelos críticos, já que pela população, a receptividade é estimulante.

O projeto da *Potsdamerplatz* assume riscos que o impedem de se tornar universalmente aceito. "Berlim parece-me o modelo mais atual da cidade-espetáculo", diz Lima, "Com algumas raras exceções, a verdadeira troca de sociabilidade que existia nas antigas praças, nos mercados e até mesmo nas ruas passa a ser apenas uma ilusão de encontros (...)" (LIMA, 2004, p. 7). Entretanto, como a mesma autora mais adiante observa, "A impressão do visitante que retorna é a de uma nova cidade simbólica que busca refletir o capitalismo, na intenção de uma nova figura imagética que também se espalha pelo resto do mundo" (LIMA, 2004, p. 7-8), isto é, perpassa da construção do novo *lugar* a clara intenção projetual de marcar a nova Berlim como simbolicamente unificada, agora sob a égide do capitalismo.

*Potsdamerplatz* "recupera o brilho e a alegria dos anos 20 do século passado, após a Primeira Guerra Mundial, quando era uma região fervilhante, com cabarés, bares, lojas. Era, e voltou a ser, a grande encruzilhada de Berlim" (FERNANDES JR., 2001,

p. 6). O projeto de reurbanização é de Renzo Piano, com seu ponto focal na (hoje) praça Marlene Dietrich (FIG. 3.20) e no elemento água, que entra como uma citação ao canal Landwehr, situado ao lado, como se nota no edifício da empresa *debis* AG (FIG. 3.21). Foi conservada a trama viária original, com várias pequenas ruas e pequenas praças. Há um profuso mix de usos administrativos, culturais, recreacionais, entretenimento, escritórios, hotelaria e financeiros<sup>130</sup>, como o conjunto do Berliner Volksbank, desenhado por Arata Isozaki (FIG. 3.22). Além deste último, a presença de um bom número de “starchitects” está garantida para o maior sucesso do marketing do empreendimento. Grandes conglomerados para uso habitacional, lindeiros à rua Linkstrasse, projetados por Richard Rogers (FIGS. 3.24 e 3.25), são ladeados por um dos *shopping centers* (FIG. 3.23). Os avanços das obras foram permanentemente informados e monitorados junto à população, por meio de instalações montadas em pavilhão dotado de aparelhagem de alta tecnologia, o *InfoBox* (FIG. 3.26), criado especialmente para essa finalidade. Ao lado do “lugar” produzido pela corporação *Daimler-Benz*, desenvolve-se outro complexo, o *Sony Center*, com a “entrada” aos dois “lugares” criados pelas duas grandes corporações bem marcado por duas torres, uma de Piano e a outra de Helmut Jahn (FIG.3.28). Uma praça coberta por teto cônico de vidro é o foco dos sete edifícios lançados por Jahn para abrigar o “lugar” da empresa Sony (FIG. 3.27), que compreende também o edifício do antigo hotel Esplanade, tombado pelo patrimônio, e que foi inteiramente transladado em função da composição morfológica. Atualmente, está sendo restaurado para abrigar um restaurante (SILVA, 2000, p. 37). Contíguo às áreas reurbanizadas, encontra-se o famoso “Kulturforum”, amplo complexo de espaços culturais, com destaque para a “Neue Nationalgalerie” de Mies Van der Rohe (FIG. 3.29) e os prédios de Hans Scharoun (FIG. 3.30) para a Filarmônica de Berlim.

---

<sup>130</sup> Os usos são de 50% escritórios, 30% de equipamentos culturais, lojas, restaurantes, cafés e bares, e 20% de residências.



Fig. 3.20 - Berlim: Praça Marlene Dietrich. Projeto: Piano.  
Foto: Lineu Castello.



Fig. 3.21 - Berlim: Corporação debis AG. Projeto: Piano.  
Foto: Lineu Castello.



Fig. 3.22 - Berlim: debis AG e Berliner Volksbank. Projetos: Piano e Isozaki Foto: Lineu Castello.



Fig. 3.23 - Berlim: principal shopping da área Daimler-Benz. Projeto: Piano. Foto: L. Castello.



Fig. 3.24 - Berlim: Predomínio de uso residencial. Projeto: Rogers. Foto: Lineu Castello.



Fig. 3.25 - Berlim: Predomínio de uso residencial. Projeto: Rogers. Foto: Lineu Castello.



Fig. 3.26 - Berlim: "InfoBox". Projeto: Schneider & Schumacher. Foto: Lineu Castello.



Fig. 3.27 - Berlim: Área da Sony. Projeto: Jahn. Foto: Lineu Castello.



Fig. 3.29 - "Kulturforum", contíguo a Potsdamerplatz. Novo Museu Nacional. Projeto: Mies. Foto: Lineu Castello.



Fig. 3.30 - "Kulturforum", contíguo a Potsdamerplatz. Filarmônica e Museu da Música. Projeto: Scharoun. Foto: Lineu Castello.

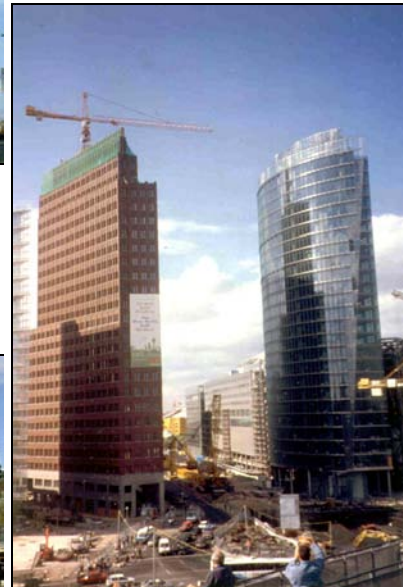


Fig. 3.28 - Acesso principal aos conjuntos Daimler-Benz (esq.) e Sony. Foto: Lineu Castello.

### *Exemplos de lugares da pluralidade privatópica*

Nos tempos que correm é praticamente obrigatória a ilustração de um lugar da pluralidade privatópica através da cidade-nova de Celebration, um empreendimento da Disney Corporation construído nas vizinhanças de “Disneyworld”, Florida, EUA, com projeto de Robert Stern e Jacquelin Robertson, (FIG. 3.31). Contudo, é igualmente obrigatório de nossa parte trazer algum esclarecimento sobre a não-inclusão de uma categoria tão importante de lugares pós-modernos num trabalho que se dispõe a estudá-los.



Fig. 3.31 - Projeto do lugar mais “plural” de Celebration: sua área central. Fonte: folheto turístico.

Mencionamos antes que a pluralidade pode ser entendida em uma dimensão heterotópica, assim como numa privatópica. A pluralidade que denominamos de *privatópica* não nos parece pertinente ao escopo deste texto, pelo menos, no sentido mais específico que o texto adota, ou seja, o de abordar preferencialmente lugares do *domínio público* (lugares que se incluem no chamado “public realm”)<sup>131</sup>. Na verdade, a dicotomia que estabelecemos para os lugares da pluralidade é apenas uma construção intelectual, de modo a nos permitir estabelecer a distinção entre lugares da heterotopia e lugares da privatopia.

Falar em privatopias nos remete quase imediatamente a comentar o papel

<sup>131</sup> Ver Capítulo 1, *Apresentação do Lugar*.

representado pelas comunidades desenhadas de acordo com a corrente urbanística do “New Urbanism”, corrente lançada com a intenção de *estimular uma percepção de urbanidade* em novos projetos comunitários que se espalham regionalmente - ou seja, uma nova maneira de enxergar a cidade-regional (CALTHORPE & FULTON, 2001). Essa corrente é outra inovação a nos provocar reflexões sobre os projetos urbanos pós-modernos praticados na cidade da virada do milênio, em especial, em termos do emprego, em sua prática, da criação de lugares clonados. Além disso, guarda também alguma aproximação com a idéia de *lugar da pluralidade*, visto que seus praticantes alegadamente justificam a criação de seus núcleos como um meio para restaurar a efervescência e o burburinho costumeiramente encontrados nos espaços coletivos da cidade tradicional, espaços cheios da vida que caracteriza a pluralidade. Por isso acreditamos que, embora indiretamente, será útil dedicarmos algumas linhas à corrente, tendo em vista que seu debate nos auxiliará a fixar melhor o caráter do que entendemos como o lugar da pluralidade heterotópica - que, em nosso caso, seria, curiosamente, seu mais imediato antagonista.

A nova corrente, autodenominada “New Urbanism” (DUANY & PLATER-ZYBERK, 1992; CALTHORPE & FULTON, 2001) segue com fidelidade as normas ditadas por uma “Charter of The New Urbanism”<sup>132</sup>, emitida nos Estados Unidos nos anos 1990s e bastante disseminada desde então. Note-se que a expressão “Carta do Novo Urbanismo” é lançada de forma a estabelecer contraste com a “Carta de Atenas”, documento que publicou a compilação das conclusões promulgadas no âmbito do 4º Congresso “CIAM-Congrès Internationaux d'Architecture Moderne” (1941), realizado em 1933, em Atenas<sup>133</sup>, e que abordou o tema da “Cidade Funcional”.

---

<sup>132</sup> Os princípios do Novo Urbanismo estão definidos através de uma “Carta” produzida entre 1993 e 1996. O texto completo da Carta do Novo Urbanismo acha-se publicado no “site” específico da instituição denominada CNU (Congress for the New Urbanism), no endereço: <<http://www.cnu.org>>. As manifestações embrionárias do movimento foram chamadas de “neo-traditional”, sendo o marco projetual mais importante a construção da cidade de Seaside na Florida, iniciada em 1981, desenhada pelo casal de arquitetos Andrés Duany e Elizabeth Plater-Zyberk.

<sup>133</sup> Na verdade, o congresso não ocorreu propriamente em Atenas, mas, sim, a bordo do navio SS Patris II, *en route* entre Marselha e Atenas.



Grosso modo, a corrente do Novo Urbanismo busca no urbanismo da primeira metade do século XX sua inspiração para a cidade do início do século XXI, o que, em princípio, não deixa de ser uma forma de *clonagem*, pois ao tentar cumprir os desígnios de um urbanismo que não corresponde fielmente à realidade da sociedade de seu tempo, desvia-o para a construção de lugares utópicos destinados a materializar as utopias dos primeiros tempos do Urbanismo.

Dito isto, esclarecemos que nossa maneira de apreciar a corrente do Novo Urbanismo neste texto é feita mais do ponto de vista de como nela são tratados os *lugares vicinais*, ou seja, a construção de lugares onde a projeção se volta predominantemente à criação de um sentido de *comunidade*<sup>134</sup>.

Como prova incontestável de sua importância na órbita da Arquitetura-Urbanismo que se faz hoje, bastaria mencionar os portentosos projetos de condomínios fechados que proliferam em todas as cidades e cujas configurações buscam clonar, quase sempre, temas que trazem algum estímulo para tornar a função de habitar pitorescamente romanceada (FIG. 3.32).



Fig. 3.32 - Condomínio fechado "toscano" em Canela. Foto: Iára Castello

O assunto, como já observamos em outra parte deste trabalho, tem sido abordado de maneira particularizada, destacando-se, na literatura da área, a publicação que cunhou o termo com que muitos desses lugares passaram a ser conhecidos e que empregamos aqui: "privatopia" (McKENZIE, 1994). A expressão é explicada por seu

---

<sup>134</sup> Com efeito, a busca pelo "espírito de comunidade" é, praticamente, incessante por parte dos arquitetos-urbanistas em seus desenhos para hospedar a vida humana. A notória utopia da "unidade de vizinhança" nada mais é do que o reconhecimento, através da leitura de estímulos percebidos de uma comunidade residencial espontânea, daí originando-se uma persistente investigação de quais características de desenho poderiam estimular mais coerentemente a percepção do que seja uma comunidade. Muito já foi escrito para definir e conceituar "comunidade". Na verdade, é mais fácil *reconhecer* uma comunidade do que defini-la. Talvez uma sumarização satisfatória sobre comunidade tenha sido a emitida por BLOWERS (1973), onde o autor comenta que o conceito implica uma sensação de pertencer a um determinado território ou grupo social, dentro do qual há um sentido de identidade e um alto grau de interação social.

autor sob a justificativa de que “Our garden cities are a hybrid of [Ebenezer] Howard’s utopian ideas and American privatism, and I use the term *privatopia* to capture the two concepts” (McKENZIE, 1994, p. 12) - isto é, sob a ideologia de se construir um lugar utópico por iniciativa do setor privado. Seu livro examina exaustivamente casos em que comunidades planejadas, conhecidas nos Estados Unidos sob a sigla de PUDs (“planned-unit developments”) são lançadas no mercado. Embora não muito referidas na literatura arquitetônico-urbanística atual, essas “Planned-Unit Developments (PUDs), currently house 10 percent of the American population, and increasing numbers abroad” (ELLIN, 1996, p. 87). De fato, são crescentes os números que reproduzem esses movimentos fora dos Estados Unidos, dos quais os exemplos brasileiros, onde a tendência já foi absorvida, existem em abundância, condição que chama a atenção até mesmo de autores europeus, que, como faz François Ascher, por exemplo, comentam sobre as “gated communities” da Califórnia e da Flórida, embora não deixe também de citar “(...) les grandes résidences brésiliennes, ensembles de luxe intégrant tous les services et inaccessibles aux non-résidents” (ASCHER, 1995, p. 256). Mas, *privacidade*, sendo um fator tão cercado por práticas de cunho individualista e, geralmente, circunscritas a nichos comunitários isolados de grupos que acabam por se auto-selecionar, soaria pouco apropriado - senão inteiramente desviado das linhas de preocupações sociais adotadas no presente documento<sup>135</sup>. Pelo contrário, como assinala Harvey (2000,

---

<sup>135</sup> Mesmo assim reconhece-se que a manifestação do fenômeno dos lugares da individualidade não pode ficar a descoberto: precisa ser considerado como mais um tipo de lugar urbano. E o interessante é que esse tipo de lugar ocorre mesmo quando se está junto a espaços que, nitidamente, pertencem à esfera pública da cidade. Contudo, ainda que de domínio público em termos de propriedade, são espaços que se tornam “privatizados” precisamente em nome de sua condição de *lugar*. Os exemplares desse tipo de lugar da comunidade são bem mais freqüentes do que se possa, à primeira vista, imaginar. Basta, para isto, lembrar das pequenas apropriações de espaços públicos que se encontram espalhadas em todas as áreas da cidade, como os espaços abertos sob pilotis que se fecham com grades para abrigar garagens - de que Brasília é pródiga em apresentar - ou mesmo as ruas “privativas” de acesso às vilas - de que São Paulo igualmente traz exemplos numerosos - ou, ainda, das comunidades que se estabelecem por força de peculiaridades do desenho urbano - como as residências dispostas em traçados em cul-de-sac, que despontam até mesmo em Porto Alegre como, por exemplo, na Vila Jardim Christophel, no bairro Independência. Evidentemente, não há nada de potencialmente censurável ou de prejudicialmente errôneo nesse tipo de manifestação. É, ao contrário, praticamente atávico ao ser humano e até natural o querer agrupar-se num território delimitado e marcado por uma sensação coletiva de apropriação - um *locus* de um grupo. São sensações que vêm desde os mais remotos comportamentos tribais da vida

p.170), “The darker side of this communitarianism remains unstated.(...) Community has often been a barrier to, rather than facilitator of, social change.”<sup>136</sup>

Como observado recentemente por Rykwert (2000, p.187), “(...) Celebration has been designed to look ‘vernacular’ by a group of New York architects working in what I have to call an indefinitely ‘olde worlde’ style (...)”. De fato, o projeto se vale de padrões empregados no desenho das unidades de vizinhança de Raymond Unwin, conjugando-os com o *pinturesco* de Camilo Sitte. Traz como singularidade apresentar um catálogo de padrões arquitetônicos, urbanísticos e comunitários, chamado “Celebration Pattern Book”, que oferece toda uma diversidade de estilos para criar uma percepção estimulada. O catálogo oferece uma série de opções para selecionar, dentre um bom número de estilos românticos, a casa dos sonhos do futuro morador, que pode variar desde a clonagem de um *clássico* simples até um *provincial* francês, com opções intermediárias oferecendo sugestões de estilos *vitoriano*, *colonial*, *costeiro* e *mediterrâneo* (FIG. 3.33).

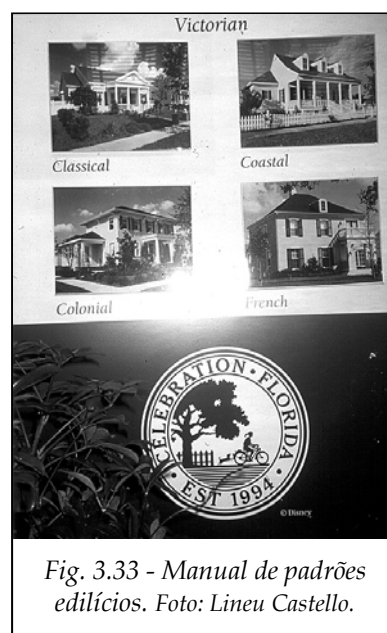


Fig. 3.33 - Manual de padrões edilícios. Foto: Lineu Castello.

A preocupação mais aparente do projeto de Celebration parece ser o de clonar o reconfortante lugar comunitário de antanho, desfrutado pela sociedade norte-americana nos nostálgicos centros urbanos do pré-guerras. O desígnio menos aparente, contudo, é o de aproveitar o considerável potencial imobiliário conferido às terras onde se localiza a cidade nova, trazido pelo parque temático localizado ao lado. Ainda dentro dos aspectos mercadológicos, é bom citar que as obras são assinadas por arquitetos famosos que funcionam como verdadeiros “brands” criados por designers. Além disso, a construção da cidade empregou com acerto um

---

em sociedade - e não somente dos seres humanos. Neste sentido, lugar adquire uma conotação bastante forte à idéia de “vida em grupo”, de lar comum, de espírito de comunidade.

<sup>136</sup> Nessa observação, Harvey está a traçar considerações sobre as comunidades planejadas precisamente na esfera do “New Urbanism”.

“material” novo: a informação tecnológica, sendo realmente notáveis os cuidados que cercaram o empreendimento, que apresenta, sob o aspecto romanceado das construções, uma das mais sofisticadas redes de alta tecnologia. Não sem muita surpresa, antes mesmo de a primeira casa ter sido construída, a atração da “marca” Disney já fizera esgotar-se a previsão de 20.000 habitantes, razão pela qual “The company used a lottery to allocate the right to purchase the initial homes (...)” (FOGLESONG, 1999, p. 102). Em meados de 1996, data em que os primeiros moradores começaram a chegar, os imóveis em Celebration já eram o melhor negócio do mercado imobiliário de toda a região metropolitana de Orlando<sup>137</sup>.

O desfile de “starchitects” participando dos projetos da área central de Celebration é amplo. A implantação inicial de Celebration começou com os prédios de escritórios desenhados ainda em vida por Aldo Rossi (FIG.3.34). Mas os nomes de arquitetos famosos não se esgotam em Rossi. Os edifícios independentes, que estruturam a área central de Celebration, são assinados por profissionais de destaque como Philip Johnson, que projetou o prédio da prefeitura da nova cidade (FIG.3.35); Michael Graves, o edifício dos Correios (FIG.3.36); Robert Venturi e Denise Scott Brown, que projetaram o banco da cidadezinha (FIG.3.37); Cesar Pelli, responsável pelo desenho do cinema, que se alterna com o papel de centro de reuniões (FIG. 3.40); e Charles Moore, apresentando o centro de “previews”, local onde hoje a cidade é mostrada aos numerosos aspirantes a cliente (FIG. 3.41). Fotos do cotidiano de Celebration são bem ilustrativas da pluralidade privatópica que predomina nas comunidades residenciais (FIGS. 3.38 e 3.39), característica subliminarmente manifesta na propaganda do novo lugar (FIG. 3.42).

---

<sup>137</sup> O estado da Florida desponta como um dos mais poderosos focos de criação de urbanizações nos Estados Unidos. É curioso registrar que a expressão “place” é usada com muita freqüência nos lançamentos imobiliários. O trecho seguinte faz parte da campanha de lançamento de uma dessas novas urbanizações, nos arredores de Seaside, chamada *WaterColorSM* e registra a inesperada importância que é atribuída pelo mercado imobiliário ao conceito de *lugar*: “For those of us in the business of creating new places or revitalizing old ones, there is no greater reward than creating a place that is authentic, organic and original. It's been said that great sculptors have the ability to unlock the image held inside a block of stone. In a sense, that's what great planners do as well. They strive to unlock the place held inside a piece of land” (*extraído do material de divulgação do empreendimento*).



Fig. 3.34 - O distrito de escritórios. Projeto: Rossi. Foto: Lineu Castello.



Fig. 3.35 - Prefeitura. Projeto: Johnson. Foto: Lineu Castello.



Fig. 3.36 - Edifício dos Correios. Projeto: Graves. Foto: L. Castello.



Fig. 3.37 - Sede do Banco. Projeto: Venturi e Scott Brown. Foto: Lineu Castello.



Fig. 3.38 - Celebration: espaço residencial junto ao lago. Foto: Lineu Castello.



Fig. 3.39 - Celebration: residências. Foto: Lineu Castello.



Fig. 3.40 - O Multiplex de Celebration. Projeto: Pelli. Foto: Lineu Castello.



Fig. 3.41 - Sede da Corporação de Celebration. Projeto: Moore. Foto: Lineu Castello.

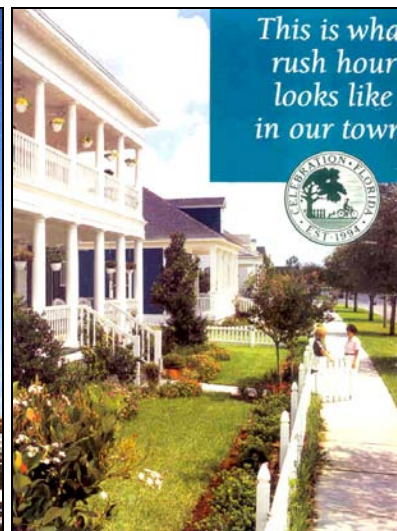


Fig. 3.42 - "É assim a hora do pique na nossa cidade". Fonte: propaganda de Celebration.

### *Exemplos de lugares da aura natural*

Por mais insólitos que possam parecer, os lugares que clonam a aura natural também se apresentam em números crescentes. Entre as tentativas mais inusitadas é impossível deixar de citar as bem sucedidas experiências que mexem com a “criação” de praias em zonas ribeirinhas de cidades como Paris (FIGS. 3.43 e 3.46) e Roma (FIGS. 3.44 e 3.47). As praias são efêmeras e desaparecem com o fim do verão. Mas, só em Paris, foram mais de 4 milhões de freqüentadores no verão de 2004 (Jornal O SUL, 24/7/2005, p. 20). Perto delas, os extravagantes paraísos tropicais que oferecem enormes “resorts” artificiais, desenhados intencionalmente para estimular a percepção de *vilegiatura* a seus freqüentadores, parecem até corriqueiros.

Curiosamente, até em uma das regiões aonde a aura natural se espalha com farta prodigalidade, como no Rio de Janeiro, a tentativa de criar um lugar da aura natural por ação de clonagem se encontra presente, como no *Piscinão de Ramos* (FIG.3.45).

Ao mesmo tempo, os gigantescos “edifícios-cidades” que abrigam vastos parques supridos por altas tecnologias ambientais, como os lugares de lazer aquático agora bem comuns em países frios, fornecem outro exemplo dos novos tempos dos lugares da pluralidade - e de sua peculiar “internacionalização”. Comuns há mais tempo no Japão, oferecem agora praias tropicais o ano inteiro nos frios países europeus, como na Alemanha (FIGS. 3.49 e 3.50). Desta forma, passam a produzir uma desconcertante revisão da agora remota bi-polaridade urbano X rural (em outros tempos - ainda nos tempos da sociedade industrial - um dos fatores mais decisivos para definir *a cidade*), haja vista que “these cloned city-buildings employ the typological arsenal of urban public space (...)” (RUBY, 2002, p. 24).

Por outro lado, crescem igualmente os lugares que se valem da aura oferecida prodigamente pela própria natureza, neles “construindo” *lugares* mais ou menos urbanizados, de modo a garantir, em alguns, a percepção de um contato íntimo com o primitivo do ambiente natural, enquanto a outros, a percepção de contarem com a garantia das facilidades básicas da vida urbana. Este seria o caso dos incontáveis “resorts” que, só no caso do imenso litoral brasileiro, crescem em números

avantajados e que assumem as mais diversas tematizações. Numerosos nas cálidas praias do Nordeste, são também encontrados mesmo na sazonalidade das praias do Sul, como em Bombinhas, Santa Catarina (FIGS. 3.48 e 3.51).

Mais recente no Brasil é a tendência a temas que refletem a aura das preocupações ecológicas com a sustentabilidade ambiental. Diferente de suas congêneres da Disney, os “parques de aventura” brasileiros - do mesmo modo que os africanos - não são réplicas, mas, sim, a coisa real. Hoje, há parques no Brasil que se especializam em atrações naturais em regiões onde o espírito de aventura é mais direto - como na região do Pantanal Mato-grossense ou na Amazônia, por exemplo. Algumas vezes, neste caso, a clonagem é feita de maneira inversa: é o reconforto do ambiente urbano aquilo que é objeto de clonagem em plena selva.



Fig. 3.43 - Praia de Paris, às margens do Sena.

Fonte: Jornal O Sul, 24/7/2005.



Fig. 3.44 - A "praia" do Vaticano em Roma.

Fonte: Jornal O Sul, 22/6/2005.



Fig. 3.45 - "Piscinão" de Ramos, Rio de Janeiro. Fonte: Internet.



Fig. 3.46 - Praia de Paris, do Louvre até a Ilha Saint-Louis.

Fonte: Jornal Zero Hora, 6/7/2003.

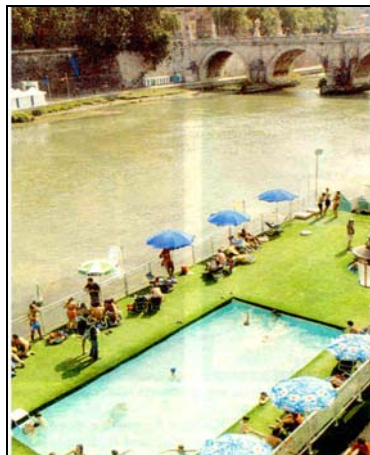


Fig. 3.47 - Praia de Roma, às margens do Tibre. Fonte: Revista VEJA, 3/8/2005, p. 53



Fig. 3.48 - Resort Vila do Farol, em Bombinhas, Santa Catarina.

Fonte: folheto de divulgação.



Fig. 3.49 - Complexo praieiro em edifício-cidade. Arredores de Berlim. Fonte: Revista VEJA, 2/3/2005, p. 61.



Fig. 3.50 - Resort coberto "Ilhas Tropicais". Arredores de Berlim. Fonte: Revista VEJA, 2/3/2005, p.60.



Fig. 3.51 - Resort em Bombinhas, Santa Catarina. Foto: Tiago Gré.



### *Exemplos de lugares da aura cultural*

A aura criada em cima dos *temas* - e das atrações e experiências a eles associadas - que podem ser desfrutadas em parques temáticos é justamente o que tem trazido o excepcional sucesso hoje alcançado por esses novos lugares. São lugares que atraem e satisfazem por meio de características ligadas à uma aura criada de modo espetacular, freqüentemente associada a temas particularizados.

Embora variáveis, os temas básicos exibidos em parques temáticos brasileiros não diferem enormemente dos temas apresentados em outras partes no mundo. Seguindo os passos das numerosas experiências norte-americanas que buscam atender especificamente ao entretenimento de famílias inteiras - desde os pequenos infantes até os joviais avós - há também parques brasileiros especializados nesse assunto. Clonando cuidadosamente seus equivalentes estrangeiros, as cópias brasileiras acabam por trazer comportamentos globais aos ambientes nativos tradicionais, contribuindo para a tão discutida homogeneização cultural mundial<sup>138</sup> (BARBER, 1996). Um caso próximo e conhecido é o do “Beto Carrero World”, no vizinho estado de Santa Catarina, anunciado como o quinto maior parque temático do mundo, e modelado de acordo com os projetos Disney (FIG. 3.52). Como esperado, os

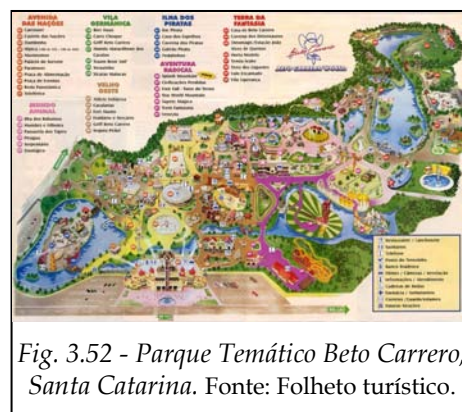


Fig. 3.52 - Parque Temático Beto Carrero, Santa Catarina. Fonte: Folheto turístico.

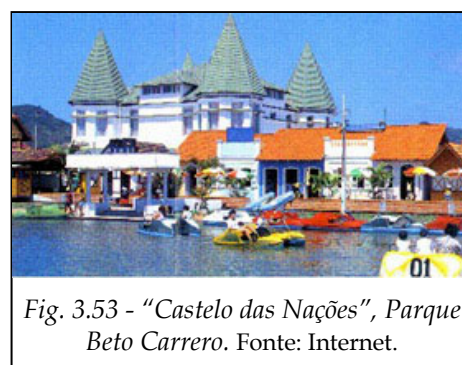


Fig. 3.53 - “Castelo das Nações”, Parque Beto Carrero. Fonte: Internet.

<sup>138</sup> Benjamin Barber, diretor do *Walt Whitman Center for the Culture and Politics of Democracy*, Universidade Rutgers (EUA), em seu famoso “Jihad vs. McWorld”, antepõe a dialética entre o *consumismo capitalista* versus o *fundamentalismo religioso-tribal* ao que o mundo parece se encaminhar, pintando um cenário no qual predomina uma “Jihad” que, em nome de crenças estreitamente concebidas, se insurge contra todas as forças supostamente modernizadoras que “(...) mesmerize peoples everywhere with fast music, fast computers, and fast food - MTV, Macintosh, and McDonald’s - pressing nations into one homogeneous global theme park, one McWorld tied together by communications, information, entertainment, and commerce”. (BARBER, 1996, p. 4).

divertimentos não dispensam a inclusão de atrações culturais alienígenas tais como o “Velho Oeste”, replicando o faroeste norte-americano, um “Castelo das Nações” (FIG.3.53), uma “Terra da Fantasia” e a “Ilha dos Piratas”. Exemplos bem marcantes disso são também, fornecidos por outros parques bastante notórios, como “Terra Encantada”, no Rio de Janeiro; e “Hopi Hari”, em São Paulo. Porto Alegre, apesar de ter sido visitada pessoalmente pelo próprio Walt Disney<sup>139</sup>, não chegou a desenvolver parques temáticos de maior expressão. No entanto, como se verá, as experiências da Serra Gaúcha suprem com fartura essa carência.



Fig. 3.54 - Santuário de Aparecida, São Paulo. Projeto: Benedito Calixto.  
Fonte: Internet.



Fig. 3.55 - Passam 7 milhões de romeiros por ano em Aparecida. Fonte: Jornal Zero Hora, edição de 21/4/2002.

No Brasil, também os temas de cunho religioso ganham algum destaque por suas singularidades. O santuário de Nossa Senhora Aparecida, na cidade de Aparecida, em São Paulo (FIGS. 3.54 e 3.55), é dos exemplos interessantes de lugares cujo tema principal é dirigido às práticas da religião, às quais se alia a indefectível presença de um “shopping mall”, no caso, obviamente especializado em artigos religiosos<sup>140</sup>. Recorde-se que a *aura mística* que evolue da relação entre construções de cunho religioso e a noção de *lugar* demonstra vínculos históricos. Neste sentido, basta rememorar a importância que exerceram, no Brasil, os lançamentos de igrejas, largos e praças de igrejas, na geração de *lugares* nas cidades brasileiras.

<sup>139</sup> Curiosamente, no dia 8 de setembro de 1941, Disney fez uma visita a Porto Alegre, dentro de uma “tournée” pela América Latina em que atuava como agente da política de boa vizinhança do governo Roosevelt (EUA). Em trânsito para a Argentina, no campo de pouso de então, “(...) recebeu fãs, distribuiu autógrafos, deu entrevistas, posou para fotos e conversou com o escritor gaúcho Érico Veríssimo” (VERAS/ZERO HORA, edição de 5/12/2001, p. 6).

<sup>140</sup> Em 2002, o Santuário contava com 42 lojas na praça de alimentação; 712 pontos de comércio varejista e 28 quiosques (BEVILACQUA, 2002, p. 39).

É curioso assinalar a força com que vem entrando nas temáticas dos lugares a *aura* que se poderia denominar de *industrial*, que se vincula à celebração dos feitos da antiga sociedade industrial, como nos casos dos *lugares* “Gläserne Manufaktur” em Dresden e o “Autostadt” (FIG.3.56), ambos na Alemanha, e ambos celebrando a aura criada a partir dos feitos da indústria automobilística. Em Wolfsburg, a VW reuniu suas marcas (que incluem Audi, Bentley, Lamborghini, Seat), hotéis, restaurantes, museus e lojas, reunidos num megacentro dedicado ao tema do automóvel. Em Dresden, a indústria Volkswagen instalou um misto de fábrica, museu da indústria e “showroom” (RUBY, 2002). Só que o trabalho “sujo” é feito fora e a montagem final é feita por “operários” uniformizados celebrando toda a *aura* que cercava a fabricação de automóveis, encenando seus antigos ritos no palco do novo *lugar*, anteposto contra a *cenografia* de fundo representada pelos belos ambientes históricos da cidade restaurada de Dresden.

Convém não esquecer que novos temas relativos à aura cultural são constantemente renovados, ampliando as opções de entretenimento e de atrações. Um tema inédito, por exemplo, é o lançado pelo parque “AVL Ville” em Rotterdam, Holanda (FIGS. 3.57 e 3.58), que se dedica a cultivar um misto de atelier de arte (o Atelier van Lieshout - AVL) com museu ao ar livre, onde se expõe a produção (ao vivo) de variadas manifestações artístico-culturais, celebrando



Fig. 3.56 - Parque Temático “Autostadt” (cidade do carro), Alemanha. Fonte: Revista Quatro Rodas.

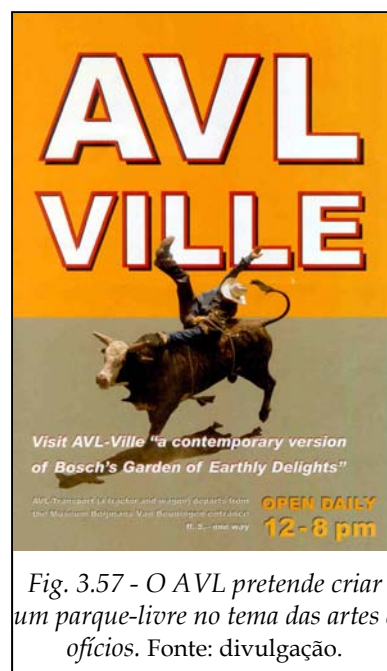


Fig. 3.57 - O AVL pretende criar um parque-livre no tema das artes e ofícios. Fonte: divulgação.



Fig. 3.58 - Arte e trabalho feitos ao vivo no alternativo AVL-Ville, Rotterdam. Fonte: divulgação.



Fig. 3.59 - Só há assentos nas arquibancadas do teatro Globe.

Foto: Iára Castello.



Fig. 3.60 - Hong Kong: Snoopy's World. Fonte: folheto de divulgação.

uma aura de liberdade somente encontrada nos modos alternativos de vida, estabelecendo uma curiosa contraposição aos excessos da vida exageradamente consumista da sociedade contemporânea<sup>141</sup>.

Ainda fazem jus a uma citação dois tipos

peculiares de lugares da aura cultural, um deles, o já apresentado “Globe Theatre”<sup>142</sup> de Londres (FIG.3.59); e o outro, o “Snoopy’s World” em Hong Kong (FIG. 3.60). Quanto ao primeiro, os comentários de críticos da Arquitetura-Urbanismo, como Luiz Fernández-Galiano, apontam-no como exemplo da crescente “tematização” atingindo os centros de velhas cidades européias. Ao comentar sobre centros históricos que tentam se manter tão permanentemente modernizados (e que se renovam tanto, e que buscam tão intensamente esconder que se renovaram), diz o diretor da revista *Arquitectura Viva*, que tais centros acabam por ter sua autenticidade seriamente comprometida ou, até, destituída, com as réplicas se confundindo com os elementos reais. Às vezes, “(...) resulta difícil decidir qué es

más falso, si Eurodisney o Montmartre; si la reproducción del Globe shakesperiano en la orilla sur del Támesis o la Torre de Londres en la opuesta: simulacros todos que alimentan el apetito de identidad del visitante, desnutrido de imágenes memorables

<sup>141</sup> “Todo o trabalho do Atelier van Lieshout está baseado no desenvolvimento de equipamentos para indivíduos em situações urbanas críticas. (...) Uma arquitetura móvel, vagabunda, baseada na prestação de serviços, voltada para a ativação de um espaço nômade nestes intervalos urbanos (...) A estratégia é clara: usar a arte para forçar os limites do poder” (PEIXOTO, 2003). O Atelier desenvolveu projeto inclusive na cidade de São Paulo, Brasil, instalando um conjunto de postos dentro da chamada *artecidadezonaleste*.

<sup>142</sup> Ver Capítulo 2, Seção 2.2.1.

en la anomia suburbana de su residencia.” (FERNÁNDEZ-GALIANO 1999, p. 103). No entanto, enquanto sua crítica parece se encaminhar para pôr um ponto final nas experiências de reformatação que lugares “consagrados” ou “criados especialmente” (como no caso do Globe Theatre) tentam estabelecer, pelo contrário, seu sucesso entre os usuários e entre os gestores de suas cidades, é francamente apreciado<sup>143</sup> (FIG. 3.61). Dele transparece que a aura cultural que emana do novo *lugar* parece indicar que o mesmo já se acha impregnado por urbanidade.



Fig. 3.61 - A platéia assiste em pé. Em cena, o espetáculo brasileiro “Romeu e Julieta” encenado pelo Grupo Galpão. Foto: Iára Castello.

Quanto ao segundo, é mais uma daquelas descobertas desconcertantes, pois o tema “Snoopy”<sup>144</sup> é raramente encontrado fora dos Estados Unidos e, por certo, totalmente inesperado em uma sociedade comunista.

### *Exemplos de lugares da memória tradicional*

Para melhor entender esta categoria, é importante considerar que a sustentabilidade urbana tem muito a ver com a permanência de tradições e de práticas associadas às raízes culturais de uma determinada população urbana. Torna-se, assim, interessante constatar o modo pelo qual são clonadas algumas manifestações do *tradicionalismo* local. Neste sentido, é claro o exemplo oferecido pelos “pubs” ingleses, notáveis lugares da urbanidade que rememoram, em construções hoje inteiramente clonadas,

<sup>143</sup> Mesmo ante o amargor de Galiano, o Globe é uma experiência arquitetônica válida, levada adiante por um dos nomes mais celebrados da conservação patrimonial, o arquiteto Theo Crosby, fundador do “Pentagram Design Group”, responsável pela réplica construída nas cercanias do lendário teatro Rose, onde Shakespeare teria encenado suas obras. Crosby é autor de diversos livros, dos quais se destaca *The Necessary Monument* (CROSBY, 1970), importante contribuição à área de cultura arquitetônico-urbanística.

<sup>144</sup> “Snoopy” é o nome do cachorro de estimação de Charlie Brown nos desenhos em quadrinhos criados por Charles M. Schulz. Nos Estados Unidos existem parques temáticos centrados nos personagens de Schulz no “Mall of America”, Minnesota; e em Buena Park, na Califórnia.

as caras tradições populares de marcar sua vida social nos encontros e confraternizações ocorridas em “public places”, agora conhecidos apenas pela abreviação de “pubs”.

Na verdade, a distinção desta categoria da dos lugares da memória histórica é bastante tênue. Entretanto, só mesmo a *tradição* das áreas de requintadas mansões dos bairros europeus de Shanghai (China), - e, principalmente, os costumes *tradicionalmente* praticados nessas áreas - justifica a conservação e a recriação como um lugar novo do setor chamado Xin Tian Di, no antigo “quartier” francês de Shanghai. Hoje, Xin Tian Di é um verdadeiro “oásis” em meio a uma frenética onda de reurbanização substituindo o tecido residencial tradicional (FIG. 3.63) por altas torres de negócios (FIG. 3.62). Os grandes casarões não só ficaram em pé (FIG. 3.68), como as práticas tradicionais permaneceram atuantes, agora representadas por uma extensa rede de casas de chá, bares, restaurantes, galerias de arte, clubes de jazz, teatros, boites, fast-foods (FIGS. 3.64 a 3.66) - e, claro, dois elementos infalíveis nesses *lugares*: o shopping e as salas do multiplex.

A tradição de passear de trem - hoje, como se sabe, uma prática bastante esmaecida - está sendo mantida em Buenos Aires (Argentina) através da reativação de uma rede férrea oferecendo oportunidades para o espairecimento de seus usuários, acrescentadas por ainda mais oportunidades suplementares para compras, lazer, etc., em cada uma das estações do percurso, todas equipadas com atrações específicas, como shoppings, cinemas, restaurantes (FIG. 3.69). “El Tren de la Costa”, como é chamada a linha férrea, conduz a um parque temático completamente equipado ao estilo Disney, “El Parque de la Costa” (FIGS. 3.67 e 3.70), que inclui até a atração de passeios de barco na confluência dos rios Tigre e Luján (FIG. 3.71).

Também bastante associada à memória das tradições - especialmente das tradições familiares -, está a transformação do albergue de triagem dos antigos imigrantes que desembarcavam em Nova York, a “Ellis Island” (FIGS. 3.72 e 3.73), em um lugar evocativo. Lá, não só os descendentes, senão todos os freqüentadores encontram algum elo que lhes ajuda a compreender as práticas e os costumes de uma sociedade fortemente desenvolvida em função das correntes imigratórias.



Fig. 3.62 - Na "Casa Nº 1", espécie de centro de eventos do bairro, acha-se a maquete da reurbanização. Foto: L. Castello.



Fig. 3.63 - Maquete exposta no Centro de Exposições de Planejamento Urbano de Shanghai mostra o bairro. Foto: Iára Castello.



Fig. 3.64 - Shanghai: o novo lugar Xin Tian Di. Fonte: Internet.



Fig. 3.65 - a memória da tradição cosmopolita reaparece no "lugar" Xin Tian Di. Foto: Lineu Castello.

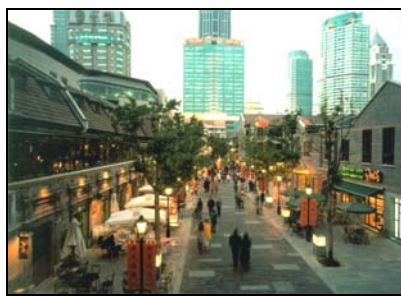


Fig. 3.66 - A "noite" de Xin Tian Di. Fonte: Internet.



Fig. 3.67 - Os tradicionais passeios de trem levam à atração temática Parque de la Costa. Foto: Lineu Castello.



Fig. 3.68 - A "Casa Nº 1", antiga mansão francesa. Foto: Iára Castello.



Fig. 3.69 - Shopping em estação do "Tren de la Costa". Foto: Lineu Castello.



Fig. 3.70 - Uma das estações do "Tren de la Costa". Foto: Lineu Castello.



Fig. 3.71 - Tradicionais passeios de barco pelo rio Tigre. Foto: Lineu Castello.



Fig. 3.72 - Nova York: Ellis Island, centro de triagem de imigrantes. Foto: Lineu Castello.



Fig. 3.73 - Ilustração do prédio exposta na Ellis Island.

### *Exemplos de lugares da memória histórica*

Esta é provavelmente a categoria mais lembrada ao falar-se de lugares da clonagem, razão pela qual receberá comentários mais alentados no Capítulo 4. Os exemplos aumentam em todo o mundo e, felizmente, têm produzido mais acertos do que erros em seus aspectos de conservação urbana integrada.

No Brasil, um dos trabalhos pioneiros em termos de conservação de conjuntos históricos é o projeto de requalificação do *Centro de Lazer SESC - Fábrica Pompéia* (FIG.



Fig. 3.74 - SESC-Pompéia. Projeto: Lina Bo Bardi. Foto: Eleonora Mascia.

3.74), um trabalho muito aplaudido da arquiteta Lina Bo Bardi (em São Paulo), compreendendo tanto velhas fábricas, como residências de operários. A arquiteta não esconde seu fascínio pela pluralidade que um lugar desse teor pode engendrar. Mesmo europeia reconhece que “(...) nunca esqueço o surrealismo do povo brasileiro,

suas invenções, seu prazer em ficar *todos juntos*, de dançar, cantar. Assim dediquei meu trabalho da Pompéia aos jovens, às crianças, à terceira idade: ‘*todos juntos*’ “ (BARDI, 1998, s/p).

Muito conhecido (e, também, discutido) é o projeto da requalificação do Pelourinho, em Salvador, Bahia. Mas muito apreciado, um lugar da urbanidade em vias de se



Fig. 3.75 - Buenos Aires: Puerto Madero. Foto: Lineu Castello.

tornar um marco para o movimento de conservação da memória histórica, é o projeto para a área do *Puerto Madero*, em Buenos Aires (FIG. 3.75), trabalho resultante dos esforços iniciais do arquiteto Alfredo Máximo Garay.

O histórico “Vieux Carré” de Nova Orleans (EUA) congrega, em nome da história da urbanização da cidade, uma multidão plural em sua “rua principal”, a Bourbon Street e, mesmo os hotéis e restaurantes mais luxuosos clonam o padrão arquitetônico local (FIG. 3.76).



Por fim, em uma escala totalmente extrapolada, o projeto *IBA-Emscher Park*<sup>145</sup> (Exposição Internacional de Construção -“Internationale Bauausstellung”) levado a efeito na região alemã conhecida como *Ruhrgebiet* fornece um exemplo primoroso dos estímulos com que a História pode brindar a geração de *lugar*: é naquela região que



Fig. 3.76 - Nova Orleans: Centro histórico. Foto: Melissa Castello.

se situa o *lugar* das grandes transformações industriais da Alemanha, que incluem desde a mineração do carvão e a produção de gás, até as portentosas estruturas destinadas a forjar o aço da indústria siderúrgica. O IBA-Emscher Park não se trata de uma Exposição no verdadeiro sentido do termo, mas, sim, de uma programação de atividades cujo objetivo maior é o de impulsionar novas idéias para instigar novos projetos. No caso, os monumentos industriais passaram a ser concebidos conceitualmente como transmissores de uma mensagem subjetiva, isto é, vistos como signos numa paisagem que se esvaziava de marcos orientadores, e na qual passaram a representar o papel simbólico da presença de uma *identidade regional*. Por isso, prevalece nos trabalhos a idéia da recuperação da imagem da região, da identidade da região, de iniciativas que assegurem a permanência da subjetividade que a população mantém a respeito de seu habitat, que regenerem a auto-estima esmaecida. Que façam o *gênio do lugar* voltar ao lugar de onde ameaça se afastar.



Fig. 3.77 - “Gasometer” em Oberhausen, Região do Ruhr. Foto: Lineu Castello.

Há um limite bastante tênue entre a magia de um lugar e aquilo que pode se tornar um símbolo dessa magia. Há pelo menos um dos projetos

---

<sup>145</sup> Outras exposições do tipo IBA incluíram a antiga “Interbau Berlin” de 1957 e a “IBA-Berlin 1977-1987”. O projeto IBA-Emscher Park foi coordenado pelo professor Karl Ganser, que compilou e publicou todos os avanços ocorridos durante seu desenvolvimento (GANSER, 1999).

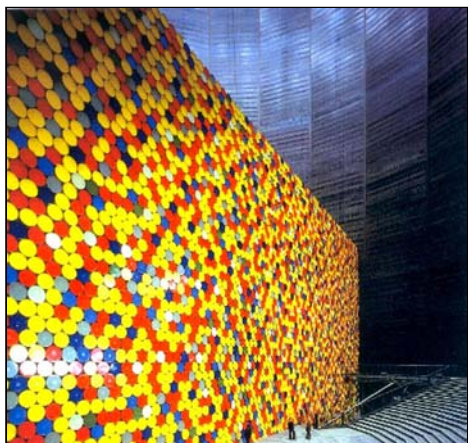


Fig. 3.78 - "The Wall", obra de Christo e Jeanne-Claude no Gasometer.  
Fonte: IBA-Emscher Park.

IBA que não só comprova isso, como o faz com enorme competência: o monumental ícone regional representado pelo Gasômetro, em Oberhausen (FIG. 3.77) e, em seu interior, a genial escultura "The Wall", construída pelos artistas plásticos Christo e Jeanne-Claude (FIG. 3.78).

A grande marca regional constituída pelo Gasometer é fonte também de intensa polarização econômica, que age como potente imã a gerar

intensa movimentação comercial. Para isto surge o "CentrO"<sup>146</sup>, um mega-mall regional, verdadeiro centro de "infotreinamento" que alia ao "placemaking", uma inteligente estratégia de "placemarketing", conferindo viabilidade econômica ao lugar.

### 3.3.3 Percepção estimulada e os lugares da clonagem

Como se vê, nas cidades da virada do Terceiro Milênio nota-se uma crescente tendência à projeção de *lugares* sob condições especiais. Seus programas geralmente envolvem temas específicos, inspirados ou não nas realidades locais; suas formas resultam em geral de um processo de clonagem realizado sobre as formas que melhor caracterizam o tema específico escolhido para aquele projeto; envolvem investimentos em geral vultosamente avantajados, se comparados às construções locais mais correntes; muitas vezes são atribuídos a nomes afamados do circuito arquitetônico global, os chamados "starchitects"<sup>147</sup>; e via de regra introduzem e

<sup>146</sup> Ver também Capítulo 4, Seção 4.1.1.

<sup>147</sup> A expressão "starchitects" é costumeiramente empregada como alusão aos chamados edifícios de grife, ou "signature buildings" (ELLIN, 1999, p. 251). Com isso, a inserção da arquitetura-urbanismo nas práticas da sociedade de consumo fica claramente ressaltada (PAWLEY, 1990 apud ELLIN, 1999, p. 251). Em nosso caso, a expressão é muito significativa, visto implicar na condição de "marca" que algumas vezes vem associada bem de perto à construção de *lugares* e ao sucesso de seu marketing.

incorporam todos os mais recentes avanços atingidos pelo campo da tecnologia e da informação.

Não seria exagero generalizar e dizer que tais projetos representam os estágios mais avançados do processo de modernização da sociedade globalizada. Neste sentido, são típicos produtos representativos de sua época. A tendência se verifica em todo o mundo e muitos dos passos seguidos na projeção desses lugares apresentam semelhanças bastante acentuadas, mesmo se em diferentes partes do planeta. A construção de lugares da clonagem já se encontra praticamente<sup>148</sup> consolidada nas cidades do início do século XXI. Interessa, então, acompanhar mais de perto como vem acontecendo essa nova manifestação de “lugaridade”.

Ainda não estão suficientemente analisadas as conseqüências da presença dos lugares da clonagem nas nossas cidades. Entretanto, sua manifestação pode ser antecipada como bem-vinda ao campo do projeto urbano, visto nela detectar-se a possibilidade de, eventualmente, estabelecer-se uma associação benéfica entre os lugares da clonagem e a melhoria da vida urbana: com eles, pode-se apresentar uma mais ampla oferta de lugares favoráveis ao desenvolvimento da urbanidade.

Resta, no entanto, a constatação de um caminho viável para o estudo e análise do fenômeno dos *lugares*: apreciá-los do lado dos *estímulos percebidos*; e do lado da *percepção estimulada*. Essa dualidade teórica é que nos leva a apontar para a variedade que acreditamos presente nos lugares urbanos atuais. De fato, é possível reconhecer duas feições pelas quais se expressam os lugares na cidade de hoje: o *lugar da urbanidade* - um lugar dotado de qualidades a ele conferidas por força da

---

<sup>148</sup> Talvez o emprego de *definitivamente* consolidada, em vez de *praticamente* consolidada, expressasse com mais acerto a presente situação dos lugares da clonagem nas cidades do mundo todo. Hesitamos em fazê-lo, entretanto, visto “definitivamente” ter uma conotação excessivamente categórica.

manifestação, individual ou simultânea, de alguns dos condicionamentos conceituais discutidos no capítulo anterior (em um ou mais de seus diversos recortes - ou seja: admitindo-se como causais, fenômenos de recorte psicológico, de recorte sociológico, e assim por diante); e o *lugar da clonagem* - um lugar qualificado através de desígnios projetuais destinados a provocar intencionalmente a geração de estímulos que fomentem a percepção de urbanidade - e que comuniquem estrategicamente esta possibilidade.

Em prosseguimento, a próxima seção irá abordar as práticas envolvidas na projeção de lugares, elaborando inicialmente sobre o que se entende por “clonagem” nesse contexto. Logo após, trabalhará sobre os projetos de lugar na virada do milênio, a partir dos dois componentes considerados como distinguidores desses projetos, “placemaking” e “placemarketing”, detendo-se mais alongadamente em examinar suas características em relação às práticas contemporâneas de projeto de lugares.

### 3.4 A PROJETAÇÃO DO LUGAR

#### 3.4.1 Clonagem

*Quinta-feira, 23 de dezembro de 2004, 08h39.*

*A empresa norte-americana Genetic Savings and Clone anunciou hoje o nascimento do primeiro animal doméstico clonado para fins comerciais. De acordo com a BBC, trata-se de um gato, seu nome é Little Nicky e ele nasceu há nove semanas.*

*A clonagem foi feita no laboratório da empresa em Sausalito, Califórnia, com o DNA de um gato que morreu no ano passado com 17 anos. A texana dona dos gatos que encomendou Little Nicky afirmou que os dois animais têm a mesma personalidade, além de serem idênticos.*

(lido no site <<http://noticias.terra.com.br/ciencia/interna/0,,O1443780-E1297,00.html>>).

Algo assim poderia estar acontecendo com os *lugares* urbanos?

A clonagem dos lugares da urbanidade, observada sob a óptica de se constituir uma variação nos estudos mais gerais sobre *lugar*, é uma nova preocupação teórica surgida no fim do segundo milênio. Ao fim e ao cabo, os lugares da clonagem são um *conceito urbano* que brota do contexto atual da urbanização e dos modos de vida contemporâneos.

A escolha da expressão “clonagem” neste trabalho tem a ver com a potencialidade que a palavra contém por estabelecer ilações entre fenômenos que ocorrem em certas áreas científicas como, por exemplo, a da biotecnologia, com fenômenos assemelhados e que se encontram em ação no campo da Arquitetura-Urbanismo. O emprego da expressão tem a intenção de invocar e revigorar o forte *componente humano* que integra as ações arquitetônico-urbanísticas por sua associação direta ao exercício da *vida* e que, algumas vezes, apresenta-se como que esmaecido nas considerações exercidas pela crítica da área - quando não, posto inteiramente de lado. É sabido que a área de Arquitetura-Urbanismo está sediada junto às Ciências Sociais Aplicadas, que tratam precisamente do exercício da vida humana em suas relações com outros seres humanos no espaço: estudam a vida social, a estrutura e a organização da sociedade e as relações entre a sociedade e o espaço que por ela é usado para o exercício das diferentes atividades que realiza. Não parece, portanto, despropositado nem sensacionalista usar a expressão “clonagem” - comumente empregada quando se conota a criação de vida - como o que está a acontecer na área de Arquitetura-Urbanismo, pois nela também se está lidando com vida humana - e com os lugares onde essa vida pode ser vivida - e que viabilizam o exercício existencial.

De acordo com sua definição enciclopédica (FERREIRA, 1999), a palavra *clone* é originária de *klón*, do grego, e significa ‘broto’ ou ‘rebento’. Em seu sentido biológico, o clone é um “conjunto de células ou organismos originários de outros por algum tipo de multiplicação assexuada (divisão, enxertia, apomixia, etc.)”. E, em seu sentido figurado, diz o dicionário, “é a cópia de um produto feita por outro fabricante”. Já que o que se tenciona conceituar com esse emprego é precisamente a reprodução que a Arquitetura-Urbanismo tenta fazer quando constrói uma réplica de um elemento

ou de um espaço arquitetônico por meio de um projeto, o emprego da expressão parece adequado. Principalmente quando se considera que, da réplica, pode resultar a geração real de um broto ou de um rebento vivo da família arquitetônica que a originou.

Enfim, o sentido que se quer dar aqui à clonagem de lugares da urbanidade está relacionado com uma peculiaridade típica da arquitetura: sua capacidade de *locar* a vida - de produzir locações onde se desenrola a vida - ao mesmo tempo em que, para fazer essa vida se realizar com maior concretude, é capaz de provocar estímulos dirigidos a concretizar essas realizações. A clonagem bio-tecnológica pode criar vida; a clonagem arquitetônico-urbanística pode criar lugares onde viver a vida: parece aceitável, portanto, estabelecer uma analogia entre as duas dimensões em que está a ocorrer a clonagem.

As implicações da *clonagem* se estendem ainda um pouco além: imagina-se, com ela, um cenário de futuro da cidade que inclua clones de lugares da urbanidade, mas que essa inclusão não se esgote apenas nisso - uma bela progênie - e, sim, que esta própria progênie se encarregue de dar margem à sequenciação do processo de vida que a cidade deverá manter. Ou seja: queremos antever que os clones assumirão também um papel ativo, de modo a que eles mesmos - autonomamente - venham a motivar novas direções pelas quais terá seguimento a vida urbana. Assim, o futuro de um lugar que, por exemplo, clona a memória poderá ter, como característica, favorecer a seqüência de crescimento do urbano de modo que, ao mesmo tempo, favoreça também o autoconhecimento deste urbano, por lhe garantir meios para seguir realizando introspecções em sua história.

Por outro lado, convém também lembrar que são bastante conhecidas as inúmeras metáforas que buscam estabelecer alguma relação entre o corpo urbano e o corpo humano, freqüentemente empregadas quando se quer tornar mais acessível o entendimento de uma cidade. No sentido de facilitar este entendimento são empregadas analogias que se valem de semelhanças reconhecíveis entre

características dos organismos vivos e particularidades dos ambientes urbanos. Assim - e talvez por embutir um raciocínio amparado por uma aproximação ao rigor das ciências duras -, o emprego da concepção de que, à semelhança de um organismo vivo, a cidade também poderia ser interpretada como dotada de partes comparáveis à fisiologia humana, é fartamente aplicado. Desta forma, por exemplo, passou-se a falar com razoável segurança sobre as *artérias* da cidade, simbolizando-se com elas, o sistema de circulação representado pelas grandes avenidas estruturais responsáveis pelo tráfego mais carregado. De forma análoga, falou-se do *coração* da cidade, localizado no C.B.D., o famoso “central business district” das extensas análises que os geógrafos costumam fazer quando querem descrever qual seria a estrutura interna das cidades: o “*cuore*” seria o lugar urbano dotado das funções metabólicas que oxigenariam a vida da cidade. Igualmente, a cidade poderia ser vista como dotada de um *cérebro* a determinar seu funcionamento através de ações decisórias emitidas de seu centro administrativo. E assim sucessivamente, as comparações prosseguiriam até o ponto do exagero, quando extremos como o de associar parques à execução das funções de *pulmões* da cidade e *células* como constituindo as unidades de habitações urbanas foram empregados como analogias anatômicas.

Pois bem, o presente texto, ao referir-se a uma eventual “clonagem” de lugares, quer sinalizar para a geração artificial de *lugares* na cidade contemporânea, que querem se tornar também espaços fervilhantes de intensa vivência urbana - que querem adquirir vida - o que torna novamente aceitável o emprego da analogia que é aqui feita entre a clonagem bio-tecnológica (ou bio-quimiológica) e a clonagem arquitetônico-urbanística. E, como no seu correspondente do mundo bio-tecnológico, também a clonagem no reino da arquitetura-urbanismo ganharia conotações de natureza ética<sup>149</sup>, além de técnica.

Na verdade, a origem do emprego de analogias quando se discorre sobre as cidades é bem antiga. Como nos narra Richard Sennett, em seu fascinante estudo sobre o corpo

---

<sup>149</sup> Os criticismos ao emprego de lugares clonados nas cidades atingem algumas vezes o nível ético, em casos em que os apelos ao consumismo se tornam exagerados.

e a cidade na civilização ocidental, o filósofo João de Salisbury teria dito, já em 1159, que o estado (isto é, a *res publica*) seria um corpo, querendo, com isso, dizer que “(...) um governante funciona como um cérebro humano; seus conselheiros, como o coração; os comerciantes são o estômago da sociedade; os soldados, suas mãos; camponeses e trabalhadores manuais, seus pés” (SENNETT, 1997, p. 22). A imagem permite emitir uma analogia entre a forma humana e a forma urbana da cidade “(...) cuja cabeça situava-se no palácio ou na catedral; o estômago no mercado central; pés e mãos, nas casas” (SENNETT, 1997, p. 22). Tais analogias persistiram ao longo dos anos, sempre encontrando boa repercussão no mundo dos planejadores urbanos físicos. Aliás, por muito tempo, e mais acentuadamente a partir dos aportes racionalistas introduzidos à teoria urbanística por volta dos anos 1930s, o pensamento e as técnicas do planejamento urbano viram-se cada vez mais estreitamente associados a metáforas que comparavam a anatomia da cidade com a anatomia humana.

Em continuação, na tentativa de pôr algum eixo estruturador na diversidade de reflexões com que muitos autores retomam hoje o estudo de *lugar urbano*, esta seção seguirá, em primeiro lugar, adotando um pressuposto condicionador: o de que *a clonagem de lugar tenta reproduzir a urbanidade construída socialmente em outros lugares urbanos*.

Em segundo, de que no processo do “placemaking” presente nessa clonagem é possível estabelecer uma distinção entre duas trilhas que os lugares clonados vêm percorrendo com maior ou menor intensidade em seu atual desenvolvimento - e que chamaremos *o lugar da clonagem contextualizada* e *o lugar da clonagem não-contextualizada*.

E que no correspondente processo de “placemarketing” a acompanhar as ações é, também, possível estabelecer algumas direções mais ou menos sistemáticas no rumo que tomam essas ações - e que distinguiremos como dirigindo-se a três caminhos: o



de uma *customização dos usuários*<sup>150</sup>; o da *comunicação de mensagens*; e o da *comodificação da cultura*. E, finalmente, ensaiará uma visão prospectiva quanto às direções futuras que tomarão os lugares da clonagem, inquirindo, de modo exploratório, as tendências à assimilação eventualmente experimentadas pelos novos lugares, obviamente, não mais do que apenas um exercício de antevistas quanto aos prováveis rumos que os “clones” tomarão em seu processo de integração ao corpo social urbano maior.

### *A imaginação da realidade e a construção de lugar*

Um dos marcos mais significativos a assinalar as manifestações iniciais dos lugares clonados deve ser atribuído aos projetos da empresa Disney nos Estados Unidos. Com efeito, os lugares clonados parecem originários das primeiras matrizes estabelecidas pelas imagens fantasiosas que Walt Disney ajudou a concretizar quando construiu seus primeiros parques. “A imaginação é o modelo sobre o qual é criada a realidade” teria dito Disney uma vez, mostrando que sabia muito bem o que estava fazendo quando começou a dar formas materiais à ficção, transformando-a em fato real (DUNLOP, 1996, p. 14).

Em 1984, Michael Eisner, ao assumir a direção da Walt Disney Company - quase duas décadas depois da morte do próprio Disney - estabeleceu o vínculo decisivo entre a realidade concreta da arquitetura e a mágica meta-real da fantasia arquitetônica. Eisner reconheceu que, assim como acontece com a magia do desenho animado, o desenho arquitetônico seria também capaz de tecer uma trama de encantamento de permanente duração. E não economizou na contratação de nomes

---

<sup>150</sup> A expressão *customização* ainda é considerada neologismo. No entanto, é um termo bem usado em trabalhos da área de marketing, na qual, tem o sentido de adaptar os produtos e processos ao gosto do cliente, portanto é o atendimento que visa a satisfação do freguês. A origem da palavra está no inglês “customer”, que significa *cliente*, como informa a professora de Inglês e Português Maria Tereza de Queiroz Piacentini, autora de textos publicados pela UFScar. Estamos empregando a expressão na interpretação pragmática que se pode atribuir aos lugares da clonagem, como produtos do marketing urbano.

de prestígio na Arquitetura-Urbanismo da atualidade de então para projetar, segundo as imagens que povoavam o mundo Disney, os edifícios e os grandes conjuntos urbanos da companhia que administrava. Foi assim que nomes de “starchitects” como os de Michael Graves, Frank Gehry, Robert Venturi, Aldo Rossi, Robert Stern ou Arata Isozaki, passaram a ser associados à criação de espaços de fantasia. O que começou como uma simples transposição dos personagens de filmes animados para o terreno das edificações, acabou transcendendo os limites da própria Companhia e, com grande rapidez, transformou-se em negócios imobiliários de grande expressão, envolvendo o desenvolvimento de extensas e complexas urbanizações. Do desenho animado ao desenho urbano, o passo foi curto. E uma instigante polêmica foi rapidamente introduzida no meio dos críticos e historiadores de Arquitetura-Urbanismo, que se puseram, não sem enorme perplexidade, a observar a extraordinária proliferação de lugares urbanos povoados de representações de imagens ilusórias ou re-criadores de representações evocativas de um passado - só que um passado apresentando-se assepticamente depurado do suor e sangue dos fatos mais realistas que o plasmaram originariamente.

Um ponto crucial a assinalar - e que nos interessa muito de perto neste trabalho - é o de que essas imagens são representadas por Disney através de *símbolos*, como nota Moos (1996, p. 8), especificando que “The areas they are allocated to (history, folklore, technological fantasies, art or beautiful countryside) are universally present in the human imagination”. Ora, isto nos remete de volta aos tipos de estímulos que consideramos fundamentais no condicionamento da *pluralidade*: aqueles que incorporam as manifestações associadas à *memória* - tradicional e histórica - e à *aura* - natural e cultural -. As imagens representadas nesses estímulos guardam boa aproximação com os símbolos apresentados por Moos, que, de maneira análoga, destaca que as áreas às quais estão alocadas as imagens simbólicas de Disney referem-se a elementos da história, do folclore e de auras a despontar de tecnologia, cultura e natureza.

Os caminhos para *fazer lugares* se valem intensamente da confecção de *imagens* -

buscam a geração de imagens *mentais* fortes a respeito do *lugar* que se deseja criar. Esses caminhos incluem uma mais que provável associação a duas características crescentemente presentes na projeção urbana contemporânea: os conceitos de “placemaking” e de “placemarketing”, hoje definitivamente integrados ao vocabulário que cerca o conceito urbano de lugar<sup>151</sup>.

### 3.4.2 Variações no “placemaking” e no “placemarketing”

A Seção se ocupará de proceder a comentários sobre as variações mais notáveis em marcha nesses dois componentes do lugar da clonagem, o “placemaking” e o “placemarketing”. Delas poderão derivar variações observadas também na percepção dos lugares.

#### *“Placemaking”*

Os lugares são parte do imaginário coletivo das pessoas - para o bem ou para o mal. Todos têm um lugar que amam. Muitos têm um lugar que odeiam. Todo mundo conhece um lugar. Todo mundo se abriga em um lugar. Todo arquiteto quer projetar um *lugar*.

Mas, lugar, na prática arquitetônico-urbanística, implica no planejamento de uma construção *socio-física*. Bem, aí a tarefa não é fácil. Considerando que desde a própria origem do conceito, lugar é considerado como um constructo teórico, o projeto de um lugar, em termos físicos, acaba por se aproximar mais do nível de aspirações utópicas inatingíveis que, muitas vezes, acompanha o lado mais poético das metas dos arquitetos. Mesmo assim, o projeto dos lugares é um objetivo recorrente de arquitetos e urbanistas.

---

<sup>151</sup> Ainda que não sejam encontradas traduções satisfatórias dessas expressões para o Português.

Nascidas como uma reação aos criticismos de que o projeto dos lugares estava levando a um processo de criar “não-lugares”, levando ao intraduzível, mas revelador, “placelessness” da literatura anglo-saxônica (RELPH, 1976), as interpretações novas do conceito motivaram novos tipos de projeto. Um deles visa criar lugares inteiramente originais, quase sempre inspirados - e apoiando-se - em um *tema*. Inversamente, um outro tipo busca refazer velhas estruturas preexistentes e abandonadas, reforçando suas formas mais marcantes, e geralmente, empregando-as como um *tema* recorrente. O projeto, em ambos os casos, emprega uma iconografia eficiente, destinada a estimular uma percepção precisa e intencional.

As conseqüências de um novo modo de projetar lugares não ficam restritas à área da Arquitetura-Urbanismo. Existem reações importantes até em áreas como a Filosofia. Casey (1998), por exemplo, entende o fenômeno do lugar de hoje basicamente como “eventmental, something in process, something unconfined to a thing. Or to a simple location (...). The primacy of place is not that of *the* place, much less of *this* place or *a* place (...) - but that of being an event capable of implacing things” (CASEY, 1998, p. 337).

Mais próximo à nossa presente discussão se encontra o reconhecimento de que o “placemaking” alcançou um status próprio no campo do projeto urbano; e que, na maior parte das vezes, carrega em seu bojo a idéia de criar um *evento* - ou, até, uma rede de eventos - marcado por um *tema*.

Claro, a *construção de lugar* não necessita ser vista como exclusivamente dedicada à criação de fantasias. Pelo contrário, o protagonismo que o conceito de lugar adquiriu na vida urbana de hoje cresceu muito, e seu reconhecimento pode ser conferido pela existência de diversos indicadores que, mesmo indiretos, são extremamente reveladores da importância que *lugar* passou a exercer no corpo social contemporâneo. Por exemplo:

- (i) Existem hoje publicações especializadas, das quais, uma, denominada especificamente PLACES. A revista é uma publicação da “Design History Foundation” e seus editores estão sediados no Pratt Institute School of

Architecture (Nova York) e no Center for Environmental Design Research, University of California Berkeley. A Fundação não tem fins lucrativos, mas busca estabelecer um fórum de discussões que enfatiza a criação de “espaços públicos a serviço dos ideais compartilhados da sociedade”.

- (ii) Existem concursos que estimulam o projeto e a pesquisa sobre o tema de *lugar* (EDRA/*Places Awards*), promovidos por aquela Fundação, em conjunto com uma associação de natureza internacional, a “EDRA-Environmental Design Research Association”.
- (iii) Existem instituições especializadas na “criação de espaços públicos de sucesso”, ou seja, voltadas especificamente a um “placemaking” executado junto às comunidades, como o grupo PPS-Project for Public Spaces. PPS é uma Organização Não-Governamental norte-americana sem fins lucrativos voltada à assistência técnica, pesquisa e educação, cuja missão é a criação e manutenção de espaços públicos<sup>152</sup>. Deste modo, é uma associação especializada na promoção de *lugares*, visando enriquecer e diversificar as experiências públicas oferecidas aos cidadãos. Sua visão dos *lugares públicos* entende que “Creating a place depends more on effective management than it does design and requires the involvement of many different disciplines because of the extremely complex issues that need to be addressed” (PPS, 2002, p. 39), observação que traz claramente a implicação do *gerenciamento* do lugar como fundamental para a prática de construir lugares, gerenciamento este que inclui as ações de marketing como componente indispensável. Pode-se dizer que começa por aí o registro de variações na construção de lugares - no “placemaking”.
- (iv) Outra entidade, a organização “Place Matters”<sup>153</sup>, de Nova York, estimula “processos que promovam o encontro entre história social e história arquitetônica, que redescubram a ‘memória do lugar’, identificando junto com

---

<sup>152</sup> Uma visita ao site PPS sempre fornece informações de interesse para os estudiosos de lugar. O endereço é: <<http://www.pps.org/>>.

<sup>153</sup> O site da organização é: <<http://www.placematters.net/flash/home.htm>>.

os residentes locais quais *lugares* são mais significativos e porque” (CASTRIOTA, 2003, p. 15), já que “o lugar importa porque ele é a dimensão física de nossas vidas, e lar para as nossas tradições e memórias” (CASTRIOTA, 2003, p. 15).

*Fazer lugares* tornou-se, inquestionavelmente, uma atividade em ascensão, seja refletindo o idealismo dos visionários “placemakers” endeusados pelos correligionários do movimento “placemaking” do grupo “*Project for Public Spaces-PPS*”; seja pelos apoiadores de um “placemaking” mais desabridamente comercial, como o praticado pelo grupo “*Imagineering*”, que realiza os projetos para a empresa Disney. Vamos acompanhar algumas das linhas que caracterizam os dois direcionamentos seguidos na construção de lugares.

### ***O “placemaking” do grupo PPS***

Entre as realizações mais singulares da linha seguida por correntes como a do grupo PPS destaca-se sua idéia de listar (e promover sua mais ampla divulgação) os “melhores”<sup>154</sup> lugares mundiais e de trazer os pensamentos dos “melhores” fazedores de lugar - esta última, uma lista que eleva os nomes de treze pioneiros do movimento a um olímpico “Pantheon of Placemakers”. Alguns dos autores mais conhecidos, laureados com essa distinção conferida pela equipe do PPS, seriam: William H. Whyte, Christopher Alexander, Donald Appleyard, Jan Gehl, Tony Hiss, Allan Jacobs, Jane Jacobs, Clare Cooper Marcus e Ray Oldenburg (PPS NEWSLETTER, maio 2004). Cada um deles notabilizou-se por algum tipo de contribuição à “causa” da criação de bons lugares públicos.

---

<sup>154</sup> Como toda e qualquer listagem aspirando a enumerar “os melhores”, os exemplares escolhidos pelo PPS também não são de aceitação universal.

Whyte, por exemplo, entre outras ações já mencionadas neste trabalho, é celebrado também por suas idéias de criar animação nos espaços públicos - e, com isto, gerar lugares - por meio da tática que chama de *triangulação*, isto é, um procedimento pelo qual “(...) some external stimulus provides a linkage between people and prompts strangers to talk to each other as though they were not” (WHYTE, 1990, p. 94). O estímulo pode ser uma (terceira) pessoa que se interpõe entre duas outras, “incitando” a criação de um comentário e estabelecendo uma troca de opiniões entre os dois, como quando surge a presença de, por exemplo, um artista de rua (FIG. 3.79), ou um músico, ou um malabarista, ou quando se leva o cachorro a passear. Este terceiro vértice do triângulo atuaria como um elemento a “quebrar o gelo” e a instigar uma circunstância de *pluralidade* - daí propiciando situações das quais poderia decorrer o início de uma sociabilização e, conseqüentemente, um incentivo à *urbanidade*. Alternativamente, o estímulo pode ser trazido por uma obra, como uma escultura incomum, ou por uma vista panorâmica com uma aura espetacular, enfim, a idéia trazida por Whyte é a de que é possível tornar os espaços mais “amigos”, mais acolhedores, e que “We know how. In both the design and management of spaces, there are many ways to make it much easier for people to mingle and meet” (WHYTE, 1990, p. 98).

Uma situação comum, mas que guarda uma certa analogia com a idéia de Whyte, é explicada por Oldenburg (1999) ao defender a necessidade de a vida urbana contar com “terceiros lugares”. O sociólogo identifica *terceiros lugares*, ou “os grandes bons lugares”, como lugares públicos situados em territórios neutros, nos quais as pessoas podem se reunir e interagir livremente. Usa o termo “terceiro” para distingui-los dos lugares “primeiros” (os lugares domésticos) e “segundos” (os lugares de trabalho); os “terceiros lugares”, por sua vez, “host the regular, voluntary, informal, and happily anticipated gatherings of individuals beyond the realms of home and work” (PPS Placemakers Profiles). Tais lugares forneceriam os meios para as pessoas se encontrarem de modo fácil, barato, habitual e agradável - seriam os nossos “lugares



Fig. 3.79 - Porto Alegre: rua da Praia.  
Foto: Juliana Schettert.

da esquina”, lugares que não exigem esforço de tirar o automóvel da vaga, tomar um ônibus, ou vestir-se de acordo, e que oferecem alternativas da vida real em contraste quanto à passividade da televisão e ao desgaste do enclausuramento cotidiano que a vida ocasionalmente pode motivar. Os *terceiros lugares*, para Carmona et al. (2003, p. 113), representam instituições *mediadoras* entre o indivíduo e a sociedade e são específicos a determinadas culturas e eras históricas, como os “bier garten” alemães, as ruas principais (“main streets”), os “pubs” ingleses, os bistrôs parisienses, as “confeiterias” argentinas, as “coffeehouses” norte-americanas, e os incontáveis “barzinhos”, “postinhos”, locadoras, bancas de revistas, “xises”, e tantas outras instituições brasileiras do gênero. Como tal, são lugares que podem surgir, “virar” moda, declinar e, com o tempo, virem a ser substituídos.

Jane Jacobs, responsável por um dos clássicos da literatura urbanística, o influente livro dos anos 1960s “The Death and Life of Great American Cities. The Failure of Town Planning”, é reconhecidamente uma das campeãs pela batalha em prol da pluralidade nos lugares urbanos<sup>155</sup>. Ponto central de sua obra é a observação de que:

That the sight of people attracts still other people, is something that city planners and city architectural designers seem to find incomprehensible. They operate on the premise that city people seek the sight of emptiness, obvious order and quiet. Nothing could be less true. The presences of great numbers of people gathered together in cities should not only be frankly accepted as a physical fact... they should also be enjoyed as an asset and their presence celebrated. (PPS NEWSLETTER, maio 2004),

clamando precisamente por maiores oportunidades para a manifestação de *urbanidade* nas cidades.

---

<sup>155</sup> Em 2004, aos 88 anos de idade, Jacobs lançou um novo livro denominado “Dark Age Ahead”. Endereça agora suas observações críticas ao modo de vida da sociedade ocidental e ao declínio do que vê como seus embasamentos. Sua amarga percepção lhe indica que também a nossa cultura está se tornando presa daquele problema para o qual, segundo ela, os gregos tinham uma palavra especial: *hubris* (excessiva soberba). Em termos de urbanização, aponta para as disfunções acarretadas pelas infundáveis expansões suburbanas e o uso indiscriminado do automóvel.



A listagem A-Z dos “melhores” lugares do mundo é atualizada com frequência no “Making Places Newsletter”, publicação regularmente incluída no *site* PPS, e que aceita, inclusive, sugestões de leitores, como forma de chamar a atenção e de motivar uma mais ampla interação a respeito do tópico. O *site* registra, igualmente, os piores projetos, lançando-os no que chamam ironicamente de “Hall of Shame”. Por fim, resta comentar que as ações do grupo PPS se dão em diversas frentes, que compreendem projetos e consultorias para: parques, *plazas* e praças; edifícios públicos; circulação e ruas; mercados, feiras e briqueiros.

### O “*placemaking*” da equipe “*Imagineering*”

Já o grupo “*Imagineering*” está na origem da elaboração altamente criativa de muitos dos lugares da clonagem e da fantasia que vêm se tornando comuns nos tempos que correm - comuns e muito mais numerosos na era pós-Disneylândia. A formação do grupo está localizada no mundo do cinema *hollywoodiano*, de onde foram recrutados desenhistas, diretores de arte e arquitetos, incumbidos com as tarefas de desenvolver os planos do parque temático original da Disneylândia, em 1953. O esboço inicial foi realizado sob a supervisão do próprio Disney, que teve suas palavras traduzidas em desenhos pelo artista e animador Herb Ryman, antigo diretor de arte dos estúdios da Metro Goldwyn Mayer (DUNLOP, 1996, p. 28). Disney chamou os desenhadores do parque de “*imagineers*” e mais tarde criou “*The Walt Disney Imagineering Division*”, liderada por John Hench e que, hoje, inclui mais de 1.200 participantes, compreendendo planejadores, desenhistas, arquitetos, engenheiros, cientistas da computação e gerentes de construção (DUNLOP, 1996, p. 29). As origens da equipe, de fato, encontram reflexo na configuração cinematográfica que foi atribuída ao parque, nele plasmando a ilimitada maleabilidade pictórica que o espaço demonstra ter para tornar-se capaz de receber e tornar real - como se fosse de verdade - tudo aquilo que faz parte do mundo da imaginação. Assim, saboreia-se o parque como se acompanhando as seqüências de um filme, que - parafraseando o jargão cinematográfico - vai se desenrolando em cenas às vezes em “*long-shots*”, às vezes em “*close*”, às vezes dissolvendo-se num “*fading*”, mas, sempre, com enorme

capricho, para que tudo “pareça certo” cinematograficamente, exigindo, seguramente, muitas liberdades em termos de escala e de estilo<sup>156</sup> para alcançar esse desígnio.

Disney, é claro, não ficou só nisso. Não demorou muito para introduzir ao ambiente de muitos de seus parques temáticos, a pulsante atmosfera de consumo que hoje lá reina como uma soberana e inseparável característica. Para esta finalidade foram projetados “shopping malls”, que passaram a integrar a listagem de atributos temáticos básicos dos parques, trazendo uma atração extra como forma de seduzir clientes e atraí-los a práticas de consumo. Analogamente, não demoraram a aparecer “malls” construídos especialmente como *lugares tematizados*, desenvolvendo suas próprias fantasias ambientais como tema e introduzindo-as no papel de agentes de marketing do lugar e dos produtos vendidos no lugar.

A busca por temas e por sua representação simbólica é uma feição típica dos fazedores de lugares clonados, e isto é o que comumente fazem os projetistas da equipe “Imagineering”. É interessante notar que outros grupos de projetistas se aventuram nas complexas feições apresentadas pelas cidades para, delas, também identificar *temas*. Neste caso, vão buscá-los a partir da leitura de padrões encontrados nos setores tradicionais da cidade - ou seja, padrões que afloram nos ambientes da cidade figurativa -, anotando suas configurações mais marcantes e transformando-as no elenco de símbolos que irão figurar nos *temas* que incluirão em seu “setting” de clonagem.

Sob certos aspectos, este procedimento guarda alguma semelhança do que pesquisam paciente, cuidadosa e minuciosamente Christopher Alexander e seu grupo (1980), quando determinam todos os 253 *padrões* que entendem compor a

---

<sup>156</sup> São bem conhecidas, por exemplo, as manipulações arquitetônicas que os prédios da “main street” tiveram que tolerar, principalmente nas alturas dos prédios - que vão diminuindo nos pavimentos superiores de modo a “estimular” a percepção de perspectiva desejada pelos desenhadores - e a alusão a temas específicos, reproduzidos de maneira simbolicamente idealizada.

“linguagem de padrões” que propõem como alternativas às práticas e idéias correntes na Arquitetura-Urbanismo de então. Perscrutar exaustivamente o contexto na busca de *temas* é também a fórmula do arquiteto norte-americano Jon Jerde e seus parceiros para desenvolver a “confeção” de seus renomados lugares urbanos. Jerde recorta “excertos” das leituras que faz do ambiente urbano e, tentando capturar a essência dos temas que os bairros da cidade expõem, transporta-os aos lugares de consumo que desenha, reabilitando seus padrões. Huxtable vocifera contra a prática, acusando-o de construir uma versão que edita e se apropria daquelas características que perfazem precisamente o diferencial das feições orgânicas, reduzindo-as a um tema de marketing - a cidade como promoção de vendas. Mas ela mesma não hesita em voltar atrás para reconhecer que Jerde é de fato um “mallmaster” (HUXTABLE, 1997, p. 99), “(...) the architect who is the established master of the modern shopping mall and all its clones and offspring(...)” (HUXTABLE, 1997, p. 75)<sup>157</sup>.

Um dos exemplares mais completos desse tipo de experiência é fornecido pelo *shopping* “Horton Plaza”, de San Diego, Califórnia (EUA), que teve seu processo de “placemaking” iniciado em 1977, sendo inaugurado em 1985 (FIG. 3.80). O shopping foi realizado sob a incorporação de Ernest Hahn, com projeto da “The Jerde Partnership”, e substituiu algumas quadras antigas do centro da cidade (cujos prédios listados como elementos do patrimônio histórico-cultural da cidade foram transladados para outras locações) (FIG. 3.81). Entre outras obras famosas do grupo incluem-se o projeto da cintilante “The Fremont Street Experience”, de Las Vegas, que revitaliza a tradicional rua por meio de uma sucessão teatral de espetáculos de

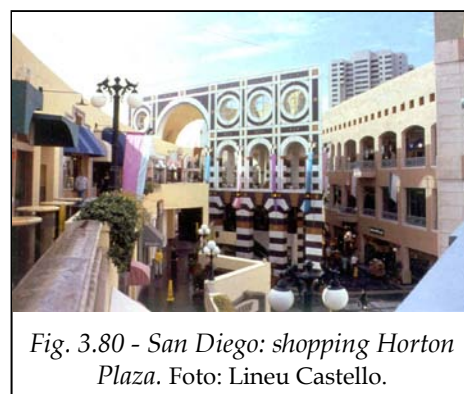


Fig. 3.80 - San Diego: shopping Horton Plaza. Foto: Lineu Castello.

<sup>157</sup> Por mais incitante que seja a idéia de trazer à discussão alguns dos nomes que se tornaram famosos em termos de projeção de shoppings - especialmente daqueles shoppings que, como registra Huxtable, constroem lugares de um modo em que “What is happening here is the morphing of theme park into shopping center” (HUXTABLE, 1997, p. 58) - é uma idéia que não seria procedente em nosso trabalho. Não poderíamos, entretanto, deixar de destacar o nome de Victor Gruen que, como vimos, é um dos criadores mais destacados entre os precursores dos ambientes de compras.

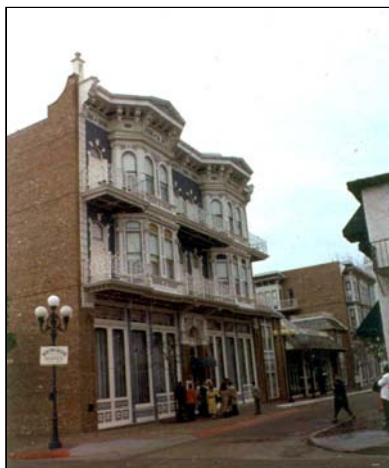


Fig. 3.81 - San Diego: residência Horton trasladada.  
Foto: Lineu Castello.

som, luz e cor; e o projeto da “City Walk” para a Universal Studios, em Los Angeles. Este último é até usado, por Huxtable, como paradigma para defender que os lugares clonados podem, sim, prover experiências vívidas, tornando-se “(...) a successful crossover stage-set urbanism that delivers”, e que são capazes de revelar a existência de uma “(...) conceptual quality of design of this invented urbanism” (HUXTABLE, 1997, p. 58-59).

Jerde cunhou a expressão “experiential placemaking” - algo como “a experiência faz o lugar” - para conceituar seus trabalhos. Segundo Huxtable, o *lugar* “Canal City Hakata” em Fukuoka, Japão, lançado em 1996, é um trabalho que ilustra bem os termos conceituais de *lugar* para Jerde. “Experiential placemaking, he explains, is the ‘fabrication of rich, experiential places which...inspire and engage the human spirit’ while ‘combatting the decline of twentieth-century cities...by formulating a new vision of the city and town center.’” (JERDE apud HUXTABLE, 1997, p. 98). Para esse *construtor de lugares*, que não esconde a aspiração de ver suas crias convertendo-se em *lugares da urbanidade*, a cidade do Terceiro Milênio seria um tear ambiental através do qual se poderia restaurar todo o tecido policromático que celebra o *corpus civitatis*, um tecido envolvendo “(...) nature and humankind in an ongoing partnership through which the unknown evolutionary potentials of each are realized” (JERDE apud HUXTABLE, 1997, p. 98), recordando-nos, novamente, do que vimos no capítulo anterior ser defendido na visão que têm de *lugar* os humanistas.

Aliás, os dois grandes grupos em que separamos, sinteticamente, os *fazedores de lugar*, fornecem uma boa explanação sobre porque nos vimos compelidos a trazer todas as extensas ponderações que emitimos a respeito das variadas entradas conceituais que entendemos necessárias para melhor compreender *lugar*. Fica claro que, de um lado, estão os que entendem lugar sob a perspectiva mais *humanista* que o conceito

envolve, ao passo que, do outro, aflora a óptica mais *pragmática* oportunizada pelo conceito. E é entre estes últimos que se pode localizar uma expressiva *variação* no modo de fazer lugares - uma importante variação no “placemaking” praticado no presente.

Ainda uma outra consideração. As mesmas observações que nos levaram a cogitar sobre a ocorrência de uma clonagem de lugares da urbanidade nos levam, de modo conexo, a cogitar que a projeção desses novos lugares esteja sendo feita sob duas ênfases:

- (i) por inserir materialidades que imitam o contexto que dá origem a essa urbanidade, potencializando-a;
- (ii) por inserir materialidades que rompem com o contexto original, introduzindo clonagens de imagens exóticas, alheias ao léxico imagético predominante naquele contexto.

### *Os caminhos do “placemaking”*

Aventa-se, então, que o “placemaking” *faz lugares* por dois caminhos: o contextual, do qual decorrem *lugares da clonagem contextualizada*; e o não-contextual, responsável por produzir *lugares da clonagem não-contextualizada*. Os lugares da clonagem contextualizada, por sua vez, também podem percorrer dois caminhos distintos. O primeiro se volta à construção de lugares que incentivam a *conservar* elementos urbanos de interesse histórico-cultural da cidade, reabilitando-os e retornando-os à apropriação e ao uso pelos cidadãos. E o segundo, volta-se a *mimetizar* as características predominantes que marcam de maneira bastante acentuada o entorno de um lugar, de modo a conseguir preencher os vazios com imagens harmônicas.

Os lugares da clonagem não-contextualizada podem igualmente infletir por duas direções. A primeira, quando o “placemaking” se dá de forma a construir *reproduções* de outros lugares, principalmente se forem afamados. Os resultados, em grande

parte dos casos, não vão além de meros pastiches. Todavia, a reprodução pode ter outro tipo de propósito, quando se preocupa em reproduzir situações que conduzem a uma sensação de apoio, assegurado através de uma imagem pré-conhecida. Estes seriam os casos em que a reprodução traz imagens que garantem uma sensação de segurança aos eventuais usuários. Como exemplos, poder-se-ia citar situações em que o “tema” é *selva* e, mesmo assim, a presença de imagens familiares reassegura aos usuários que poderão contar com um reconfortante abrigo; ou, ainda, situações em que o “tema” é *praia*, mas, mesmo às margens áridas de uma avenida urbana à beira-rio, totalmente desprovida de balneabilidade, ainda assim serão encontradas reproduções reconfortantes de equipamentos típicos, como os que são disponibilizados em balneários. A segunda direção de inflexão dos lugares da clonagem não-contextualizada seria a da simples *introdução* de imagens exóticas, isto é, que não têm maiores pontos de contato com o ambiente que circunda o lugar. É uma situação bastante corrente e de alcance praticamente ilimitado, pois pode variar de um cenário *hightech*, com seus respectivos aparelhamentos, a um cenário de ficção científica, povoado de imagens alienígenas.

Em qualquer caso, é bom lembrar que o “placemaking” contemporâneo pode suscitar preocupações. Os novos procedimentos podem se tornar, no mínimo, inquietadores, uma vez que os projetistas passam cada vez mais a dispor de instrumentais que lhes conferem capacidade para criar *efeitos especiais* no ambiente urbano - com todo o desassossego que tal poder necessariamente traz para o pensamento arquitetônico-urbanístico.

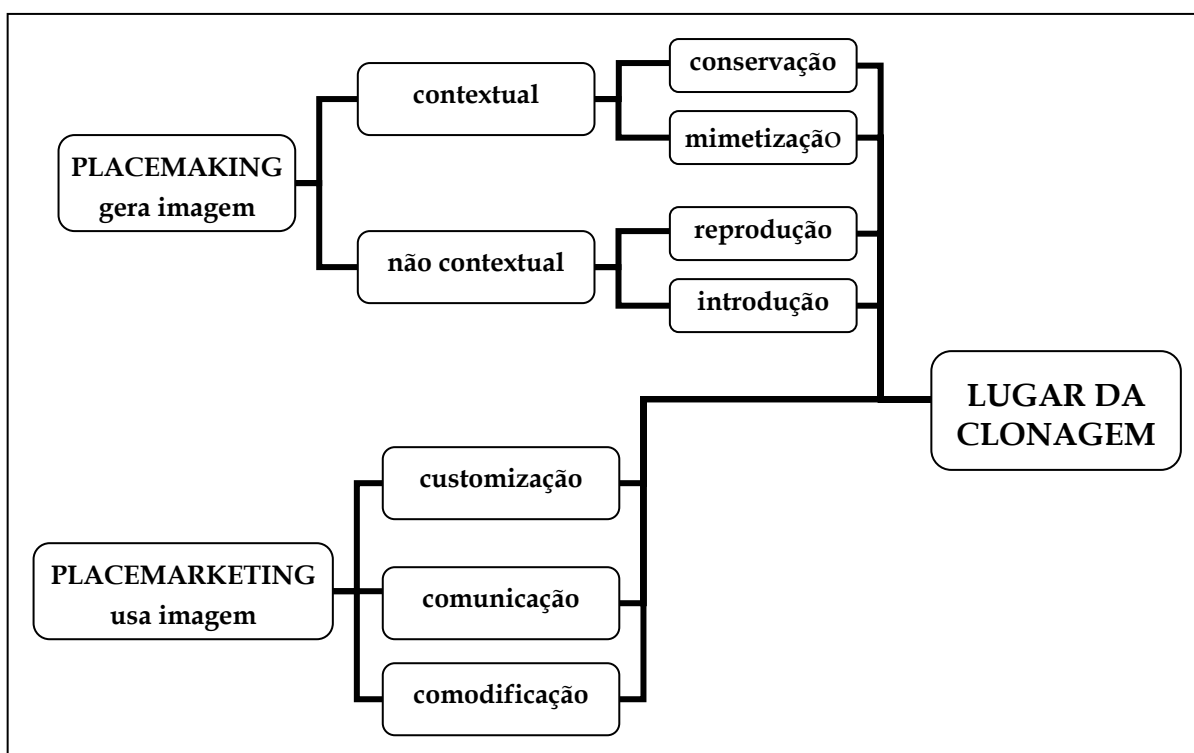
Sob outro aspecto, fica claro, então, que isto requer investigações mais aprofundadas - como tentamos fazê-lo aqui. Neste caso, um caminho viável será o de defender que o *lugar da clonagem contextualizada* pode dar margem a estratégias benéficas, já que é capaz de fornecer oportunidades para a produção de urbanidade, acrescida ainda pelas benfeitorias que enseja no campo da conservação urbana integrada. E, de modo análogo, defender a produção do *lugar da clonagem não-contextualizada*, tendo em vista a ocorrência de numerosas experiências bem-sucedidas que já foram testemunhadas

com o exercício dessa prática.

Embora mais incomuns e até difíceis de serem aceitos por alguns, representam atitudes que estão apenas a refletir comportamentos encontrados no seio de uma sociedade acostumada a condutas de natureza consumista, e para a qual, tanto a *demand*a quanto a *oferta* por esses lugares deverá persistir, pelo menos enquanto durar esse tipo de organização social.

Das duas observações, resta concluir que os planejadores que trabalham com a área de Arquitetura-Urbanismo deverão estar preparados a acompanhar o fenômeno, para assim saberem extrair de seus exageros, as potenciais virtudes. O Quadro 3.1 sintetiza nossa maneira de ver o que está se passando presentemente no universo do “placemaking” e do “placemarketing” na construção dos lugares da clonagem.

**Quadro 3.1 - “Place - Making” e “Placemarketing” na Geração do Lugar da Clonagem**



Fonte: Elaborado para a Tese.

### *O lugar da clonagem contextualizada*

Entende-se o lugar da clonagem contextualizada como aquele no qual a percepção é estimulada mediante uma clonagem realizada sobre as formas encontradas no próprio ambiente, isto é: as formas empregadas na geração das novas construções utilizam-se da linguagem predominante naquele contexto. Em consequência desse procedimento, pode-se esperar a ocorrência de uma “contextualização” urbana: os projetos, ao serem influenciados pelo emprego de estímulos percebidos no próprio ambiente no qual se dá a projeção, empregarão uma linguagem tradicional, rica em elementos vernaculares. Como mostra o Quadro 3.1, propomos que este tipo de clonagem seja aproximado sob dois enfoques: o da *conservação* e o da *mimetização*.

Inicialmente, entretanto, é bom distinguir a clonagem contextualizada do pensamento conhecido como *regionalismo crítico* em nossa área de conhecimento.

À primeira vista, o entendimento de que o projeto de lugar clona o léxico dominante em um determinado contexto pode endereçar o pensamento para teorias como a do *regionalismo crítico* (TZONIS & LEFAIVRE, 1996)<sup>158</sup>, que também se apóiam parcialmente na fenomenologia e nas quais encontra-se imbricada a idéia de contextualização. Haveria, entretanto, pelo menos uma diferença a separar a clonagem contextualizada do pensamento dominante no regionalismo crítico. Neste último predomina a idéia de “construir com o sítio”, como postula Gregotti (1996), para quem, as intervenções formais devem revelar a verdade poética do *sítio* - este, sim, considerado a essência do contexto ambiental. Paralelamente, como alerta Frampton (1996, p. 471), “It is necessary to distinguish at the outset between critical regionalism and the simplistic evocation of a sentimental or ironic vernacular”.

---

<sup>158</sup> O termo “regionalismo crítico” foi empregado inicialmente pelos mesmos autores, em outro trabalho: TZONIS, A. & LEFAIVRE, L., *The Grid and the Pathway*. **Architecture in Greece** nº 5, 1981. O conceito ganharia maior destaque com a publicação, em 1983, de *Prospects for a Critical Regionalism*, ensaio de Kenneth Frampton incluído na revista **Perspecta: The Yale Architectural Journal**, que traz as preocupações do autor com a “teoria crítica”, então em pauta nos pensamentos da Escola de Frankfurt.



Os defensores do regionalismo crítico antepõem a necessidade de uma prévia *desfamiliarização* com as formas predominantes no contexto, sob o arrazoado de que assim seria evitada a instância de se cair em uma versão romanceada das características regionais, onde seriam selecionados os “(...) regional elements linked in memory with forlorn eras and inserted them into new buildings, constructing scenographic settings for arousing affinity and ‘sympathy’ in the viewer” (TZONIS & LEFAIVRE, 1996, p. 489). Então, o que o regionalismo crítico faz, na verdade, é selecionar “(...) these regional elements for their potential to act as support, physical or conceptual, of human contact and community, what we may call ‘place-defining’ elements, and incorporates them ‘strangely’ rather than ‘familiarily’” (TZONIS & LEFAIVRE, 1996, p. 489).

No lugar da *clonagem contextualizada* o predomínio da intervenção formal recai mais solidamente no *reforço de uma imagem*, mais ainda do que nas experiências espaciais de vida acumuladas no lugar e nos rituais sociais que lá foram historicamente representados. A tendência que parece predominar na clonagem contextualizada é a de favorecer o desabrochar de uma esteticização da paisagem, como nos falou Zukin no capítulo anterior. Claro, dizemos “parece predominar”, porque, de fato, grande parte dos casos conhecidos aponta para a obtenção de *imagens* esteticamente enriquecidas, e que ajudam a enobrecer uma paisagem histórica.

Resta notar que Tzonis e Lefaivre seguem levando adiante suas pesquisas e, mais recentemente, introduziram em suas preocupações ainda um novo tema, o do *tropicalismo crítico* (TZONIS; LEFAIVRE; STAGNO, 2002), onde buscam situar as particularidades da arquitetura tropical dentro do enquadramento teórico e histórico previamente apresentado em sua obra original.

Isto posto, parece-nos suficiente esta pequena digressão a respeito das possíveis relações do lugar da clonagem contextualizada com os pontos defendidos pelos seguidores do *regionalismo crítico*, realizada com o propósito de apontar as dessemelhanças mais evidentes entre as duas abordagens.

De resto, há ainda um ponto ligado à clonagem contextualizada que merece alguma

atenção: a visão crítica que costuma ser imputada a esse tipo de *fazer lugares*.

É mais uma vez Zukin quem de forma mais aguda enfoca a questão. Diz ela haver uma ambivalência nesse tipo de lugar, ao dar margem a uma conflitividade latente entre duas direções por eles admitidas. Uma delas, por favorecer o sentido de permanência; e outra, por flectir para o lado do consumo. Mas mesmo frente a esses dois regimes mutuamente hostis - o da memória e o do dinheiro - todos passam *percebidos* como *lugares* por seus usuários. No mínimo, como lugares turísticos. Porque ao fim e ao cabo, na cidade pós-moderna, eles podem até se unir em prol de um terceiro objetivo, como friamente reconhece Zukin que está a ocorrer em Nova York, fruto da lucrativa aliança entre memória e comércio: “The regimes of memory and money overlap to some degree in the tourist economy – in the city’s museums, theaters and cafes, and ethnic neighborhoods – where the performance of life is a salable commodity” (ZUKIN, 2002, p. 19-20).

De outro ponto de vista, as críticas sobre exemplares da clonagem contextualizada podem tomar direções até impiedosas:

In an age when industrialization becomes chic, when former factories are converted into apartments and power stations into national museums (...). An unpleasant object may be rendered acceptable by adopting such an outlook, so that a disused abattoir might easily be perceived as a potential art gallery. To aestheticize an object is to anaesthetize it and strip it of its unpleasant associations,

diz Leach (1999, p. 15), ao queixar-se da intensa saturação da imagem na produção arquitetônico-urbanística, cuja tendência para privilegiar o mundo das imagens, segundo ele, “(...) potentially serves to distance architects from users of their buildings, in that it encourages them to adopt a highly aestheticized outlook, remote from the concerns of the users” (LEACH, 1999, p. 11).

De qualquer forma, é sempre prudente tentar distinguir as verdadeiras operações de clonagem, do imediatismo de experiências meramente cosméticas que, por vezes, se limitam a realizar apenas uma “esteticização” dos aspectos mais abrutalhados

apresentados pelos “brownfields” urbanos.

Por fim, seria igualmente interessante recordar que a clonagem contextualizada, ao trilhar um caminho que busca instruir a construção de seus lugares de acordo com as referências que lhe fornece o contexto, segue um caminho projetual que se poderia reconhecer como ortodoxo, pois há uma relativa analogia entre seus passos e os passos projetuais mais tradicionais.

A clonagem contextualizada assume ou pode assumir, em sua prática, noções que guardam alguma analogia com aquelas comumente empregadas na metodologia projetual tradicional. Ambas podem se valer da noção de “*pattern*” (ALEXANDER et al., 1980), bem como da noção de *modelo* e *tipo*, que “(...) no representa tanto la imagen de una cosa que ha de copiarse e imitarse perfectamente sino la idea de un elemento que debe servir de regla al modelo (...). Para todo es necesario un antecedente; nada sale de la nada.” (MARTINEZ, 1998, p. 122). O quê, por sua vez, torna oportuno recordar observações que faz Mahfuz (1995, cap. 3) em relação à noção de analogia (em seu sentido mais amplo), já que, imbricado dentro dos métodos de geração formal que considera<sup>159</sup>, torna-se possível notar que perpassa, em todos eles, uma predominante manifestação analógica: “A premissa básica é a de que a atividade de criação exercida por arquitetos (...) pode ser definida em grande parte na interpretação e adaptação de precedentes” (MAHFUZ, 1995, p. 69), com esses precedentes exercendo um papel de condicionamento básico na geração formal, posição, aliás, também abraçada por Del Rio (1998, p. 209), que diz: “(...) Tal como outros profissionais do ensino, acredito que o arquiteto deve atuar inserido nas especificidades do contexto (...)”.

---

<sup>159</sup> MAHFUZ (1995, cap. 3) considera que são quatro os métodos de geração formal que têm em comum o emprego de analogias na criação de formas: inovativo, tipológico, mimético e normativo.

### O lugar da clonagem não-contextualizada



Fig. 3.82 - Parque Tivoli, Copenhagen.  
Foto: Lineu Castello

Os parques temáticos são bem representativos dos lugares da clonagem não-contextualizada. Neles aparecem as mais variadas versões de clonagens de temas aleatórios. A história recente dos parques temáticos tem em Walt Disney uma presença essencial, tendo sido ele o introdutor da transformação dos antigos parques de diversão em

parques tematizados, hoje uma potente área da indústria do entretenimento, área que já produziu até seu próprio campo específico de estudos, como demonstra a existência de *sites* especializados no assunto<sup>160</sup>. Embora Disneylândia tenha tido alguma inspiração no Parque Tivoli (FIG. 3.82), de Copenhagen (Dinamarca), os Estados Unidos são o país de destaque na evolução dos parques temáticos, sediando outros importantes equipamentos não vinculados à Disney, como o “Knott’s Berry Farm”, na Califórnia e a rede nacional dos “Six Flags Theme Parks”.

Huxtable entende que a própria (re)invenção por que passa *lugar* atualmente esteja associada aos parques temáticos:

There is a direct line from the historical invention of place in the American past to that quintessential and most universal of modern American inventions, the theme park (...). When place becomes story (...) [and] When the story line is selected, and everything is coordinated to reinforce the illusion of reality – or of the borrowed reality – the result is, as their creators and marketers say, a ‘themed’ package (HUXTABLE, 1997, p. 44).

O pacote tematizado de que nos fala a crítica de arquitetura-urbanismo nada mais é do que o projeto de um tema. E a seleção da “story line” escolhida para narrar o tema

---

<sup>160</sup> Ver por exemplo, <<http://www.themeparkcity.com/itps/index.htm>>, site que sedia o “The Institute For Theme Park Studies” e endereça, inclusive, a teses e dissertações acadêmicas sobre o tema.

é, na maior parte das vezes, não-contextualizada - sua intenção é geralmente a de promover a *introdução* de uma fantasia. Nela, desenha-se formas representacionais de *imagens de lugares*, imagens que as pessoas estão acostumadas a carregar em suas mentes a respeito de um certo tema. Ainda que categorizado pela autora como uma invenção norte-americana, sempre foi bem conhecido dos europeus. Ademais, não seria uma novidade assim tão inédita para a própria sociedade norte-americana<sup>161</sup>: basta, como exemplo, recordar o brilho com que cintilava Coney Island *vis à vis* a Manhattan, especialmente quando da inauguração do seu Luna Park, ainda bem no início do século XX. O Luna Park inaugurou “(...) imposing a theme that embraces the entire site in a system of metaphorical meaning: its surface is to be ‘not of this earth’ but part of the Moon” (KOOLHAAS, 1994, p. 38).

Aliás, dentro de uma linha como essa, que se vale dos recursos oferecidos por uma arquitetura baseada no que Koolhaas chama de uma *tecnologia do fantástico* (KOOLHAAS, 1994, p. 29), não seria difícil apontar rapidamente para um bom número de exemplares. O importante, no entanto, é considerar que essa ideologia arquitetural induziu a criação de uma tradição na área, a tradição de poder transportar as pessoas através das formas de um lugar construído, a um mundo maravilhoso de situações metafóricas, habilitando-as a transcender o limiar que as conserva na tediosa mesmice da vida diária, e fazendo-as ingressar nas fantasias ilusórias de um mundo excitante de entretenimento<sup>162</sup>. O projetista do Luna Park, Frederic Thompson, que aos 26 anos deixou a escola de arquitetura por seu desapontamento com a irrelevância que o sistema *Beaux-Arts* representava para os

---

<sup>161</sup> Boyer aponta para algumas manifestações iniciais de arte cenográfica em cidades, como os *tableaux*, dioramas e panoramas, precoces aventuras comerciais no campo do entretenimento presentes em cidades norte-americanas e européias do século XIX, que guardariam estreitas afinidades com os futuros parques temáticos. Ver: BOYER, 1996.

<sup>162</sup> Aqui se torna forçosa uma menção incidental a Morris Lapidus, um dos nomes mais prestigiados e pioneiros na criação de ambientes tematizados. Suas invenções fantasiosas para grandes hotéis dos anos 1950s em Miami, Flórida (EUA), como as que idealizou para o Hotel Fontainebleau, tornaram-se modelares.

novos tempos de então (1903) está, aparentemente, bem convicto da importância dessa ideologia arquitetônica, quando diz:

It is marvelous what you can do in the way of arousing human emotions by the use you can make architecturally, of simple lines. Luna Park is built on that theory - and the result has proven that theory's worth (KOOLHAAS, 1994, p. 39).

Koolhaas considera Coney Island uma incubadora para algumas das estratégias e mecanismos que, mais tarde, após sua testagem naquele "laboratório", viriam a configurar Manhattan: "Coney Island is a fetal Manhattan", diz ele (KOOLHAAS, 1994, p. 30).

A tecnologia do fantástico foi um princípio assumido desde o início pela empresa de Walt Disney. Para isso, o grupo "Imagineering" valeu-se dos chamados *Dez Mandamentos de Mickey*, empregados como a base conceitual para a concretização de sua "entertainment architecture" - típica do estilo Disney - na qual, os "mandamentos" enumeram os critérios necessários para levar adiante as intenções de "making architecture more amenable to the people who experience buildings and places"<sup>163</sup> (KOOLHAAS et al., 2001, p. 160).

O que nos leva de volta novamente à Disneylândia, na Califórnia, onde ocorreu a primeira experiência concreta da empresa, obtida por meio de uma concepção arquitetural decididamente voltada para a criação de ambientes meta-reais, experiência rapidamente adotada e reproduzida pelos diversos parques e "mundos" Disney<sup>164</sup> que, por sua vez, também celeremente, passaram a se multiplicar por toda

---

<sup>163</sup> Os critérios foram lançados por Marty Sklar, presidente da "Imagineering Division", e incluem as seguintes diretrizes: 1) Conheça sua clientela. 2) Calce os sapatos de seus clientes, isto é, não esqueça o fator humano. 3) Organize o fluxo de pessoas e de idéias. 4) Crie um magneto visual. 5) Comunique-se com proficiência visual. 6) Evite excessos - crie atrativos. 7) Conte uma história de cada vez. 8) Evite contradições - mantenha uma identidade. 9) Para cada explicação, junte uma premiação. 10) Siga sempre em frente! ((KOOLHAAS et al., 2001, p. 161, tradução nossa).

<sup>164</sup> Uma boa base para acompanhar o desenvolvimento dos projetos Disney é fornecida em: DUNLOP, 1996.

parte, distribuindo-se numa escala verdadeiramente global<sup>165</sup>.

A associação com Disney é, mesmo, inevitável: em suas promoções é que mais confortavelmente localizamos o limiar inicial que nos conduziu a um urbanismo interessado em clonar temas não-contextuais. A inclinação demonstrada por Disney com esse tipo de clonagem desponta já na construção de sua Disneylândia inicial, em 1955, na costa oeste dos Estados Unidos, precisamente na Califórnia, região que excita a imaginação de boa parte da humanidade por seu mito de ensolarado eldorado. E, não por coincidência, bastante próxima geograficamente à Hollywood, a usina responsável pela fabricação de muito da realidade não-real contida nas *imagens* cinematográficas que povoam a imaginação das pessoas no mundo todo.

É na construção de Disneylândia que ocorre, pela primeira vez, a efetivação de uma das “reproduções autênticas” (HUXTABLE, 1997), em nível urbano, de uma “main street”, uma réplica do que seriam os padrões típicos da rua principal de uma pequena cidade qualquer, e que passariam a marcar a seqüência de todos os trabalhos de Disney (FIGS. 3.83 e 3.84). Claro, mais do que uma clonagem contextual, a rua de Disney é um pastiche tecnicamente perfeito<sup>166</sup> e cintilantemente colorido de uma rua de verdade, só que, dela, foram extirpadas todas as eventuais nódoas que acompanham qualquer rua de verdade.



Fig. 3.83 - Disneylândia: “main street”.  
Foto: Lineu Castello.



Fig. 3.84 - Disneylândia: “main street”, o lugar-cinema. Foto: Lineu Castello.

<sup>165</sup> Os lugares Disney já romperam até a barreira que, eventualmente, o regime comunista poderia representar a seus avanços na China: Hong Kong já inaugurou seu parque Disney.

<sup>166</sup> A perfeição técnica, como perturbadoramente nos avisa Virilio (1997), pode de fato induzir ao desaparecimento da realidade, facilitando a liberação de uma realidade não-real.

O urbanismo de Disney programa uma realidade imaginada que não coincide necessariamente com a realidade contextual, pois “purifica a paisagem material: ‘É assim que a rua principal deveria ter sido sempre,’ afirma um ‘imaginheiro’<sup>167</sup> que trabalha para o Disney World” (ZUKIN, 1996, p. 212). E é também lá que se avoluma intencionalmente o livre emprego de uma linguagem arquitetônica que, enfatizando a fantasia popular, permite o concreto (porém ilusório) acesso da população a remotos e oníricos elementos que povoam seus imaginários. E que produz retornos financeiros de monta através dos cenários materiais que constrói para o consumo visual: o lugar é uma “commodity” agora, é o ponto de consumo onde uma imagem é vendida como o são os bens e serviços do sistema de produção.

Reside aí um dos pontos mais críticos da conceituação de lugar na cidade do século XXI, porque o conceito passa a admitir uma variação essencialmente econômica: o lugar, que era não mais que uma criação social, agora se vê adicionado de um forte sentido econômico. Ou seja: os lugares clonados vieram dispostos a desempenhar também um papel econômico. E não só a desempenhá-lo como, ao mesmo tempo, a agradar as massas, conquistando-as irresistivelmente, como o fazem os lugares Disney, verdadeiras *mecas* a atrair multidões no mundo inteiro.

Um dos exemplares mais extraordinários, complexos e completos (e, também, insólitos) do “placemaking-cum-placemarketing” do século que passou é indubitavelmente a criação de “Disneyworld”, em Orlando, Florida (EUA). Lá, a combinação inusual da pré-existência de uma boa infraestrutura de transporte, o cruzamento de duas importantes rodovias dando acesso a todo o estado da Florida, a presença de um governo local aquiescente, e a predominância na região de um espírito pró-desenvolvimentista, induziram Disney a gritar do avião em que sobrevoava a região, “That’s it” (FOGLESONG, 1999, p. 90), pondo-se a seguir a comprar as baratas terras pantanosas onde iria criar seu novo parque temático, sua

---

<sup>167</sup> Na versão para o Português do texto de Zukin de onde foi extraída esta citação, a tradutora busca aludir aos feitos do grupo de designers chamado “The Imagineering Division” - citado nesta Seção - fazendo uma alegoria à palavra inglesa “engineering” que exprime os trabalhos típicos da área da Engenharia e que, no caso, estariam “engenhando” imagens para a empresa.



Disneylândia da costa leste - seu novo *lugar*. Era dia 23 de novembro de 1963, e os moradores de Orlando mal sabiam que as mudanças que, naquele mesmo dia, o assassinato do Presidente John Kennedy traria para suas vidas, seriam uma ninharia perto das transformações que estavam por vir com a decisão que Disney acabara de tomar. Tampouco o mundo da Arquitetura-Urbanismo. Na verdade, Disney queria mais do que um outro lugar temático: queria construir uma cidade-modelo, uma “city of tomorrow”<sup>168</sup>. E que ele pudesse controlar facilmente, sem lhe trazer tantos transtornos legais e administrativos quanto os que tivera que atravessar em Anaheim<sup>169</sup>, na Califórnia.

No final, as ações na Florida foram mais fáceis. Disney atuou numa posição quase monárquica ao levar adiante seu “placemaking”, impondo condições e alcançando enorme liberdade de agir, sem maiores regulamentações estatais e controles construtivos e de zoneamentos. Disso resultou que “(...) the company fashioned an entire city, complete with fire stations, environmental protection, a phone company, landscape management, security (...) exciting attractions, themed shops, restaurants, resort hotels, campgrounds, and recreation facilities” (FOGLESONG, 1999, p. 95).

O primeiro lugar, o *Reino Mágico*, inaugurou em 1º de outubro de 1971. Em 1969, 3,5 milhões de turistas haviam visitado a região central da Florida. Dois anos depois, já inaugurado o Reino Mágico, foram 10 milhões de turistas (FOGLESONG, 1999, p. 96). O sucesso inicial motivou uma sucessão de novos investimentos<sup>170</sup>. Disneyworld não tardou a superar o número de visitantes a outros lugares considerados verdadeiros ícones mundiais, como a Torre Eiffel, o Taj-Mahal, a Torre de Londres e as Pirâmides do Egito. Em 1994, a área de Orlando recebeu mais de 33 milhões de

---

<sup>168</sup> O que indiscutivelmente nos autoriza a pensar em uma espécie de *urbanismo tematizado*, no qual, a realidade não é o real do cotidiano - ou seja: um metaurbanismo.

<sup>169</sup> Onde está situada *Disneyland*.

<sup>170</sup> Seguiram-se: EPCOT Center, MGM Studio, parque aquático, complexo de entretenimento noturno, mais hotéis, o Reino Animal, e foram introduzidas muitas novas atrações nos parques pré-existentes.

turistas<sup>171</sup> (FOGLESONG, 1999, p. 98). Compreensivelmente, logo após o setor de turismo, a indústria da construção tornou-se o segundo ramo econômico de maior destaque. Em meados dos anos 1990s a área metropolitana de Orlando contava com um número de leitos de hotel superior aos de Nova York, Chicago e Washington; e atraía quase 15 por cento dos visitantes estrangeiros aos Estados Unidos, atrás apenas de Miami, Los Angeles e Nova York (FOGLESONG, 1999, p. 99).

Entende-se, então, porque as iniciativas da empresa Disney tenderam a incentivar a criação, ao longo do mundo inteiro, de novos múltiplos desses ambientes, eles mesmos gerados por clonagem, apresentando-se como uma sedutora *assemblage* de imagens simbólicas de realidades meta-reais, que hoje já cruzaram até as fronteiras da China comunista.

De qualquer forma, a invenção de lugares não-contextualizados pode ser vista como uma incisiva resposta à uniformização dos lugares, buscada através de uma

(...) deliberate 'manufacturing' of difference (...). The manufacture of 'places' and place values, drawing on the techniques of theme parks(...)occurs in a variety of settings, including shopping malls, historic districts, urban entertainment districts, central city redevelopment and tourist destinations. (...) While there has been much criticism of invented places (...) they provide opportunities for urban design and the creation of people places (CARMONA et al., 2003, p. 102-103).

Parece que tem mesmo razão Zukin (1996, p. 207) quando parafraseia Jameson (1997), invertendo o que diz este teorizador cultural de que “a arquitetura é importante porque é o símbolo do capitalismo. Sem dúvida, a arquitetura é importante porque ela é a capital do simbolismo”.

---

<sup>171</sup> Por seu lado, a Disneylândia recebe entre 10 e 14 milhões de visitantes cada ano. O visitante “de número 500 milhões adentrou o parque em janeiro de 2004” (Revista ÉPOCA, 25/7/2005, p. 10).

### *“Placemarketing”*

Tanto os “placemakers” que seguem a linha (digamos) mais “humanista” do gênero do PPS, como os que seguem a linha (que aparenta ser) mais “pragmática” do “Imagineering”, não dispensam o correspondente papel do *marketing* como caminho para levar a termos reais a concretização dos *lugares* que almejam produzir.

Os “princípios para criar grandes lugares” propugnados pelo manual do PPS (2002), podem ser lidos obliquamente como princípios para tornar os lugares mais “vendíveis”, entendendo-se com isto sua propensão a se tornar mais freqüentados, mais aceitos, mais “consumidos” pela sociedade. Independente disso, por sinal, a feição econômica do fenômeno dos lugares não é nem um pouco desprezada no manual do PPS. O manual, ao “ensinar” a fazer lugares, fala abertamente sobre a grande importância econômica que os lugares exercem em relação à economia urbana, seja na extrema valorização do solo em suas áreas de influência, seja em termos dos retornos em setores como, por exemplo, o turismo urbano. “Public spaces have many real and measurable economic benefits. (...) Revitalizing streets for walking, gathering and shopping is perhaps the most direct example of how placemaking can benefit a city or town economically” (PPS, 2002, p. 14-15).

Por seu lado, o “placemarketing” é um dos instrumentos mais disseminados entre as práticas arquitetônico-urbanísticas da pós-modernidade, pelas quais

(...) o projeto de ‘lançamento’ de cada novo ‘produto’ urbanístico costuma ser minuciosamente planejado. O objetivo é precisamente diferenciá-lo de outros produtos em circulação para conquistar ampla adesão social. Com evidentes conexões entre sociedade de consumo e uma nova concepção de cidadania, o cidadão é confundido com consumidor e, por sua vez, a cidade com o mercado. (SÁNCHEZ, 1999, p. 124).

Embora seja costumeiro interpretar as operações de “placemarketing” com o sentido da “promoção” de um lugar, a teoria mercadológica considera a *promoção* nada mais do que uma das atividades vinculadas ao *marketing de lugar*. Kotler, por exemplo, um

dos pioneiros dos estudos de “placemarketing”, explica que é comum focar-se “marketing as an image-building exercise, confusing it with one of its subactivities, namely promotion” (KOTLER, 1993, p. 99), aproveitando para esclarecer que, na verdade, “place marketing means designing a place to satisfy the needs of its target markets. It succeeds when citizens and businesses are pleased with their communities, and meet the expectations of visitors and investors” (KOTLER, 1993, p. 99-100). Certo, parece absolutamente correta a preocupação em realizar os melhoramentos necessários a um lugar, aumentando suas condições de uso, visibilidade e inversões por meio de estratégias de desenho urbano, infra-estrutura, serviços e atrações, *antes* de promovê-lo. Mas isso não descarta por completo o acompanhamento de políticas promocionais de impacto no lançamento de um lugar.

### *Os caminhos do “placemarketing”*

Mas há outras preocupações também importantes a considerar quando do emprego de ações de “placemarketing”. A exemplo do que articulamos quando se abordou o “placemaking” em seus aspectos mais gerais, o mesmo pode ser feito com o “placemarketing”.

São três os caminhos pelos quais o “placemarketing” desempenha sua missão de *fazer os novos lugares* urbanos:

- (i) *customizando* as pessoas, tornando-as fiéis seguidoras das novas manifestações de *pluralidade* que as cidades têm a oferecer, através da produção de *imagens* suficientemente potentes para estabelecer conotações a essas manifestações;
- (ii) *comunicando* aos usuários as mensagens do lugar, visuais e iconográficas, associando-as à evocação ao lugar;
- (iii) *comodificando* bens histórico-culturais qualificadores de um lugar, facilitando seu acesso e fruição.

Através desses caminhos, entendemos que as ações de “placemarketing”, em

conjunto com a concretização material dos lugares exercida pelas ações de “placemaking”, tornam-se capazes de produzir uma *variação* na percepção que as pessoas têm dos lugares, tema de que nos ocuparemos a seguir.



#### 4 VARIAÇÃO NA PERCEPÇÃO DE LUGAR

Vimos que o “placemaking” dos adeptos do “Imagineering” introduz uma variação na construção de lugares. Vimos que o “placemaking” ao estilo do “PPS” igualmente introduz uma variação, pelo menos no enfoque conferido por seus seguidores, a lugar, em termos econômicos.

É fácil aceitar que as variações trazidas pelo “placemaking” se traduzam com franca visibilidade no campo arquitetônico-urbanístico: se não “variações” propriamente ditas, fornecem, no mínimo “matéria” - materialidades - sobre as quais apoiar novas reflexões a construir em relação a *lugar*.

Contudo, quando se considera a ação conjunta de “placemaking” *mais* “placemarketing”, a perspectiva muda. A conjugação das duas atividades, na verdade, nos induz a construir um outro raciocínio, segundo o qual, as variações, além de ocorrerem no campo morfológico-funcional, se efetuam com igual ênfase no campo perceptivo. Podemos aventar, então, para o surgimento de uma variação no modo de *perceber* os lugares, variações na percepção do lugar. Assim, entende-se que do jogo do “placemaking” + “placemarketing” estão a decorrer variações tanto de cunho espacial quanto de cunho comportamental.

Nos capítulos anteriores vimos que através de informações transmitidas por bases empíricas foi possível examinar a manifestação de um processo de clonagem na criação dos lugares da cidade desta virada do século XX para o século XXI. De forma análoga defendemos, ao longo do trabalho, que o *lugar da clonagem* pode se tornar percebido como um lugar agraciado com *urbanidade*. Discutimos igualmente que a percepção de urbanidade num lugar da clonagem é induzida; e que a indução se faz por meio de estímulos que têm a ver com fenômenos associados à *pluralidade*, *aura* e *memória*.

Ao estimular a *pluralidade*, o lugar da clonagem acompanha as mutações que se acham em curso nos padrões diferenciados de urbanização adotados pela sociedade contemporânea. É possível aguardar que, das práticas cotidianas dessa sociedade,

derivem novos tipos de manifestação da *urbanidade*: uma nova urbanidade vivida em ambientes novos, com implicações comportamentais sendo introduzidas nas experiências existenciais dos usuários.

Para estimular a *aura*, o lugar da clonagem se vale de estratégias equivalentes às da criação de uma marca. Também aqui podem ocorrer variações na percepção de um lugar: o lugar pode se tornar percebido mais intensamente por suas conotações a logomarcas do que propriamente pelas características morfológicas, como seria mais típico no campo arquitetônico-urbanístico.

Para estimular a *memória*, o lugar da clonagem faz uso de estratégias de conservação urbana integrada. Com isto, áreas de interesse histórico-cultural abandonadas e deterioradas, ao se submeter a operações de reurbanização movidas a ações de “placemaking” e “placemarketing”, passam a se tornar percebidas de modo diferente - do quê advêm fortes implicações culturais.

Estes são os objetos a discutir no atual capítulo. Todos são vistos como conseqüências das novas práticas que cercam os lugares urbanos de hoje.

Tecer conjecturas sobre as implicações que poderão decorrer das novas práticas, ou que a elas poderão ser vinculadas, torna-se assim um tópico que adquire considerável relevância, não só para o pensamento arquitetônico-urbanístico como, ainda, para o desenvolvimento de áreas conexas, entre as quais, a da psicologia ambiental.

As elaborações apresentadas em continuação buscarão debater dois pontos principais: a constatação de uma variação na percepção de lugar no ambiente construído de hoje, da qual poderá decorrer até mesmo uma variação conceitual para lugar; e a controvérsia que acompanha a apreciação dos lugares da clonagem.



#### 4.1 OS LUGARES DA PLURALIDADE E A TENDÊNCIA A UMA NOVA URBANIDADE

A origem dos lugares da clonagem caracterizados pela pluralidade pode ser atribuída tanto à clonagem contextualizada como à não contextualizada, mas partem de uma categorização comum básica: são espaços públicos.

Como já se viu, no entanto, esvaem-se cada vez mais os limites entre o público e o privado na cidade atual. A interpenetração entre o estatuto jurídico do espaço e o uso real que é feito deste espaço confere à expressão *espaço público* uma acentuada polissemia: a expressão adquire cada vez mais variantes em suas significações. Hoje, por exemplo, as crescentes parcerias público-privado colaboram para acelerar a desconexão entre o que é a *propriedade* privada, da noção de *uso* privativo; e a separar o que é a *propriedade* estatal, da noção de *uso* público. Com isto, o repensar de lugar necessita aprender com maior acuidade a como acompanhar a lógica dos produtores de espaços privados empregada nas cidades da virada do milênio.

Talvez o melhor seja adotar um enfoque como fazem Loukaitou-Sideris & Banerjee, que consideram “the public realm (...) as a forum for political action and representation; as a ‘neutral’ or common ground for social interaction, intermingling, and communication; and as a stage for social learning, personal development, and information exchange” (LOUKAITOU-SIDERIS & BANERJEE, 1998, p. 175 apud CARMONA et al., 2003, p. 109), no qual, o domínio público físico é entendido como “(...) the spaces and settings - publicly or privately owned - that support or facilitate public life and social interaction. The activities and events occurring in those spaces and settings can be termed the *sociocultural realm*” (CARMONA et al., 2003, p. 109).

Uma das primeiras lições a assimilar é a de que os lugares da pluralidade precisam de *visibilidade*. São espaços do “visível”, qualidade que lhes confere um certo parentesco com os espaços do espetáculo e do teatral, atributo redescoberto pelos arquitetos-urbanistas de agora e conscientizado pelas análises que se encontram em pauta nas ciências sociais: “*Mise en scène et scénographie deviennent des maîtres*

mots du *design* urbain (...)”, conforme assume François Ascher<sup>172</sup> (1995, p. 257) sobre o que mais modernamente vem sendo feito no desenho urbano.

#### 4.1.1 Um modo diferente de perceber a urbanidade

Vimos, em capítulo anterior, uma pletera de *urbanizações* - e nem todas essas urbanizações são cidades, pelo menos, como nos acostumamos a concebê-las. Nosso espectro para urbanização vai desde núcleos claramente individuados, como Bologna (Itália), por exemplo, e chega a aglomerações amorfas como, por exemplo, Los Angeles (EUA). As atuais urbanizações compreendem, na verdade, um *continuum* que se estende desde aqueles pequenos núcleos urbanos, como os projetados por Duany & Plater-Zyberk para seu “new urbanism”, passam pela extensa paisagem de uma metápole de Ascher (2004b), e alcançam até a “heterópolis” de Jencks<sup>173</sup>.

Por outro lado - mais sombriamente -, Choay ameaça-nos com o desaparecimento da “cidade”, que, após atravessar o longo processo de mutações urbanas que fizeram esse produto cultural humano transitar de cidade pré-industrial, a cidade industrial e, depois, pós-industrial, começa a se diluir em favor de um fluido e indeterminado “urbano”. Para Choay, talvez já não seja mais possível conceber ainda uma outra *estratificação* da cidade moderna, de modo a dar-lhe uma continuidade, justapondo-a às formas mais definidas como as que conheceu no passado. A sobrevivência da cidade só será possível, agora, sob a forma de fragmentos, dispersos e imersos no

---

<sup>172</sup> A observação do filósofo é compartilhada por outros pensadores, como Venturi e Scott Brown. Estes, ainda acrescentam estar a *cenografia* a suplantare progressivamente a *iconografia* - antiga característica da cena urbana de Las Vegas, por exemplo. Para eles, a Las Vegas de hoje transformou seu arquétipo de “strip” numa cenografia à la Disney, com a massa de edificações dos grandes hotéis ilustrando temas como narrativas egípcias, no cenário do hotel *Luxor*; ou cenas de Manhattan, no cenário de *New York New York* (SCOTT BROWN & VENTURI apud KOOLHAAS et al., 2001b, p. 617).

<sup>173</sup> Para Jencks, certas cidades globais como, por exemplo, Los Angeles, Nova York, Amsterdam e Berlim, apresentam uma diversidade cultural e étnica tão grande que já se pode dizer terem evoluído para uma situação de “heterópolis”. Indicação disto seriam fatos como o hibridismo de Los Angeles comportar o falar de mais de 80 línguas; e de ouvir-se em Londres, sede de inúmeras empresas multinacionais, cerca de 300 línguas diferentes (JENCKS, 2000, p. 127-128).

vasto reino de um vago *urbano* (CHOAY, 1994).

É bastante aceitável dizer-se que há novos contextos históricos onde se desenrola a existência humana - dizer-se que ocorreram grandes variações nos ambientes urbanos. E que, admitindo como verdadeira a acepção, esses ambientes produzem novas maneiras de *perceber* sua realidade - já que eles próprios perfazem uma nova realidade histórica.

Com efeito, há mudanças altamente expressivas em pauta. Algumas delas tornam difícil até o preciso entendimento da estrutura urbana que se encontra à nossa frente. Neste caso, parece muito sintomático, por exemplo, que o ponto selecionado por Garreau, em sua seminal catalogação das novíssimas “edge cities” que se espalham pelos Estados Unidos recaia, precisamente, na cruel observação de que, embora emblemáticas da História da urbanização norte-americana, essas “cidades” das bordas urbanas apresentam um problema fundamental: “Edge City’s problem is history. It has none” (GARREAU, 1992, p. 9).

Da mesma forma, Lawrence, em resenha sobre o *estado da arte* da pesquisa no campo *comportamento-ambiente-desenho*, aponta criticamente para o fato de que “a historical perspective is frequently omitted” (LAWRENCE, 1991, p. 61) em algumas das mais importantes correntes estruturalistas (como, entre outras, a sintaxe espacial e a semiótica arquitetônica).

De fato, as grandes transformações na história do mundo produzem certamente reflexos nos comportamentos. E um fato como esse requer um enquadramento metódico nas análises urbanas que se faz hoje. Os estudos que lidam com a percepção, portanto, precisam saber acompanhar essas mudanças, assim como aos novos posicionamentos históricos. Virilio (1997), por exemplo, quando associa toda a história humana à história dos motores, do vapor ao informático, registra com clareza cristalina que cada um deles “modificou radicalmente nossa percepção”.

Agora, quando já se fala em *transurbanismo*, como acabamos de ler em capítulo

anterior, alguns autores atentam para a singular metamorfose que transforma as áreas centrais das velhas cidades em parques tematizados, de modo a poderem se incluir nos “eventscares” do turismo global (FERNÁNDEZ-GALIANO, 1999), seguindo obedientemente os ditames de uma nova “renaissance” - um renascimento desta vez calcado em marketing (RUBY, 2002, p. 23). Ruby comenta também que nas pegadas do transurbanismo, a *urbanidade* que costumava ser produzida pelas pessoas que usavam o *cuore* central das cidades, vem sendo transferida para os *eventos* que se sucedem nas extensões transurbanas, mesmo porque “(...) it is precisely there that cloned versions of its former urban forms multiply (...) reproduction of ‘urban’ outdoor space inside air-conditioned indoor megaspaces<sup>174</sup>. The city as an iconographic cliché (...) within postsuburban territory” (RUBY, 2002, p. 24).



Fig. 4.1 - CentrO, Oberhausen.  
Fonte: divulgação.

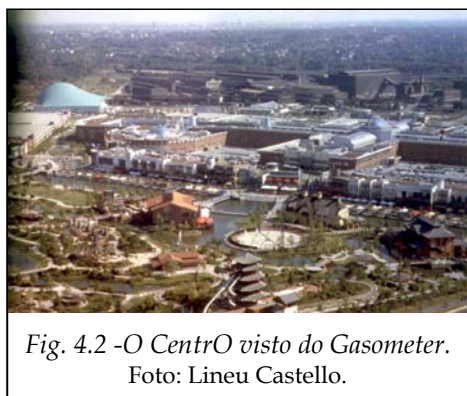


Fig. 4.2 - O CentrO visto do Gasometer.  
Foto: Lineu Castello.

Hoje é possível encontrar vários exemplares bastante ilustrativos da pluralidade heterotópica, fornecidos por projetos de grande porte e de área de influência supra-urbana. Um bom exemplo é o *CentrO*, na Alemanha, criado para funcionar como o C.B.D. de toda uma região urbanizada, bem nos moldes do *transurbanismo* antes mencionado. O *CentrO* fornece uma boa ilustração de um gigantesco *lugar-da-pluralidade-em-vias-de-se-tornar-um-lugar-da-urbanidade* (FIGS. 4.1 a 4.3). Nele, as ofertas de estímulos à pluralidade, congraçando estímulos associados à aura e à memória regional são correntes.

Será aceitável acreditar que a *urbanidade* vai se manter ininterruptamente a mesma frente a toda essa seqüência de variações na urbanização da

<sup>174</sup> Ver Capítulo 3, Seção 3.3.2.

Humanidade? Sem demonstrar alterações significativas? Ou será possível esperar por alterações na urbanidade, à medida que se dilui a concentração dos núcleos urbanos - ou que aumenta seu fracionamento? A urbanidade que prevalece no urbano do ambiente global será a mesma urbanidade encontrada no urbano do ambiente local? A urbanidade de uma heterópolis (JENCKS, 2000) será a mesma urbanidade de uma localidade homogênea?



Fig. 4.3 - Centró. Foto: divulgação.

Não parece descabido intuir que urbanidade, numa sociedade em transformação, é igualmente uma qualidade em transformação. Portanto, não poderemos deixar de referir a possíveis diferenciações acontecendo na manifestação da própria *urbanidade*. E em nenhuma das tipologias de lugar aqui consideradas esta variação na urbanidade se dará de modo mais notável do que nos *lugares da pluralidade*. A variação na percepção desses lugares já se faz notar até mesmo nas diferenças com que diferentes grupos etários selecionam seus lugares de convívio: a percepção dos lugares escolhidos para convívio pela juventude carioca presentes na análise que Mendes de Almeida & Tracy (2003) fizeram quando analisaram a geografia dos *circuitos da "noite"* do Rio de Janeiro, não é necessariamente a mesma percepção que levou seus pais ou avós escolherem os lugares de pluralidade que frequentam.

## 4.2 OS LUGARES DA AURA E A CRIAÇÃO DE MARCA

É freqüente associar-se o gênio de que está imbuído um lugar a suas qualificações físicas. Encontra-se esta conotação até na clássica obra de Norberg-Schulz (1980). Seria por força das formas naturais do espaço, das ondulações que dão ritmo à paisagem, das curvas de sua configuração, dos aromas, das brisas, das águas, do relevo, da luminosidade, enfim, das qualidades neles presentes, que certos espaços se tornariam favorecidos a granjear a proteção divina e, agraciados com as benesses dos céus, se tornariam dignos de alojar os deuses.

De modo também figurado, poder-se-ia dizer que a gênese de um lugar da aura tem a ver com a ação de uma divindade protetora do *lugar*, que comunicará as linhas a serem seguidas no desenho daquele lugar. Suas qualificações inatas é que inspirarão o tipo de ecodesenho que ali se desenvolverá, cujas funções, características e fenômenos serão lidos no ambiente natural, processados como fontes de informação, e clonados pelo desenho urbano. Tanto que, no passado, seria comum aceitar-se a idéia de que a sobrevivência do ser humano dependeria de sua “boa” relação com o lugar, tanto no sentido físico quanto psíquico. Como narra Norberg-Schulz:

In ancient Egypt, for instance, the country was not only cultivated in accordance with the Nile floods, but the very structure of the landscape served as a model for the lay-out of the ‘public’ buildings which should give man a sense of security by symbolizing an eternal environmental order (NORBERG-SCHULTZ, 1980, p. 18).

Também dentro desta linha, o professor arquiteto Renato Fiore traz um comentário interessante sobre a construção do casco fundacional de Porto Alegre, e fornece uma interpretação singular a respeito das relações entre a antropização do ambiente central da cidade e as características naturais da paisagem ali ocupada:

(...) what is important here is not the actual natural conformation, but its basic structure in terms of its meaning for the human dwelling. It is of the nature of architecture to change the natural landscape. But even doing so, it may come to express more clearly the character of its structural aspects. In Porto Alegre, the natural harbour was a crucial factor. Another one is the high spot on the hill which constitutes the small peninsula where the city appeared, the natural position for the local authorities to be placed, the *acropolis*. Between them and linked to both, the lower ground by the river is also fundamental, as the place of landing and of economic activity, in a local version of the *agora*. Harbour, *agora* and *acropolis* form a crucial aspect of the structure and history of the city, and their location is indissociable from the natural environment (FIORE, 2000, p. 237).

Dentro dessa acepção, até os dois museus<sup>175</sup> hoje presentes em prédios históricos da Praça da Alfândega ganhariam uma explicação em função da aura natural do lugar. Os prédios do MARGS e do Memorial

(...) derive their place character from their insertion in the local urban environment, from the way they *form* and *constitute* the public space (...). Referring to Norberg-Schulz's *genius loci* theory, we may also suggest that their interest in terms of place characterisation could be related to their capacity of "explaining" an aspect of the local environment, of the local geography and the structure from which the city grew, thereby making manifest the character of that environment (FIORE, 2000, p. 236-237).

#### 4.2.1 Variação na percepção da aura

Na categoria de *lugares da aura* é importante assinalar uma variante que se reveste de especial interesse para nosso trabalho: a *criação* de aura. Este é precisamente um dos artifícios mais curiosos a se encontrar no estudo dos lugares da clonagem, o fenômeno do *brandismo* (TEIXEIRA, 2000), o lugar da marca, o lócus do logo. Trata-se daqueles lugares cuja forma é artificialmente trabalhada através de um desenho, de modo a exaltar, na mente do observador, uma associação a uma imagem, fazendo com que essa imagem fique plasmada, com vigor, em sua mente. Fixa-se, assim, uma imagem desejada, a construção de uma marca, o registro de um "brand". A marca assim gerada pode ser entendida como uma *aura criada*<sup>176</sup>.

Esse tipo de prática acabou se tornando mais freqüente à medida que, com a evolução dos costumes da sociedade de consumo, seu emprego passou a se dar com o intuito especial de comunicar a imagem de uma marca - de uma logomarca - à mente dos "consumidores", no caso, dos cidadãos, da população urbana. Neste sentido, Carmona et al. (2003) registram que, visto de uma perspectiva mais

---

<sup>175</sup> MARGS-Museu de Artes do Rio Grande do Sul (antiga Delegacia Fiscal); e Memorial do Rio Grande do Sul (antigo Correios e Telégrafos).

<sup>176</sup> Um exemplo clássico é o do logotipo "I ♥ New York".

eminentemente comercial, pode-se enxergar o *gênio do lugar* como uma *marca* da qual já se sabe de antemão que dela se pode derivar certas expectativas de qualidade:

Every place is potentially a brand. In every way as much as Disneyland and Las Vegas, cities like Paris, Edinburgh and New York are their own brands, because a consistent, clear image has emerged of what each place looks, feels like, and the story or history it conveys (SIRCUS, 2001, p. 31 apud CARMONA et al., 2003, p. 96).

Escusado dizer que, com essa prática, os moradores das cidades passaram a se tornar clientela fácil de marqueteiros urbanos, que os vêem mais como consumidores do que propriamente como cidadãos. Isto também nos interessa muito de perto, porque ajuda a explicar o volumoso emprego de estratégias de marketing urbano na gênese dos lugares clonados.

Claro está que esta tipificação deve muito à área de comunicação e roça-se, com ela, no papel exercido pelas artes gráficas na arquitetura e no design urbano, campo em que as poderosas implicações para o entendimento da cidade atual, na qual os habitantes são visualizados mais sob a óptica de moradores-consumidores, ainda se encontra longe de estar suficientemente explorado. O *brandismo*<sup>177</sup> é uma prática bastante usada na gestão das cidades da pós-modernidade, embora o conceito não seja tão familiar aos arquitetos-urbanistas. Que o diga a incontável onda de “guggenheimização”<sup>178</sup> que varre o globo, na busca de associar cidades com marcas que se consagram e se transformam em ícones de consumo, para assim promover o marketing urbano.

A transferência dessas práticas para a gênese de lugares é quase direta. Mas, é uma

---

<sup>177</sup> Ver Arquitectos N°7, <http://www.vitruvius.com.br>. O artigo de Carlos M. Teixeira comenta sobre o início do emprego do *brandismo* por arquitetos, isto é, uma adaptação por esses profissionais dos métodos que são empregados na área de publicidade para fabricar *marcas* (“brand”, em inglês).

<sup>178</sup> Por referência ao ícone urbano representado pelo museu Guggenheim, de Bilbao, Espanha, projetado pelo arquiteto Frank Gehry. Graças ao sucesso extraordinário alcançado em Bilbao, hoje, os museus da rede Guggenheim são vistos como uma *marca famosa*, de grande poder de atração sobre visitantes, turistas e consumidores.



transferência que se faz acompanhar por problemas. Um de seus maiores problemas é o emprego abusivo de imagens submetendo os cidadãos a uma verdadeira saturação.

Em condições mais extremas, o problema se põe através do quase total desmonte que a força hipnotizadora da logomarca faz da arquitetura (FIGS. 4.4 a 4.7). Como comenta Rykwert:

(...) identical fast-food franchises (...) which are distinguishable from each other only by their shrill trademarks and advertising (...) their outlets can never be site-specific, nor can they offer alluring points of reference, since only the abstraction of their logos marks them (RYKWERT, 2000, p. 133).

Assim, tanto faz se o “fast-food” está numa arquitetura de alto nível ou num prédio de interesse cultural, ou numa grande caixa preta. A aura do lugar fica por conta da marca, e não das formas arquitetônico-urbanísticas.

Se por um lado, a questão tem a ver com os lugares da clonagem, a lógica dominante é mesmo a da comunicação, dando margem ao surgimento de críticas contundentes, algumas expressas por nomes respeitados da teoria da cultura, que vêm o mundo, a partir do final do século XX, inundado pelas imagens transmitidas e repetidas à exaustão pelos meios de comunicação da sociedade da informação. E inundado num nível tão contundente, que teria

levado a sociedade a atingir um “êxtase de comunicação” no qual, onde houver mais e mais *informação*, ocorrerão menos e menos chances dessa informação conter realmente um *significado* (BAUDRILLARD, 1997). Ora, o mundo da arquitetura é um



Fig. 4.4 - Logomarca em Shanghai.  
Foto: Lineu Castello.



Fig. 4.5 - Logomarca em Porto Alegre.  
Foto: Lineu Castello.



Fig. 4.6 - Logomarca em Brasília.  
Foto: Lucas Welter.



Fig. 4.7 - Logomarca em Porto Alegre.  
Foto: Lucas Welter.



Fig. 4.8 - Logomarca em Porto Alegre. Foto: Lineu Castello.

mundo que transmite significados. Mais ainda, quando se trata da arquitetura urbana, onde toda uma simbologia social é expressa por formas urbanas representadas por uma iconografia percebida como que traduzindo os significados coletivos da sociedade que a originou. Portanto, dentro desta linha, causa preocupação o eventual enfraquecimento do poder de comunicação das formas arquitetônico-urbanísticas. Na percepção popular talvez a marca “Ted Lapidus” (TL) no edifício que leva essa grife, em Porto Alegre, seja captada mais amplamente que as próprias formas do prédio (FIG. 4.8).

Fazem sentido, então, as críticas que constrói Habermas quanto à linguagem formal da arquitetura modernista, quando ao dizer que: “The graphics of company trademarks and of neon-light advertisements demonstrate that differentiation must take place by means of that other than formal language of architecture” (HABERMAS, 1982 apud LEACH, 1997, p. 234).

Todavia, ainda dentro do tópico da influência da comunicação na formação de lugares da aura, um bom sopro de otimismo é trazido pelo designer gráfico Bruce Mau:

Contrary to Walter Benjamin's prediction (...) that mechanical reproduction would drain the work of art of its aura, the circulated image has not stolen the aura from the original (...). Today, the works of the greatest value (...) in auratic density, are precisely those images most reproduced. It seems more apparent that the space simulated by virtual reality will never substitute for real space. To the contrary, the virtual now acts as an enormous and unwitting advertisement for the real (MAU, 2000, p. 57).

Resta ainda uma reflexão importante a fazer: há uma distinção notável a considerar na mudança ocorrida entre a influência que o desenho espacial tem sobre a percepção das pessoas, em relação a como o desenho informacional é capaz de influenciá-la. Em seus extremos, alguns lugares podem ser construídos e promovidos a partir basicamente de todo um contínuo painel de comunicações gráficas, como na aura que povoa a “Ginza” de Tóquio, incitando a urbanidade do lugar (FIG. 4.9); ou pelo que é exemplarmente ilustrado pelo lugar “Times Square” de Nova York, assim como seu homônimo, o “Times Square” de Hong Kong (FIGS. 4.10 e 4.11). É notável perceber, neste último, como o lugar, povoado de logomarcas a instigar incessantemente a percepção visual, ilustra com propriedade o tipo de lugar construído em cima das imagens de *comunicação*: a arquitetura praticamente se esvai do campo de visão do observador, e os estímulos tornam-se acentuadamente gráficos, em detrimento da moldagem morfológica das construções. Mas a *urbanidade* está presente, ofertada pela extraordinária sensação de aura e envolvimento comunicada ao usuário pelo *lugar*.



Fig. 4.9 - Estímulos comunicacionais gráficos. Tóquio. Fonte: cartão postal.



Fig. 4.10 - Estímulos comunicacionais gráficos. Nova York. Foto: Lucas Welter.



Fig. 4.11 - Estímulos comunicacionais gráficos. Hong Kong. Foto: Lineu Castello.

### 4.3 OS LUGARES DA MEMÓRIA E A CONSERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO URBANO

“The significance of a place, for Rossi, lay not in its function, or even in its form, but in the memories associated with it” (ELLIN, 1999, p. 25).

Ellin está certa ao dar destaque de que para Rossi o lugar mais significativo na cidade de hoje é o lugar que apresenta conotações com a memória coletiva da cidade. Algumas vezes chamada de memória cultural, a memória das cidades é inextricavelmente conectada aos fundamentos da cidade - aos elementos constitutivos do casco fundacional, a partir do qual evoluiu toda a aglomeração urbana, aos elementos que contam a História da cidade - e, como tal, às gentes que a construíram.

Memória e história, então, se articulam na produção de estímulos. Mas, costuma ser reconhecido que ambas envolvem controvérsias. Enquanto a memória deriva de uma circunstância externa e é profundamente volátil (pode rapidamente tornar-se “nada mais que uma lembrança”, como observa De Certeau [1984 apud BOYER, 1996, p. 367-368]), a História é algumas vezes acusada de estar sendo escrita segundo a óptica de uma determinada categoria dominante, favorecendo o registro parcializado de seus valores. São inconstantes, também, suas relações com planejadores, arquitetos e urbanistas: nem sempre se pode reconhecer traços de continuidade ou de permanência no que estes profissionais preparam para dar prosseguimento ao ambiente construído que acolhe a vida da cidade.

Ao contrário: a Arquitetura-Urbanismo do Modernismo, por exemplo, postulou a ruptura com o antigo, com o histórico, com a herança oficial; e sua integral substituição pelo novo, pelo moderno. A memória cultural chegou a tornar-se suspeita, em alguns casos, de remeter a imagens de atraso, de *não-modernidade*. Lugares urbanos - mesmo de qualidade - arriscaram-se a rapidamente conotar arcaísmo e atraso, percebidos como atravancadores da passagem regeneradora da modernidade. Mesmo a Pós-modernidade, mais tarde, preocupou-se principalmente

em explorar a reutilização cenográfica de fragmentos do passado construído, empregando-os de um modo desconectado, transformando-os em pinceladas decorativas introdutoras de contrastes nostálgicos.

#### **4.3.1 Um olhar mais respeitoso sobre a memória da cidade**

A perspectiva aberta pela clonagem oferece um caminho honrado para a sobrevivência das velhas peças do passado, armazenadas no presente das cidades.

De fato, os lugares criados na esfera da clonagem contextualizada costumam apresentar uma característica complementar: seu emprego é sugerido como um caminho para atividades de conservação urbana integrada.

E esse caminho não é gratuito. A memória cultural de uma cidade é um dos fatores mais fortes para decidir quais edifícios ou locais irão se mover além de sua condição de meros *espaços*, para se verem alçados ao status de um *lugar* verdadeiramente notável. Se atentarem a esses importantes aspectos, os lugares clonados que se estruturam na contextualização da memória podem ser eficazes na conservação do patrimônio cultural das cidades.

Só que, com isso, ingressamos numa área extremamente delicada, já que não são poucas as críticas que se levantam contra a idéia da *comodificação* a que fica submetido um bem cultural com esse processo. É, realmente, uma idéia que envolve riscos. Mas, até a própria ação de conservação do patrimônio também os envolve: a fragilidade que acompanha essa ação é proporcional à rapidez com que pode desaparecer o bem. Além disso, tudo leva a crer que “os riscos da entrada dos bens culturais no circuito da mercadoria já estão [portanto] sendo avaliados” (MARQUES, 1995, p. 98). Ademais, os criticismos já admitem algumas inflexões.

A severidade das críticas de Ada Louise Huxtable a colocam em posição de paladina contra essas práticas, já que as trata como “(...) the ultimate demonstration of the use of history, real or invented, as a marketing ploy” (HUXTABLE, 1997, p. 101).

Mostram, mesmo, uma preocupada ansiedade com “(...) the carryover of its ‘lessons’ to buildings and areas where the remnants of an indigenous and legitimate urbanity created by culture and custom are being replaced by merchandising make-believe” (HUXTABLE, 1997, p. 101). Pois mesmo ela reconhece que há terreno para se aceitar esta sorte de procedimento, especialmente quando nele se comprometem empreendedores escrupulosos, do teor de um James W. Rouse, considerado o “pai” das reciclagens de áreas históricas como *shopping malls*, que “(...) have saved landmarks and raised consciousness about an endangered heritage” (HUXTABLE, 1997, p. 96).

Outra autora que costuma disputar essas práticas é M. C. Boyer. Pois bem, também ela consegue encontrar uma brecha por onde ceder a clonagens contextualizadas como as empreendidas por Rouse, já que, em seu entender, “An urban-design theory had already evolved out of the Rouse Company’s successful marketplace compositions” (BOYER, 1997, p. 198). Isto quer dizer que os riscos, embora reais, devem ser enfrentados e não devem obstaculizar uma estratégia que pode oferecer mais acertos do que erros. A alternativa - a desgastante inércia de um purismo paralisante - esta, sim, deve ser transposta.

Sob outro ângulo, é patente que, como um inesperado sub-produto, a *rua principal* da Disneylândia trouxe um reconhecível incremento à preservação de edifícios históricos em cidades reais norte-americanas. Tal fato é registrado por Dunlop (1996, p. 121), quando, observa que: “Preservationists had been arguing on behalf of restoring rather than demolishing America’s small-towns ‘Main Streets’, and Disney’s versions (...) influenced millions of Americans to be sympathetic to their goals”. Com ela, cidadãos encantados pelas imagens nostálgicas da “velha” rua principal de Disney, começaram a procurar as imagens perdidas que as ruas principais de suas próprias cidades deveriam, idealmente, apresentar.

Em decorrência, surgiram alguns resultados positivos deflagrados através de ações destinadas a incentivar a recuperação de ruas abandonadas em antigos centros

históricos. Um evidente exemplo nos é fornecido por Balsas (2002) que informa sobre o *Programa da Rua Central* (“The Main Street Program”), nos Estados Unidos, um programa criado sob aval do “National Trust for Historic Preservation”, em 1977, para incentivar a conservação dos recursos cívicos e econômicos do centro das cidades, bem como, de seu patrimônio histórico. Os resultados têm sido extremamente compensadores em ambas as metas abrangidas pela iniciativa - econômica e cultural - pois o programa, hoje disseminado ao longo de 40 estados, já ajudou a

(...) criar mais de 174 mil novos empregos e a recuperar mais de 60 mil edifícios. Para além destes números, acredita-se que cada dólar investido neste programa é capaz de gerar 35 dólares em novos investimentos. Estes elevados níveis de criação de riqueza levaram já a que este programa tenha sido designado como um dos programas de desenvolvimento econômico mais eficiente dos Estados Unidos (BALSAS, 2002, p. 56).

Ora, tal raciocínio contradiz as críticas que imaginam “pecaminosa” a *comodificação* dos bens culturais que vigora em muitas iniciativas atuais. Ao contrário, procedimentos assim induzem a uma argumentação *em favor* de lugares tematizados, reivindicando que com eles se pode alcançar resultados benéficos nos casos onde a reutilização tematizada de antigas áreas históricas é buscada. Seguramente, a colaboração potencial que essa prática tem para realçar elementos de importância crítica para a estrutura arquitetural de uma cidade já foi reconhecida e, em pouco tempo, o processo de criar lugares com temas históricos passou a ser empregado como uma estratégia para preservar tradições construtivas vernaculares, e para preservar elementos da memória coletiva tradicional da cidade.

Assim, o que havia começado com uma paradoxal “reprodução autêntica” das ruas principais de cidades norte-americanas transplantadas para os *lugares Disney*, embora antigamente censurada por dar margem a “(...) una idealización de lo real, como una operación de filtrado y envasado que implica la eliminación de lo desagradable, de la tragedia, del tiempo y de la culpabilidad” (ROWE & KOETTER, 1981, p. 50), vem

sendo redirecionada para, com sucesso crescente, ativar a conservação e a recuperação de formas tradicionais.

Felizmente, críticas visivelmente favoráveis já podem ser anotadas. Vimos, por exemplo, que há autores, como John Hannigan, que não descartam o emprego desse tipo de prática e chegam até mesmo a afrontar aqueles que lançam críticas contra a carga de incorreções históricas que, às vezes, acompanha essas intervenções, alegando que

(...) most major structures in the western city since the Renaissance have been bastardized historical re-creations, often of Greek or Roman architecture. Even the most urbane and praiseworthy buildings have sustained the false front and a faulty imitation of times past (HANNIGAN, 1998, p. 195).

Eduardo Rojas, especialista da área de desenvolvimento urbano do Inter-American Development Bank pondera, por outra parte, sobre os méritos de tais práticas novas, e defende a requalificação e o reuso de antigas áreas históricas centrais, argumentando que

The most current approach to protecting urban heritage emphasizes the role it can play in promoting the revitalization of areas where historic buildings are located. (...) This in turn generates positive externalities that attract economic activities into the target area, propelling the rehabilitation process into a self-sustained stage (ROJAS, 1999, p. 23).

Aliás, este é o tipo de raciocínio normalmente adotado nos projetos financiados pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento em seus aportes a obras de renovação urbana. Por mais notável que seja um lugar com *história*, é crucial que esse lugar tenha *futuro*. No Brasil, o procedimento de re-qualificar áreas históricas degradadas, nelas introduzindo a oportunidade de se desenvolverem “novos” lugares urbanos clonados sobre as pré-existências, vem adquirindo maior consistência após o *feedback* de certas experiências iniciais de boa repercussão. Uma dessas experiências é a



conhecida revitalização do Bairro do Recife, em Recife, Pernambuco (FIGS. 4.12 e 4.13), financiada pelo Banco, e proposta como uma estratégia “(...) to attract business from the cultural and recreational sectors by preserving the area’s heritage and enhancing its image, thereby increasing its value as a tourist attraction (...)” (ROJAS, 1999, p. 71). O projeto do Recife representa bastante bem a ala dos que sustentam a idéia de que é necessário introduzir atividades novas às áreas de conservação da memória urbana, a fim de promover a continuidade de seu uso nos tempos atuais (ZANCHETTI, 1995, p. 105).

Diga-se a propósito que é na área de conservação urbana que o lugar da clonagem da memória pode alcançar maior expressão. Mais ainda, quando se trata da chamada área da *conservação urbana integrada*, hoje um campo de interesse com especificidades próprias.

Por *conservação urbana integrada* entende-se um conceito emergente que aborda o gerenciamento da urbanização em cidades históricas. Como tal, admite um conjunto extremamente variado de aportes que abrangem tanto disciplinas mais tradicionais quanto estudos mais recentes, irradiando-se desde a antropologia à arquitetura-urbanismo, da economia à ecologia, da sociologia à estatística. Nas atuais condições, necessita enfoques que levem a uma aproximação entre os vários conhecimentos disciplinares e que viabilize uma comunicação entre as disciplinas.

No Brasil, o Centro de Estudos Avançados da Conservação Integrada (CECI), organização sem fins lucrativos localizada em Olinda, Pernambuco, desponta como



Fig. 4.12 - Bairro Recife, pólo Bom Jesus.  
Foto: Lineu Castello.



Fig. 4.13 - Bairro Recife, área do porto. Foto: Lineu Castello.

uma instituição que se volta com especial carinho ao estudo desse campo. Seus integrantes, contudo, reclamam da necessidade que a área tem quanto a estabelecer novas interfaces que permitam construir uma “ponte” entre o conhecimento disciplinar dos profissionais da conservação integrada e a percepção não-disciplinar do público. Questionam, também, sobre a falta de um adequado intercâmbio conceitual que permita transferir os enfoques multi- e interdisciplinares do nível de conhecimento para o nível da ação e da prática na cidade real.

À vista disso, abre-se uma perspectiva que interessa de perto ao tema da clonagem contextualizada de lugares da memória, já que vemos os atuais desenvolvimentos na *teoria do lugar* como um veículo útil para construir a desejada “ponte” entre o conhecimento disciplinar dos especialistas e o não-disciplinar do público.

Pelo menos nos termos do presente trabalho, em que se discute a clonagem de elementos contextuais na construção de lugares urbanos, o conceito de *lugar* pode efetivamente ser visto como imbricado com os estudos de conservação urbana. Acredita-se que o *rationale* de lugar seja suficientemente amplo para contemplar dois aspectos que se superpõem nas ações de conservação integrada: aborda-se nele tanto o grau de incerteza de que se necessita para registrar os fenômenos *intangíveis* que permeiam o ambiente urbano e que estimulam as percepções das pessoas; quanto também a análise das formas físicas *tangíveis*, responsáveis por materializar aquelas percepções. Desse modo, o *lugar* é considerado como um *mediador* capaz de fornecer um bom nível de comunicação entre as diferentes disciplinas envolvidas no campo da conservação da memória urbana, para o qual são simultaneamente necessários, um elevado grau de abstração e um sólido nível de concretude pragmática.

Na seqüência, buscaremos expor o porquê deste raciocínio e porque entendemos que a hipótese da percepção estimulada na geração do *lugar da clonagem contextualizada* pode dar lugar a estratégias benéficas, seja nas oportunidades que fornece para a produção de *urbanidade*, seja no campo da conservação integrada urbana.

Só que antes de passar a desenvolver, será necessário primeiro levantar uma questão específica, diretamente relacionada ao verdadeiro núcleo do planejamento da conservação da memória urbana: *Qual seria o objeto final de pesquisa no planejamento da conservação integrada?* Não seria precisamente a compreensão de um *lugar* em toda sua complexidade interdisciplinar? Conseqüentemente, não seria um *lugar* o objeto final da conservação integrada? Um *lugar* visto em todas suas conotações interdisciplinares, isto é, um objeto *socialmente* construído como um lugar, impregnado com a expressão *política* que um lugar contém, dentro da grande variedade de escalas *físicas* que os lugares apresentam, exigindo os mesmos recursos práticos de *financiamento* necessários para desenvolver seu potencial latente - bem como o fazem os lugares?

Afinal, é crucial lembrar que são as *pessoas* e seu *uso* do ambiente construído que contribuem, *ao longo do tempo*, a estabelecer o status diferenciado que um lugar da urbanidade pode alcançar na vida da cidade. Naturalmente, reforçar a expressão *ao longo do tempo* significa que é imperioso reconhecer a presença de fatores da memória que subjazem profundamente imbricados na noção mesma de lugar. A memória que irrompe da interação entre uma comunidade e seu uso coletivo do espaço é gravada nos recônditos domínios cognitivos da comunidade, entrelaçando componentes sociais, históricos e psicológicos no bojo do significado de um lugar. Ora, o reconhecimento da presença da memória como um componente da estrutura do lugar deve, então, ser creditado como um atributo intrínseco ao *lugar*, já que é a memória o que pode incitar as boas (ou más) imagens que um lugar evoca (BOYER, 1996; LYNCH, 1991). Conseqüentemente, é *memória* o fator ao qual se pode atribuir a maior congruência entre a teoria do lugar e o planejamento da conservação do patrimônio urbano.

Um debate interessante que ajuda a ilustrar o ponto é trazido por Dolores Hayden (1995), de modo a sublinhar o descompasso existente no diálogo interprofissional quando a conservação patrimonial está em pauta. Hayden reproduz a discussão estabelecida entre o sociólogo Herbert Gans e a crítica de arquitetura Ada Louise Huxtable, muito oportunamente trazida à luz pelo professor arquiteto Leonardo

Castriota em suas considerações a respeito das vicissitudes do conceito de *lugar*. Recordamos Castriota (2003) que, enquanto o sociólogo entendia a preservação com um sentido geral, a crítica direcionava sua abordagem para a preservação particularizada. Ou seja: para Gans, a preservação da “arquitetura” se referia à preservação do ambiente construído em geral; para a crítica, significaria preservar edificações arquitetonicamente significativas. Para Gans, preservar uma “comunidade” implicaria a preservação de toda a rede de laços sociais e espaciais de uma população de trabalhadores; para Huxtable, a preservação de todo o ambiente construído de um distrito de interesse histórico. A chave levantada por Hayden, por outro lado, apontaria para possibilidades *cumulativas* entre os dois tipos de visões, que poderiam se complementar valendo-se de uma interface mútua fundamental: *o conceito de lugar*. Na tradução de Castriota, diz Hayden:

Por exemplo, mais depósitos, lojas e casas de aluguel, o tipo de edificações urbanas vernaculares que ele defendia, poderiam ser salvos para fornecer o contexto social e econômico para as casas geminadas que ela defendia. Ou os clubes privados e as mansões que ela defendia poderiam ser interpretados em termos das habilidades dos pedreiros e carpinteiros que os construíram e das habilidades das empregadas domésticas e dos jardineiros em mantê-los para fornecer o tipo de história da classe operária que ele desejava (HAYDEN, 1995, p. 5 apud CASTRIOTA, 2003, p. 10).

Sendo assim, o conceito de lugar, posicionado, como vimos, numa verdadeira interface entre disciplinas físicas, sociais e comportamentais, parece habilitar-se a fornecer os meios mais apropriados para enfrentar o desafio ardentemente cobijado por conservacionistas urbanos quanto à comunicação interdisciplinas. Adicionalmente, pode-se também raciocinar que, mantendo-se o caráter de um lugar - e o uso desse lugar - *vivo* e em ação significa que as pessoas permanecerão ligadas a seus símbolos ambientais essenciais, dando margens até ao estabelecimento de processos mais sustentáveis no seguimento da urbanização. Entrará em cena uma nova percepção sobre o papel do velho patrimônio na atualidade da vida social. Visto assim, o lugar da clonagem que se vale de estimular fenômenos associados à memória alcança contornos que o tornam aceitável como um bem-vindo instrumento

na projeção urbana.

Graças a essas práticas, abrem-se boas oportunidades para que os bens patrimoniais saiam do congelamento a que muitos se vêm submetidos e retornem à vida, ilustrando de maneira pragmática as reflexões ensinadas por Kevin Lynch quando nos aconselha que “In central, public places, we would think less of freezing some idealized moment than of allowing the scars of time to accumulate visibly. (...) In place of sanitizing the past by purifying and freezing it, we should contaminate the present with it” (LYNCH, 1991, p. 631).

#### 4.4 O ACOMPANHAMENTO DA VARIAÇÃO

O lugar da clonagem, como se vê, é marcado por uma variação em sua *origem*: é possível admitir que nessa origem, ele integra o equivalente a um verdadeiro processo de clonagem - mesmo se entendida a estrita acepção científica do termo. O *lugar da clonagem* busca *clonar*, em muitas de suas feições, os estímulos que podem fazê-lo se tornar percebido como um *lugar da urbanidade*.

Na verdade, além de variações na origem, podem ser apontadas variações também em outros âmbitos abrangidos pelo mundo dos lugares da clonagem. A começar pelo *tempo* de sua formação: o tempo necessário para a gestação de um lugar urbano experimenta agora a influência de um catalisador em seu processo de formação. Aquele tempo considerado fundamental na formação de um lugar, fruto de uma construção social, pode hoje ser abreviado, valendo-se, certamente, dos recursos tecnológicos de que dispõem o “placemaking” e o “placemarketing”.

Mas, ainda há mais variações a apontar e a mais perturbadora delas é precisamente a que especula sobre a variação que atingiria fenômenos de natureza existencial: os *efeitos* carreados pelos lugares da clonagem junto às pessoas, pela progressiva apropriação e experiência de vida que lá passam a exercer. Como visto antes, isto até

nos leva a cogitar, não sem algum desassombro, que se esteja frente a uma variação na maneira de viver a experiência urbana – frente a uma nova maneira pela qual se manifesta a *urbanidade*. Uma urbanidade mais consentânea com os modos de viver e de pensar da sociedade que engendra os novos lugares: uma nova urbanidade - *uma urbanidade em mutação* - coerente com uma nova sociedade e com a nova espacialização que é designada por essa sociedade a suas práticas cotidianas.

O *genius loci* desses novos lugares não teria a ver só com a “proteção dos deuses”: na verdade, os *humanos* é que os protegeriam. Pois é o gênio humano que os faz.

Posto isto, não podemos deixar de incitar o aprofundamento das pesquisas numa direção assim delineada. Aquele mesmo *convite* formulado na abertura desta Tese passa a ter sua abrangência ampliada, agora em presença da constatação de que uma *variação* pode mesmo ser destacada. Graças a ela, mais do que rejeição rápida, serão necessárias mais e mais pesquisas esquadrihando com seriedade o universo dos novos lugares, e de suas conseqüências mais palpáveis no campo do comportamento humano no ambiente construído. Mais do que nunca, torna-se indispensável promover um acompanhamento da variação constatada, para dele extrair os ensinamentos que ajudem a bem direcionar o curso dos acontecimentos.

## 5 ILUSTRAÇÃO DE LUGARES EM CIDADES GAÚCHAS

O capítulo 5 é dedicado à ilustração dos lugares em tese. Não tem a intenção de descer a minúcias em sua descrição das situações de criação de lugar investigadas, embora estas ofereçam boas ilustrações dos pontos discutidos na Tese. Interessa mais, isto sim, extrair dos casos estudados as ilações que porventura possam demonstrar com a hipótese defendida de que os lugares da clonagem são preparatórios - pelo menos, teóricamente - da abertura de caminhos que os levarão a se tornar futuros lugares da urbanidade.

Há diversas direções através das quais se pode ilustrar a presença desses lugares numa cidade. Escolhemos duas. Uma, que poderíamos considerar como de natureza “técnica”, privilegia a descrição das características mais gerais dos *lugares*, e tende a ressaltar o processo de “placemaking” envolvido em sua geração. Outra, preocupa-se em acompanhar a trajetória percorrida pelos *lugares* no processo de apropriação por parte dos usuários. Esta última é claramente reveladora da *percepção* que o lugar vai conquistando no repertório do imaginário das pessoas.

Diferentemente do que é seguido numa apresentação mais formal de casos, que, usualmente trazem profusas tabulações, quadros e tabelas, não dispensaremos alguns desses instrumentos, mas, daremos preferência a destacar as características mais “humanísticas” associadas aos lugares, demonstradas através de sinais exteriores, seja expressos por granjear maiores manifestações de aprovação por parte dos usuários, demonstradas por uma evolução sempre ascendente em sua trajetória de aceitação pelo público, seja, por sua crescente inclusão em citações, como forma de aferir sua percepção por parte da população. Por outra parte, a natureza das pesquisas efetuadas poderá ser acompanhada pelo exame dos respectivos instrumentos de trabalho de campo empregados - como os questionários usados em entrevistas realizadas com a população -, e que se encontram reproduzidos nos Anexos que acompanham a Tese.

Os dois caminhos escolhidos ajudarão a refletir a influência que vai sendo exercida paralelamente ao “placemaking” através do processo de “placemarketing” que o acompanha. Para isto - e para garantir uma maior isenção - será conveniente usar indicadores *indiretos* para avaliar o processo de apropriação pelo público. Um exemplo desses indicadores inclui o acompanhamento das menções com que a mídia se refere aos novos lugares, pois estas, poderão denotar, com boa propriedade, o papel que o novo lugar está alcançando na percepção da comunidade. De acordo com esse entendimento procuraremos incluir, então, alguma forma de manifestação da mídia nas ilustrações de *lugares* que serão apresentadas em seqüência.

Inicia-se a série de ilustrações com um *lugar da urbanidade* consolidado, no qual pode ser reconhecida com satisfatória clareza a manifestação dos três tipos de fenômenos destacados como estimuladores da percepção dos lugares da urbanidade, a pluralidade, a memória e a aura: todos estão exemplarmente representados na Usina do Gasômetro, na área central de Porto Alegre. É verdade que o mais comum, no entanto, seria observar o predomínio de um dos tipos de fenômenos sobre os demais - ou até o destaque alcançado por mais de um deles. Assim, teríamos casos em que os esforços pela construção de lugar ilustrariam com maior propriedade as tentativas de clonagem da urbanidade suscitada por fenômenos da *memória*, por exemplo. Ou casos em que a urbanidade seria buscada mais intensamente ao tentar clonar a *aura* que cerca um determinado fenômeno da natureza, da tradição local ou da cultura regional. Ainda assim, já que abordam diferentes situações de casos, os exemplares selecionados para apresentação neste capítulo parecem suficientes para demonstrar a diversidade de situações existente.

Serão comentadas as seguintes situações de *lugares*:

- (i) Onde a *urbanidade* já está pronta - já floresceu e já está consolidada - como na Usina do **Gasômetro**, em Porto Alegre. Ali, estimulou-se a *pluralidade* (por meio de concertos populares, de proporcionar às massas um acesso fácil à água, da proximidade da água na área central); estimulou-se a *aura* (por meio de grande “placemarketing” baseado numa criação e exploração de marca, de *brandismo*), estimulou-se a *memória* (houve preocupações com a preservação do lócus, de



atividades no Centro histórico, da abertura de museus como equipamentos emblemáticos de atração).

- (ii) Quando a *urbanidade* é buscada por tentativas de clonar uma *aura* toda particular, capaz de conduzir a um escape a um lugar idealizado, quer em função de imagens paradisíacas a que pode conotar, quer por referências a briosas imagens de civismo que eventualmente simbolize - enfim, em função de estímulos que conotem a uma representação projetada. Teremos aí a expressão da clonagem da aura, que pode ser feita através da construção de um lugar de marca. Para ilustrar a tão cobiçada aura de um sonho de consumo envolvendo paz-ar-puro-segurança-vida-saudável-escapismo, "ar da serra", clima frio, neve, "comilança da colônia", aconchego da lareira, será chamada a região da **Serra Gaúcha**.
- (iii) Os construtores de lugar muitas vezes querem clonar a *urbanidade* atribuída à *pluralidade* e à *aura* - ao mesmo tempo. Querem ter todo o bulício e efervescência de uma "rua principal" idealizada num cenário rico em imagens que inculquem nas mentes de seus visitantes marcas fortes e persistentes. É, então, um caso para **Serafina Corrêa** ilustrar: a pequena cidade serrana tem crescido em notoriedade, se não como local de interesse turístico, certamente, como lócus de inquietadoras perquirições arquitetônico-urbanísticas.
- (iv) Entretanto, há casos em que os esforços para construir lugar se endereçam para a clonagem da *urbanidade* suscitada pela *pluralidade* e pela *memória* - também consideradas simultaneamente. E aí, ilustrações bem satisfatórias podem ser trazidas pelo caso porto-alegrense do Distrito Comercial **Navegantes**<sup>179</sup>, no bairro homônimo, resultado da reciclagem de antigas fábricas, o que remete à memória do tempo da industrialização gaúcha, ainda que revisitada sob o viés dos centros de consumo de hoje, nos quais a presença da pluralidade é uma

---

<sup>179</sup> Casos assemelhados seriam as tentativas de revitalização da área central, com projetos tipo reutilização da antiga Delegacia Fiscal pelo Museu de Artes (MARGS), cais do porto, Santander cultural, corredor cultural, Casa de Cultura Mário Quintana, etc.

característica fundamental.

- (v) Por último, a *urbanidade* busca encontrar caminho também por meio da clonagem de uma *pluralidade* cujas características são conhecidas de antemão, uma pluralidade que emula situações de “cosmopolitismo”, de mundialização, “do diferente”, das “coisas de fora” - enfim, da heterotopia. Neste caso, para abordar a clonagem da pluralidade na construção de lugares da heterotopia, vamos nos valer de uma visita ao novo **Aeroporto** Salgado Filho, na zona norte de Porto Alegre.

### 5.1 A URBANIDADE DA USINA DO GASÔMETRO

Não seria incorreto considerar que a urbanidade na Usina do Gasômetro está “pronta”: lá se encontra, na verdade, uma bem consolidada demonstração da *urbanidade* que Porto Alegre tem a oferecer em termos de lugares urbanos. Ademais, uma urbanidade construída em tempos surpreendentemente rápidos: tudo aconteceu em pleno século XX. A Usina foi construída, transformada, memorizada, refuncionalizada, tornada plural e, finalmente, alçada a marca da cidade - experimentou origem, memória, metamorfose e fama - tudo dentro de um único século XX. Um feito conseguido graças a uma conjugação de ações que - direta e indiretamente - acabaram por estimular profundas mudanças na percepção que as pessoas tinham a respeito daquele espaço, conduzindo-o ao status de lugar da urbanidade. Mas, no rastro do processo de florescimento dessa urbanidade pode-se notar alguns traços associáveis à construção de lugares *por clonagem*.

A Usina do Gasômetro é um dos mais bem acabados *lugares da urbanidade* que o povo porto-alegrense construiu. Nela, encontram-se inequivocamente representadas a *memória* de um tempo fabril vivido pela cidade e a *aura* que adquiriu ao se consubstanciar como o símbolo dos tempos atuais em que vive a urbe, tornando-a responsável pela produção de uma vivaz *pluralidade* nas ações que lá gostam de experienciar seus diversificados frequentadores. Percepção da memória, percepção

da aura, percepção da pluralidade, estão todos lá: o *lugar* Usina congraça com singular aptidão as representações da *urbanidade* em um lugar público (FIGS. 5.1 a 5.3).

Mas nem sempre foi assim, claro.

### Origem

A *origem* da Usina do Gasômetro revela uma surpresa: ela não tem nada a ver com gás. Fundada em 1928, foi construída por ingleses para produzir energia elétrica a partir do carvão (FIG. 5.4), trazido por via fluvial de São Jerônimo (ESPERANÇA, 2004b, p. 28). O nome “gasômetro” é decorrência de sua proximidade com um depósito de gás já existente à época de sua implantação. A seu lado se encontrava a mal afamada Casa de Detenção, o presídio da cidade. Em seu acompanhamento da evolução urbana do centro de Porto Alegre, a professora arquiteta Célia Ferraz de Souza registra como um dos fatos importantes do período 1900-1950, a construção dessa Cadeia, com o quê, “(...) a Ponta da Passagem mudou seu nome para Ponta da Cadeia. Com a construção do Gasômetro ao lado da cadeia e o bonde Gasômetro circulando no local (...) passou a ser conhecida como Ponta do Gasômetro, mantendo-se até hoje” (SOUZA, 1998, p. 104). Sua alta chaminé, de 117 metros, foi incorporada mais tarde (1937), por força da



Fig. 5.1 - Usina do Gasômetro, Porto Alegre. Foto: Lineu Castello.



Fig. 5.2 - Usina do Gasômetro, Porto Alegre. Foto: Lineu Castello.



Fig. 5.3 - Usina do Gasômetro, Porto Alegre. Foto: Juliana Schettert.

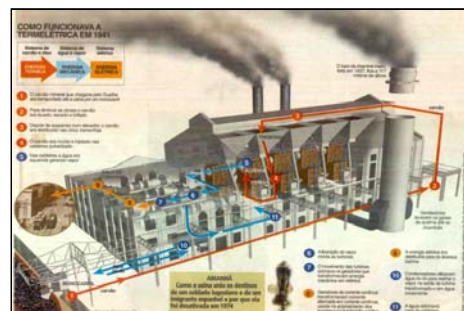


Fig. 5.4 - O funcionamento da Usina como termelétrica (1941). Fonte: ESPERANÇA, 2004b, p. 28.

poluição causada pela fuligem. Era operada pela Companhia Brasileira de Força Elétrica, ligada à empresa norte-americana *Bond & Share American Foreign Power*, igualmente responsável pelos bondes da Companhia Carris (ESPERANÇA, 2004b, p. 28). Como usina termoeétrica exerceu papel importante para a cidade, produzindo energia para a provisão dos bairros, iluminação pública e acionamento dos bondes da Carris.

### Memória

Sua *memória* registra que foi encampada em 1959 e que suas caldeiras deixaram de



Fig. 5.5 - Reportagem mostrando que a "Usina cai aos pedaços" (1986). Fonte: *Jornal Zero Hora*, edição de 5/6/1986.

empregar o carvão em 1967, substituindo-o por um derivado do petróleo, motivo pelo qual, com a crise deste último nos anos 1970s, sobreveio sua desativação em 1974 (ESPERANÇA, 2004b, p. 28). Nessa época, foi decretada sua destruição. Iniciou-se um demorado e conflitivo processo<sup>180</sup> durante o qual, a Usina sofreu forte deterioração (FIG. 5.5). Em 1988, apesar das obras ainda incompletas, foi reinaugurada com uso ainda

indefinido, mas em 1989, teve seu uso designado para a área cultural<sup>181</sup>.

### Metamorfose

Seguiu-se um processo de *metamorfose*, pelo qual, "Em 1994, já consolidada como um centro cultural, a Usina ganhou um programa de necessidades coerente com os seus

<sup>180</sup> Informa o *site* da Secretaria Municipal de Cultura da Prefeitura Municipal de Porto Alegre que "a Eletrobrás, transfere para o município em 1982, o uso do terreno. Neste mesmo ano, o governo estadual tomba a chaminé e no ano seguinte o governo municipal faz o mesmo com o prédio". Disponível em <[http://www2.portoalegre.rs.gov.br/smc/default.php?reg=8&p\\_secao=87](http://www2.portoalegre.rs.gov.br/smc/default.php?reg=8&p_secao=87)>. Consulta em 19/7/2005.

<sup>181</sup> À época, passou a chamar-se "Espaço Cultural do Trabalho".

espaços. (...) e realizados os projetos setoriais, sendo alguns desenvolvidos pela EPHAC<sup>182</sup> e outros licitados”. (MEIRA, 2004, p. 101). Graças a isso, como informa um dos inúmeros *sites* a retratar a Usina do Gasômetro na Internet, agora:

São 18.000 m<sup>2</sup> de área, com 3 auditórios, 5 salas de uso múltiplo, anfiteatros para vídeo e atividades diversas, 3 espaços abertos para exposição, mais a Galeria Iberê Camargo, a Galeria no 5º pavimento, área de cinema (com 156 lugares), área do Teatro Elis Regina (com 300 lugares), a Usina de Multimídia (laboratório fotográfico, estúdio de gravação e videoteca), uma praça de variedades com restaurante, bar externo e bar/choperia e mais o centro de documentação com biblioteca<sup>183</sup>.

### *Fama*

A partir de então, começa seu caminho em direção à *fama*. Quando da realização de nossos trabalhos de pesquisa no centro de Porto Alegre, estes levaram à identificação da Usina do Gasômetro e seu entorno como um conjunto de elementos - construções e sítio - percebido pelos habitantes como impregnado de significado. Como se recorda, a pesquisa na área central foi produto de dois tempos diferentes: efetuada em 1986, foi repetida em 1995. No tempo inicial dos trabalhos de campo, a planta do Gasômetro era apenas um edifício velho, em ruínas, rodeado por uma área vazia margeando a beira do rio (FIG. 5.6). Mesmo

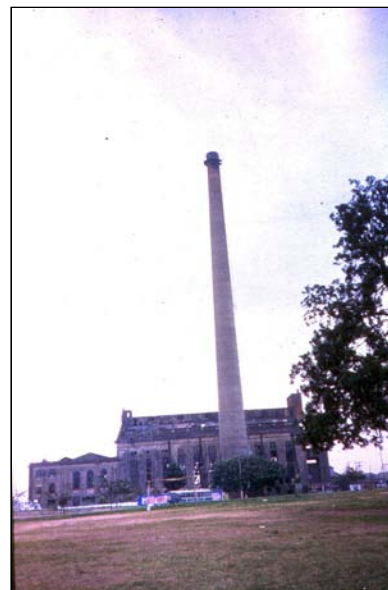


Fig. 5.6 - A Usina em 1986. Fonte: acervo da pesquisa.

assim, já desfrutava de uma presença resiliente na memória da população, provavelmente por sua posição privilegiada na estrutura visual da área central.

<sup>182</sup> EPHAC: Conselho Municipal de Patrimônio Histórico, Artístico e Cultural, Secretaria Municipal da Produção, Indústria e Comércio da Prefeitura Municipal de Porto Alegre.

<sup>183</sup> Transcrito de <<http://www.terra.com.br/turismo/roteiros/2002/10/29/020.htm>>. Consulta em 19/7/2005.



Fig. 5.7 - A Usina na interface entre a água e o centro da cidade.  
Foto: Henrique Amaral Studio.



Fig. 5.8 - Na ponta da península, a Usina.  
Fonte: Internet.

Com efeito, sua locação se dá precisamente no ponto em que simbolicamente está representada a interface dos elementos *natural* e *cultural* da cidade, isto é, o encontro entre natureza e cultura, entre as águas do rio e o concreto do tecido urbano. (FIGS. 5.7 e 5.8). Além disso, por estar posicionada exatamente na borda da península

central, tem a força de um marco, um monumento que provê uma imagem de permanência, uma imagem de referência, uma imagem que se tornou profundamente imersa na *memória* cultural da população. Uma imagem que não é originária dos livros oficiais de História, mas do fundo das mentes das pessoas, da memória popular. Sendo assim, não é de surpreender o papel da percepção

da *memória* como agente estimulador da “lugaridade” na Usina. Entretanto, para melhor entendê-lo, convém retroceder um pouco no tempo e acompanhar o “espírito da época” em que se passavam esses acontecimentos.

### *A percepção das mudanças*

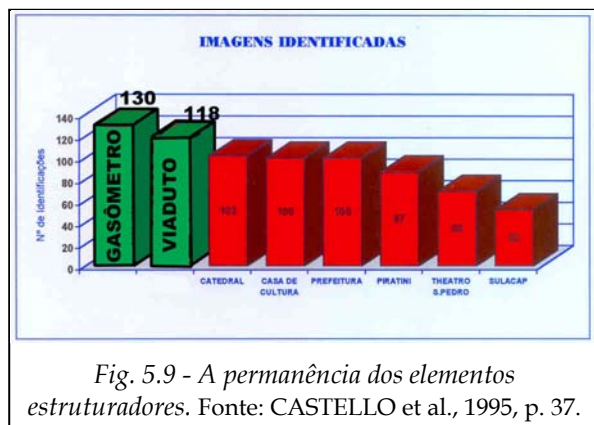
No intervalo temporal decorrido entre a realização das duas pesquisas, tornou-se claro que a população havia experimentado a percepção de *mudanças* na área central. Algumas dessas mudanças, por serem diretamente relacionadas com ações específicas (como as que envolvem manutenções executadas em prédios e em espaços públicos), tornam-se francamente perceptíveis pela população. Outras, no entanto, têm causas indiretas e, como tal, encontram explicação somente se for tomada em conta toda uma constelação de fatores que podem variar desde meras condições de conforto e de menores esforços nos acessos a determinados serviços, até profundas alterações comportamentais derivadas de mutações em termos de valores

e de novas *visões de mundo*, permanentemente introduzidas nas práticas e atitudes da sociedade contemporânea. Mudanças *atitudinais*, então, podem ser úteis para o entendimento do notável incremento na percepção do rio nas imagens que os porto-alegrenses tiveram na segunda pesquisa sobre o centro de sua cidade.

De fato, as atitudes de valorização da qualidade ambiental urbana tão prestigiadas atualmente, em especial no que dizem respeito à presença de elementos naturais nas pouco amenas paisagens das cidades modernas, apresentam grande possibilidade de serem o fator a explicar o porquê do porto-alegrense hoje “ver” com mais nitidez a água a costear seu centro metropolitano. (Talvez, afinal, não tenha sido inútil todo o volumoso afluxo de mensagens “ecológicas” que os meios de comunicação trouxeram - e trazem - com insistência e que, felizmente, agora, uma vez garantida a sobrevivência das baleias e de outras espécies animais ameaçadas, passa a incluir a sobrevivência da própria *memória urbana* em suas preocupações).

Também a percepção de mudanças negativas acaba integrando o rol de explicações para entender a aura da Usina. Seria o caso, por exemplo, do próprio fenômeno da metropolização, no qual, um volumoso afluxo populacional ocorre aos maiores centros de empregos e oportunidades - as áreas centrais - acarretando inconvenientes de superpopulação, confinamento e esgotamento dos serviços urbanos. A isto, somam-se as tecnologias de transporte de massa, que permitem acessar com mais facilidade e até com mais rapidez a área central, fazendo com que milhares de pessoas possam acorrer diariamente a espaços cujas dimensões permaneceram materialmente imutáveis: o número de freqüentadores do centro aumentou exponencialmente, mas a capacidade espacial de acolhê-los, permaneceu estática.

A percepção das permanências (isto é: das não-mudanças) são do mesmo modo pertinentes. Para testar a permanência da percepção de certos elementos centrais individualizados, a pesquisa de 1995 apresentou um painel contendo fotografias de alguns elementos construídos, para que os entrevistados os identificassem e classificassem de acordo com suas preferências. A premissa básica seria a de que as



imagens desses elementos estariam imersas com tal profundidade na memória das pessoas, que já teriam ficado definitivamente gravadas em seus repertórios cognitivos. O resultado confirmou o pressuposto, tendo dois dos elementos (Usina do Gasômetro e Viaduto Otávio Rocha) alcançado a

quase totalidade das identificações (FIG. 5.9). Isto quer dizer que a força imagética destes elementos os havia qualificado como verdadeiros “landmarks” referenciais da estrutura central, tornando-os, como tais, balizadores das mudanças que porventura viessem a ocorrer em seus entornos. Aliás, nunca é demais salientar o alto poder estruturador adquirido por esses “time-places” (LYNCH, 1991, p. 633), a eles conferido pela memória popular e, inclusive, as boas potencialidades que apresentam para estimular o desenvolvimento e implantação de projetos de revitalização urbanística.

Finalmente, as mudanças internas ocorridas na sociedade contemporânea - em seus valores e costumes - podem ainda ser responsáveis por mudanças no uso do ambiente urbano e na maneira de percebê-lo. Os enormes afluxos de pessoas que acorrem a megaespetáculos populares na área central, a acessibilidade ao Centro incrementada pelas novas modalidades de transportes metropolitanos, a diminuição das áreas internas das habitações multifamiliares e o aumento pela demanda por *lugares* públicos de lazer e convívio social, são todos, fatores que podem e trazem profundas marcas na estruturação da área central e que se combinam entre si para acentuar a percepção de que o Centro efetivamente mudou.

Felizmente, o “placemarketing” da Usina soube aproveitar tudo isso, extraindo ações verdadeiramente estratégicas dessas predisposições a mudanças, que o clima da época, propício a manifestações ambientalistas, ajudava a estabelecer (FIG. 5.10).

Com efeito, lá, foi estimulada a percepção da *pluralidade*. Por sua configuração, o sítio favorece mesmo a presença de grande número de pessoas. Para atrair as multidões, a



promoção de atividades como, por exemplo, grandes concertos populares, não tardou a ser introduzida. Entre outras promoções, esta se tornou uma das grandes impulsionadoras da criação de pluralidade, proporcionando às massas, além do desfrute dos concertos, a proximidade fácil à água na área central. A percepção da *memória*, facilitada pela preservação do lócus e pelas mensagens de que o reuso de prédios históricos como equipamentos de atração seria uma prática consagrada mundialmente, passou a empolgar os porto-alegrenses. A percepção da *aura* foi de associação imediata, profundamente ajudada pelo “city-marketing” que a Prefeitura passou a incluir em suas práticas de gestão, grandemente baseadas na criação e exploração de marca - procedimento levado mesmo a extremos, nos quais o *brandismo* elevou a imagem da Usina a logomarca da cidade (FIG. 5.11).

### *Há lugar para a inserção de novos lugares*

Nos trabalhos de pesquisa de 1995, a Usina já se achava reabilitada. Suas áreas circunvizinhas haviam sido qualificadas pelas proposições minimalistas de um projeto, cujas ações, além de se voltarem à manutenção básica do edifício, introduziram novas atribuições funcionais, para habilitar o exercício de atividades plurais que, embora modestas inicialmente, passaram a receber uma forte política de “placemarketing”. Mas, muito mais importante do que a quantidade e a variedade de serviços e atrações em oferta foi a iniciativa de ter trazido a *vida* de volta àquela velha carcaça. E de incitá-la a novamente a viver a vida.



Fig. 5.10 - Ambientalistas no topo da Usina, em Porto Alegre. Fonte: Jornal Diário do Sul, edição de 18/8/1988.



Fig. 5.11 - A logomarca do “city marketing” da administração municipal. Fonte: Prefeitura de Porto Alegre.

Aliás, a Ponta do Gasômetro havia sido detectada como uma das mais factíveis interfaces por onde tentar restaurar o contato físico entre o Centro histórico e as águas do Guaíba - um veículo que poderia incentivar de maneira até simples o restabelecimento de uma acessibilidade física entre o grosso da população e a natureza (CASTELLO, 1996). A pesquisa já havia levantado o poder estruturador dos *lugares* detectados no Centro: eles têm potencialidade para estabelecer uma verdadeira rede de centralidades urbanas. Todavia, a pesquisa detectou, outrossim, a possibilidade para a inserção de *novos* elementos. Despontou claramente da comparação entre os dois trabalhos de pesquisa a constatação de que podem surgir elementos novos, que eventualmente irão integrar-se ao “repertório” já constituído na área central, na medida em que passarem a adquirir significados coletivos para a população. E é bom lembrar que esses elementos novos, em última análise, conformam o que poderá se constituir na memória do amanhã da cidade.

Além disso, duas considerações indicam haver boas interfaces de contato entre os dados obtidos nas duas gerações de pesquisa:

- (i) a força imagética de certos elementos permanece sendo percebida mesmo quando estes elementos entram em desuso ou morte funcional;
- (ii) a potencialidade para a inserção de elementos novos no repertório, clonados sobre essa imagem e emergentes a partir da própria dinâmica da vida urbana, são passíveis de gerar lugares novos.



Fig. 5.12 - Casa de Cultura Mário Quintana. Foto: Juliana Schettert.

Em outras palavras: evidenciou-se a permanência de elementos já manifestos; e mostrou-se viável a introdução de elementos emergentes.

Neste sentido, merece comentário mais detido, a posição de alto destaque também assumida pela hoje denominada *Casa de Cultura Mário Quintana*, antigo Hotel Majestic (FIG. 5.12). A Usina e a Casa de Cultura

constituem dois elementos refuncionalizados de inserção “recente” no imaginário da cidade (ou, mais corretamente de *re-inserção* recente nesse imaginário, ao lhe serem atribuídos novos usos). Ambos se incluem entre as referências populares mais citadas, como se vê na Tabela 5.1, que resume as lembranças dos informantes sobre o quê mostrar a um conhecido no centro. Ambos espaços tornaram-se exemplares interessantes no que se refere à criação de *lugares* cuja forma se fundamenta na clonagem e no reforço de uma imagem dominadora pré-existente, ilustrando com riqueza a idéia do lugar da clonagem contextualizada. Na pesquisa dos dez anos depois, os dois se apresentaram de forma consagrada na percepção dos usuários, e sobressaíram como verdadeiros exemplares da *urbanidade* dos porto-alegrenses - ou melhor, foram aclamados como legítimos lugares da cidade e da cidadania.

**TABELA 5.1 - ELEMENTOS MAIS LEMBRADOS NO CENTRO.**

<b>Elementos que lembram o Centro</b> (1985 - pesquisas de 1ª geração)	<b>%</b>	<b>O que mostrar a um conhecido</b> (1995 - pesquisas de 2ª geração)	<b>%</b>
Rua da Praia: Começo (quartéis, <b>ponta do Gasômetro</b> ); parte antiga; Calçadão; Galeria Chaves; esquina democrática; <b>hotel Majestic</b> ; lojas Americanas.	29,5	Praça da Matriz e entorno: Assembléia Legislativa; Biblioteca; Catedral Metropolitana; Theatro São Pedro; Palácio Piratini; Solar dos Câmara.	14,6
Praça da Matriz e entorno: Assembléia Legislativa; Biblioteca; Catedral Metropolitana; Theatro São Pedro; Palácio Piratini; museu Julio Castilhos; rua Duque de Caxias.	20,5	Mercado Público: Chalet da Praça XV; Praça Montevideú; Largo Glênio Peres; Banca 40; Prefeitura velha; pombas na frente da Prefeitura.	12,5
Praça da Alfândega: Museu de Artes; edifícios antigos (Sul Brasileiro, C. Econ. Federal antiga, Alfândega).	17,0	<b>Casa de Cultura Mario Quintana (antigo Hotel Majestic).</b>	<b>11,9</b>
Mercado Público: Praças XV de Novembro; Montevideú; Parobé; Mercado da Fruta; início da Voluntários	11,0	<b>Usina do Gasômetro, inclusive arredores (bric Cidade Antiga).</b>	<b>11,7</b>
Nada.	6,0	Rua da Praia: Calçadão; Esquina Democrática; cinemas, teatros, “gatunos roubando”.	8,5
Avenida Borges de Medeiros: Viaduto da Borges; Largo dos Açorianos; Praia de Belas.	4,5	Parques: Harmonia; Marinha do Brasil; Redenção; Jardim Botânico; Praça Otávio Rocha.	8,5

Elementos que lembram o Centro (1985 - pesquisas de 1ª geração)	%	O que mostrar a um conhecido (1995 - pesquisas de 2ª geração)	%
Parques: Harmonia; Marinha do Brasil; Redenção; "Galpão Crioulo".	3.5	Eixos e Pontos diversos: Avenidas (Borges de Medeiros, Perimetral, Alberto Bins, Independência, Voluntários); Rodoviária; Estação Trensurb; Aeroporto; Shopping Praia de Belas; mulheres na Salgado Filho; túnel da Conceição.	7.2

Fontes: adaptado de CASTELLO, L. et al.1986; CASTELLO, L. et al.1995.

### O lugar Usina do Gasômetro na virada do século



Fig. 5.13 - Um mix de atividades caracteriza as salas internas da Usina. Foto: Juliana Schetttert.



Fig. 5.14 - A Usina é um lugar da urbanidade. Foto: Juliana Schetttert.



Fig. 5.15 - Uma brecha para reencontrar o rio Guaíba no centro. Foto: Iára Castello.

Após as primeiras medidas de conservação, a interação homem-ambiente no local da velha Usina começou a atingir picos inesperados. O antigo espaço central abandonado ganhou um rótulo inovador: o de ser um genuíno *lugar* urbano. Um lugar novo, que agora é um dos locais mais populares na área central, e que desfruta da reputação de ter sido construído socialmente. Além disso, criou um cenário comportamental inteiramente novo para o tempo de lazer da comunidade (FIGS. 5.13 a 5.15), vigorosamente marcado pela sociabilidade e pela pluralidade. Mesmo com curto tempo de intervenção, a área teve ganhos também em termos de status político.

Nos dias atuais, simboliza a conscientização que os habitantes de Porto Alegre têm sobre seu poder político, porque é no Gasômetro que está germinando o nascimento de uma *ágora*, aonde

um grande volume de manifestações públicas passou a ocorrer. Certamente, a escala do novo lugar tem muito a ver com sua aceitação pública, já que sua dimensão física é capaz de acolher vários tipos de manifestação, seja de irados protestos políticos, ou apenas para “curtir o barato” de comparecer a um concerto *pop*. Aliás, os concertos populares são freqüentes naquele novo lugar da cidade, a Orquestra Sinfônica de Berlim já tocou lá uma vez, enfim, foi a área do Gasômetro que os porto-alegrenses escolheram como o lugar onde realizar os festejos comemorativos da mítica Entrada do Ano Novo de 2000. Em suma, é lá que a cidade gosta de se reunir quando tem que tratar coletivamente de temas coletivos. A viver sua urbanidade.

## 5.2 O ENRAIZAMENTO DOS *LUGARES* DA SERRA GAÚCHA

A importância da emergência de um sistema de *lugares* regionalizados, conformados por unidades espaciais que, apesar da massiva exposição aos fluxos espaciais globais, mantêm suas características peculiares, sua individualidade e sua identidade, fornece uma satisfatória ilustração do que seja uma dimensão regional para o conceito de *lugar*. Esta é a intenção de trazer o caso discutido a seguir, que, através de um conjunto de *lugares* na Serra Gaúcha, agrupados sob a denominação de *Região das Hortênsias*, ilustra com propriedade a geração coletiva de lugares moldados segundo as feições de um enraizamento comum<sup>184</sup>.

### 5.2.1 Aspectos da gênese dos *lugares* serranos

Com uma população de cerca de dez milhões de habitantes, 82% dos quais vivendo

---

<sup>184</sup> Parte dos tópicos discutidos na presente Seção foram apresentados no 40º Congresso Internacional da Associação Mundial de Urbanistas. Da apresentação, realizada juntamente com a professora arquiteta Iára Regina Castello, resultou a publicação: CASTELLO, L. & CASTELLO, I.R., *The Regional Rootedness of Places: You Can Plan With That*. In **Management of Urban Regions. Experiences and New Intervention Possibilities**. 40th World Congress ISOCARP. Genebra, Suíça: International Society of City and Regional Planners / Université de Génève, Institut d'Architecture, 2004, CD-ROM.

em áreas urbanas, o Estado do Rio Grande do Sul apresenta um padrão sócio econômico invejável em termos brasileiros. De acordo com dados do IBGE (BRASIL, 2005), seu produto interno bruto a preços de mercado atingiu, em 2002, aproximadamente R\$ 104,5 bilhões, o PIB per capita, R\$ 9.958,00, e os indicadores que medem o desenvolvimento humano também são satisfatórios.

Na segunda metade do século XIX a região foi maciçamente povoada por imigrantes europeus, predominantemente italianos e alemães, que ocuparam a área em função de programas de colonização estabelecidos entre o governo brasileiro e seus países de origem. A *Serra Gaúcha* é uma região privilegiada com paisagens naturais e culturais de reconhecido destaque. A natureza conformou o território com um cenário montanhoso coberto por rica e densa vegetação, estabelecendo vistas panorâmicas admiráveis. Os imigrantes, atraídos pelo clima temperado da zona e pelas características topográficas predominantes, estabeleceram-se em núcleos coloniais que, rapidamente, se desenvolveram criando um ambiente cultural diversificado e rico.



Fig. 5.16 - Neve na Serra Gaúcha.  
Foto: autor não identificado.

Em determinadas áreas e situações, o cenário lembra muito velhas regiões européias, pelas características naturais ou manifestações culturais. A forte influência, especialmente italiana e alemã, conferiu à região um lugar diferenciado em relação ao resto do país. Além disso, o clima subtropical, com precisas distinções

entre as quatro estações, permite apreciar o raro espetáculo das nevascas, no inverno, uma atração inusitada em termos brasileiros (FIG. 5.16). Entretanto, não somente a neve atrai a atenção de outras partes do país. A adaptação dos imigrantes ao território estrangeiro resultou numa cultura particularmente rica, caracterizada por uma arquitetura singularizada, alimentos diferenciados, bebidas especiais, enfim, por raízes indelevelmente “temperadas” pelas diferentes origens culturais, terminando por distinguir o caráter especial que acabou por marcar a região. Por gerar uma *lugaridade* regional.

### 5.2.2 O gerenciamento dos lugares das Hortênsias

A Região das Hortênsias (FIG. 5.17) é um exemplo de parceria bem sucedida estabelecida entre quatro municípios simbolicamente representativos dos recursos regionais - representando quatro *lugares*. Os quatro municípios - Canela, Gramado, Nova Petrópolis e São Francisco de Paula - se estendem por uma área geográfica de cerca de 4.200 km<sup>2</sup>, nos quais residem aproximadamente 100.000 habitantes.



Embora a maioria da população se concentre em áreas urbanas (80% em 2000), a densidade populacional (aproximadamente 26 pessoas/km<sup>2</sup>), é bastante baixa<sup>185</sup>.

Tal situação resulta, principalmente, dos extensos rincões despovoados do interior do município de São Francisco de Paula, uma área ainda quase em estado natural, cujos vastos limites territoriais ocupam mais de 80% da área total da região. Imersos na bela paisagem montanhosa, os *lugares* (as sedes municipais) em pauta, inicialmente apenas minúsculos entrepostos de comércio destinados a apoiar o hinterland colonial dos territórios ocupados e explorados pelos imigrantes, eventualmente adquiriram alguma distinção como áreas privilegiadas para o desfrute de férias de inverno. Com o tempo, alavancada por iniciativas empresariais informais, a região viu surgirem manifestações de natureza coletiva: os lugares passaram a promover coletivamente o atributo mais notável que compartilham em comum, seu patrimônio



<sup>185</sup> Os dados referentes aos municípios tratados nesta Seção foram consultados no *Banco de Dados Agregados*, fornecido pelo IBGE no site: < <http://www.sidra.ibge.gov.br/>>, onde constam os dados do Censo Demográfico de 2000.



Fig. 5.19 - Entrada de São Francisco de Paula. Fonte: Internet

ambiental.

São Francisco de Paula (12.269 pessoas na área urbana em 2000), apesar da ocupação rarefeita de seu território, é um dos lugares mais antigos do Rio Grande do Sul. Suas origens datam do século XVIII, quando desbravadores paulistas passaram a explorar e, eventualmente, ocupar as terras sulinas. Naquela época, a área era somente um posto avançado para as escalas dos tropeiros, embora assentamentos

incipientes já se fizessem notar, destinados à oferta de mantimentos e de serviços. Não tardou muito para a área ser fracionada em fazendas de criação de gado, com seus respectivos ranchos, assumindo rapidamente a configuração de um típico lugar “gaúcho” exibindo valores e sinais étnicos marcantes. Alguns deles se destacam: as bombachas típicas do vestuário, os hábitos de alimentação baseados no charque e no churrasco, o chimarrão sorvido em cuias, assim como os rodeios e festivais culturais, contribuindo para reforçar as diferenças que evidenciam os peões do sul do Brasil (FIGS. 5.18 e 5.19). Tais características atraíram, desde os primórdios da ocupação,



Fig. 5.20 - Café colonial tradicional da Serra Gaúcha. Fonte: Internet.

visitantes em busca de locais diferentes, tranquilos e econômicos, onde desfrutar seus períodos de férias em hotéis e “veraneios” simples e despojados.

Na seqüência da ocupação territorial do Estado, as frentes de colonização se voltaram para as terras vizinhas a São Francisco de Paula, fornecendo as diretrizes da ocupação geral da Serra Gaúcha e, mais precisamente, para estabelecer a locação dos lugares hoje conhecidos como Canela, Gramado e Nova Petrópolis.

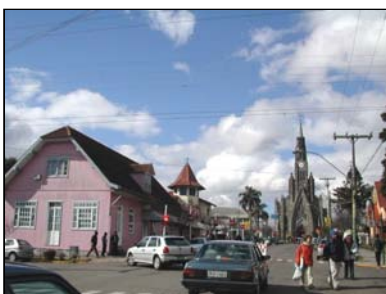


Fig. 5.21 - Origens italianas e alemãs na paisagem de Canela.  
Foto: Lineu Castello.

Canela (30.760 residentes urbanos em 2000), o



município mais próximo a São Francisco de Paula, mostra hoje uma mistura de influências. Por um lado, é o resultado das localizações iniciais das fazendas que caracterizaram São Francisco de Paula; por outro, é resultado das ocupações coloniais dos imigrantes. Em decorrência disso, o lugar apresenta hoje uma grande mistura étnica, que revela com transparência as múltiplas influências culturais que lhe deram origem. É muito italiana em tópicos tais como as comidas que serve aos turistas (FIG. 5.20), especializando-se na polenta e no café colonial; mas pode ser também muito gaúcha, quando seus moradores, trajados tipicamente, circulam a cavalo em suas atividades diárias; e mostra sua face germânica no interior de seus templos, como na monumental Catedral de Pedra evocativa das grandes igrejas góticas alemãs, implantada na praça central da cidade, lado a lado às construções simples de madeira típicas dos italianos (FIG. 5.21 e 5.23). Mas o grande destaque de Canela está na sua paisagem natural, com seu território recortado por um sistema hídrico bastante rico, formando vales em curva e apresentando cascatas em meio a uma vegetação luxuriante (FIG. 5.22).



Fig. 5.22 – Vale da Ferradura, Canela. Foto: Lineu Castello.



Fig. 5.23 - A Catedral de Pedra em Canela. Foto: Lineu Castello.

Gramado (23.328 residentes urbanos em 2000), um produto direto da colonização européia é, hoje em dia, um renomado centro turístico e, provavelmente, o mais importante pólo de atração de visitantes do Rio Grande do Sul. Em seus primórdios, sua atração sobre visitantes é atribuída primeiramente ao clima, fonte dos ares saudáveis buscados pelas populações urbanas afligidas com o surto de tuberculose que pesou na entrada do século XX. A construção da linha férrea, em 1920, ligando Porto Alegre a Gramado, via Taquara, permitiu desenvolver um modesto ponto de férias, com uma incipiente oferta hoteleira e, principalmente, pelo início da marca

“café colonial”, atração gastronômica que vigora até hoje. A experiência inicial foi interrompida pela competição que o desenvolvimento das praias oceânicas gaúchas começou a exercer naquele período. No entanto, aos poucos, graças a empreendimentos e promoções pioneiras, como o evento conhecido como *Festa das Hortênsias* e, ainda, sob os efeitos da consolidação de um loteamento chamado *Vila Planalto*, lançado em 1937, ressurgem os estabelecimentos voltados ao turismo, como grandes hotéis, pensões e restaurantes.

A introdução do Festival de Cinema de Gramado foi decisiva para o novo lugar da Serra Gaúcha rapidamente adquirir a reputação de um completo *resort* turístico, oferecendo uma grande diversificação de atrações. Na verdade, Gramado contém em seu histórico a *marca* de abrigar *fazedores de lugar*, dos quais, os mais notáveis seriam o já mencionado *Vila Planalto*, cujo empreendedor, Leopoldo Rosenfeldt, criou o *Lago Negro*, localizado na área alagadiça e imprópria para a implantação do loteamento. O reflorestamento de uma larga área situada na vizinhança do lago, cuja vegetação fora destruída por um incêndio, deu origem a um dos *lugares* mais apreciados da cidade



Fig. 5.24 - Lago Negro, Gramado.  
Foto: acervo da pesquisa.

(e melhor marqueteados), o parque do Lago Negro (FIG. 5.24). O nome é associado ao reflorestamento, que aconteceu por meio de uma clonagem da paisagem encontrada na Floresta Negra, Alemanha, da qual foram trazidas árvores exóticas e uma vegetação luxuriante composta por plantas que clonam as espécies vegetais encontradas na famosa floresta alemã.



Fig. 5.25 - Lago Joaquina Bier, Gramado.  
Foto: Lineu Castello.

Essa mesma vegetação exótica é encontrada também em um outro lago artificial, o lago “Joaquina Bier” (FIG. 5.25). Tanto Canela quanto Gramado experimentam um crescimento acentuado no setor imobiliário, especialmente na indústria dos “condomínios residenciais fechados”, desenhados de acordo com a

arquitetura temática local.

A introdução de atividades turísticas variadas, seguida por estratégias eficazes de marketing, transformou Gramado rapidamente em um *lugar* muito requisitado. Merece destaque uma característica curiosa: a semelhança que a cidade intencionalmente busca atingir, de modo a tornar sua arquitetura uma réplica àquela de uma vila alpina européia. Mesmo que para isso seja necessário sobrepor uma fachada “fake” (FIG. 5.26). Os telhados típicos do Tirol, os chalets suíços, as cabanas bávaras, os frizos de madeira esculpida que encimam as fachadas, enfim, todo um conjunto de *elementos alpinos* se entrelaçam na paisagem urbana de Gramado produzindo um “patchwork” de estilos arquitetônicos que visa encantar aos visitantes (e que leva ao desespero os puristas de Arquitetura). Além disso, a fantasia não se limita aos prédios em tamanho real. Entre os pontos favoritos da cidade há um “Parque Mundo-Encantado”, que exibe uma reprodução miniaturizada de toda a colonização da região das Hortênsias (FIG. 5.27).

O “Palácio dos Festivais” é o pomposo nome da sede do Festival de Cinema Anual, um imenso prédio no estilo dos edifícios dos Alpes italianos, situado na rua principal, e que atrai concorrentes de países latino-americanos e ibéricos, além do Brasil (FIG. 5.28).



Fig. 5.26 - Fachada “alpina” sobreposta.  
Foto: Kênia do Espírito Santo.



Fig. 5.27 - A urbanização da Região das Hortênsias em miniatura.  
Foto: Lineu Castello.



Fig. 5.28 - Palácio dos Festivais, sede do festival de cinema, Gramado.  
Foto: Lineu Castello.



Fig. 5.29 - “Labirinto” em Nova Petrópolis. Fonte: Internet.



Fig. 5.30 - Igrejinha típica, Nova Petrópolis. Fonte: Internet.



Fig. 5.31 - Arquitetura de origem germânica, Nova Petrópolis. Fonte: Internet.

Nova Petrópolis (12.208 residentes urbanos em 2000) é um charmoso lugar situado no centro da antiga colônia provincial fundada em 1858. É resultado de um bem cuidado planejamento destinado a alocar os imigrantes alemães. O território foi inicialmente dividido em lotes de dimensões equivalentes (aproximadamente 50 ha.) servidos por entrepostos coloniais distribuídos a cada 10 km. A sede administrativa do assentamento, a “Stadtplatz”, foi igualmente projetada, destinando-se a executar a gerência da área de colônia. Valendo-se de vantagens atribuídas por fatores tais como a curta distância a Porto Alegre (cerca de 90 km); e a acessibilidade pela proximidade à rodovia BR 116, a primeira estrada brasileira a conectar o Brasil de norte a sul, a área logo passou a atrair atividades econômicas, gerando uma melhoria nos padrões

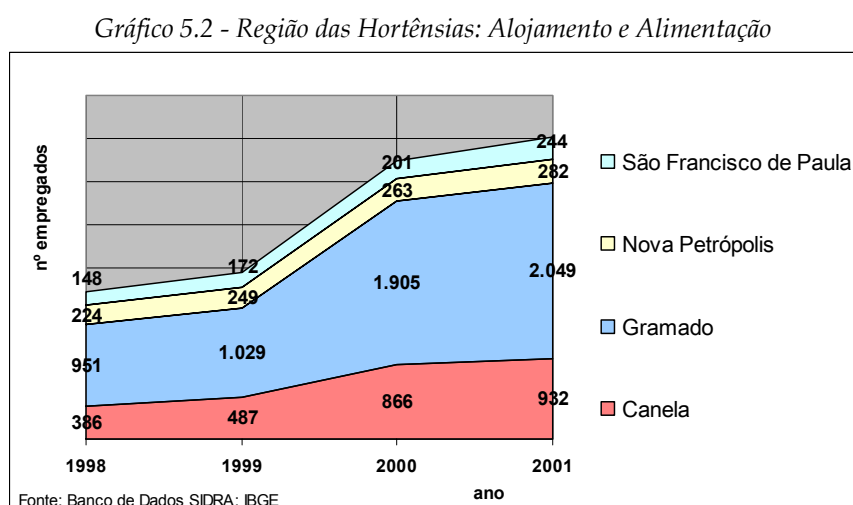
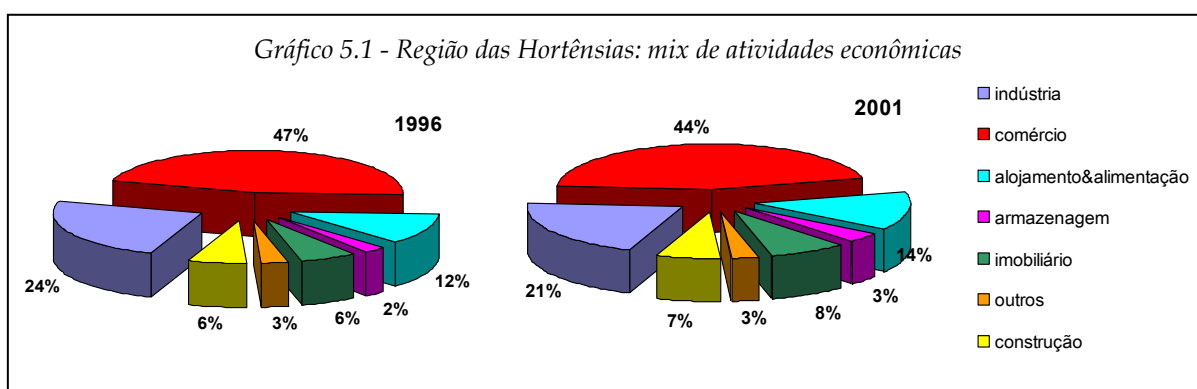
locais. Os sinais da cultura germânica são encontrados com grande evidência ao longo de todo o município (FIGS. 5.29 a 5.31).

### ***A Região das Hortênsias***

Esta breve descrição dos quatro lugares unidos através da parceria chamada “Região das Hortênsias” mostra tanto as similaridades que estimularam a união, quanto a diversidade que os particulariza. Todos os quatro lugares certamente compartilham da mesma região geográfica, todos apresentam o mesmo clima temperado com invernos frios e (às vezes) brancos, exibem uma atraente paisagem panorâmica, com suas montanhas, vales e cachoeiras comuns. Além disso, têm também em comum a capacidade de manter os símbolos e as manifestações culturais representativas de suas origens, ou seja, conseguem manter suas raízes ainda completamente visíveis.

Mesmo assim, cada um dos lugares é capaz de criar sua própria história, escrita pela ação dos residentes sobre o solo que ocupam, ao longo de um certo período de tempo, sobre uma base colonial comum, alcançando padrões peculiares que esclarecem e enriquecem o todo do contexto regional.

A força econômica da Região provém de atividades ligadas ao setor de turismo. O Gráfico 5.1 mostra o crescimento relativo de setores estratégicos como hotelaria, restaurantes, construção civil e transações imobiliárias, podendo-se ainda observar a importância dos setores manufatureiro (ligado à produção de alimentos, têxteis, e movelaria) e comercial (lembranças e artesanato), os maiores responsáveis pela economia regional. O Gráfico 5.2 indica, para o setor de alojamento e alimentação (hotéis e restaurantes), o crescimento do número total de empregados por município entre 1998 a 2001.



As ações informais de planejamento atualmente em curso na região acontecem sob a gerência consultiva de uma entidade do setor turístico, o “Convention & Visitors Bureau da Região das Hortênsias”. Trata-se de uma associação civil sem fins lucrativos que congrega, principalmente, empresários dos setores de turismo, tais como profissionais da hotelaria, dos bares e restaurantes, dos fornecedores dos serviços de alimentação, e da organização do Festival de Cinema. Sua finalidade principal é desenvolver atividades turísticas, seja por criá-las, dar-lhes suporte ou, simplesmente, atraí-las à região. Para isto, planejam um calendário anual de eventos, encarregando-se de implementá-lo através de políticas de marketing que se valem de ações estrategicamente coordenadas. A associação, na verdade, foi iniciada como uma *joint venture* experimental constituída por apenas dois dos municípios da região, Gramado e Canela. Isto ocorreu nos anos 1990s, quando Gramado, já com uma reputação de cidade turística em vias de consolidação, conscientizou-se dos potenciais benefícios que poderiam advir da amplificação da área turística, com a integração dos recursos e serviços turísticos já presentes nos municípios vizinhos. A consequência mais imediata foi a de convocar os empresários de Canela, uma vez que os dois lugares distam somente 7km um do outro. Assim nasceu a associação informal, nascimento que foi prontamente marcado pela inauguração - na fronteira entre os dois municípios - de um monumento a celebrar essa intenção solidária de cooperação. De modo bastante significativo, o monumento mostra duas pessoas apertando suas mãos - selando a solidariedade e a união cultural - e compartilhando um buquê de hortênsias, a flor que, embora exótica - como os imigrantes - foi transplantada para a região e desde então cresceu tão prodigamente que veio a se transformar num símbolo regional (FIG. 5.32).



Fig. 5.32 - Monumento celebrando a integração Canela-Gramado. Fonte: Internet.



Fig. 5.33 - O "strip" da Região das Hortênsias. Fonte: Internet.

Os passos seguintes foram destinados à agregação de diversidade ao novo "produto" regional. A associação se expandiu região afora, seguindo o eixo leste, incluindo São Francisco de Paula (e, com isto, passando a contar com o adicional de diversidade trazido pelas raízes étnicas da cultura gaúcha) e, a oeste, Nova Petrópolis (também cuidando de reforçar a diversidade oferecida pelas raízes germânicas de seus moradores). Na verdade, os quatro lugares se espriam ao longo de um *strip* de cerca de 70km, que define o núcleo da Região das Hortênsias (FIG. 5.33).

### 5.2.3 A situação atual dos lugares serranos

Enfim, mesmo uma rápida revisão como a efetuada acima parece suficiente para demonstrar que a gerência das duas regiões exigiu (e resultou de) uma imersão completa no enraizamento<sup>186</sup> de seus lugares constitutivos. Além disso, os lugares que constituem uma região urbanizada representam, hoje, um novo lócus para o

<sup>186</sup> Como na "rootedness" de que fala Tuan (1980b). Ver Capítulo 2, Seção 2.3.1.

coletivo do sentido de apego das pessoas: um indivíduo *pertence* subjetivamente a uma região.

O exemplo da Região das Hortênsias é novo: data aproximadamente da virada do presente milênio e o tópico catalisador é turismo, com as ações se concentrando na diversidade buscada pelos turistas, tratando de oferecer-lhes uma amostra equilibrada do sabor presente nas raízes culturais de toda a região. Assim, sua proposta para um produto turístico harmonioso combina uma amostragem de tudo o que a região conta, mesclando elementos culturais e naturais representativos do melhor das raízes regionais - e aí, entra tudo, tanto o que é real como o que é fantasiado - tudo é posto ao serviço do turismo, mesmo se sob a forma de um lugar temático.

Uma diferença importante na região de Hortênsias é que as representações fenomenológicas do enraizamento *estão à venda*. Os novos comportamentos da sociedade do início do século XXI ingressaram com força na região, introduzindo mudanças radicais em suas práticas - gerenciais, inclusive. Este gerenciamento da região evidencia algumas ações de urbanismo pós-moderno, uma combinação de práticas visando a criar lugares (“placemaking”), com mecanismos para vendê-los (“placemarketing”). A moda de parques temáticos e o mundo chic dos ambientes de escapismo são hoje estratégias amplamente absorvidas pelas práticas de gerenciamento dos *tomadores de decisão* da região, que as consideram fonte certa e rentável de retornos econômicos. Neste sentido, a criação do “Convention & Visitors Bureau” ajudou a expandir o conhecimento intuitivo que esses “decision-makers” tinham espontaneamente a respeito de questões tais como, o perfil dos turistas, o campo do entretenimento-espetacular, e as delicadas ilações da área de “catering”<sup>187</sup>. Aliás, isso já está refletido no apetitoso calendário sazonal de eventos, programado pelo Bureau, visando a manter os visitantes “ocupados” o ano inteiro. Desta forma, o marketing planejado do uso dos recursos ofertados no marco do enraizamento segue

---

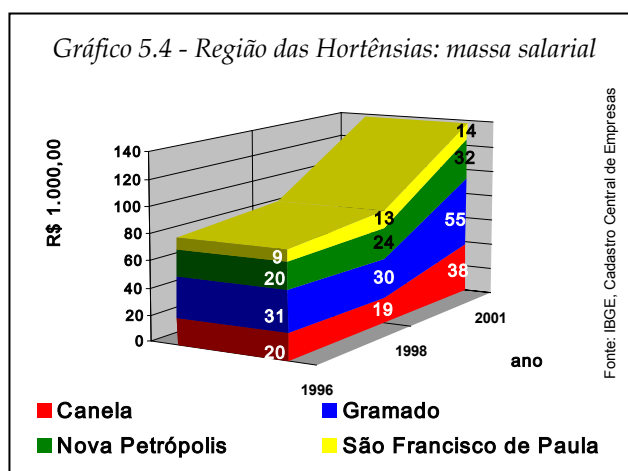
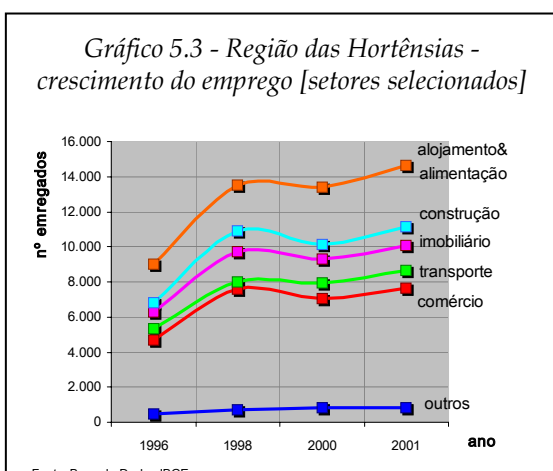
<sup>187</sup> “Catering”: termo que se refere ao setor econômico de prestações de serviços de provisão de alimentação, como o de fornecimento de refeições.



introduzindo novas e inovadoras manipulações territoriais e novos arranjos produtivos para o planejamento dos quatro lugares - como uma única região urbana, solidária e eficiente.

Quanto aos resultados alcançados, é possível assinalar que

- (i) As quatro municipalidades estão experimentando um aumento notável em seu crescimento econômico. As oportunidades de trabalho também aumentaram, conforme demonstra o Gráfico 5.3, mesmo frente à recessão que o país enfrentou no período. Como esperado, o crescimento ocorreu nas categorias mais próximas às atividades de turismo, estabelecendo-se uma espécie de efeito em cadeia na oferta de emprego, interligando o setor dos serviços de alimentação ao dos serviços de alojamento, assim como aos da construção civil e às áreas imobiliárias. Além disso, ocorreu também um aumento geral nas rendas médias (Gráfico 5.4), trazendo um melhoramento nas condições de vida, estabelecendo uma espécie de ciclo virtuoso de crescimento econômico-cum-desenvolvimento econômico. Na verdade, pode-se até dizer que o gerenciamento da região está presentemente administrando as vendas do produto “local”, mas o está fazendo de acordo com as técnicas aprendidas através do que o “global” da pós-modernidade ensinou.



- (ii) Selecionada como variável de controle, a cidade de Gramado demonstra que o

lugar da clonagem caminha com passos decididos na direção de se tornar um lugar da urbanidade. E um lugar da urbanidade não só para o desfrute dos turistas que se encantam com suas visitas, como também para os moradores, que, curiosamente, se realizam desempenhando papéis de agentes por-trás-das-cenas da trama que se desenrola no espetáculo que a cidade encena.

Em relação a esta última assertiva, foram muito reveladores os subsídios trazidos pelas pesquisas de campo realizadas em Gramado<sup>188</sup>. Nelas, a intenção básica foi a de contrastar as relações que se estabelecem entre um ambiente projetado e um ambiente espontâneo. Para isto, a pesquisa entrevistou moradores de bairros residenciais e trabalhadores da zona turística<sup>189</sup>, tentando captar sua percepção a respeito de um lugar cuja temática é clonada. Foi possível trazer à luz que a percepção dos gramadenses reflete uma aceitação até certo ponto não-crítica das imagens da fantasia que cercam seu cotidiano, demonstrando assim alguns elos de ligação com as críticas que faz o artista francês Guy Debord em sua obra “The Society of the Spectacle”, quando diz que naquela sociedade, onde a preocupação com as imagens torna-se preponderante, “The whole life (...) presents itself as an immense accumulation of *spectacles*. All that once was directly lived has become mere representation” (DEBORD apud LEACH, 1999, p. 56). Com efeito, as pesquisas, ao investigarem sobre as influências que a Gramado clonada exerce sobre a percepção que os residentes têm de seu ambiente, revelam aspectos positivos, indicando que,

---

<sup>188</sup> Instrumentos aplicados em campo encontram-se reproduzidos nos Anexos da tese.

<sup>189</sup> A pesquisa de campo foi executada com a participação da bolsista de iniciação científica acadêmica de arquitetura Kênia do Espírito Santo, em agosto de 2000. No Relatório Final apresentado ao CNPq/PIBIC registra a bolsista: “(...) foram escolhidas três regiões de Gramado para aplicação dos questionários (...) Nas duas primeiras os entrevistados eram moradores das regiões em suas próprias casas, na terceira região os entrevistados eram trabalhadores do comércio local, que residem em diferentes partes da cidade” (SANTO, Kênia do Espírito; CASTELLO, Lineu. *A Relação Ambiente Espontâneo/Ambiente Projetado na Percepção de Uma Cidade Temática*. Relatório CNPq/PIBIC -UFRGS, outubro, 2000). A primeira região compreendeu um trecho da rua Farrapos, onde foram abordadas 30% das residências (9 de 30); a segunda, a rua Salgado Filho, com 36% (4 de 11); e a terceira, a avenida Borges de Medeiros, no trecho junto à Praça Central, com 25% dos estabelecimentos comerciais abordados (5 de 20). As informações de cunho genérico sobre Gramado constam do mesmo Relatório e foram obtidas em: RIEGEL, Romeu. *Quatro Raízes e Uma Árvore*. In: BARROSO, Vera Lúcia & DAROSI, Marília. **Raízes de Gramado**. Porto Alegre, 1995; Secretaria Municipal de Educação. **Gramado, Simplesmente Gramado**. Gramado: SME da Prefeitura Municipal de Gramado, 1987.

realmente, o lugar da clonagem está bastante bem *apropriado* como lugar da urbanidade pelos nativos.<sup>190</sup>

### 5.3 O TÃO SONHADO LUGAR DE DONA SERAFINA<sup>191</sup>

A Seção relata trabalhos de campo realizados na cidade da Serra Gaúcha chamada Serafina Corrêa<sup>192</sup>. A pequena cidade surpreende por apresentar de maneira convincente muitas das características de que estão dotados vários centros urbanos pós-modernos, em termos de apresentarem ações de “placemaking” e de “placemarketing”, cuja prática foi constatada em ação em pleno centro da cidade.

---

<sup>190</sup> Uma das questões aplicadas aos entrevistados empregou a técnica da *apresentação de imagens*, pela qual podem ser sondados, por exemplo, quesitos relativos à identificação do entrevistado com sua cidade, isto é, do envolvimento das pessoas com seu ambiente - do “pertencimento” da pessoa ao lugar em análise. No caso, foram apresentados dois pares de imagens, acompanhados da questão “Qual destas figuras pertence a sua cidade?”. A imagem mostrando a *araucária*, o tradicional pinheiro da Serra, obteve 72% de identificação, o que demonstra boa coerência com o sentido de pertencimento dos entrevistados. Mas as respostas revelam, igualmente, alguns aspectos negativos: os mesmos 72% das entrevistas identificaram a imagem do *turista*, ao invés da imagem do trabalhador comum, como pertencente à cidade. Já o emprego de outra técnica, a de *escala de sentenças*, os entrevistados respondem (com *sim*, *não* ou *às vezes*) a frases que conotam a conceitos e atitudes, como, por exemplo, “Gramado é uma cidade que mantém raízes e tradições”. O procedimento expôs que 83% das entrevistas acreditam que a cidade mantém raízes e tradições, mas 77%, apesar de toda a ambiência fantasiosa, não percebem Gramado como uma cidade artificial. Ainda mais outro exemplo: na técnica de *checagem de adjetivos*, em que os respondentes devem escolher entre os pares de adjetivos aqueles que melhor correspondem à percepção que têm da cidade, 88% das entrevistas afirmam que Gramado é uma cidade *bonita para todos* e não só para seus *visitantes* e 94% atribuem a Gramado a qualificação de ser um lugar *recomendável aos amigos* para lá viverem.

<sup>191</sup> As pesquisas realizadas em Serafina Corrêa deram margem a algumas publicações. A presente Seção guarda alguns pontos de contato com o texto apresentado no IX Encontro da ANPUR, publicado como: CASTELLO, Lineu. *Imparare da Serafina. A Trama das Percepções Estimuladas*. In ANPUR. **Ética, Planejamento e Construção Democrática do Espaço**. Anais do IX Encontro da ANPUR. Rio de Janeiro: Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional, 2001, V. 3, p. 1704-1716.

<sup>192</sup> A criação de um distrito denominado oficialmente “Dona Fifina Corrêa” ocorreu em 3 de maio de 1911 (BRASIL - Caixa Econômica Federal, 1999, p. 7). Hoje, a denominação oficial é “Serafina Corrêa”.

### 5.3.1 Aspectos da gênese do lugar

Aparentemente, tudo se deve à busca da cidade de Serafina Corrêa por uma aura que a distinguisse das demais cidades de origem italiana na Serra Gaúcha. A tentativa pela individuação transparece já no próprio umbral de entrada à cidade. Nele, o visitante se depara com uma peça de estatuária embasada por uma placa com dizeres do conhecido poeta gaúcho Mário Quintana: *“Na certeza de que um povo se faz pelo amor, união, cultura e trabalho, a figura de Dona Fifina ergue-se na história de Serafina Corrêa com o porte de uma estátua, isto é, - para sempre...”*.

A citação de Quintana, um dos poetas preferidos dos gaúchos, à entrada da cidade, deixa perceber claramente que se está ingressando numa organização urbana que tenta se diferenciar da mesmice que prevalece nas pequenas comunidades



Fig. 5.34 - Mausoléu de Dona Serafina Corrêa.  
Foto: Lineu Castello.

riograndenses, no que se refere à comunicação que se estabelece com seus eventuais visitantes. O mausoléu de Dona Fifina, onde está gravada a citação, está encimado por peça de estatuária especialmente encomendada para integrar-se à cenografia que acolhe os visitantes em sua chegada à cidade. A peça é denominada *Cristo soltando-se da cruz* (FIG. 5.34), foi criada pelo escultor Paulo Batista de Siqueira e inaugurada em 25 de julho de 1985, data em que a cidade celebrava seu jubileu de desmembramento do município de Guaporé, sua antiga sede. A estátua passou a simbolizar, então, o ato de “soltar-se” da

dependência do município de origem, conforme observado pela memória local, inaugurando, talvez inadvertidamente, toda uma sucessão de metáforas

configuracionais que, desde então, passaram a acontecer sem cessar<sup>193</sup>.

Não param por aí, entretanto, os diferenciais que transformam Serafina Corrêa em um instigante campo para pesquisas. A detecção da localização do corpo da própria Dona Fifina já havia anteriormente provocado sobressaltos mais emocionados nos habitantes locais, sintomáticos daquela exacerbada curiosidade que caracteriza o lado latino da população local, de origem predominantemente italiana. Natural de Pelotas, no sul do Estado - portanto, muito distante de onde seus restos acabariam por repousar -, Dona Serafina Vieira de Castro, desposou Vespasiano Corrêa, que, mais tarde, viria a ser prefeito de Guaporé, razão que a fez mudar-se das confortáveis instalações de sua fazenda no sul, para o cenário de um desconhecido município com ainda muito por desbravar. Em homenagem a este prefeito é que o nome do município manteve-se como Serafina Corrêa, "(...) fiel companheira e grande auxiliar do senhor Intendente, exercendo grande influência sobre o marido" (BRASIL 1999, p. 6). Pouco tempo depois enviuvou e casou-se em segundas núpcias com Ildefonso Lopes, que, em razão de ter sido eleito senador da República, passou a residir no Rio de Janeiro, o que veio a acarretar nova mudança de domicílio para a ubíqua Dona Serafina. E foi naquela cidade que, em 1995, as pistas para localizar os restos mortais da senhora Corrêa alcançaram finalmente o seu desenlace, que acabou envolvendo até mesmo o prefeito de então, que, procurado por uma delegação de serafinenses, houve por bem rapidamente facilitar o traslado dos restos mortais de Dona Fifina para a cidade que terminaria por consagrar seu onomástico para a posteridade, e por domiciliá-la em definitivo, dando fim, então, a uma busca que havia se estendido por longa porção do território nacional.

---

<sup>193</sup> Muitas das informações sobre Serafina Corrêa nos foram passadas de viva voz, pelo Sr. Geraldo Peccin, então chefe de gabinete de Milton Zuanazzi, Secretário do Turismo, Governo do Estado do Rio Grande do Sul. Estudioso das origens dos imigrantes italianos, Peccin teria alertado seu irmão, Rudimar Peccin, engenheiro vinculado à Prefeitura de Serafina Corrêa, de que a cidade se ressentia da falta de uma "marca" que a distinguisse, sugerindo, então, que fossem construídas "fachadas" que lembrassem obras de expressão relacionadas à colonização italiana (entrevista realizada em 02/12/2000, no Castello de Marostica, Via Gênova). Em 2004, Peccin assumiu a chefia do Escritório de Turismo junto à Embaixada do Brasil em Roma (ZERO HORA, 30/01/2004, p. 19).

Entretanto, as idéias de criação de *marca* para a cidade de Serafina Corrêa, (sugerindo uma antecipação do que hoje se conhece como *brandismo* na arquitetura urbana), não se esgotariam por aí, e terminariam por envolver ainda muitos outros planos e iniciativas. Mas foi em 1994, dez anos depois da emancipação, que a cidade tumultuaria definitivamente a cena urbana regional, abraçando um projeto arquitetônico-urbanístico desafiadoramente polêmico e inovador: a realização de uma obra de desenho urbano denominada *Via Gênova*, constituída basicamente pela construção de réplicas de monumentos históricos da Itália, alinhadas ao longo de uma avenida de mão dupla.

Com ponderável justeza os serafinenses se acreditam habilitados a disputar o título de “centro da cultura italiana”, senão do Estado, pelo menos, da região da Serra Gaúcha. Como exemplo flagrante disto, hoje ainda vigora o Decreto Municipal nº47/89, que oficializa a obrigação de falar o dialeto vênето durante a *Festitália*, festa italiana bianual realizada em julho. Também conhecido como “Semana da Cultura Italiana”, trata-se de um grande evento que celebra as origens étnicas dos moradores através de concursos de cantos e de danças, do consumo de pantagruélicas quantidades de *pasta* e (claro, Serafina não perde oportunidade para exaltar seus diferenciais) de um festival de teatro com peças encenadas exclusivamente em italiano. Além disso, como a coroar toda a italianidade da celebração, durante os sete dias os habitantes só se comunicam em *talian*, como é conhecido o dialeto local. Justo, então, que um dos passos seguintes unisse a população na construção de um monumento aos arrojados imigrantes que, partidos do porto de Gênova, povoaram a região, e nela inculcaram sua tradição, cultura e trabalho.



Fig. 5.35 - *Via Gênova*, Serafina Corrêa.  
Foto: Lineu Castello.

É, então, novamente convocado o escultor que já havia brindado a cidade com o mausoléu de Dona Serafina para, agora, lhe atribuir a incumbência de erigir “La Nave degli Imigranti” (FIG. 5.35), monumento localizado sobre as obras de canalização a céu aberto do arroio Feijão Cru que, ao contrário do distante e saudoso mar de

Gênova, apresentava-se severamente poluído pela ausência de tratamento do esgoto sanitário e pelos dejetos industriais<sup>194</sup>. Isto feito, a fervilhante imaginação local não deixou passar despercebida a irresistível oportunidade de aliar a “La Nave” algumas outras associações nostálgicas evocativas da longínqua Itália.

Para reforçar ainda mais a *marca* da cidade no mercado turístico estadual e nacional - cogitaram - por que não, então, transladar de vez a cópia da memória viva da terra dos ancestrais para o centro da cidade? E, de forma mais impactante, fazendo com que essa evocação marcasse uma “main street” cenograficamente inesquecível? E foi assim que aconteceu um projeto - este sim - realmente de peso, o *Projeto Via Gênova* (FIG. 5.36), que acabaria marcando para sempre o *lugar* diferencial que Dona Fifina buscava com tanta determinação.

Quase repentinamente, unindo o inesperado ao improvável, em plena Avenida 25 de Julho, em frente à Prefeitura Municipal, e sobre a laje que cobre as águas canalizadas do Arroio Feijão Cru, ergueu-se uma pequena Itália e as réplicas de consagrados monumentos da arquitetura italiana começaram a espocar, por iniciativa conjunta do setor público e do setor privado. A parceria entre os dois agentes estipulou que as obras seriam construídas e exploradas comercialmente durante 25 anos pela iniciativa privada, enquanto à Prefeitura caberia entregar as lajes de fundação e a urbanização do local (ZERO HORA, 14/12/1995, p. 32).



Fig. 5.36 - Projeto Via Gênova. Fonte: Prefeitura Municipal de Serafina Corrêa.



Fig. 5.37 - “Il Castello Inferiori di Marostica”. Foto: Lucas Welter (2005).

<sup>194</sup> Serafina Corrêa sedia pelo menos duas importantes indústrias de porte: CREDEAL (papelaria); e PERDIGÃO (alimentação).



Fig. 5.38 - "Casa di Romeo".  
Foto: Lucas Welter (2005).



Fig. 5.39 - "Casa di Julietta".  
Foto: Lineu Castello (2000).

As edificações iniciaram-se por "Il Castello Inferiore di Marostica", abrigando um café colonial, o *Marosticaffè* (FIG. 5.37), e a "Casa di Romeo", destinada a uma sorveteria, a *Gelateria Genova* (FIG. 5.38). Mas não tardou muito para o ambiente urbano de Serafina se ver acrescido de uma "Casa di Julietta", com sua correspondente danceteria, a *Giuletta Envenenada* (FIG. 5.39); seguida pela abertura de um comércio de artesanatos e artigos para presentes, a *Loja La Rotonda*, construção fortemente calcada nos aspectos formais clássicos encontrados na Villa Almerico, de Andrea Palladio, em Vicenza (FIGS. 5.40 e 5.41). Para desgosto dos promotores da extravagância, o "Colosseo" de Roma nunca chegou a ser concluído (FIG. 5.42); e a "Torre de Pisa", ainda não saiu do papel, mesmo que desempenhando papel significativo na composição do conjunto.

Embora desconcertante, a presença de uma Via Gênova num pequeno centro como Serafina Corrêa, induz a pensar até que se está frente tanto a uma desinibida disseminação de uma das manifestações características do que Jameson (1998) identifica como a expressão de uma nova lógica cultural do capitalismo tardio, como das fusões que Ellin (1999, p. 19) acredita estarem diluindo cada vez mais as fronteiras entre alta cultura, cultura de massa e cultura popular e agregando o que é ficção ao que é não-ficção na sociedade urbanizada da virada do século, como vaticina Baudrillard (1997). Na verdade, está-se frente à introdução em um determinado ambiente de imagens alheias ao que é predominante em seu contexto - imagens não-contextualizadas -, distantes do real do dia-a-dia. Foge-se, com isso, na direção de representações mais próprias de uma meta-realidade. Os projetistas estão criando uma marca para vender um produto. Para materializá-la, precisam produzir



um lugar, e inserí-lo numa trama articulada de tal forma que permita estimular percepções que ajudem a vender a marca designada.

### 5.3.2 Aprendendo com Dona Fifina

Mesmo pequenina do jeito que é, Dona Serafina encontra algum modo de oferecer lições aos estudiosos das cidades. Ensina, por exemplo, que prefeituras de cidades brasileiras, por menores que sejam as sedes urbanas de seus municípios, e por mais inusitadas que sejam suas experimentações, valem-se de táticas pós-modernas, como a criação de marca, para colher os benefícios disso decorrentes. Isto equívale a dizer que se engajam numa franca política de “placemarketing” urbano. E que, igualmente, valem-se dos efeitos oferecidos pelo meta-urbanismo para concretizarem o brandismo e o correspondente “placemarketing”. Em outras palavras, são pós-modernas em suas maneiras de conduzir a gestão local. Ainda que as táticas que estejam empregando para este fim não tenham suas expressões sequer traduzidas convenientemente para o Português, de modo a explicar com maior consistência o real teor das categorizações contidas nos termos anglo-saxônicos originais<sup>195</sup>. A audácia da Via Gênova fez o nome de Serafina Corrêa ingressar na área dos estudos



Fig. 5.40 - “Villa de Palladio”.  
Foto: Lineu Castello (2000).



Fig. 5.41 - “Villa de Palladio”.  
Foto: Lucas Welter (2005).

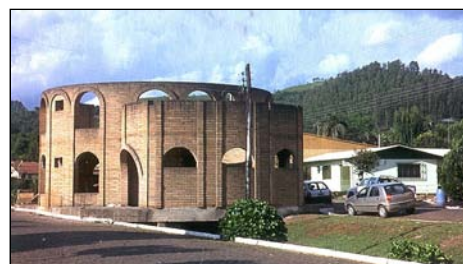


Fig. 5.42 - “Il Colosseo di Roma”.  
Foto: Lineu Castello (2000).

<sup>195</sup> Como exemplo desse descompasso, basta lembrar as dificuldades de encontrar bons sucedâneos em Português para os termos “placemaking” e “placemarketing”.

urbanos, por mais bisonha que possa ser sua proposta. Há, certamente, algo a aprender aí. De fato, destacam-se, pelo menos, dois bons argumentos a “imparare da Serafina”<sup>196</sup>, centrando-se na aceitação e na não-aceitação de projetos fantasiosos em meios urbanos.

Um desses argumentos *desaprova* o projeto. Percebe-o como equivocado e depreciador dos níveis culturais locais, apresentando resistências ao que está expresso no pastiche introduzido pelo projeto. Vale assinalar, contudo, que muito das resistências ao projeto decorrem pura e simplesmente das rivalidades predominantes na política-partidária local - e os conflitos intestinos são realmente de porte considerável - mas é igualmente correto que a Via Gênova experimenta um considerável desprestígio por parte da comunidade técnica.

É conveniente observar que as visitas de campo ao município ocorreram antes e depois das eleições municipais de outubro de 2000 revelando, sintomaticamente, perfis diferenciados no uso dos equipamentos oferecidos. Na visita que antecedeu ao período eleitoral, os equipamentos gozavam de amplo uso e a via estava com pleno movimento de pessoas e de atividades. No segundo momento, ao contrário, após as eleições, e derrotado o partido que estava no poder, predominou um cenário onde as instalações se encontravam com baixa frequência popular. O apoio do setor público a um projeto dessa natureza é, portanto, importante para seu bom funcionamento e eficácia. Ou, em outras palavras, o “placemaking” se faz conjuntamente com o “placemarketing”.<sup>197</sup>

O outro argumento *aprova* o projeto. A percepção da população, por contraste, demonstra ter havido boa receptividade para a Via Gênova, enquanto funcionava em toda a plenitude. O conflito entre a percepção dos técnicos e a percepção popular,

---

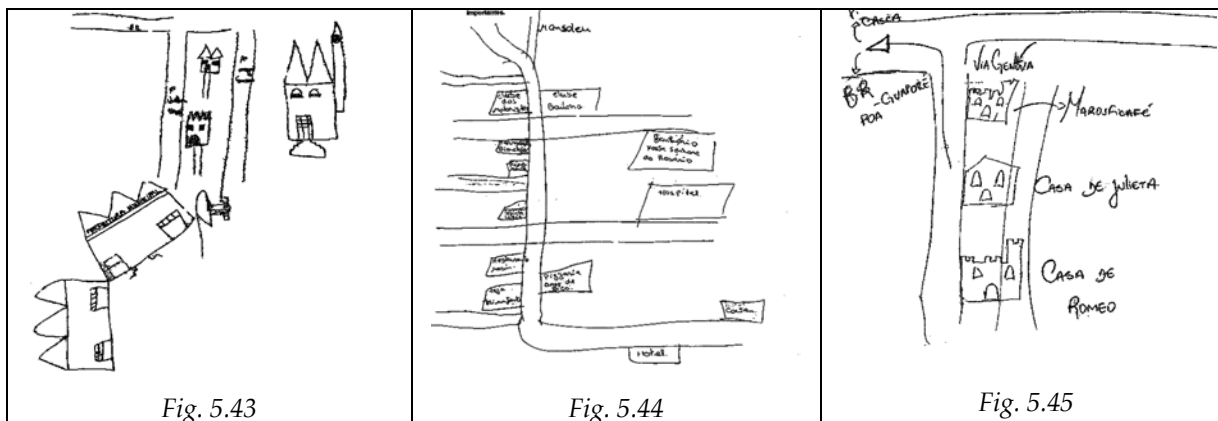
<sup>196</sup> Livre alusão ao famoso *aprendendo de Las Vegas* de VENTURI et al. (1978).

<sup>197</sup> É verdade que a alternância verificada nos períodos de fama que o novo lugar atravessa talvez esteja sucedendo somente em função da pequena escala urbana a que se está frente, passível de refletir quase instantaneamente pequenas idiossincrasias político-partidárias locais.

assim como a defasagem entre a linguagem normalmente empregada na arquitetura e sua comunicação com a população, são temas freqüentemente debatidos nos foros mais preocupados com os rumos que vem tomando a criação de espaços públicos nas cidades. Talvez não seja tão exagerado considerar que projetos-âncora, como bem poderia ser pensado o da Via Gênova, teriam a capacidade de exercer um papel positivo no reforço da auto-estima dos cidadãos em relação à arquitetura de suas cidades, corrigindo a queixa de que a arquitetura, muitas vezes, adota uma linguagem erudita e elitista que permanece incompreendida pelo grande público. Evidentemente que o mérito “arquitetônico” em si dos fac-símiles apresentados na Via Gênova de Serafina não estaria em questão: seriam apenas meros veículos de uma mensagem de forte apelo popular. Mas, em princípio, validatórios de algumas correntes que defendem que a arquitetura popular é a que efetivamente se identifica e pode se aproximar da população. A defesa que Robert Venturi faz do gosto popular na arquitetura, por exemplo, quem sabe até teria algumas probabilidades de encontrar nos fac-símiles da Via Gênova, matéria para estímulo.

Embora ainda não bem resolvido social, cultural e politicamente, o novo espaço da Via Gênova já teria estabelecido tal familiaridade com a população; a própria imagem da cidade já se teria aninhado tão confortavelmente dentro de seus limites; os graus de convivência com o centro da cidade já estariam tão singularmente estabelecidos; que a cidade talvez não possa mais rechaçá-lo tão inconseqüentemente quanto gostariam seus detratores. O novo *lugar* já se incorporou ao contexto urbano, já faz parte das materialidades possuídas por Dona Serafina, são bens que são percebidos como que imersos no repositório de valores que a sociedade local possui. A atestar isso o fato de que a população, em sua percepção do ambiente urbano local, invoca insistentemente sua presença, como indicam as tabulações dos trabalhos de campo. Os técnicos, compreensivelmente, insurgem-se contra sua presença com

visível hostilidade<sup>198</sup>. Mas os mapas mentais dos moradores são veementes ao absorver as excentricidades da Via Gênova como imagens instituídas no repertório popular. A pesquisa de campo lá realizada solicitou aos entrevistados a inclusão de um rascunho que mostrasse as indicações importantes para descrever a cidade a um visitante (FIGS. 5.43 a 5.47): conforme registrado nos relatórios da pesquisa de campo, a Via Gênova foi incluída em boa parte dos mapas mentais<sup>199</sup>.



A verdade, no entanto, é que a cultura clássica da Roma dos Césares ou da Itália Renascentista não chegaria a guardar relações tão diretas com o mundo real dos imigrantes como o tentam criar as imagens fantasiosas da Via Gênova. Esses imigrantes, por força de suas próprias limitações culturais, não teriam tido maiores oportunidades de conhecer ou mesmo estudar as obras trazidas para a Via Gênova. A arquitetura vernacular, esta sim, verdadeiramente representativa da cultura da imigração, é que seria suficientemente rica para exercer, ela mesma, um papel forte

<sup>198</sup> Recentemente, quando o Prefeito de então, na qualidade de produtor cultural solicitou parecer à Secretaria de Estado da Cultura para enquadrar-se na Lei de Incentivo à Cultura, visando levar a cabo as obras inconclusas da Via Gênova, o resultado foi consternador: o parecer não só foi indeferido como suscitou termos abertamente depreciativos, do porte de um "(...) a expectativa que fica é a de que nessa alucinada demanda pelas coisas que dizem respeito à Roma Antiga, venha a surgir no futuro um administrador à Nero, dando um basta a este lamentável equívoco" (Parecer nº 080/99-CEC, Conselho Estadual de Cultura, 17 de março de 1999).

<sup>199</sup> A pesquisa de campo foi executada com a participação dos bolsistas de iniciação científica acadêmicos de arquitetura Lucas de Ross Welter; Kênia do Espírito Santo; e Karina de Oliveira Petry, em dezembro de 2000. No Relatório Final apresentado à FAPERGS escreve o bolsista Lucas Welter: "Nos mapas mentais, a Via Gênova foi citada em 58% dos mapas, (...) a avenida Miguel Soccol, principal eixo viário foi citado em 55% (...). Além disso, construções isoladas da Via Gênova apareceram nos mapas nos seguintes percentuais: Castello di Maròstica, 36%; Casa di Julietta, 24%; Casa di Romeo, 19%, La Rotonda, 15%; Coliseu, 6%". (WELTER, Lucas; CASTELLO, Lineu. *Imparare da Serafina. A Inserção de Ícones Tradicionais na Percepção do Ambiente*. Relatório BIC/FAPERGS-UFRGS, março 2001).



Serra, haja vista sua inclusão em *pacotes* que esquadrinham o interior do Estado a fim de encontrar aonde levar os visitantes sequiosos por atrações insólitas, como o faz a agência responsável pelo anúncio reproduzido na Figura 5.49.

Indícios da consolidação do lugar *Via Gênova* no universo serafinense são fornecidos, de modo análogo, pelas citações encontradas no roteiro dos “Principais pontos

**"VIA GÊNOVA - AV. 25 DE JULHO"**

Formado por um conjunto de réplicas de prédios históricos da Itália, oferece diversos serviços e entretenimento ao turista. Durante o roteiro realizado a pé pela Via Gênova, o turista terá a oportunidade de conhecer detalhes da história de cada prédio construído neste município, com objetivos essencialmente turísticos.

Para iniciar muito bem o dia pela Via Gênova, nada melhor do que um bom café com as especialidades como pães, biscoitos, doces, etc. fabricadas por mãos locais. A Padaria Itália, tradicional e simples, é o ponto de partida ideal! Pães, molhos, sorvetes e sobremesas especiais, do tempo do vovô "frangolino". Fone: (54) 444-1198.

O Marroccafé, réplica do Café Intérieur di Marrocco, Itália, oferece aos visitantes bar e restaurante com comidas caseiras e à la carte, com uma grande variedade de massas e risoto e, no inverno, café cozido. No bar há um ambiente para observação com música ao vivo nas sextas-feiras à noite. Fone: (54) 444-2191.

**NAVETUR**  
PAISAGENS E TURISMO

Todos os novos produtos e roteiros turísticos de Serafina Corrêa poderão ser agenciados pela Navetur.

Fone/Fax: (54) 444-1709  
navetur@net11.com.br

**La Rotonda**  
Um edifício quadrangular, réplica do original na Itália, é uma Loja de Presentes, Decorações e Artesanato (no térreo) e Centro Estético Feminino (no piso superior). Fone: (54) 444-1949  
www.rodavelto.com.br

No centro da Via Gênova está La Nave degli Emigranti. O monumento é uma concepção artística dos escultores Paulo Batista Squarria. Representa a vinda dos imigrantes italianos para a América.

Fig. 5.50 - O lugar “Via Gênova” no mapa turístico da cidade. Fonte: Secretaria de Turismo de Serafina Corrêa.

turísticos de Serafina Corrêa”, onde cada um dos “monumentos históricos e culturais da velha Itália” é descrito com pormenores. Mas, não é só isso. O folheto turístico da cidade inclui, em destaque, a “Via Gênova - Av. 25 de Julho” como roteiro obrigatório, descrevendo passo a passo o trajeto e as atrações oferecidas pelo novo lugar (FIG. 5.50). Curiosamente, a “real” rua principal da cidade, a Avenida Miguel Soccol, não consta das indicações do folheto.

## 5.4 UM LUGAR JUNTO À PONTE EM NAVEGANTES<sup>200</sup>

### 5.4.1 Aspectos da gênese do lugar

O lócus preciso do presente caso é um distrito urbano conhecido genericamente como *Navegantes*, e que compreende três antigos bairros industriais da cidade. A área localiza-se entre o centro e o limite norte do município de Porto Alegre (FIG. 5.51). Toda a região é servida por farta rede de utilidades públicas e infraestrutura, aí incluídos os diferentes modos de transporte urbano. Sendo assim, a presença de áreas esvaziadas representa capital sub-utilizado, disponível para reaproveitamento a serviço da economia urbana. Além da farta comunicação rodoviária, se acham presentes todas as demais variações modais no sistema de transporte. A região é servida pelo metrô de superfície; conta com o aeroporto internacional em suas cercanias; lá está também o cais fluvial; os remanescentes da rede ferroviária; e é atravessada em seu território por vias que integram o complexo de rodovias federais e a *free-way* (FIG. 5.52).

Às importantes mudanças ocorridas no setor



Fig. 5.51 - Fonte: Grupo de Pesquisa "Promoção Regional, Planejamento e Gestão Ambiental" CNPq/UFRGS; Iára Castello.



Fig. 5.52 - Vista da região de Navegantes. Foto: Henrique Amaral Studio.

<sup>200</sup> Em nossas pesquisas temos acompanhado o Projeto do DC-Navegantes desde o início de sua implementação, do que têm sido produzidas apresentações e publicações. Uma das primeiras publicações em que se insinua a conotação do projeto com o tópico de lugar é: CASTELLO, Lineu. *The Sustainable Industrial Heritage*. In **The Future of Industrial Regions. Regional Strategies and Local Action Towards Sustainability** 35TH International Congress ISOCARP. Gelsenkirchen, Alemanha: International Society of City and Regional Planners, 1999, p. 181-186.

industrial da Economia do país como um todo, corresponderam, como não poderia deixar de ser, mudanças igualmente consideráveis no campo comportamental do *homo faber* da região de Navegantes. Um cenário de decadência espalhou-se rapidamente por toda a área, concomitantemente à intensiva movimentação de grandes plantas industriais emigrando na direção de localidades metropolitanas mais favoráveis - seja em termos de buscar custos menores da terra, ou acessos maiores às redes de comunicações. Na atualidade, observa-se o predomínio de funções comerciais e de serviços em armazéns atacadistas e depósitos pré-existentes ou adaptados. Transportadoras e pequenas manufaturas também permaneceram e até receberam melhorias. Mesmo assim, é registrada a ocorrência de vários terrenos vazios e de construções esvaziadas ao longo de toda a área.



Fig. 5.53 - Complexo de viadutos no acesso da ponte. Foto: Henrique Amaral Studio.



Fig. 5.54 - Concentração de elementos junto à ponte.  
Fonte: elaborado para a Tese.

Ainda como uma última característica interessante a assinalar, está a significativa concentração de marcos localizada no lugar que desponta como o mais carregado de simbolismo da região - o lugar localizado nos arredores da ponte sobre o rio Guaíba (FIGS. 5.53 e 5.54). Junto à ponte, dispõem-se outros marcos visuais memoráveis, como o próprio rio e suas ilhas, as “portas” simbólicas da cidade para quem vem das principais rodovias nacionais do centro e do sul do país, os acessos rodoviários aos países do Mercosul, e o santuário de Nossa Senhora dos Navegantes, a santa considerada padroeira da região, responsável por promover uma concorrida procissão fluvial, talvez a maior festa religiosa da cidade.



### 5.4.2 O Projeto DC-Navegantes

O DC (Distrito Comercial) Navegantes está situado nas proximidades do rio Guaíba e dista apenas uns 2 km da área central da cidade. Iniciou-se como um centro de compras do tipo “retail outlet”, isto é, do tipo constituído por grandes varejos de desconto que usualmente operam com lojas de fábricas e que repassam aos consumidores o que deixam de gastar em luxo em suas instalações. Resultado de um projeto urbanístico específico<sup>201</sup>, ocupa antigas instalações industriais remodeladas da fábrica Renner às quais foram acrescentados novos pavilhões, espalhando-se por três quarteirões que perfazem um terreno de aproximadamente 6 hectares. A fábrica Renner, implantada em 1916, iniciou como uma manufatura de tecidos, desenvolvendo atividades de fiação, tecelagem e pintura (FIG. 5.55). Alcançou rápido desenvolvimento e tornou-se uma das grandes indústrias locais. A empresa criou uma loja junto à fábrica, que demonstrou bom movimento de vendas, a ponto de transformar-se em um dos impulsionadores da idéia de criar-se também um espaço comercial, visando a ocupar o espaço de fábricas que foram se tornando ociosas com as modernizações progressivamente introduzidas na indústria Renner (FIG. 5.56). Inaugurado em outubro de 1994, o projeto já a partir de 1995 começaria a receber premiações (IAB, 1996; SOUZA, 1997c)<sup>202</sup>.



*Fig. 5.55 - antiga fábrica Renner. Fonte: Foto ampliada exposta no DC-Navegantes.*



*Fig. 5.56 - Prédio reciclado no DC-Navegantes. Foto: Lineu Castello.*

O projeto reciclou um conjunto de antigos prédios industriais e, integrando-os a

<sup>201</sup> De autoria dos arquitetos Adriana Hofmeister Fleck (coordenadora), Rosane Bauer e João Carlos Gaiger Ferreira.

<sup>202</sup> Recebeu premiação na III Bienal de Arquitetura do Rio Grande do Sul, em 1996 (Revista AU n° 74, 1997); e a Premiação para “Jovens Arquitetos”, conferida pelo IAB-Instituto de Arquitetos do Brasil, de São Paulo, em 1997.

construções novas que mimetizam os padrões das construções industriais, gerou a configuração de um *Distrito Comercial*, um espaço de compras de alcance urbano que soube manter a percepção imagética fabril predominante. Na época da inauguração a ficha técnica do DC-Navegantes anotava os seguintes dados: área do terreno: 60.963 m<sup>2</sup>; área construída: 49.400 m<sup>2</sup>; área bruta locável: 24.070 m<sup>2</sup>. 120 lojas foram implantadas na primeira etapa (outubro 1994); mais 80 lojas instalaram-se na segunda etapa (abril 1995).

Não como coincidência, mas, talvez como fruto da percepção da riqueza simbólica do lugar, o DC-Navegantes foi implantado precisamente no sítio mencionado anteriormente, o lugar aglutinador de expressivos marcos topológicos e psicológicos da região (e da cidade).

As estratégias de projeto foram eficazes, apesar de (e talvez por isto mesmo) despretensiosas. Conforme explicam seus autores, ao descreverem o projeto:

O patrimônio arquitetônico construído existente (...) tinha um potencial muito grande. (...) A manutenção dos prédios foi uma das premissas do projeto, que se orientou no sentido de resgatar o bairro, reurbanizar a área e adequar a sua estrutura às exigências de um *outlet*. (...) Necessitávamos de uma estratégia unificadora que fosse forte o suficiente para integrar num mesmo contexto os diferentes quarteirões, com prédios com linguagem, e tipologias variadas. Trabalhamos com elementos como pórticos de acesso, marquises, torres, iluminação, mobiliário urbano e comunicação visual, os quais assumiram linguagens específicas que foram repetidas ao longo do espaço com o objetivo de integrar e propiciar a unidade necessária (IAB, 1996) (FIGS. 5.57 a 5.59).



Fig. 5.57 - Estudos de fachada. Fonte: material cedido pelos autores do Projeto.

Mesmo considerando a modéstia de sua escala - e a bem dosada modéstia de suas pretensões - o projeto do DC-Navegantes, em sua essência, pode oferecer alguns apontamentos de interesse para o entendimento da gênese de um *lugar* no atual

contexto pós-moderno de uma cidade. Na realidade, acha-se em pauta uma experiência de *re-arquitetura*<sup>203</sup> sendo executada no local. As diretrizes projetuais foram - muito provavelmente - inspiradas pela percepção do tradicional ambiente de

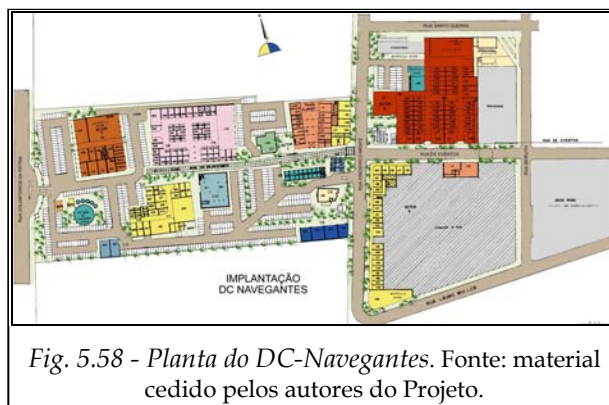


Fig. 5.58 - Planta do DC-Navegantes. Fonte: material cedido pelos autores do Projeto.

entorno, fazendo com que juntamente com a presença de marcos referenciais físicos e psicológicos já contextualizados, entrasse em cena um processo de “clonagem” no qual, os esforços por *construir lugar*, se concentram em tentar clonar a *urbanidade* que costuma ser estimulada pela percepção de fenômenos associados à *memória* e, igualmente, à *pluralidade*.

O projeto do DC-Navegantes se esforça para conseguir clonar aspectos da memória industrial (e de rua comercial) de Porto Alegre. A construção adquire rapidamente o status de *lugar urbano* na estrutura global da cidade. Além disso, o efeito de revitalização também é sentido na construção de novas edificações próximas ao DC, nas áreas vazias e pela reciclagem de antigos prédios vizinhos, adaptados ao uso comercial e, curiosamente, replicando a morfologia apresentada pelo DC. Os moradores do entorno registram algumas mudanças: (i) melhoria na acessibilidade (introdução de novas linhas de transporte); (ii) em segurança (presença mais ostensiva de guardas); (iii) nas oportunidades para contatos sociais; (iv) benfeitorias nos serviços públicos. Adicionalmente, nota-se que a atração



Fig. 5.59 - Pórtico de acesso e implantação. Foto (adaptada): Henrique Amaral Studio.

<sup>203</sup> O conceito de re-arquitetura propõe “uma reflexão sobre a construção da cidade moderna enquanto um enfrentamento contemporâneo consciente de suas preexistências”, conforme explica o professor arquiteto José Artur D’Aló Frota, em seus trabalhos desenvolvidos sobre o tema junto ao PROPARG/UFRGS.



Fig. 5.60 - A "rua principal" do DC-Navegantes. Foto: Adriana Fleck.



Fig. 5.61 - A rua DC de Eventos. Fonte: acervo da pesquisa.



Fig. 5.62 - O DC já é um lugar da urbanidade. Foto: Lineu Castello.

do novo espaço já se estende para além das vizinhanças imediatas.

Talvez tenha sido uma das metas básicas do projeto - a de estruturá-lo a partir da idéia de uma rua, desenhada para funcionar como a tradicional "main street" de uma pequena cidade (FIGS. 5.60 a 5.62) - o que lhe tenha conferido a magia com que hoje conta, a ponto de conseguir transportar seus usuários ao tema do "mundo de antigamente", onde podem desfrutar das amenidades de um passeio realizado enquanto fazem suas compras com tranqüilidade, como se estivessem numa ruazinha de um vilarejo qualquer, vivendo uma realidade que hoje existe mais na imaginação, já que não pode mais ser espontaneamente encontrada nos fervilhantes centros comerciais da metrópole.

A administração do projeto capitaliza intensivamente sobre esse ponto. Toda sua programação para o *marketing do lugar* explora, atualmente, esse distanciamento da realidade do

resto do mundo de consumo que a cidade oferece. A publicidade já não fala tanto em preços, como seria usual num "retail outlet", mas invoca o prazer de se estar em um lugar que, junto às facilidades de um shopping, oferece a natureza, a possibilidade de visualizar o céu, o pôr-do-sol, sentir a proximidade da água, escutar a aragem soprando nas palmeiras (naturais) e pisando na grama (natural). Vale ainda registrar que, em 1996, pouco tempo depois de sua abertura, o DC-Navegantes sintomaticamente recebeu o prêmio "Top de Marketing".

A qualificação do empreendimento parece derivar, precisamente, da habilidade de ter conjugado num só lugar, um completo conjunto percebido como detentor de

valores ambientais, todos de clara conotação com a memória da cidade. E respeitando critérios preconizados até por críticos rigorosos, como Huxtable, que aponta três condições que considera adequadas à conservação desse tipo de memória:

(...) the manner in which the historical setting accommodates change, the degree to which style and identity support authentic functions, and the frequency with which destruction is avoided by legitimate continuity through an appropriate role in contemporary life and use (HUXTABLE, 1997 p. 36).

Desta maneira, variações simples em torno de uma temática perceptiva comum - a da percepção da memória industrial da região, por exemplo - poderiam muito bem prover uma orientação útil para guiar proposições projetuais urbanísticas preocupadas com a criação de *lugares* urbanos *novos*, embora contextualizados. Desta forma, usar a migração da memória de um período histórico (a era da industrialização da cidade) para outro (a era dos grandes centros de compras nas cidades), como cerne de uma proposta de desenho urbano, poderia muito bem vir a se tornar numa das diretrizes viáveis para bem contextualizar os projetos de futuros lugares da clonagem.

### 5.4.3 A situação atual do lugar

Ancorado nos empreendimentos que se desenvolvem agora já há mais de dez anos, o DC-Navegantes segue seu rumo de novo *lugar*, em busca de uma *urbanidade* através da clonagem da *pluralidade* e da *memória*, esta última, envolvendo tradições associadas ao passado industrial da cidade que jaziam surpreendentemente amortecidas na percepção popular. Como é freqüente com centros como o DC, sua trajetória oscila entre períodos de mais ou menos sucesso, mas é constante a firmeza com que prossegue em seu caminho na direção de um *lugar da urbanidade*, agora, para boa parte da cidade como um todo, e não só para as zonas centro-norte de Porto Alegre, que lhe são lindeiras.

Há sempre novas iniciativas em ação, novas ações de *marketing do lugar* constantemente introduzidas no DC. Ampliando as atrações da Rua de Eventos, o DC introduziu também um espaço teatral, o “Teatro Novo DC”, mantido em constante atividade. De modo similar, as promoções passaram a ser organizadas sob o controle de um “DC Cultura”, organismo encarregado do calendário de apresentações em geral. Chama igualmente a atenção, a crescente inclusão de lojas do setor de móveis que, seletivamente, parecem tender a predominar no DC. Outro



Fig. 5.63 - O DC-Navegantes é um marco de referência na cidade. Fonte: Jornal Zero Hora, edição de 13/4/2005.

consistente indicador da absorção do lugar DC-Navegantes pela população é sua utilização como *marco referencial* no lançamento publicitário de um recente evento do setor de arquitetura de interiores: toda a publicidade do evento indicava que o mesmo seria realizado no Parque Náutico do Estado, em frente ao DC Navegantes, na beira do Guaíba (FIG. 5.63).

Um dos sub-produtos que mais sobressaem em relação a essa caminhada do DC em direção da *urbanidade* é a influência que o empreendimento passou a exercer na percepção que os porto-alegrenses têm quanto a elementos da *arquitetura da produção*. Há um caminho aberto pela re-arquitetura do DC, caminho este ao qual se somam experiências que empregam uma nova forma de *construir lugares* (mesmo que gerados sobre espaços de atrativos restritos, como costumam ser os “brownfields” urbanos) que, ao que tudo indica, ainda terão muito a oferecer para a evolução do desenho urbano brasileiro e para enfrentar as novas preocupações que a ele se incorporam nas condições pós-modernas, especialmente em termos de uma sustentabilidade que saiba contemplar não somente as condições *espaciais*, mas que de modo inovador, contemplem com igual atenção as condições de uma *sustentabilidade psicológica*, ou seja, das condições subjetivas atinentes aos lugares e que podem brotar de políticas culturais associadas à conservação urbana integrada. Uma das mais recentes adições aos “eventos” do lugar DC, por exemplo, deu-se com

a reutilização dos espaços da *casa das caldeiras* da antiga fábrica, agora preenchidos por equipamentos ligados ao setor de alimentação e lazer, trazendo nova frente de pluralidade ao lugar, novamente vinculada à memória (FIG. 5.64).



Fig. 5.64 - Restaurante da rede Dado Bier, no DC. Fonte: Jornal Zero Hora, edição de 6/7/2004.

Outro acréscimo importante, além de infreqüente no sistema de shopping centers brasileiros, introduz ao distrito a função de ensino universitário. Acaba de instalar-se ali, em parceria entre o DC e o Instituto Porto Alegre-IPA, um campus universitário localizado em antiga fábrica também da Renner, com previsão de oferecer 11 áreas de ensino destinadas a mais de 1000 alunos.

Mais recentemente, em 30 de maio de 2003, Porto Alegre foi presenteada com outro exemplar dessa nova tendência do urbanismo brasileiro: no “brownfield” onde funcionou a velha e pioneira cervejaria Brahma (FIG. 5.65) - outro desses espaços carregados de memória e afetividade, situado, geograficamente, a meio caminho entre o DC e a área central - inaugurou o mais novo complexo comercial da cidade, chamado *Shopping Total* (FIG. 5.51). Conforme sua publicidade, e como uma bonificação extra para a qualidade da cultura, do entretenimento e do lazer dos porto-alegrenses<sup>204</sup>, o desenho do novo complexo de compras promete uma biblioteca pública - componente ainda inédito nos programas dos shoppings brasileiros - bem como uma cervejaria trazida da Alemanha chamada “Brauhaus”, e um Museu do Vinho, localizado numa rede de túneis subterrâneos descobertos por acaso durante as obras de re-arquitetura do conjunto, desenhado com a



Fig. 5.65 - Antiga fábrica da Brahma. Foto: Lineu Castello.

<sup>204</sup> O novo Shopping Total é do tipo conhecido na literatura especializada como “festival center”.

configuração de um “wine cellar”. E, muito de acordo com os novos conceitos comunitários que regem o desenho urbano no Brasil de hoje, oferecerá à população uma sede para a OSPA (Orquestra Sinfônica de Porto Alegre), além de já ter inaugurado seu *cinplex* e construído uma nova praça para a comunidade do bairro.

Mais ou menos à mesma época em que se inaugurava o DC, já um outro espaço da memória cultural de Porto Alegre nascia para o uso de seus moradores, o *Centro Comercial Nova Olaria*, um projeto equivalente ao DC estabelecido no bairro Cidade Baixa, aonde antigamente chegou a funcionar uma fábrica de tijolos. Constituído por lojas, restaurantes, cafés e cinemas, o projeto do *Nova Olaria*<sup>205</sup>, demonstra igualmente



Fig. 5.66 - Centro Comercial Nova Olaria, lugar de urbanidade no bairro Cidade Baixa, Porto Alegre. Foto: Lucas Welter.

forte integração ao contexto circundante, sabendo recriar a escala da rua e da vila, e tornando-se a âncora de um dos mais diversificados e atraentes bairros de entretenimento com que hoje conta a cidade, a *Cidade Baixa*, onde se gerou um verdadeiro pólo centralizador da grande movimentação noturna de natureza boêmia daquele setor da cidade (FIGS. 5.66 e 5.51).

Para as preocupações com a preservação de elementos do patrimônio cultural da cidade desponta, então, uma alternativa benéfica: o “placemaking” de lugares da clonagem contextualizada, devidamente suportado por políticas específicas de “placemarketing”, e voltado à busca de uma maior diversificação e oferta de lugares da urbanidade. Evidencia esse aspecto, a inclusão, no citado “Concurso Porto Alegre é 10”<sup>206</sup>, na categoria voltada a eleger a melhor restauração comercial, cinco construções revitalizadas, entre as quais, o DC-Navegantes.

<sup>205</sup> De autoria de Moojen & Marques Arquitetos Associados (Arqs Moacyr Moojen Marques, Sergio Moacir Marques, José Carlos Marques, Anna Paula M. Canez), o Centro Comercial Nova Olaria e Centro Cultural Loureiro da Silva foi premiado na “III Bienal de Arquitetura do Rio Grande do Sul – IAB-RS” Categoria Edificação de Grande Porte, 1995.

<sup>206</sup> Ver Capítulo 3, Seção 3.3.1.



## 5.5 O AEROPORTO HÍBRIDO E SEU COMPLEXO DE LUGAR<sup>207</sup>

### 5.5.1 Complexos multifuncionais

A presença de megacomplexos multifuncionais - verdadeiros edifícios-cidades - é encontrada com acentuada frequência nos grandes centros urbanos mundiais. Trata-se de projetos que contam com programas combinando atividades muito diversificadas tais como: *shopping mall*, espaços de lazer e entretenimento, estações de terminais de transporte (inclusive aeroportuário), serviços médicos e ambulatoriais, locais para exposições e museus, hotelaria e serviços de alimentação. São edificações que buscam desempenhar um papel semelhante ao encontrado em pólos de comércio e serviços das cidades, quer dizer, o quanto mais variados e bem providos de atividades, de multiplicidade de relações de trocas comerciais e de convívio entre as pessoas, melhor desempenharão seu papel no ambiente urbano.

Esse fenômeno de catalisação de diferentes atividades urbanas em um mesmo espaço edificado caracteriza um processo que poderia ser chamado de *hibridismo*, ou seja, aquilo que o dicionário define como uma criação que resulta do cruzamento de espécies diferentes, pelo menos na acepção biológica que é atribuída ao termo. Ou então - como se poderia intuir numa interpretação mais próxima da acepção arquitetônico-urbanística - de um edifício formado por elementos tomados de funções diversas. Esse processo ocorre quando, ao se combinar as diferentes funções em um mesmo edifício ou espaço aberto, são definidas novas tipologias arquitetônicas, o que implica em não podermos identificar claramente o “produto final”, se um shopping, hotel, museu ou terminal de transporte. Reside, provavelmente aí, a razão pela qual esses complexos multifuncionais são também conhecidos como *complexos híbridos*. Entre seus objetivos encontra-se obviamente o de

---

<sup>207</sup> O caso do aeroporto Salgado Filho foi debatido no *II Seminário Internacional Visões Contemporâneas*, com a colaboração da bolsista de Iniciação Científica PIBIC/CNPq-UFRGS Juliana de Sá e Souza Schettert (estudante de arquitetura). Um texto mais estendido foi publicado como: CASTELLO, L. & SCHETTERT, J., *A Aerópolis Híbrida e o Complexo de Lugar*. In **Turismo, Lazer e Revitalização: Visões Contemporâneas**. Rio de Janeiro: Laboratório de Lazer e Espaços Turísticos/LABLET - Programa de Pós-graduação em Arquitetura/PROARQ/UFRJ, 2004, CD-ROM.

criar uma atmosfera de *pluralidade*, isto é, entre os propósitos pelos quais são criados está o de se tornarem percebidos como espaços plurais. Por essa razão, são frequentemente considerados como similares a *lugares* urbanos.

Um raciocínio assim é, pelo menos, o que parece guiar o pensamento de autores como Bernard Tschumi. Este conceitualiza seus *lugares-evento* em moldes que guardam alguma semelhança com o hibridismo, pois, “For him, the density of human ‘arrivals’ in a node, the movement of bodies, activities and wishes, this field of relations makes the place” (SCHNEIDER, 1997, p. 29). O próprio Tschumi vê no aeroporto uma oportunidade para a geração de *lugar*. No projeto para o aeroporto de Kansai, em Osaka (Japão), por exemplo, buscou “(...) to enlarge the airport into an event, a spectacle, a new city of interchange and exchange, of business, commerce and culture (...)” (TSCHUMI, 1994, p. 105).

Associada à disseminação dos complexos aeroportuários multifuncionais em algumas cidades - de que Porto Alegre agora certamente não se exime - acompanha a preocupação previamente assinalada de que, com o uso crescente desses equipamentos, estar-se-ia caminhando para novas direções em termos de conceituação de *urbanidade*, principalmente para as novas gerações que se formam no desenrolar do século XXI. Estas, teriam justificadas razões para se amoldarem



Fig. 5.67 - O edifício-cidade.  
Fonte: Internet.

progressivamente ao que os Complexos têm a oferecer em termos de “urbanidade”, acostumando-se a associar divertimento a consumo e a alternativas de programas ligados à alta tecnologia, tornando-se vulneráveis a uma dependência ao que os Complexos têm a ofertar em termos de convívio urbano.

### 5.5.2 Aspectos da gênese do lugar

A escolha do Aeroporto Salgado Filho como estudo de caso onde a *construção de lugar* é buscada através de tentativas de clonar a *pluralidade* comumente oferecida por um lugar da urbanidade, deve-se majoritariamente à extrema multifuncionalidade que seu programa arquitetônico pretende realizar. Mais do que um aeroporto, o projeto quer se tornar um *Complexo Aeroportuário*, mote que, aliás, antecipa seu próprio nome. Para isso, sua proposta original - além, logicamente, do terminal aeroportuário (FIG. 5.67) - contempla também os seguintes equipamentos: shopping center vinte-e-quatro horas, clínica médica e odontológica, praça de alimentação, salas de cinema, espaço cultural, sala VIP e sala CIP<sup>208</sup>, prédio-garagem, capela, sala de jogos eletrônicos, salão de beleza, centro de controle de movimentação de aeronaves automatizado, agências bancárias (FIGS. 5.68 a 5.74.).

Além disso, o entorno da edificação acrescenta ainda mais funções ao complexo, entre as quais, hotéis de redes internacionais, benfeitorias na ligação direta com a estação “Aeroporto” do metrô de superfície da cidade, e os novos trevos viários de acesso direto aos eixos que conduzem

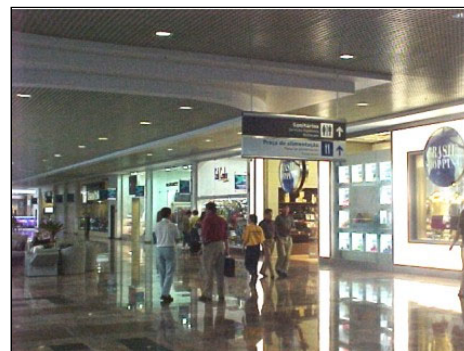


Fig. 5.68 - Ambiente de shopping.  
Foto: Juliana Schettert.



Fig. 5.69 - Aerocine: o multiplex do Aeroporto. Foto: Juliana Schettert.



Fig. 5.70 - Espaço Histórico.  
Foto: Juliana Schettert.



Fig. 5.71 - Capela ecumênica.  
Foto: Juliana Schettert.

<sup>208</sup> VIP: “very important people”; CIP: “commercial important people”.



Fig. 5.72 - Clínica de saúde.  
Foto: Juliana Schettert.



Fig. 5.73 - Espaço cultural e de exposições.  
Foto: Juliana Schettert.

tanto à área central da cidade, como aos municípios da região metropolitana.

Por outro lado, é inegável o diferencial que um “lugar” como o Salgado Filho assume por sua importância em âmbito nacional, quando visto sob os ângulos do papel cultural, político e econômico que desempenha: sua posição geográfica é estratégica, uma vez que é o último ponto de embarque e desembarque no sul do país, tornando-se responsável pelo desenvolvimento de ligações e transações comerciais mais diretas com o Mercosul. Desta forma, é natural considerar que o novo lugar deve assumir uma imagem à altura de sua posição de “portal” do país para os turistas dos vizinhos

países do Prata.

Na realização dos trabalhos de campo efetuados no Aeroporto foram utilizados procedimentos usuais de pesquisas que empregam a percepção ambiental, entre os quais: registros de observação direta do comportamento dos indivíduos no aeroporto; aplicação de testes projetivos (como o de *cenário estruturado*); e questionários abertos e fechados, aplicados através de *entrevistas* realizadas com uma

amostragem da população<sup>209</sup>.

Como uma primeira constatação importante, despontaram as evidências que indicam o Aeroporto sendo efetivamente *aceito* como um *espaço plural* por parte da população. Tanto os resultados quantitativos quanto os qualitativos revelaram uma variação considerada razoável em

relação ao uso das diversas funções oferecidas pela edificação. Os Gráficos 5.5 a 5.7, abaixo, mostram que um expressivo volume das pessoas entrevistadas respondeu que *traria algum amigo para passear* no aeroporto; e que os itens *lazer* e *outro motivo* foram igualmente incluídos entre as respostas quanto aos motivos que levaram a pessoa àquele local.



Fig. 5.74 - Salão de estar.  
Foto: Juliana Schettert.

Gráfico 5.5 – Percepção do Aeroporto.

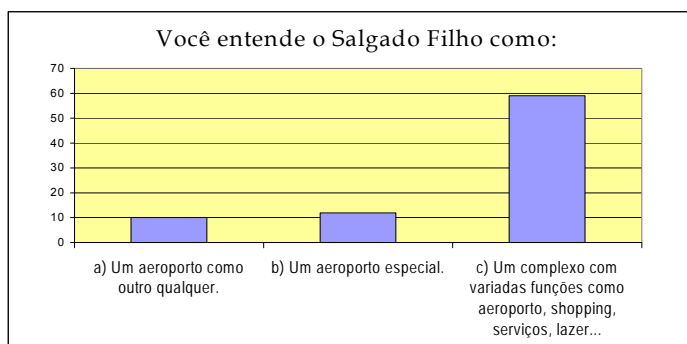
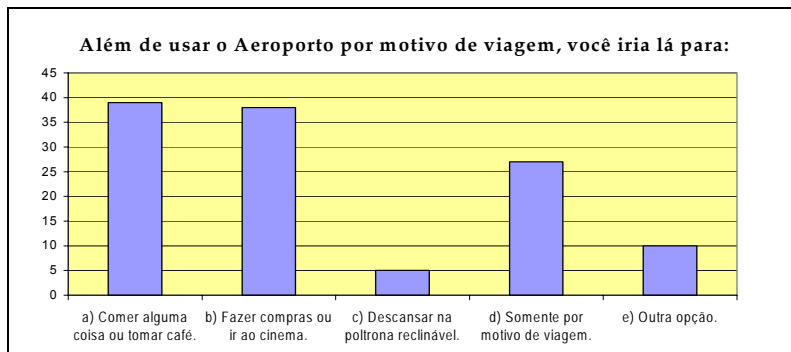


Gráfico 5.6 – O “lugar” Aeroporto.



<sup>209</sup> Para a realização das entrevistas, decidiu-se que a amostragem da população seria do tipo acidental, devendo alcançar pelo menos 0,50% da população diária do aeroporto, valor considerado aceitável (DALLA ZEN c.1998). Para a definição quantitativa definitiva da amostra de população, adotou-se como população média anual do aeroporto o dado fornecido pela administração aeroportuária, indicando 2.570.000 pessoas/ano, derivando-se daí uma estimativa de 7.041 pessoas/dia, do que, 0,50% resultaria em 35,2 entrevistas. Cuidou-se, contudo, em considerar as variações de frequência cotidianas, estabelecendo-se dois turnos de aplicação de entrevistas, um deles, realizado em um dia de semana (quartas-feiras) e o outro, nos fins de semana (domingos). E, como garantia técnica, decidiu-se aumentar o número de entrevistas para 40, em cada turno. Com isso, a população atingida pela amostragem acabou representando 0,57% da população diária do local, considerados os diferentes turnos. Ainda no campo metodológico, resolveu-se desenvolver uma técnica que ampliasse as chances de aleatoriedade na abordagem dos entrevistados.

Gráfico 5.7 – Usos do Aeroporto.



As imagens, por seu lado, evidenciam a presença de pessoas tomando chimarrão, lendo, se reunindo na praça de alimentação, bem como dormindo nas confortáveis *poltronas reclináveis*<sup>210</sup>. Isto é revelador de que não é mais somente o viajante ou alguém ligado a ele, quem procura o Salgado Filho: na nova edificação, ações e atividades típicas de um *lugar* urbano atraem agora uma parcela da população da cidade e dos arredores.

5.5.3 A situação atual do lugar



Fig. 5.75 - A reabertura dos cinemas do Aeroporto. Fonte: Jornal Zero Hora, edição de 25/11/2004.

Atualmente, já é possível arriscar que o *espaço plural* do Complexo começa a ser percebido também como *lugar*, pois se registra um bom número de pessoas, entre moradores e turistas, que vêm nele buscar o desfrute da incipiente “urbanidade” que ali está se criando, que freqüentam o Aeroporto sob o simples motivo de

<sup>210</sup> O Aeroporto inovou em termos de mobiliário, introduzindo poltronas totalmente reclináveis, para o maior conforto dos passageiros em seus tempos de espera entre escalas e transbordos. As poltronas reclináveis, lamentavelmente, não resistiram ao desgaste diário e ao “uso incorreto” (como denominou a INFRAERO) e foram substituídas por assentos mais simples e resistentes, em maio de 2003.

tomar um cafezinho ou de ler um jornal num local confortável e seguro - sob o motivo de usar o Aeroporto como um *terceiro lugar*, como nos ensinou Oldenburg<sup>211</sup> (1999). Ou, de simplesmente fazer uma compra no shopping, paquerar na praça de alimentação, mostrar um local bonito a algum conhecido, assistir a um dos lançamentos cinematográficos em cartaz nos cinemas<sup>212</sup>, recentemente reaberto (FIG. 5.75), ou, enfim, para realizar apenas um agradável passeio com a família ou

amigos. Assinale-se um ponto a suscitar algum cuidado: é o que diz respeito a uma eventual falta de identidade sócio-espacial de que estaria carente o Complexo. Isto é indicado pelo registro de que apenas metade da população entrevistada “sentiu-se” em Porto Alegre no local (FIGS. 5.76 e 5.77), o que aponta que o híbrido poderia estar localizado em qualquer parte do mundo, poderia estar sendo percebido como *mais um* dos tantos locais *genéricos* espalhados pelos ambientes urbanos globais<sup>213</sup> (KOOLHAAS, 1997).

De qualquer forma, as informações obtidas com a pesquisa levam a crer que os complexos híbridos multifuncionais, se adotados como uma das novas fórmulas urbanas de planejamento das cidades pós-modernas, podem ser assimilados e inseridos na



Fig. 5.76 - Rumo à “aerotropolis” de que fala Koolhaas (2001, p. 333).  
Fonte: Jornal O Sul, edição de 11/3/2002.



Fig. 5.77 - À época da inauguração  
Fonte: Revista VEJA, 26/6/2002, p. 72.

<sup>211</sup> Ver Capítulo 3, Seção 3.3.3.

<sup>212</sup> O Aeroporto Salgado Filho inovou também no quesito de incluir cinemas no seu mix de ofertas. Embora inauguradas com boa aceitação do público, as três salas do *cinplex* atravessaram um período em que estiveram fechadas, em virtude do falecimento do agente responsável por sua administração. Mas voltaram recentemente à atividade, registrando inusitado movimento de público.

<sup>213</sup> Vale, entretanto, recordar que o Aeroporto contava com apenas um ano de uso, na época da pesquisa de campo.



estrutura urbana dessas cidades com a força de um *lugar*. Inicialmente, como um *lugar clonado*, isto é, gerado “em laboratório”, mas que, com o tempo e a apropriação popular alcança boas possibilidades de se integrar entre os membros oficiais da seletiva família de *lugares da urbanidade* com que as cidades se tornam eventualmente agraciadas.

Enfim, mesmo frente a algum tipo de inquietação trazida à luz a partir do exame mais atento da experiência de Porto Alegre, despontou recentemente um fato bastante auspicioso: *o aeroporto Salgado Filho é o melhor do país*. A boa nova foi revelada em março de 2004, quando foram divulgados os resultados de uma pesquisa da Infraero, realizada junto a usuários e empresas que freqüentam

diariamente os aeroportos do país (FIG. 5.78). O terminal aeroportuário porto-alegrense obteve o 1º lugar, tendo recebido a nota 8,9, em uma escala de 0 a 10 (Jornal ZERO HORA, edição de 17/03/2004, p. 31), muito provavelmente por ter efetivamente atingido o status de uma verdadeira aerópolis.

Por último - e de maneira bem auspiciosa para nossas considerações - despontam duas notícias bastante reveladoras quanto ao andamento do processo de apropriação popular do *lugar* Aeroporto:

- (i) Em março de 2005, o jornal Zero Hora promoveu outra de suas enquetes de opinião, desta vez, para celebrar os 233 anos que a cidade completava no dia 26 de março. O tema escolhido foi: “Qual a melhor coisa que só tem em Porto Alegre?”. Coletou as opiniões de jornalistas e convidados e abriu um *site* para receber as votações da população em geral. Na categoria “Melhor lugar para ir quando está frio de rachar”, os três *lugares* escolhidos foram: 1) Estrada rumo à Serra; 2) **Aeroporto**; 3) Shopping Nova Olaria. De forma análoga, os três *lugares* selecionados na categoria “Melhor lugar para escapar do calor” foram: 1) Livraria Cultura; 2) **Aeroporto**; 3) Ônibus com ar-condicionado.
- (ii) Já se pode falar numa expansão da “lugaridade” do Aeroporto: o espaço em



frente ao Complexo Aeroportuário foi escolhido, em abril de 2005, para abrigar a chamada *Cidade Elétrica*. Trata-se de uma daquelas estruturas móveis, especialmente montadas para realizar mega-eventos populares, como os grandes concertos “pop”. Numa área de 40 mil m<sup>2</sup>, localizada no Parque Condor, a Cidade Elétrica está equipada com praças de alimentação, banheiros químicos, ambulatórios e sistema de segurança. Para o evento inaugural, contou com linhas especiais de transporte que usaram como interface de transbordo a própria *Estação Aeroporto* do metrô (FIG. 5.79). Embora de duração efêmera, é mais uma manifestação a se associar à percepção de pluralidade que se vincula ao lugar *Aeroporto*, indicando-o como fonte de economia de aglomerações.



Em conclusão, os casos descritos acima parecem ser suficientemente ilustrativos da idéia que perpassa esta tese.



## CONCLUSÃO: A LIÇÃO DOS LUGARES DA CLONAGEM

É muito confortador para quem escreve um trabalho acadêmico chegar a seu final tendo as inquietações que o motivaram apaziguadas. É assim que nos sentimos: acreditamos que, no mínimo, uma fração de dúvida de que os novos lugares podem ser absorvidos pela vida urbana contemporânea de modo acertado, foi efetivamente instaurada pela Tese. E este é o ponto que defendemos ao longo de nossas reflexões e anotações.

Desta forma, chegando ao fim desta breve travessia pelo mundo dos lugares clonados, podemos acrescentar que dela resulta, além disso, uma outra compensação também gratificante: há pelo menos dois importantes ensinamentos a marcá-la, cada um deles apontando para uma direção específica. Uma, abrange quesitos ligados com maior nexa ao mundo teórico; e a outra, volta-se mais vigorosamente para o universo da prática. A primeira nos suscita reflexões de cunho *existencial*, enquanto a segunda, assinala o viés *profissional* inerente no pragmatismo da construção e marketing dos lugares da clonagem.

As reflexões de cunho existencial dizem respeito ao que foi assinalado no Capítulo 4: estamos testemunhando um processo de formação de lugares capaz de causar *variações* que repercutem até mesmo na própria percepção que se tem sobre um lugar e nos modos de vivenciar lugares.

As de cunho profissional foram registradas nas narrações descritas ao longo do Capítulo 5, relativas a acompanhamentos de experiências realizadas em cidades gaúchas: elas mostram que os lugares da clonagem têm recebido uma forte *apropriação* por parte de seus usuários, demonstrando, com isso, alcançar um desempenho que os equipara ao dos lugares da urbanidade - aqueles mesmos lugares tão ardorosamente desejados pelos designers do ambiente urbano. Ao mesmo tempo, demonstram participar eficientemente de questões de cunho econômico, indicando um caminho viável quanto a implementar operações de gestão - aquelas ações de gerenciamento tão ansiosamente buscadas pelos planejadores do

ambiente urbano.

O mundo da clonagem é povoado de reações controversas. Acostumado a ser criticado duramente, recém começa a escutar algumas vozes que se alçam em seu apoio. Evidentemente, dentro de nossa intenção de estabelecer um outro ponto de vista pelo qual enfocar o tópico, interessa-nos bem de perto prestar a maior atenção quanto ao que dizem essas outras vozes, para, assim, atribuir aos lugares da clonagem aquele *benefício da dúvida* quanto à oportunidade de sua existência, que mencionamos no início do trabalho. Neste sentido, destacaremos reflexões extraídas das anotações do que foi lido no corpo teórico do texto; e comentários extraídos dos casos descritos em seu bloco prático. Estas serão as tarefas que ocuparão o capítulo conclusivo da Tese.

### *As controvérsias de cunho teórico*

Dos enquadramentos teóricos discutidos no Capítulo 2 extrai-se que cada um dos campos de conhecimento convocados naquele capítulo admite algum tipo de *segunda interpretação*, se contrapostos às críticas menos amistosas que se arremetem contra os lugares da pós-modernidade. A começar pela da falta de autenticidade.

O que é *autêntico* na virada do século XX para o XXI? Os novos lugares representam manifestações espaciais dos modos de viver de uma nova sociedade - representam um retrato dessa sociedade. Ora, uma sociedade que é capaz de criar clones com vida - criar organismos vivos - é supostamente capaz de dispor de suficiente tirocínio para criar os lugares mais eficazes aonde realizar suas experiências existenciais. E o faz pela clonagem dos bons espécimes de lugar - dos lugares da urbanidade.

Em última instância, são as pessoas que decidem se um lugar é *autêntico* ou se é um *não-lugar*, são elas que decidem se lá viveram uma experiência boa, se esse viver lhes incorporou qualidade, significado, valor, sentido, o que seja, a suas vidas. Por mais decepcionante que isto possa ser para os críticos mais renitentes, as pessoas preocupam-se mais em usufruir o que um lugar tem a lhes oferecer do que

especificamente com sua autenticidade ou falta de, se são legítimos ou imitações - reais ou hiper-reais. Mais importantemente, essas são percepções humanas fundamentais para a teoria arquitetônico-urbanística.

Outra crítica freqüente a perseguir de modo bem generalizado os *lugares da clonagem* dirige-se à alta dose de *escapismo* que costuma cercar esses lugares.

É com surpresa, então, encontrarmos entre tantas considerações teóricas lidas no Capítulo 2, uma que adota uma posição inesperada de *defesa em relação ao suposto escapismo* que acompanha os lugares. Ninguém menos que Tuan (1998), considerado por muitos um expoente da Geografia comportamental, surpreende os teóricos de *lugar* ao justificar que o tão execrado escapismo nada mais é do que uma manifestação espontânea de um ato humano. E o faz até com a veemência de quem dedica um livro inteiro ao assunto.

Para aquele autor, buscar o *escape* representa uma inequívoca aproximação com práticas humanísticas bem corriqueiras - apenas um comportamento humano natural - libertando-nos, com isso, de toda aquela carga pesada de culpas que os críticos mais puristas costumam imputar àquela atitude, pois explica-nos convincentemente o quanto de intrinsecamente *humano* está presente nas reações “escapistas” que praticamos em nosso cotidiano.

Conversamente, um dos preitos enaltecidos de forma mais exaltada pelos que costumam dar todo seu apreço aos *lugares da clonagem* recai no plantel de boas qualidades, principalmente de natureza social, que esses lugares são capazes de prover. Do mesmo modo resulta, então, também surpreendente encontrar alguém do porte de um Relph (1996), novamente na Geografia, manifestando sua desconfiança quanto à universalidade dos benefícios sociais advindos do uso dos lugares, chegando mesmo a apontar para aspectos negativos imbricados no conceito, precisamente em termos de sua propensão a provocar manifestações de clara xenofobia preconceituosa - e, conseqüentemente, anti-sociais. O maniqueísmo da *lugaridade* contra a *não-lugaridade*, argumento tão freqüentemente anteposto pelos críticos dos lugares clonados, vê-se assim negado pelo próprio cunhador da

expressão “placelessness”, de conotação amplamente negativa, e que tão dogmaticamente se espalhou pela literatura de *lugar*, e tão rapidamente se tornou um dos motes preferidos dos detratores dos lugares clonados. Ademais, ainda dentro de conotações sociais, mesmo os pensamentos de um filósofo inovador, como Ascher (1995), não escondem uma posição de dúvida em relação ao que o antropólogo Augé (1994) tentativamente estabelece como *não-lugares*, outra expressão que com rapidez ingressou no vocabulário dos que costumam subestimar a pertinência dos novos lugares.

Ainda dentro da mesma tecla vimos, no mesmo capítulo, que pesquisadores do campo do planejamento urbano, como Cullingworth & Caves (2003), apontam acusadoramente o dedo na direção de certas práticas coletivas que, tais como o NIMBY (“Not-in-my-backyard”), nos Estados Unidos, conseguem fazer congelar o *status quo* de um *lugar*, imobilizando permanentemente o perfil desse lugar, para fins de manter as condições de uso exclusivista (e excludente) que os usuários preferenciais desse lugar querem conservar para si. Deste modo, impedem abrir as virtudes do lugar ao franco acesso por um número maior e mais plural de pessoas, adotando assim um comportamento flagrantemente anti-social. Ou seja: um segundo olhar sobre o potencial que o lugar teria para produzir o idealizado conagraçamento social faz-nos atentar que isso não pode ser tratado como um dogma.

Entre os planejadores urbanos selecionados no Capítulo 2, vimos também Fainstein (2001) defender exaustivamente o desfrutar das reais potencialidades que a política de lugar é capaz de agregar em termos de valor econômico, oportunizando o gerenciamento com eficácia de políticas de desenvolvimento socioeconômico, para um lugar de uma cidade e para os lugares de uma região. Para aquela autora, é válido atribuir-se, ao conceito de lugar, um papel inovador e eficiente em termos de seu emprego na gestão das cidades contemporâneas, apenso ao qual se torna realizável um real incremento no nível de desempenho econômico.

É novamente Relph (1996) quem, por sua vez, abre-nos - melhor ainda, faz-nos escancarar - os olhos quanto ao inelutável fato de que os lugares de hoje são *lugares de hoje*, isto é, só podem - e até devem - ser entendidos mediante uma imersão

deliberada nos fenômenos experienciados pela sociedade de hoje, de modo a melhor compreender seus meandros. Tanto que o fez rever a abrangência de sua notória expressão “*placelessness*”.

Isto, sem olvidarmos Foucault (1997) que, correlatamente, também adverte sobre as variações em pauta nos conceitos de *lugar* e de *espaço* de acordo com as variações que ocorrem de era a era. Não é nada impensável, então, aceitarmos estar ocorrendo uma variação no conceito de lugar nos tempos de hoje.

Como reflexiona o mesmo Relph (2001), o perfil *global* dos lugares atuais se repete nas práticas *locais* - já que é amplamente favorecido, nesse sentido, pela difusão rápida dos avanços tecnológicos que experimenta a sociedade contemporânea. Relph apresenta também o que denomina de *descrições críticas*, ou seja, os novos preceitos que, aconselha, devem nortear a Geografia em seus questionamentos atuais sobre *lugar*. Ora, não são poucas as conotações trazidas pelas *descrições críticas* de Relph para os pontos que tentamos avançar em nossas argumentações, como comentamos no Capítulo 2.

Numa direção similar, outra contribuição substancial a nossas considerações é fornecida por Hannigan (1998), pesquisador que só faz convergir com nossos pontos de vista quando diz que os lugares das “*fantasy cities*” que analisa em seu trabalho são, certamente, geradores de sociabilização. E que mesmo frente à sua aparente máscara de inviolabilidade, são lugares *permeáveis a uma apropriação pública*, senão por meio de sua franquia em termos de acessibilidade física (como é franqueado um *shopping*, por exemplo), pelo menos, em termos de franquear oportunidades para o exercício e a descoberta de *novas experiências que marcam a cultura do consumo*, que, sabidamente, desfruta de uma situação de predominância entre os padrões existenciais da sociedade atual.

Zukin (1997) é outra que, de maneira análoga, nos reforça a idéia do ajuste entre espaços públicos e privados, com estes últimos demonstrando uma crescente tendência a se tornar percebidos como espaços públicos *de facto*. Zukin alerta, além disso, para a profunda valorização que adquirem as *imagens* na construção de um

lugar, ao conformarem uma verdadeira “estetização do valor”, fator crítico nas políticas que buscam a geração de *lugares da memória* na reurbanização de áreas de interesse histórico-cultural. E de que mesmo dentro dessas reurbanizações, com frequência acusadas de produzir o fenômeno da “gentrification”, os usos e contra-usos que nelas se estruturam terminam por concorrer para *sua reativação como espaços públicos*, fato sobre o qual nos faz, com convicção, perceber Leite (2002).

E são tantos os pontos para os quais nos alertam De Certeau (1985; 1994) e Magnani (1996) em suas considerações de natureza antropológico-cultural, que apenas nos resta dar um destaque especial ao fascinante papel que, ao menos conceitualmente, encarnam as *táticas e estratégias* humanas nas apropriações territoriais, ao concretizarem lugares - mesmo da clonagem - como “pedaços” da *morfologia da prática* que efetua ao longo do processo de consolidação de um novo lugar. Além, é claro, de De Certeau (1985) nos prevenir que o espaço público é real na medida em que se efetiva como o “speech act” de um *lugar*.

Ao cabo de tantas revelações, não se recebe mais como surpresa o dizer de Casey (1998) de que o lugar é *sempre* existencial - e, acrescentaríamos, na defesa do nosso caso -, *independentemente de ser um lugar avaliado pelo valor de uso ou pelo valor de troca de que possa estar dotado*. Porque, no fim das contas, nós é que somos “ineluctably implaced selves”, como nos explicou de forma tão impactante o próprio Casey no Capítulo 2.

Finalmente, em nossa própria circunscrição, *lugar*, em Arquitetura-Urbanismo, é um conceito urbano - mas *um conceito urbano em mutação*. Um conceito urbano que admite variação (como muitos conceitos urbanos já o fizeram, diga-se de passagem). Já foi uma grande utopia, cujo valor conceitual dispunha de um poder enorme no pensamento dos teóricos da área. E, nesse sentido, sabe-se bem o quanto a área já fez ao tentar materializar suas utopias em termos de *criar lugar*! Só que eram utopias muito mais ligadas ao modelo proposto no pensamento do Modernismo europeu, no qual, uma estética universalista ditaria as bases para condições sociais e políticas justas e harmoniosas. Excessivamente utópicas, portanto. (E - ao que parece - a área continua a fazê-lo). Mas, não deixa de ser inquietante a tentação de inquirirmos se



hoje não está a ocorrer uma variação pragmática: uma variante segundo a qual se estaria hoje ensaiando materializar a *utopia do lugar* por meio da construção da *imagem* dessa utopia. Será que não é isso o que se está fazendo quando se processa o “placemaking” (“o construir um lugar”) de um produto para consumo - *no lugar* mesmo no qual o processo o constrói - e cuja produção se completa mediante a gestão de um dramático “placemarketing”?

Pois afinal, é através da construção e do gerenciamento que se faz um lugar se tornar um ponto de consumo onde uma imagem é distribuída - como o são bens e serviços do sistema de produção - só que com a significativa ressalva de que esta imagem pode vir acompanhada por uma vívida experiência existencial, cada vez mais universalizada e atingível. Desta forma, *lugar* admite novamente uma variação em sua própria base conceitual, ao se inserir num paradigma que combina utilitarismo com pragmatismo.

Da previsibilidade dos retornos sociológicos outrora associados à utopia do lugar associam-se, agora, retornos econômicos, decorrentes das práticas pós-modernas adotadas na *construção de lugar*. O lugar, outrora de conotações não mais do que (supostamente) neutras, passa a ser visto também como produto econômico. E, arriscaríamos, um produto econômico com boas oportunidades de retorno, já que assume uma condição de espaço qualificado para apropriação imediata pela sociedade urbanizada do século XXI.

Enfim, há muitas coisas a indicar que, no contexto da pós-modernidade na qual vivemos deve-se falar da emergência de um novo paradigma para *lugar*. Os lugares de que tratamos até aqui são lugares cuja gênese se diferencia daquilo que nos foi prelecionado como formador de *lugar*, encaminhando-se, para o que se poderia quase categorizar como um tipo de “revolução” paradigmática das quais falava Kuhn (2003).

E ainda mais: pelo teor e diversidade das preleções obtidas nas consultas bibliográficas (Capítulos 2 e 3); pela observação da realidade (Capítulos 3 e 4); pelos apontamentos que acompanham os casos empregados como ilustrações (Capítulo 5);

tudo leva a deduzir que existem indicações razoáveis a nos fazer realmente confiar que *os novos lugares não debilitam a riqueza conceitual que caracteriza a teoria do lugar*.

Assim, talvez o avanço teórico mais importante seja nossa tentativa de proceder a uma revisitação aos preceitos básicos do conceito de lugar - um *repensar* sobre esses conceitos - o que ajudará a contornar a injustificável estagnação que paira sobre o tema nas atuais pesquisas teóricas urbanas - muito particularmente, no Brasil.

Por fim, de todas as discussões teóricas discutidas ao longo da Tese, seja as inspiradas pelas contribuições fornecidas por disciplinas diversificadas, seja as de nossa própria área, uma direção, pelo menos, parece despontar em termos de se chegar a uma afirmação mais consolidada. E esta é a de que, com efeito, a construção de lugares no início do século XXI está se transformando num processo que integra todas as dimensões envolvidas nas concepções de lugar, ou seja, *sócio-psicológica, gerencial-mercadológica, e arquitetônico-urbanística*.

### ***As controvérsias de cunho prático***

No Capítulo 5 acompanhamos o lugar clonado engrenando e desabrochando como um novo organismo do corpo urbano, desenvolvendo-se, crescendo, experimentando mudanças, sendo apropriado e - quiçá - transformando-se num belo espécime adulto. E, nele, transparece a demonstração da hipótese: os novos lugares clonados, ao absorverem as informações conferidas pelos fenômenos que estimulam a urbanidade, podem ser absorvidos como novos lugares da urbanidade.

Mesmo abordando escalas e situações bem diversificadas, os exemplares apresentados nos capítulos 3 e 5 são bastante indicativos de que (i) novos lugares são introduzidos constantemente nas cidades - gaúchas, inclusive - do mundo todo; (ii) os novos lugares se sediam em locações dotadas de um fato gerador significativo, seja ele do campo do simbolismo, da memória, da fantasia, enfim, dos diferentes campos que perfazem a complexidade fenomenológica do cotidiano das cidades atuais; (iii) os novos lugares buscam clonar as características dos fenômenos

geradores; (iv) os lugares da clonagem atravessam um processo de gênese que se apóia numa conjugação entre a construção do lugar e o marketing do lugar; (v) os lugares da clonagem buscam estimular a percepção de urbanidade; (vi) os lugares da clonagem ingressam no repertório de elementos urbanos percebidos como detentores de urbanidade, tornando-se progressivamente percebidos como tal pela população.

E não é de estranhar. Ao freqüentar um lugar, as pessoas querem se engajar numa experiência emocional. E para isto, tanto faz se o lugar foi criado há dezenas de anos ou se foi criado ontem. A experiência do centro de Porto Alegre demonstrou a enorme receptividade de lugares re-introduzidos no cotidiano da população, desfrutados como efetivos lugares da urbanidade. As estratégias de percepção estimulada fizeram com que a região das Hortênsias consolidasse a oferta de uma plêiade de lugares da urbanidade. A simples lembrança de incluir o DC-Navegantes na lista de candidatos a favoritos em Porto Alegre indicou um incremento na oferta de lugares de qualidade na cidade - de um incremento na qualidade de vida da população da cidade. Até mesmo o Aeroporto, um lugar reconhecidamente mais sério e contido, provou estar crescendo em termos de apropriação popular, tornando-se mais querido e, conseqüentemente, também ampliando a oferta de urbanidade na cidade. Finalmente, mesmo os excessos de Serafina Corrêa tornam-se relativamente relevados, mostrando-se a Via Gênova firmemente voltada a se tornar um dos *lugares* do universo imaginário dos serafinenses.

É bom descobrir isto?

Claro, cada um em sua respectiva área deverá julgar por si próprio. Em nossa área, acreditamos que sim, há lições a aprender com o estudo dos lugares da clonagem, assim como há conveniência em termos demonstrado nossa Tese. Só mudarmos o modo sumário pelo qual é costumeiro atribuir um veredicto usualmente implacável contra os lugares da clonagem, já é uma boa recompensa.

Mas, olhando sob outra perspectiva, é possível ainda tecer mais algumas outras

divagações.

O modo de viver em meios urbanos que se experienciou ao longo do século XX pode, numa extração pessimista, ser qualificado como desanimador. Disso pode facilmente decorrer que se abra para o século XXI uma descrença razoavelmente acentuada em relação a se alcançar algum tipo de solução para o objetivo de *viver com qualidade em meios urbanos*. Quem sabe, um raciocínio desse teor não irá ajudar a nos conduzir a uma posição na qual se deixe de buscar uma utópica e inalcançável *perfeição* para uma *cidade ideal* - que nos demova dessa nossa incessante busca por um *projeto para um urbano perfeito* - mas que, ao contrário, nos faça ver que as *utopias parciais* - tematizadas - como as dos lugares, são factíveis e são possíveis de atingir.

Com isso, um raciocínio, já agora mais otimista, nos permitirá visualizar com melhor nitidez que, no fim do túnel, não existe uma solução: existe um processo. Um processo no qual estão presentes as possibilidades para a realização de utopias parciais. Como o seria a *utopia dos lugares*. Porque, ao fim e ao cabo, o novo lugar introduz uma idéia de utopias parciais: *cada lugar pode almejar preencher uma determinada utopia*. E, mesmo fragmentadas, as utopias podem ganhar vida - podem se materializar nos eventos existenciais aos quais dão vida. Materializar-se em lugares nos quais a percepção vem cuidadosamente cercada de estímulos dirigidos a produzir imagens - imagens de urbanidade - imagens que foram pesquisadas e buscadas no imaginário que as pessoas têm sobre o que é urbanidade. Imagens pelas quais se motivam suas pulsões - imagens que elas desejam encontrar em suas práticas urbanas.

Em nossas atribuições profissionais exige-se cada vez mais que os projetos saibam incorporar e materializar experiências fenomenológicas que promanam da subconsciência da sociedade. Essa exigência, aliás, demandará dos projetistas o conhecimento das novas maneiras de perceber o ambiente urbano manifestas comportalmente pelos próprios usuários. Pode-se daí deduzir que, no fundo, a sociedade do fim do século XX trouxe, com seus comportamentos, uma série de alterações ao próprio conceito de lugar, ao mesmo tempo em que, o século XXI, por seu lado, prepara-se para aceitar novas pautas quanto ao quê a sociedade aspira

como lugar de qualidade nos novos ambientes urbanos agora projetados.

Alguns desses lugares podem não se enquadrar nas referências paradigmáticas mais tradicionais enunciadas para conceituar lugar. Para entender isso, a resposta mais provável apontaria para localizar a essência dessas alterações em fatores exteriores à Arquitetura-Urbanismo propriamente ditos: *a sociedade é que mudou*. Mudou no uso e escolha dos lugares que costumeiramente empregava para concretizar suas realizações existenciais. Passando a demandar do lugar projetado pelos arquitetos o atendimento a toda uma gama de novas pautas existenciais que caracterizam um novo *modus vivendi* típico da sociedade da virada do Terceiro Milênio.

Evidentemente, raciocínios como estes nos conduzem - novamente num recorte otimista - a uma tática diferenciada de garantirmos a preservação do Humanismo, num mundo impessoal, onde reina cada vez mais dominadoramente a frieza das tecnologias avançadas.

Por último, são as pessoas que *fazem os lugares*, são elas que os freqüentam e os utilizam. São elas que fazem de um espaço, um *lugar*. E, para elas, os lugares *criados* são lugares *reais*, são percebidos como lugares que as atraem, as convidam e as premiam com a realização de experiências existenciais gratificantes - as recompensam com o desfrutar da *urbanidade*. Quer sejam clonados, quer não.

Finalizamos renovando nossa posição: mesmo que controversa, não nos parece errada a posição de aceitar-se a *validade dos lugares da clonagem*, pois há demonstrações suficientemente precisas de que os resultados colhidos foram bons.

Nós gostamos é de ver gente na rua, na rua principal - gente nos *lugares* - não importa se essa gente é convocada por ícones de consumo ou se é chamada a comparecer a lugares que clonam *aura* e *memória*. O que interessa é a qualidade de *pluralidade* que essas chamadas determinam. A pluralidade exigida por uma sociedade plural.

E a *urbanidade* que a partir desses lugares é certamente desfrutada.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADAMS, Paul; HOELSCHER, Steven; TILL, Karen (Eds.). **Textures of Place. Exploring Humanist Geographies**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2001.

ADAMS, Paul; HOELSCHER, Steven; TILL, Karen. *Place in Context. Rethinking Humanist Geographies*. In ADAMS, P. et al. (Eds.). **Textures of Place. Exploring Humanist Geographies**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2001, p. xiii-xxxiii.

ALEXANDER, Christopher; ISHIKAWA, Sara; SILVERSTEIN, Murray; et al. **A Pattern Language/Un Lenguaje de Patrones. Ciudades. Edificios. Construcciones**. (Título original: *A Pattern Language. Towns. Buildings. Construction*. Nova York: Oxford University Press, 1977). Tradução castelhana: Justo G. Beramendi. Barcelona: Gustavo Gili, 1980.

ALLSAYYAD, Nezar (Ed.). **[Un]Bounding Tradition: The Tensions of Borders and Regions**. *TDSR (Traditional Dwellings and Settlement Review)*, Vol. XIV, nº1 (outono), 2002.

ANHOLT, Simon. **Brand New Justice: The Upside of Global Branding**. Oxford (Reino Unido): Butterworth-Heinemann, 2003.

APPADURAI, Arjun. **Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1996.

ARANTES, Otilia Beatriz Fiori. **O Lugar da Arquitetura Depois dos Modernos**. São Paulo: EDUSP, 1995, 2ª edição.

ARANGO, Silvia (Org.). **Modernidad y Postmodernidad en America Latina**. Bogotá (Colômbia): Escala, 1991.

ASCHER, François. **Métapolis ou l'Avenir des Villes**. Paris : Éditions Odile Jacob, 1995.

ASCHER, François. **Ces événements nous dépassent, feignons d'en être les organisateurs**. *Essai sur la société contemporaine*. Éditions de l'Aube, 2001.

ASCHER, François. *Dynamiques Métropolitaines et Enjeux Socio-politiques*. In **Multitudes WEB**. (Mise en ligne septembre 1995). Disponível em <[http://multitudes.salizdat.net/article.php3?id\\_article=783](http://multitudes.salizdat.net/article.php3?id_article=783)>. Consulta em 5 novembro 2004, 2004b.

ASCHER, François. **Les Nouveaux Principes de l'Urbanisme**. (Publicado originalmente em 2001). Éditions de l'Aube, 2004 (édition de poche).

AUGÉ, Marc. **Não-Lugares. Introdução a uma Antropologia da Supermodernidade.** (Título original: *Non-Lieux. Introduction à Une Anthropologie de la Surmodernité.* Éditions du Seuil, 1992). Tradução: Maria Lúcia Pereira. Campinas, SP: Papirus, 1994.

BACHELARD, Gaston. **The Poetics of Space.** (Título original: *La Poétique de l'Espace.* Presses Universitaires de France, 1958. Traduzido para o inglês em 1964, Orion Press). Tradução: Maria Jolas. Com novo *Prefácio* de John R. Stilgoe. Boston, MA: Beacon Press, 1994.

BACON, Edmund. **Design of Cities** (Revised Edition). Londres: Thames & Hudson, 1978 (paperback).

BALSAS, Carlos. **Urbanismo Comercial e Parcerias Público-Privado.** Lisboa: Observatório do Comércio/GEPE-Gabinete de Estudos e Prospectiva Econômica do Ministério de Economia, 2002.

BANERJEE, Tridib & SOUTHWORTH, Michael (Eds.). **City Sense and City Design. Writings and Projects of Kevin Lynch.** (Publicado originalmente em 1990). Cambridge, MA: The M.I.T. Press, 2<sup>nd</sup> printing, 1991.

BARBER, Benjamin. **Jihad vs. McWorld. How Globalism and Tribalism are Reshaping the World.** Nova York: Ballantine Books/Random House, 1996.

BARDI, Lina Bo, et al. **SESC - Fábrica da Pompéia.** Lisboa: Instituto Lina Bo e P.M.Bardi/ Editorial Blau, 1998.

BARKER, Roger. **Ecological Psychology. Concepts and Methods for Studying the Environment of Human Behavior.** Stanford: Stanford University Press, 1968.

BARKER, R. et al. **Habitats, Environments and Human Behavior.** San Francisco: Jossey Bass, 1978.

BARKER, Roger. *Behavior Settings.* In BARKER, R. et al. **Habitats, Environments and Human Behavior.** San Francisco: Jossey Bass, 1978a, p. 29-35.

BARKER, Roger. *Theory of Behavior Settings.* (Publicado originalmente com o título *Ecology and Motivation.* In JONES, M.. **Nebraska Symposium on Motivation.** Lincoln: University of Nebraska Press, 1960, p.1-50). In BARKER, R. et al. **Habitats, Environments and Human Behavior.** San Francisco: Jossey Bass, 1978b, p. 213- 228.

BARNETT, Jonathan. **The Fractured Metropolis. Improving the City, Restoring the Old City, Reshaping the Region.** Nova York: IconEditions/HarperCollins, 1996.

BAUDRILLARD, Jean. *America.* (Publicado originalmente em 1986. Tradução para o inglês: Chris Turner. Londres: Verso, 1989). In LEACH, Neil (ed.). **Rethinking Architecture. A Reader in Cultural Theory.** Londres e Nova York: Routledge, 1997, p. 218-224.

BERRY, Brian J. L.; PRED, Allen. **Central Place Studies: a Bibliography of Theory**



**and Applications.** Philadelphia: Regional Science Research Institute, 1965.

BERRY, Brian J.L. **Geography of Market Centers and Retail Distribution.** Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, 1967.

BERRY, Brian J.L. *General Features of Urban Commercial Structure.* In BOURNE, Larry S. (Ed.). **Internal Structure of the City. Readings on Space and Environment.** Nova York: Oxford University Press, 1971, p. 361-367.

BEVILACQUA, Viviane. *O Brasil da Fé.* **Jornal Zero Hora**, edição de 21/4/2002, p. 36-39.

BLACK, J.T.. *Model Solutions to Revitalize Urban Industrial Areas.* **Land Lines**, Vol. 9, 1997.

BLOWERS, Andrew. *Planning Residential Areas.* In **Planning and the City.** Milton Keynes (Reino Unido): The Open University Press, 1973.

BODDY, Trevor. *Underground and Overhead: Building the Analogous City.* In SORKIN, M. (Ed.). **Variations on a Theme Park. The New American City and the End of Public Space.** 8ª ed. Nova York: Hill and Wang, 1997, p. 123-153.

BOELENS, Luuk. *About Eggs, Mental Maps and Public Space.* In **Report of TAN1.** Haarlem, Holanda: Temporary Autonomous Network, 1997, p. 7-12.

BOELENS, Luuk. *The World Has Changed... From the Genius loci Towards the Genius fluvii.* Palestra proferida no "37<sup>th</sup> International ISOCARP Congress". In **Honey, I Shrank the Space. Planning in the Information Age.** Utrecht, Holanda, 19/9/2001. <[http://www.isocarp.org/pub/events/congress/2001/keynotes/speech\\_boelens/sld001.htm](http://www.isocarp.org/pub/events/congress/2001/keynotes/speech_boelens/sld001.htm)>.

BONNES, Mirilia; SECCHIAROLI, Gianfranco. **Environmental Psychology.** (Título original: *Psicologia Ambientale.* Roma: La Nuova Italia Scientifica, 1992). Tradução: Claire Montagna. Londres: Sage, 1995.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico.** (Publicado originalmente em 1989. Título original: *Le Pouvoir Symbolique*). Tradução: Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Bertrand, 2002.

BOURNE, Larry S. (Ed.). **Internal Structure of the City. Readings on Space and Environment.** Nova York: Oxford University Press, 1971.

BOYER, M. Christine. **The City of Collective Memory. Its Historical Imagery and Architectural Entertainments.** (Publicado originalmente em 1994). Cambridge, MA: The M.I.T. Press (paperback), 1996.

BOYER, M.Christine. *Cities for Sale: Merchandising History at South Street Seaport.* In SORKIN, M. (Ed.). **Variations on a Theme Park. The New American City and the End of Public Space.** 8ª ed. Nova York: Hill and Wang, 1997, p. 181-204.

BOYER, M.Christine. *Meditations on a Wounded Skyline and Its Stratigraphies of Pain*. In SORKIN, M. and ZUKIN, S. (Eds.). **After the World Trade Center. Rethinking New York City**. Nova York/Londres: Routledge, 2002, p. 109-121.

BRASIL, Caixa Econômica Federal. **Perfil do Município de Serafina Corrêa, RS**. Serafina Corrêa: CEF/Escritório de Negócios Caxias do Sul, 1999.

BRASIL, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Banco de Dados Agregados**. <<http://www.sidra.ibge.gov.br/>>. Rio de Janeiro: IBGE, 2005.

BRASIL, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Contas Nacionais N° 14. Produto Interno Bruto dos Municípios, 1999-2002**. Rio de Janeiro: IBGE, 2005. <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/pibmunicipios/2002/tab01.pdf>>

BROUWER, Joke; MULDER, Arjen; MARTZ, Laura (Eds.). **TransUrbanism**. Rotterdam: V2\_Publishing/Nai Publishers, 2002.

CALTHORPE, Peter; FULTON, William. **The Regional City: Planning for the End of Sprawl**. Washington: Island Press, 2001.

CAMPBELL, Robert. *Rem to Earth: Resistance is Futile. Just Keep Shopping Until Everything is Junked*. **Architectural Record**, v. 190, n° 6, 2002, p.55-56.

CANTER, David. **The Psychology of Place**. London: Architectural Press, 1977.

CARMONA, Matthew; HEATH, Tim; OC, Taner; TIESDELL, Steve. **Public Places - Urban Spaces**. Oxford (Reino Unido): Architectural Press, 2003.

CARR, Stephen. *The City of the Mind*. (Publicado originalmente em EWALD JR., W.R. [Ed.]. **Environment for Man: The Next Fifty Years**. Bloomington, Indiana: Indiana University Press, 1967). In PROSHANSKY, H.; ITTELSON, W.; RIVLIN, L. (Eds.). **Environmental Psychology: Man and His Physical Setting**. Nova York: Holt-Rinehart & Winston, 1970, p. 518-533.

CARR, Stephen; FRANCIS, Mark; RIVLIN, Leanne; STONE, Andrew. **Public Space**. Environment and Behavior Series (Editores: David Stokols; Irwin Altman). Publicado originalmente em 1992. 2ª ed. Cambridge, MA: Cambridge University Press, 1995.

CARSALADE, Flávio de Lemos. **Arquitetura: Interfaces**. Belo Horizonte: AP Cultural, 2001.

CARVALHO, Máyra; GEORGE, R. Varkki; ANTHONY, Kathryn. *Residential Satisfaction in Condomínios Exclusivos (Gate-guarded Neighborhoods) in Brazil*. **Environment and Behavior**, Vol. 29, N° 6 (novembro), 1997, p. 734-768.

CASEY, Edward S.. **The Fate of Place. A Philosophical Story**. Publicado originalmente em 1997. Berkeley, CA: University of California Press, 1998 (paperback).

CASTELLO, Iára Regina. *Re-Conhecendo o Território - Coleta e Mapeamento de Elementos Sócio-Espaciais*. In **V Congresso Iberoamericano de Gráfica Digital**. Concepción (Chile): SIGRADI / Universidad del Bio-Bio, 2001. CD-ROM.

CASTELLO, Iára Regina. *Alternativas de Configuração Espacial: As Visões dos Setores Público e Privado*. In NUTAU2004. **Seminário Internacional: Demandas Sociais, Inovações Tecnológicas e a Cidade**. São Paulo: Núcleo de Pesquisa em Tecnologia da Arquitetura e Urbanismo/FAUUSP, 2004. CD-ROM.

CASTELLO, Iára Regina & PELLEGRINI, Ana Carolina. *Cotidiano e Ambiente – O Território Estudado Através de Relatos Subjetivos*. In **Seminário Internacional: Psicologia e Projeto do Ambiente Construído**. Resumos. Rio de Janeiro: PROARQ/FAU - EICOS/IP, 2002.

CASTELLO, Lineu (Coord.); ANDRADE, Leandro; MARZULO, Éber, et al.. **Repertório de Elementos Urbanos na Área Central**. Porto Alegre: Prefeitura de Porto Alegre/ U & A - Urbanismo & Ambiente, 1995.

CASTELLO, Lineu. *A Contextualização do Projeto Ambiental: Um Exercício Metodológico*. In CASTELLO, L. (Coord.). **Investigação de Diretrizes para um Projeto Ambiental**. Porto Alegre: MAB/UNESCO - PROPUR(Programa de Pós-graduação em Planejamento Urbano e Regional)/UFRGS, 1986, p. 15-72.

CASTELLO, Lineu. *O Ambiente dos Navegantes*. In CASTELLO, L. (Coord.). **Análise Ambiental de Navegantes**. Porto Alegre: MAB/UNESCO - PROPUR/UFRGS, 1988, p. 1-23.

CASTELLO, Lineu. *A Percepção em Análises Ambientais. O Projeto MAB/UNESCO em Porto Alegre*. In DEL RIO, V.; OLIVEIRA, L. (Orgs.). **Percepção Ambiental. A Experiência Brasileira**. São Paulo: Studio Nobel/UFSCar, 1996, p. 23-37.

CASTELLO, Lineu. *Understanding Meta-Urbanism: Place Making And Marketing Place*. In: MANN, Thorbjørn (Ed.). **The Power of Imagination**. Proceedings of the 30th Conference of the Environmental Design Research Association. Edmond, OK, Estados Unidos: EDRA, 1999, p. 46-52.

CASTELLO, Lineu. *The Idea of Place and the Perception of Environmental Quality*. In MOSER, Gabriel; BONNES, Mirilia, et al. (Eds.). **Metropolis 2000: Which Perspectives? Cities, Social life and Sustainable development**. Paris/Barcelona: IAPS, 2000, CD-ROM.

CASTELLO, Lineu. *Admirável Nova Urbanidade*. In TASSARA, E.; RABINOVICH, E. P.; GUEDES, M. C. (Eds.). **Psicologia e Ambiente**. Tradução: Carolina Siqueira Ventura et al.. São Paulo: EDUC/ Editora da PUC-SP, 2004, p. 23-39.

CASTRIOTA, Leonardo. *Vicissitudes de um Conceito: o Lugar e as Políticas de Patrimônio*. Palestra proferida no "Seminário Arquitetura e Conceito". In **Arquitetura e Conceito**. Tema 3: Arquitetura e Cultura do Lugar. Belo Horizonte, Núcleo de Pós-

graduação em Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal de Minas Gerais. CD-ROM, 2003.

CAVES, Roger. **Land Use Planning. The Ballot Box Revolution.** Newbury Park, CA: Sage Publications, 1992.

CAVES, Roger (Ed.). **Exploring Urban America. An Introductory Reader.** Thousand Oaks, CA: 1995.

CHOAY, Françoise. **O Urbanismo. Utopias e realidades. Uma Antologia.** (Título original: *L'Urbanisme: Utopies et Réalités. Une antologie.* Éditions du Seuil, 1965). Tradução: Dafne Nascimento Rodrigues. São Paulo: Perspectiva, 1979.

CHOAY, Françoise. **The Modern City: Planning in the 19<sup>th</sup> Century.** (Publicado originalmente em 1969). Tradução: Marguerite Hugo & George R. Collins. 5<sup>a</sup> ed. Nova York: George Braziller, 1989.

CHOAY, Françoise. *Le Règne de l'Urbain et la Mort de la Ville.* In **La Ville. Art et Architecture.** Catálogo da exposição. Paris: Centre George Pompidou, 1994, p. 26-35.

CHRISTALLER, Walter. **Central Places in Southern Germany** (Título original: *Die Zentralen Orte in Süddeutschland*, 1933). Tradução: C. W. Baskin. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, 1966.

COMAS, Carlos Eduardo Dias. *Por uma Cidade de Conciliação, Por um Urbanismo de Conciliação.* Conferência proferida no **I SEDUR-Seminário de Desenho Urbano**, Instituto de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de Brasília. Porto Alegre: mimeo, 1984, p. 1-13.

COMAS, Carlos Eduardo Dias. *Arquitetura Brasileira, Anos 80: Um Fio de Esperança.* **AU-Arquitetura Urbanismo**, vol. 6, nº 28, p. 91-97, fev./mar. 1990.

COMAS, Carlos Eduardo Dias. *Identidad Nacional, Caracterización Arquitectónica.* In ARANGO, Silvia (Org.). **Modernidad y Postmodernidad en America Latina.** Bogotá (Colômbia): Escala, 1991, p. 35-41.

COSTA, Lúcio. *Brasília.* In CEUA-Centro dos Estudantes Universitários de Arquitetura (Eds.). **Lúcio Costa: Sobre Arquitetura.** Publicado originalmente em 1957, como relatório do trabalho de concurso ao Plano Piloto de Brasília. Porto Alegre: Faculdade de Arquitetura da UFRGS, 1962, 1<sup>o</sup> Volume, p. 264-278.

CRAWFORD, Margaret. *The World in a Shopping Mall.* In SORKIN, M. (Ed.). **Variations on a Theme Park. The New American City and the End of Public Space.** 8<sup>a</sup> ed. Nova York: Hill and Wang, 1997, p. 3-30.

CRAWFORD, Margaret. *Crossing Borders.* Palestra proferida na "8<sup>th</sup> International Conference of the International Association for the Study of Traditional Environments". In ALLSAYYAD, Nezar (Ed.). **[Un]Bounding Tradition: The Tensions of Borders and Regions.** TDSR, Vol. XIV nº 1 (outono), 2002, p. 9-10.

CROSBY, Theo. **The Necessary Monument**. Londres: Studio Vista, 1970.

CULLINGWORTH, Barry; CAVES, Roger. **Planning in the USA. Policies, Issues and Processes**. (Primeira publicação: 1997). 2ª ed. Londres: Routledge, 2003.

DA MATTA, Roberto. **A Casa & a Rua**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1991.

DE BOTTON, Alain. *Form Follows Inspiration*. Jornal **The New York Times**, edição (eletrônica) de 11/7/2004.

DE CERTEAU, Michel. *Teoria e Método no Estudo das Práticas Cotidianas*. In: SZMRECSANY, M.I. (Org.). **Cotidiano, Cultura Popular e Planejamento Urbano**. São Paulo: FAUUSP, 1985, p. 3-19.

DE CERTEAU, Michel. **A Invenção do Cotidiano. Artes de Fazer**. (Título original: *L'Invention du Quotidien - 1. Arts de Faire*. Paris: Gallimard, 1990). Tradução: Ephraim Ferreira Alves. Nova edição, estabelecida e apresentada por Luce Giard. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

DEL RIO, Vicente. **Introdução ao Desenho Urbano no Processo de Planejamento**. São Paulo: Pini, 1990.

DEL RIO, Vicente. **Desenho Urbano e Revitalização na Área Portuária do Rio de Janeiro: A Contribuição do Estudo da Percepção**. Tese de Doutorado. São Paulo: Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, 1991.

DEL RIO, Vicente (Org.). **Arquitetura. Pesquisa e Projeto**. São Paulo: PRO-Editores/Rio de Janeiro: FAUFRJ-PROARQ-Programa de Pós-graduação em Arquitetura, 1998.

DEL RIO, Vicente. *Projeto de Arquitetura: Entre Criatividade e Método*. In DEL RIO, Vicente (Org.). **Arquitetura. Pesquisa e Projeto**. São Paulo: PRO-Editores/Rio de Janeiro: FAUFRJ-PROARQ-Programa de Pós-graduação em Arquitetura, 1998, p. 201-214.

DEL RIO, Vicente; OLIVEIRA, Livia de (orgs.). **Percepção Ambiental. A Experiência Brasileira**. São Paulo/São Carlos: Studio Nobel/UFSCar, 1996.

DEL RIO, Vicente; IWATA, Nara; SANOFF, Henry. *Research Based Design: Participatory Programming for the Cap School, at the Federal University of Rio de Janeiro*. In EDGE, Martin (Ed.). **Old World/New Ideas. Environmental and Cultural Change and Tradition in a Shrinking World**. Proceedings of the 32<sup>nd</sup> Annual Conference of the Environmental Design Research Association. Edinburgh: EDRA, 2001, p. 91-96.

DEL RIO, Vicente; DUARTE, Cristiane Rose; RHEINGANTZ, Paulo Afonso. (Orgs.), **Projeto do Lugar. A Colaboração Entre Psicologia, Arquitetura e Urbanismo**. Rio de Janeiro: ContraCapa / PROARQ-Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2002.

DOMUS, *Rivista Internazionale di Architettura, Design, Arte, Comunicazione. La Sindrome di Disney*. Nº 787, novembro 1996, p. 2-52.

DOVEY, Kim. **Framing Places: Mediating Power in Built Form** (Architext Series). Londres: Routledge, 1999.

DUANY, Andres; PLATER-ZYBERK, Elizabeth. *The Second Coming of the American Small Town*. **Wilson Quarterly**, 1992, p. 19-48.

DUARTE, Fábio. **Crise das Matrizes Espaciais: Arquitetura, Cidades, Geopolítica, Tecnocultura**. São Paulo: FAPESP/Editora Perspectiva, 2002.

DUNLOP, Beth. **Building a Dream. The Art of Disney Architecture**. Nova York: Harry Abrams Inc., 1996.

EDGE, Martin (Ed.). **Old World/New Ideas. Environmental and Cultural Change and Tradition in a Shrinking World**. Proceedings of the 32<sup>nd</sup> Annual Conference of the Environmental Design Research Association. Edinburgh: EDRA, 2001.

ELLIN, Nan. **Postmodern Urbanism**. Revised edition. (Publicado originalmente em 1996, Cambridge, MA: Blackwell). Nova York: Princeton Architectural Press, 1999.

ENTRIKIN, J. Nicholas. *Geographer as Humanist*. In ADAMS, Paul; HOELSCHER, Steven; TILL, Karen (Eds.). **Textures of Place. Exploring Humanist Geographies**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2001, p. 426-440.

ESPERANÇA, Clarice. *A Foto Que Revela a História da Usina*. **Jornal Zero Hora**, edição de 11/7/2004, p. 36-37.

ESPERANÇA, Clarice. *Petróleo Caro Parou a Usina*. **Jornal Zero Hora**, edição de 12/7/2004b, p. 28.

EVERSON, J.A. & FITZGERALD, B.P. **Inside the City**. (Publicado originalmente em 1972). 5<sup>a</sup> impressão. Londres: Longman, 1979.

FAINSTEIN, Susan & GLADSTONE, David. *Evaluating Urban Tourism*. In JUDD, D.; FAINSTEIN, S. (Eds.). **The Tourist City**. New Haven e Londres: Yale University Press, 1999, p. 21-34.

FAINSTEIN, Susan & JUDD, Dennis. *Global Forces, Local Strategies, and Urban Tourism*. In JUDD, D.; FAINSTEIN, S. (Eds.). **The Tourist City**. New Haven e Londres: Yale University Press, 1999, p. 1-17.

FAINSTEIN, Susan. **The City Builders. Property Development in New York and London, 1980-2000**. (Publicado originalmente com o título *The City Builders: Property, Politics, and Planning in London and New York*. Oxford, Reino Unido/Cambridge, MA: Blackwell, 1994). 2<sup>a</sup> ed. Lawrence, Kansas: The University Press of Kansas, 2001.

FERNANDES JR., Ottoni. *Cidade Aberta. Nem Comunistas Nem Nazistas Imaginaram a*

*Atual Berlim, Onde o Muro deu Lugar ao Cassino e ao Shopping. Gazeta Mercantil. Caderno de Fim de Semana, 01-04/11/2001, p. 6.*

FERNANDES, Ana; GOMES, Marco Aurélio. *O Passado Tem Futuro? Os (Des)Caminhos da Requalificação do Pelourinho*. In ANPUR. **Encruzilhadas das Modernidades e Planejamento**. Anais do V Encontro Nacional da ANPUR. Belo Horizonte: UFMG/CEDEPLAR, 1995, p. 95-109.

FERNÁNDEZ-GALIANO, Luis (Org.). *La Década Digital, Una Crónica de los Noventa. Parques de Ficciones: La Extensión Planetaria del Facsímil*. **Arquitectura Viva**. Madrid: Arquitectura Viva, N° 69, nov.-dez. 1999, p. 102-103.

FERRARA, Lucrecia D'Alessio. **Os Significados Urbanos**. São Paulo: EDUSP, 2000.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário Aurélio Século XXI. Dicionário Eletrônico**. Rio de Janeiro: Lexikon/Nova Fronteira. CD-ROM, 1999.

FIORE, Renato Holmer. **On "Place" and "Character" in Architecture: The Case of Porto Alegre, South Brazil**. Ph.D. Thesis (Architecture). Orientador: Prof. Adrian Forty. Londres: The Bartlett School of Graduate Studies, University College London, University of London, 2000.

FLORIDA, Richard. **The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life**. (Publicado originalmente em 2002). Cambridge, MA: Basic Books, 2004 (paperback).

FOGLESONG, Richard. *Walt Disney World and Orlando. Deregulation as a Strategy for Tourism*. In JUDD, D. & FAINSTEIN, S. (Eds.). **The Tourist City**. New Haven e Londres: Yale University Press, 1999, p. 89-106.

FOUCAULT, Michel. *Of Other Spaces: Utopias and Heterotopias*. Publicado originalmente em **Lotus**, 48/9, 1985/6, p. 9-17. In LEACH, Neil (Ed.). **Rethinking Architecture. A Reader in Cultural Theory**. Londres: Routledge, 1997, p. 350-356.

FRAMPTON, Kenneth. **História Crítica da Arquitetura Moderna**. (Título original: *Modern Architecture: A Critical History*). Londres: Thames & Hudson, 1985). São Paulo: Martins Fontes, 1996.

FRÓIS, Katja Plotz. *Revisão da Percepção da Arquitetura em Bruno Zevi, Christian Norberg-Schulz e Através de Heidegger até a Possibilidade Fenomenológica de Merleau-Ponty*. **OLAM, Ciência e Tecnologia**, Vol. 1, n° 2 (novembro), 2001, p. 123-152, CD-ROM.

GABLER, Neil. **Vida, O Filme. Como o Entretenimento Conquistou a Realidade**. (Publicado em 1998. Título original: *Life, the Movie*). Tradução: Beth Vieira. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

GANSER, Karl. **Liebe auf den zweiten Blick. Internationale Bauausstellung Emscher Park**. Dortmund (Alemanha): Harenberg Edition, 1999.

GARCÍA-MIRA, Ricardo, et al. **Medio Ambiente y Responsabilidad Humana. Aspectos Sociales y Ecológicos**. Libro de Comunicaciones, VI Congreso de Psicología Ambiental. La Coruña: Universidade da Coruña/Universidade de Santiago de Compostela/Universidade de Vigo, 1998.

GARCÍA MIRA, Ricardo; SABUCEDO, José; ROMAY, José (Eds.). **Psicología y Medio Ambiente. Aspectos Psicosociales, Educativos y Metodológicos**. La Coruña (Galícia, Espanha): Asociación Galega de Estudos e Investigación Psicossocial, 2002a.

GARCÍA MIRA, Ricardo; SABUCEDO, José; ROMAY, José (Eds.). **Culture, Quality of Life and Globalization. Problems and Challenges for the New Millenium**. Proceedings of the 17<sup>th</sup> Conference of IAPS. La Coruña (Galícia, Espanha): Asociación Galega de Estudos e Investigación Psicossocial, 2002b.

GARCÍA MIRA, Ricardo; SABUCEDO, José; ROMAY, José (Eds.). **Culture, Environmental Action and Sustainability**. Göttingen (Alemanha): Hogrefe & Huber, 2003.

GARREAU, Joel. **Edge City. Life on the New Frontier**. Nova York: Anchor Books/Doubleday, 1992.

GEHL, J.. **Life Between Buildings: Using Public Space**. Skive: Arkitetens Forlag, 1996, 3<sup>a</sup> ed. (Publicado originalmente em 1971). In CARMONA, M. et al. **Public Places - Urban Spaces**. Oxford, Reino Unido: Architectural Press, 2003.

GOLDBERGER, Paul. *Battery Park City is a Triumph of Urban Design*. **New York Times**, edição de 31 agosto 1988.

GOLDBERGER, Paul. *Battery Park City's Brave New World*. **The New Yorker** (data não disponível), p. 142-148.

GREGOTTI, Vittorio. *Territory and Architecture*. (Publicado originalmente em **Architectural Design Profile** 59, nº 5-6, 1985, p. 28-34). Transcrito em NESBITT, K. (Ed.). **Theorizing a New Agenda for Architecture. An Anthology of Architectural Theory 1965-1995**. Nova York: Princeton Architectural Press, 1996, p. 338-344.

GRUEN, Victor & SMITH, Larry. **Shopping Towns USA: The Planning of Shopping Centers**. Nova York: Reinhold, 1960.

GUATTARI, Félix. **As Três Ecologias**. Campinas: Papirus, 1990.

HABERMAS, Jürgen. *Modern and Postmodern Architecture*. In **9H**, N<sup>o</sup>4, 1982, p. 9-14. Tradução: Helen Tsoskounglou. In Neil LEACH (ed.). **Rethinking Architecture. A Reader in Cultural Theory**. Londres e Nova York: Routledge, 1997, p. 227-235.

HANNIGAN, John. **Fantasy City. Pleasure and Profit in the Postmodern Metropolis**. Londres: Routledge, 1998.

HASKELL, Barbara. **The American Century. Art & Culture. 1900-1950**. Nova York:



Whitney Museum of American Art, 1999.

HAYTHORN, William. A "Needs" by "Sources of Satisfaction" Analysis of Environmental Habitability. *Ekistics*, 178, setembro 1970, p. 200-203.

HEIDEGGER, Martin. *Construir, Habitar, Pensar*. (Originalmente publicado em alemão, em 1954). In CHOAY, Françoise (Org.). **O Urbanismo. Utopias e Realidades. Uma Antologia** (Título original: *L'Urbanisme: Utopies et Réalités. Une Antologie*. Éditions du Seuil, 1965). Tradução: Dafne Nascimento Rodrigues. São Paulo: Perspectiva, 1979, p.345-350.

HERBERT, David. **Urban Geography. A Social Perspective**. Newton Abbot Devon (Reino Unido): David & Charles, 1972.

HEURLIN-NORINDER, Mia. *Accessibility or Obstacles? Children's Independent Mobility and Valuation of the Outdoor Environment*. In MOSER, G. et al. (Eds.). **People, Places, and Sustainability**. Göttingen (Alemanha): Hogrefe & Huber, 2003, p. 161-172.

HIDALGO, Maria Carmen. *Aspectos Socioafectivos del Medio Ambiente: El Apego al Lugar*. In GARCÍA MIRA, R.; SABUCEDO, J.; ROMAY, J. (Eds.). **Psicología y Medio Ambiente. Aspectos Psicosociales, Educativos y Metodológicos**. La Coruña: Asociación Galega de Estudios e Investigación Psicossocial, 2002, p. 159-169.

HUGHES, Robert. **The Shock of the New. Art and the Century of Change**. Londres: British Broadcasting Corporation, 1980.

HUXTABLE, Ada Louise. **The Unreal America. Architecture and Illusion**. Nova York: The New Press, 1997.

IAB-Instituto de Arquitetos do Brasil/RS. *Projetos e Obras. Distrito Comercial Navegantes*. **Boletim Informativo do IAB/RS**. Porto Alegre: Instituto de Arquitetos do Brasil, abril 1996, p. 4-5.

IANNONE, D.T.. *Redeveloping Urban Brownfields*. **Land Lines**, Vol. 7. 1995.

JACOBS, Jane. **The Death and Life of Great American Cities. The Failure of Town Planning**. (Publicado originalmente nos EUA por Random House em 1961). Harmondsworth (Reino Unido): Pelican Books, 1972.

JAMESON, Fredric. *O Pós-modernismo e a Sociedade de Consumo*. In E. Ann KAPLAN (Ed.). **O Mal-estar no Pós-modernismo: Teorias e Práticas**. Tradução: Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Zahar, 1993, p. 25-44.

JAMESON, Frederic. *The Cultural Logic of Late Capitalism*. In LEACH, Neil (ed.). **Rethinking Architecture. A Reader in Cultural Theory**. Londres e Nova York: Routledge, 1997, p. 238-247.

JENCKS, Charles. **Architecture 2000. Predictions and Methods**. (Publicado originalmente em 1971). Londres: Studio Vista, 1973 (paperback).

JENCKS, Charles. **Architecture 2000 And Beyond. Success in the Art of Prediction.** Chichester (Reino Unido): Wiley-Academy, 2000.

Jornal O SUL. Edição de 24/7/2005, p. 20.

Jornal O SUL. *Se o Brasil Fosse uma Marca, Ficaria em 15º Lugar na Preferência do Resto do Mundo.* Caderno Reportagem, edição de 05/8/2005, p. 9.

Jornal ZERO HORA. Edição de 17/03/2004, p. 31.

Jornal ZERO HORA. Edição de 30/01/2004, p. 19.

Jornal ZERO HORA. *Mutirão Recria a Magia da Gênova dos Imigrantes.* RS2000, A Cara do Rio Grande Na Virada do Século. Cadernos especiais do Jornal Zero Hora, edição de 14/12/1995, p. 32.

JUDD, Dennis; FAINSTEIN, Susan S. (Eds.). **The Tourist City.** New Haven e Londres: Yale University Press, 1999.

KAYDEN, Jerold; New York City Department of City Planning; Municipal Art Society of New York. **Privately Owned Public Space: The New York City Experience.** Nova York: Wiley, 2000.

KOHLSDORF, Maria Elaine. *Estudo Comparativo de Desempenho Topoceptivo Entre Localidades do Distrito Federal.* In FARRET, Ricardo (Org.). **Modernidade, Exclusão e a Espacialidade do Futuro. Anais do VI Encontro Nacional da ANPUR.** Brasília: ANPUR-Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional, 1995, p. 934-946.

KOOLHAAS, Rem. **Delirious New York. A Retroactive Manifesto for Manhattan.** Nova York: The Monacelli Press, 1994.

KOOLHAAS, Rem. *Rem Koolhaas: Conversations With Students.* **Architecture at Rice 30.** 2ª ed. Houston, TX/Nova York: Rice University School of Architecture/Princeton Architectural Press, 1996.

KOOLHAAS, Rem. *Cronaca del Pensiero: Rem Koolhaas The Generic City.* **Domus.** Nº 791, Março 1997, p. 8-12. (Também incluído em: KOOLHAAS, R. & MAU, Bruce. **S, M, L, XL - O.M.A.**. Nova York: Monacelli, 1995).

KOOLHAAS, R. et al. **Mutations.** Bordeaux, França: ACTAR-Arc en Revê Centre d'Architecture, 2001.

KOOLHAAS, Rem & Harvard Project on the City. *Shopping.* In KOOLHAAS, R. et al. **Mutations.** Bordeaux, França: ACTAR-Arc en Revê Centre d'Architecture, 2001, p. 124-184.

KOOLHAAS, Rem (Director). **Project on the City 2. Harvard Design School Guide to Shopping.** Editores: Chuihua CHUNG ; Jeffrey INABA ; Rem KOOLHAAS ; Sze

Tsung LEONG. *Colônia (Alemanha)*: Taschen, 2001b.

KOOLHAAS, Rem; ALLAIS, Lucia; ROCK, Michael (Eds.). *The New World. 30 Spaces for the 21<sup>st</sup> Century*. **Wired**, nº 11.06, junho 2003. Wired Digital Inc./The Condé Nast Publications.

KOOLHAAS, Rem (Ed.). **Content**. Colônia, Alemanha: Taschen, 2004.

KOOLHAAS, Rem & OBRIST, Hans Ulrich. *Re-Learning from Las Vegas*. Interview With Denise Scott Brown & Robert Ventury. In KOOLHAAS, Rem (Ed.). **Content**. Colônia, Alemanha: Taschen, 2004, p. 150-157.

KOTLER, Philip et al. **Marketing Places**. Nova York: Free Press, 1993.

KUHN, Thomas. **Estrutura das Revoluções Científicas**. (Publicado originalmente como *The Structure of Scientific Revolutions*. Chicago: University of Chicago Press, 1962). Tradução: Beatriz Vianna Boeira. 8ª ed. São Paulo: Perspectiva, 2003.

LAMOUNIER, Bolívar. *Direita e Esquerda*. Revista **Exame**, Ano 30, Nº 26, Dezembro 1996, p. 33.

LARA, Fernando. *Vizinhos do Pateta*. In **Vitruvius Arquitectos**. Nº 011.02 (abril), 2001a.

LARA, Fernando. *Admirável Urbanismo Novo*. In **Vitruvius Arquitectos**. Nº 056 (fevereiro), 2001b.

LAWRENCE, Roderick. *Structuralist Theories in Environment-Behavior-Design Research. Applications for Analyses of People and the Built Environment*. In: ZUBE, Ervin & MOORE, Gary (Eds.). **Advances in Environment, Behavior and Design**. Nova York: Plenum Press, 1987-1991, 3 vols., p. 37-70

LEACH, Neil (Ed.). **Rethinking Architecture. A Reader in Cultural Theory**. Londres: Routledge, 1997.

LEACH, Neil. **The Anaesthetics of Architecture**. Cambridge, MA / Londres: The M.I.T. Press, 1999.

LEACH, Neil. *Belonging*. Palestra proferida na "8<sup>th</sup> International Conference of the International Association for the Study of Traditional Environments". In ALLSAYYAD, Nezar (Ed.). **[Un]Bounding Tradition: The Tensions of Borders and Regions**. **TDSR**, Vol. XIV, nº1 (outono), 2002, p. 9.

LEE, Terence. *Urban Neighbourhood as a Social-Spatial Schema*. In PROSHANSKY, H.; ITTELSON, W.; RIVLIN, L. (Eds.). **Environmental Psychology: Man and His Physical Setting**. New York: Holt-Rinehart & Winston, 1970, p. 349-370.

LEE, Terence. *O Labirinto da Cidade*. In **Psicologia e Meio Ambiente**. Rio de Janeiro: Zahar, 1977, p. 135-154.

LEITE, Carlos. *Metrô X Retrô: Califórnia 2004. Cidades, Diversidade, Inovação, Clusters e Projetos Urbanos*. In **Vitruvius Arquitectos**. Nº 059 (abril), 2005.

LEITE, Rogério Proença. **Espaço Público e Política dos Lugares - Usos do Patrimônio Cultural na Reinvenção Contemporânea do Recife Antigo**. Tese de Doutorado. Orientador: Antônio Augusto Arantes Neto. Campinas: IFCH/ Universidade Estadual de Campinas, 2001.

LEITE, Rogério Proença. *Contra-usos e Espaço Público: Notas Sobre a Construção Social dos lugares na Manguetown*. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. V. 17, nº 49, junho 2002, p. 115-172.

LEONG, Sze Tsung. *Gruen Urbanism*. In KOOLHAAS, Rem (Director). **Project on the City 2. Harvard Design School Guide to Shopping**. Colônia (Alemanha): Taschen, 2001b, p. 380-390.

LÉVY, Jacques. *La mesure de l'urbanité*. **Urbanisme**, n. 296, set/out 1997.

LEWIN, Kurt. **Princípios de Psicologia Topológica** (Título original: *Principles of Topological Psychology*. New York: McGraw-Hill, 1936). Tradução: Álvaro Cabral. São Paulo: Cultrix/Editora da Universidade de São Paulo, 1973.

LEY, David. *Landscapes of Dominance and Affection*. In ADAMS, P. et al. (Eds.). **Textures of Place. Exploring Humanist Geographies**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2001, p. 3-7.

LILLA, Mark. *The Great Museum Muddle, The New Republic*, edição de 08/4/1985, p. 25-30.

LIMA, Evelyn Furquim Werneck. *Configurações Urbanas Cenográficas e o Fenômeno da 'Gentrificação'*. **Arquitectos Vitruvius**, nº 04 (março), 2004.

LOZANO-HEMMER, Rafael. *Alien Relationships from Public Space*. In BROUWER, Joke; MULDER, Arjen; MARTZ, Laura (Eds.). **TransUrbanism**. Rotterdam: V2\_Publishing/Nai Publishers, 2002, p. 138-159.

LYNCH, Kevin. **The Image of the City**. (Publicado originalmente em 1960). 5a impressão. Cambridge, MA: The M.I.T. Press, 1968.

LYNCH, Kevin. **What Time Is This Place?** Cambridge, MA/Londres: The M.I.T. Press, 1972.

LYNCH, Kevin. **Site Planning**. (Publicado originalmente em 1962). Cambridge, MA/Londres: The M.I.T. Press, 1972b.

LYNCH, Kevin (Ed.). **Growing Up in Cities: Studies of the Spatial Environment of Adolescence in Cracow, Melbourne, Mexico City, Salta, Toluca, and Warszawa**. Cambridge, MA: The M.I.T. Press/Paris: UNESCO, 1977.

LYNCH, Kevin. **Managing the Sense of a Region**. 3ª ed. Cambridge, MA/Londres: The M.I.T. Press, 1978.

LYNCH, Kevin. **A Theory of Good City Form**. Cambridge, MA: The M.I.T. Press, 1982.

LYNCH, Kevin. *The Image of Time and Place in Environmental Design*. In T. BANERJEE & M. SOUTHWORTH (Eds.). **City Sense and City Design. Writings and Projects of Kevin Lynch**. Escrito em 1975, reproduzido do acervo do "Institute Archives and Special Collections, MIT Libraries". Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 1991, p. 628-633.

LYOTARD, Jean-François. **A Condição Pós-Moderna**. (Título original: *La Condition Postmoderne - Rapport sur le Savoir*. Paris: Minuit, 1979). Tradução portuguesa: José Navarro e José Bragança de Miranda. 2ª ed. Lisboa: Gradiva, 1989.

MAGNANI, J.G. & TORRES, L. (Orgs.). **Na Metrópole**. São Paulo: EDUSP, 1996.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. *Quando o Campo é a Cidade. Fazendo Antropologia na Metrópole*. In MAGNANI, J.G. & TORRES, L. (Orgs.). **Na Metrópole**. São Paulo: EDUSP, 1996, p. 12-53.

MAHFUZ, Edson. **Ensaio Sobre A Razão Compositiva**. Belo Horizonte: UFV/ AP Cultural, 1995.

MAHFUZ, Edson. *Entre os Cenários e o Silêncio. Respostas Arquitetônicas ao Caos do Mundo Contemporâneo*. In **Vitruvius Arquitectos**, Nº 109 (novembro), 2001.

MANN, Thorbjørn (Ed.). **The Power of Imagination. Proceedings of the 30th Conference of the Environmental Design Research Association**. Edmond, OK, Estados Unidos: EDRA, 1999.

MARLING, Karal Ann (ed.). **Designing Disney's Theme Parks. The Architecture of Reassurance**. Centre Canadien d'Architecture/Canadian Centre for Architecture. Paris/Nova York: Flammarion, 1997.

MARLING, Karal Ann. *Fantasies in Dark Places. The Cultural Geography of the American Movie Palace*. In ADAMS, Paul; HOELSCHER, Steven; TILL, Karen (Eds.). **Textures of Place. Exploring Humanist Geographies**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2001, p. 8-23.

MARQUES, Sônia. *As Estratégias dos Lugares de Memória: Um Novo Elo Entre Cultura e Política*. In ZANCHETTI, Sílvio; MARINHO, Geraldo; MILLET, Vera (Orgs.). **Estratégias de Intervenção em Áreas Históricas**. Recife: MDU-Mestrado em Desenvolvimento Urbano, Universidade Federal de Pernambuco, 1995, p. 95-99.

MARQUES, Sônia; LOUREIRO, Cláudia. *Central do Brasil ou Viva Charles Jencks?: Um Estudo Comparativo dos Conceitos do Movimento Moderno no Cinema e na Teoria da Arquitetura Moderna*. In **Anais do Seminário Internacional Psicologia e Projeto do**

**Ambiente Construído.** Rio de Janeiro: FAU-PROARQ / EICOS-Instituto de Psicologia, UFRJ, 2000. CD-ROM.

MARTINEZ, Alfonso Corona. **Ensayo Sobre el Proyecto.** 3ª ed. Buenos Aires: Libreria Técnica CP67, 1998.

McHARG, Ian. **Design With Nature.** Philadelphia, PA: The Natural History Press/Falcon Press, 1969.

McKENZIE, Evan. **Privatopia. Homeowner Associations and the Rise of Residential Private Government.** New Haven e Londres: Yale University Press, 1994.

MEIRA, Ana Lúcia. **O Passado no Futuro da Cidade.** Políticas Públicas e Participação dos Cidadãos na Preservação do Patrimônio Cultural de Porto Alegre. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004.

MENDES DE ALMEIDA, Maria Isabel; TRACY, Kátia Maria de Almeida. **Noites Nômades. Espaço e Subjetividade nas Culturas Jovens Contemporâneas.** Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

MENEGAT, Rualdo (Coord.) et al. **Atlas Ambiental de Porto Alegre.** Porto Alegre: UFRGS-Universidade Federal do Rio Grande do Sul / PMPA-Prefeitura Municipal de Porto Alegre / INPE-Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais, 1998.

MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da Percepção.** (Título original: *Phénoménologie de la Perception*. Paris : Éditions Gallimard, 1945). Tradução: Carlos Alberto Moura. 2ª tiragem. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

MONTEIRO, Circe Gama. *Representações Sociais da Cidade: Do Imaginário ao Real.* In FARRET, Ricardo (Org.). **Modernidade, Exclusão e a Espacialidade do Futuro. Anais do VI Encontro Nacional da ANPUR.** Brasília: ANPUR-Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional, 1995, p. 908-916.

MOORE, Gary; GOOLEGE, Reginald (eds.). **Environmental Knowing: Theories, Research and Methods.** Community Development Series. Strousburg, PA: Hutchinson & Ross, 1976.

MOOS, Stanilaus von. *The "Disney Syndrome"*. **Domus**, N° 787, novembro 1996, p. 4-8.

MOREIRA, Inês; YOSHIMURA, Yuji. *Práticas quotidianas aceleradas, ou onde vive Kazuyo Sejima?* (Artigo publicado originalmente na revista estudantil NU, Coimbra, Portugal, fevereiro de 2003). In **Vitruvius Arquitectos**. N° 206 (dezembro), 2003.

MOSER, Gabriel; BONNES, Mirilia, et al. (Eds.). **Metropolis 2000: Which Perspectives? Cities, Social life and Sustainable development.** Paris/Barcelona: IAPS, 2000, CD-ROM.

MOSER, Gabriel; POL, Enric; BERNARD, Ivonne; BONNES, Mirilia; CORRALIZA,

José; GIULIANI, Vittoria (Eds.). **People, Places, and Sustainability**. Göttingen (Alemanha): Hogrefe & Huber, 2003.

MOSER, Gabriel; WEISS, Karine (Orgs.). **Espaces de Vie. Aspects de la Relation Homme-Environnement**. Paris: Armand Colin, 2003.

MULDER, Arjen. *TransUrbanism*. In BROUWER, J.; MULDER, A.; MARTZ, L. (Eds.). **TransUrbanism**. Rotterdam: V2\_Publishing/Nai Publishers, 2002, p. 4-15.

MURRAY, Peter; STEVENS, MaryAnne. **New Urban Environments. British Architecture and its European Context**. Munich/New York: Prestel-Verlag, 1998.

NESBITT, Kate (ed.). **Theorizing a New Agenda for Architecture. An Anthology of Architectural Theory 1965-1995**. New York: Princeton Architectural Press, 1996.

NESBITT, Kate. *Introduction*. In NESBITT, K. (Ed.). **Theorizing a New Agenda for Architecture. An Anthology of Architectural Theory 1965-1995**. Nova York: Princeton Architectural Press, 1996, p. 15-70.

NOBEL, Philip. *Best Revival*. **Metropolis Magazine**, julho 2003.

[http://www.metropolismag.com/html/content\\_0703/far/index.html](http://www.metropolismag.com/html/content_0703/far/index.html). Consulta em 4 julho 2003.

NORBERG-SCHULTZ, Christian. **Genius Loci. Towards a Phenomenology of Architecture**. (Título original: *Genius Loci. Paesaggio, Ambiente, Architettura*. Milão: Electa, 1979). New York: Rizzoli, 1980.

NORBERG-SCHULTZ, Christian. *The Phenomenon of Place* (Publicado originalmente em **Architectural Association Quarterly** 8, No.4, 1976). Transcrito em NESBITT, K. (Ed.). **Theorizing a New Agenda for Architecture. An Anthology of Architectural Theory 1965-1995**. New York: Princeton Architectural Press, 1996, p. 414-428.

OBRIST, Hans Ulrich & KOOLHAAS, Rem. *Relearning from Las Vegas. Interview With Denise Scott Brown & Robert Venturi. Visual Essay and Graphs by Chuíhua Chung & Sze Tsung Leong*. In KOOLHAAS, Rem (Director). **Project on the City 2. Harvard Design School Guide to Shopping**. Colônia (Alemanha): Taschen, 2001, p. 590-617.

OHNO, Ryuzo. *A Hypothetical Model of Environmental Perception: Ambient Vision and Layout of Surfaces in the Environment*. In **Proceedings of the International Conference on Environment-Behavior Studies for the 21<sup>st</sup> Century**. Tóquio: MERA (Man-Environment Research Association) /The University of Tokyo, 1997, p. 51-56.

OLDENBURG, Ray. **The Great Good Place**. Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons and the Other Hangouts at the Heart of a Community. (Publicado originalmente em 1991). 3<sup>a</sup> ed. (ampliada). Nova York: Marlowe and Company, 1999.

OLIVEIRA, Lisete et al. (Orgs.). *A Cidade nas Américas. Perspectivas da Forma Urbanística no Século XXI*. Caderno de Resumos. **51<sup>o</sup> Congresso Internacional de Americanistas**. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina / Santiago:

Universidad de Chile, 2003.

OSTROWETSKY, Sylvia (Ed.). **Lugares, d'un Continent l'Autre.... Perception et Production des Espaces Publics**. Editions L'Harmattan, 2001.

OUROUSSOFF, Nicolai. *Making the Brutal F.D.R. Unsentimentally Humane*. **The New York Times** (Artes). Edição de 28 Junho 2005.

PALLASMAA, Juhani. *The Geometry of Feeling: A Look at the Phenomenology of Architecture*. (Publicado originalmente em **Skala: Nordic Journal of Architecture and Art** 4, junho 1986, p.22-25). Transcrito em NESBITT, K. (Ed.). **Theorizing a New Agenda for Architecture. An Anthology of Architectural Theory 1965-1995**. Nova York: Princeton Architectural Press, 1996, p. 447-453.

PATERSON, Douglas D. *Place and Placelessness: Fabulous Frustrations*. **Environmental & Architectural Phenomenology Newsletter**, vol. 7, N° 3, outono 1996, p. 9-10.

PEIXOTO, Nelson Brissac. *As Intervenções de Arte/Cidade - Uma Avaliação*. Palestra proferida no "Seminário Arquitetura e Conceito". In **Arquitetura e Conceito**. Tema 2: Da "Modelização" Estético-Crítica. Movimentos, Modas, Contaminações. Belo Horizonte, Núcleo de Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal de Minas Gerais. CD-ROM, 2003.

PIAGET, Jean. **The Mechanisms of Perception**. (Publicado originalmente em francês, 1961). Tradução: G.N. Seagram. Nova York: Basic Books, 1969.

PINHEIRO, Ethel & DUARTE, Cristiane Rose. *Panem et Circenses at Largo da Carioca, Brazil: The Urban Diversity focused on People-environment Interactions*. In **Anthropology Matters Journal** (eletrônico). Vol. 6 (1), 2004.

POL, Enric I Urrútia. **Psicologia Del Medio Ambiente**. Barcelona: Oikos-Tau, 1981.

PPS-PROJECT FOR PUBLIC SPACES. **Placemakers Profiles**.  
<<http://www.pps.org/info/placemakingtools/placemakers/>>

PPS-PROJECT FOR PUBLIC SPACES. **How to Turn a Place Around. A Handbook for Creating Successful Public Spaces**. 3a impressão. Nova York: PPS, 2002.

PPS-PROJECT FOR PUBLIC SPACES. *The Pantheon of Placemakers*. **Making Places Newsletter**, maio 2004. <<http://www.pps.org/info/newsletter/may2004/>>

PROSHANSKY, Harold; ALTMAN, Irwin. *Overview of the Field*. In WHITE, Willo (Ed.) **Resources in Environment and Behavior**. Washington: American Psychological Association, 1979, p. 3-36.

PROSHANSKY, Harold; ITTELSON, William; RIVLIN, Leanne (Eds.). **Environmental Psychology: Man and His Physical Setting**. New York: Holt-Rinehart & Winston, 1970.



PROSHANSKY, Harold; ITTELSON, William; RIVLIN, Leanne. *The Influence of the Physical Environment on Behavior: Some Basic Assumptions*. In PROSHANSKY, H.; ITTELSON, W.; RIVLIN, L. (Eds.). **Environmental Psychology: Man and His Physical Setting**. New York: Holt-Rinehart & Winston, 1970.

RELPH, Edward. **Place and Placelessness**. London: Pion, 1976.

RELPH, Edward. *Reflections on Place and Placelessness*. **Environmental & Architectural Phenomenology Newsletter**, vol. 7, N° 3, outono 1996, p. 15-18.

RELPH, Edward. *The Critical Description of Confused Geographies*. In ADAMS, Paul; HOELSCHER, Steven; TILL, Karen (Eds.). **Textures of Place. Exploring Humanist Geographies**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2001, p. 150-166.

Revista ÉPOCA. *Magia Cinquentona*. Edição de 27/7/2005, p. 10-11.

REZENDE, Vera & LEITÃO, Gerônimo. *Barra da Tijuca, no Limiar do Século XXI: Do Urbanismo Modernista À Cidade Cenográfica?*. In OLIVEIRA, Lisete et al. (Orgs.). *A Cidade nas Américas. Perspectivas da Forma Urbanística no Século XXI*. Caderno de Resumos. **51º Congresso Internacional de Americanistas**. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina / Santiago: Universidad de Chile, 2003, p. 50-51.

RIBEIRO, Cláudia Vial. **A Dimensão Simbólica da Arquitetura. Parâmetros Intangíveis do Espaço Concreto**. Belo Horizonte: Editora C/Arte, 2003.

ROJAS, Eduardo. **Old Cities, New Assets. Preserving Latin America's Urban Heritage**. Washington, DC: Inter-American Development Bank, 1999.

ROSS, Andrew. *The Odor of Publicity*. In SORKIN, M.; ZUKIN, S. (Eds.). **After the World Trade Center. Rethinking New York City**. Nova York: Routledge, 2002, p. 121-130.

ROSSI, Aldo. **A Arquitectura da Cidade**. (Título original: *L'Architettura della Città*. Pádua: Marsilio Editori). Lisboa: Cosmos, 1977.

ROWE, Colin & KOETTER, Fred. **Ciudad Collage**. (Título original: *Collage City*). Tradução castelhana: Esteve Rimbau Sauri. Barcelona: Gustavo Gili, 1981.

RUBY, Andreas. *Transgressing Urbanism*. In BROUWER, J.; MULDER, A.; MARTZ, L. (Eds.). **TransUrbanism**. Rotterdam: V2\_Publishing/Nai Publishers, 2002, p. 16-31.

RYKWERT, Joseph. **The Seduction of Place. The City in the Twenty-First Century**. Nova York: Random House, 2000.

SÁNCHEZ, Fernanda. *Políticas Urbanas em Renovação: Uma Leitura Crítica dos Modelos Emergentes*. **Estudos Urbanos e Regionais**, n° 1, maio 1999, p. 115-132.

SANOFF, Henry. **Community Participation Methods in Design and Planning**.

Nova York: John Wiley & Sons, 2000.

SANTOS, Ana Cristina & DEL RIO, Vicente. *A Outra Urbanidade: A Construção da Cidade Pós-Moderna e o Caso da Barra da Tijuca*. In DEL RIO, Vicente (Org.). **Arquitetura. Pesquisa e Projeto**. São Paulo: PRO-Editores/Rio de Janeiro: FAUFRJ-PROARQ-Programa de Pós-graduação em Arquitetura, 1998, p. 101-120.

SANTOS, Ana Lúcia & DUARTE, Cristiane Rose. *Casas Invisíveis: Um Estudo dos Espaços da População de Rua do Rio de Janeiro*. In DEL RIO, V.; DUARTE, C.; RHEINGANTZ, P. (Orgs.). **Projeto do Lugar. A Colaboração Entre Psicologia, Arquitetura e Urbanismo**. Rio de Janeiro, RJ: ContraCapa/PROARQ-UFRJ, 2002, p. 273-281.

SANTOS, Carlos Nelson dos. *Planejamento, Consumo e Prazer*. In SZMRECSANYI, Maria Irene (Org.). **Cotidiano, Cultura Popular e Planejamento Urbano**. São Paulo: FAUUSP, 1985, p. 51-56.

SANTOS, Carlos Nelson dos. *Preservar Não É Tombar, Renovar Não É Pôr Tudo Abaixo*. **Projeto**, nº 86, 1986, p. 59-63.

SANTOS, Carlos Nelson dos. **A Cidade Como Um Jogo de Cartas**. Niterói (RJ): Universidade Federal Fluminense/EDDUF; São Paulo: Projeto Editores, 1988.

SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço. Técnica e Tempo. Razão e Emoção**. 2ª ed. São Paulo: Hucitec, 1997.

SASSEN, Saskia; ROOST, Frank. *The City. Strategic Site for the Global Entertainment Industry*. In JUDD, Dennis; FAINSTEIN, Susan S. (Eds.). **The Tourist City**. New Haven e Londres: Yale University Press, 1999, p. 143-154.

SASSEN, Saskia. *The Global City: Introducing a Concept and its History*. In KOOLHAAS, R. et al. **Mutations**. Bordeaux, França: ACTAR-Arc en Revê Centre d'Architecture, 2001, p. 104-115.

SCARGILL, David. **The Form of Cities**. Londres : Bell & Hyman, 1979.

SCHNEIDER, Andreas. *The Time-Speed Debate*. In **Report of TAN1**. Haarlem, Holanda: Temporary Autonomous Network, 1997, p. 25-30.

SCOTT BROWN, D. (Org.). **Urban Concepts**. Londres: Academy Editions, 1990.

SCOTT BROWN, Denise. *Between Three Stools*. In SCOTT BROWN, D. (Org.). **Urban Concepts**. Londres: Academy Editions, 1990, p. 9-20.

SCOTT BROWN, Denise. *The Public Realm. The Public Sector and the Public Interest in Urban Design*. In SCOTT BROWN, D. (Org.). **Urban Concepts**. Londres: Academy Editions, 1990, p. 21-29.

SEAMON, David. *A Singular Impact: Edward Relph's Place and Placelessness*.

**Environmental and Architectural Phenomenology Newsletter**, vol. 7, N° 3, outono 1996, p. 5-8.

SEAMON, David. **Phenomenology, Place, Environment, and Architecture: A Review of the Literature**. In:

<[http://www.arch.ksu.edu/seamon/Seamon\\_reviewEAP.htm](http://www.arch.ksu.edu/seamon/Seamon_reviewEAP.htm)>. Consulta em 17/3/2005. (Publicado também [versão resumida] em: SEAMON, David. *A Way of Seeing People and Place: Phenomenology in Environment-Behavior Research*. In S. WAPNER; J. DEMICK; T. YAMAMOTO; H. MINAMI (eds.). **Theoretical Perspectives in Environment-Behavior Research**. New York: Plenum, 2000, p. 157-178).

SECCHIAROLI, Gianfranco; BONNES-DOBROWOLNY, Mirilia. **Complessità Dell'Ambiente Urbano e Rappresentazioni Cognitive Degli Abitanti**. Roma: Istituto di Psicologia, Consiglio Nazionale delle Ricerche, 1983.

SENNETT, Richard. **Carne e Pedra. O Corpo e a Cidade na Civilização Ocidental**. Tradução: Marcos Aarão Reis. (Título original: *Flesh and Stone*). Rio de Janeiro: Record, 1997.

SILVA, Vânia. *Vida Pós-Muro*. **AU**, n° 92, out/nov 2000, p. 36-37.

SIMEOFORIDIS, Yorgos. *Notes for a Cultural History Between Uncertainty and the Contemporary Urban Condition*. In KOOLHAAS, R. et al. **Mutations**. Bordeaux, França: ACTAR-Arc en Revê Centre d'Architecture, 2001, p. 414-425.

SOJA, Edward. **Postmetropolis. Critical Studies of Cities and Regions**. Oxford (Reino Unido): Blackwell Publishers, 2000.

SOMMER, Robert. **Espaço Pessoal: As Bases Comportamentais de Projetos e Planejamentos**. (Título original: *Personal Space: The Behavioral Basis of Design*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1969). São Paulo: Editora Pedagógica Universitária/USP, 1973.

SOMMER, Robert. *O Desenvolvimento e a Aplicação dos Conceitos de Espaço Pessoal*. Tradução: Beatriz Caldas. In DEL RIO, V.; DUARTE, C.; RHEINGANTZ, P. (Orgs.). **Projeto do Lugar. A Colaboração Entre Psicologia, Arquitetura e Urbanismo**. Rio de Janeiro, RJ: ContraCapa/PROARQ-UFRJ, 2002, p. 19-29.

SORKIN, Michael (Ed.). **Variations on a Theme Park. The New American City and the End of Public Space**. Publicado originalmente em 1992. 8ª ed. Nova York: Hill and Wang, 1997.

SORKIN, Michael. *Introduction: Variations on a Theme Park*. In SORKIN, M. (Ed.). **Variations on a Theme Park. The New American City and the End of Public Space**. 8ª ed. Nova York: Hill and Wang, 1997, p.xi-xv.

SORKIN, Michael; ZUKIN, Sharon (Eds.). **After the World Trade Center. Rethinking New York City**. Nova York/Londres: Routledge, 2002.

SOUZA, Carlos Leite de (ver também como: LEITE, Carlos). **Cognição Ambiental & Desenho Urbano: A.P.O. de um espaço urbano com enfoque dos aspectos perceptivos** - O Caso da Nova Av. Faria Lima. Dissertação de Mestrado. Orientador: Elide Monzeglio. São Paulo: Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, 1997a.

SOUZA, Célia Ferraz & PESAVENTO, S. (Orgs.). **Imagens Urbanas. Os Diversos Olhares na Formação do Imaginário Urbano**. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS, 1997.

SOUZA, Célia Ferraz de. *Construindo o Espaço da Representação: ou o Urbanismo de Representação*. In SOUZA, C.F. & PESAVENTO, S. (Orgs.). **Imagens Urbanas. Os Diversos Olhares na Formação do Imaginário Urbano**. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS, 1997b, p. 107-122.

SOUZA, Célia Ferraz de. *Evolução Urbana: dos Arraiais a Metrópole*. In MENEGAT, Rualdo (Coord.) et al. **Atlas Ambiental de Porto Alegre**. Porto Alegre: UFRGS- Universidade Federal do Rio Grande do Sul / PMPA-Prefeitura Municipal de Porto Alegre / INPE-Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais, 1998, p. 99-106.

SOUZA, Marcos. *Ontem & Amanhã. DC Navegantes*. **AU - Arquitetura e Urbanismo**. Nº74, out/nov 1997c, p. 78-80.

STAGNER, Ross. *Perceptions, Aspirations, Frustrations, and Satisfaction: An Approach to Urban Indicators*. **Ekistics**, 178, setembro 1970, p. 197-199.

STEA, David; KERKMAN, Dennis. *Environmental Perception, Evaluation and Behaviour: Spatial Cognition and Representation*. In: GARCÍA MIRA, Ricardo; SABUCEDO, José; ROMAY, José (Eds.). **Culture, Quality of Life and Globalization. Problems and Challenges for the New Millenium**. Proceedings of the 17<sup>th</sup> Conference of IAPS. La Coruña (Galícia, Espanha): Asociación Galega de Estudios e Investigación Psicossocial, 2002, p. 309-311.

STEINER, Dietmar. *A Diary of Disney's Celebration*. **Domus**, Nº 787, nov. 1996, p.43-52.

STOKOLS, Daniel. *Theory Development in Environmental Psychology: A Prospective View*. In **Proceedings of the International Conference on Environment-Behavior Studies for the 21st Century**. Tóquio: MERA (Man-Environment Research-Association)/The University of Tokyo, 1997, p. 63-68.

SZMRECSANYI, Maria Irene (Org.). **Cotidiano, Cultura Popular e Planejamento Urbano**. São Paulo: FAUUSP, 1985.

TASSARA, Eda T. de Oliveira; RABINOVICH, Elaine Pedreira; GUEDES, Maria do Carmo (Eds.). **Psicologia e Ambiente**. Tradução: Carolina Siqueira Ventura et al. São Paulo: EDUC/ Editora da PUC-SP, 2004.

TEIXEIRA, Carlos. **FCUK®. Arqutextos Vitruvius**, nº 7.03 (dezembro), 2000.

The 42nd Street Development Project, Inc. *A Place to Create: Signs of the Times*. In **42nd Street News**, the newsletter of the 42nd Street Development Project, Inc., outono 1998.

The American Heritage Dictionary of the English Language. 4ª ed. EUA: Houghton Mifflin Company 2000, atualizado em 2003.

TITANIC. Boletín Informativo de la FAU. Nº 2. Inverno, 2003. Santiago (Chile): Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Chile.

TRAMONTANO, Marcelo. *Tendências Contemporâneas Metropolitanas*. In **Arquitetura e Conceito**. Tema 4: *Construir, Habitar, Pensar, Hoje. O que é Projetar?*. Belo Horizonte, Núcleo de Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal de Minas Gerais. CD-ROM, 2003.

TRAMONTANO, Marcelo; PRATSCHKE, Anja; MARCHETTI, Marcos. *Um Toque de Imaterialidade: O Impacto das Novas Mídias no Projeto do Espaço Doméstico*. In DEL RIO, V.; DUARTE, C.; RHEINGANTZ, P. (Orgs.). **Projeto do Lugar. A Colaboração Entre Psicologia, Arquitetura e Urbanismo**. Rio de Janeiro, RJ: ContraCapa / PROARQ-Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2002, p. 341-346.

TSCHUMI, Bernard. **Event-Cities** (Praxis). Cambridge, MA: The M.I.T. Press, 1994.

TSCHUMI, Bernard. **Event-Cities 2**. Cambridge, MA: The M.I.T. Press, 2000.

TUAN, Yi-Fu. *Literature, Experience, and Environmental Knowing*. In MOORE, Gary; GOOLEGE, Reginald (eds.). **Environmental Knowing: Theories, Research and Methods**. Community Development Series. Strousburg, PA: Hutchinson & Ross, 1976, p. 260-272.

TUAN, Yi-Fu. **Topofilia. Um Estudo da Percepção, Atitudes e Valores do Meio Ambiente** (Título original: *Topophilia: a study of environmental perception, attitudes, and values*. New Jersey: Prentice-Hall, 1974). Tradução: Livia de Oliveira. São Paulo: DIFEL, 1980a.

TUAN, Yi Fu. *Rootedness versus Sense of Place*. **Landscape**, vol.24, 1980b, p. 3-8.

TUAN, Yi-Fu. **Espaço e Lugar. A Perspectiva da Experiência** (Título original: *Space and Place: The Perspective of Experience*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1977). Tradução: Livia de Oliveira. São Paulo: DIFEL, 1983.

TUAN, Yi-Fu. *Language and the Making of Place: A Narrative-Descriptive Approach*. **Annals of the Association of American Geographers**, 81(4), 1991, p. 684-696.

TUAN, Yi-Fu. **Escapism**. (Publicado em cooperação com o "Center for American Places", Harrisonburg, Virginia). Baltimore, Maryland: The Johns Hopkins University Press, 1998.

TZONIS, Alexander; LEFAIVRE, Liane. *Why critical regionalism today?* (Publicado

originalmente em **Architecture and Urbanism** n° 236, maio 1990, p. 22-33). In NESBITT, K. (Ed.). **Theorizing a New Agenda for Architecture. An Anthology of Architectural Theory 1965-1995**. Nova York: Princeton Architectural Press, 1996, p. 484-492.

TZONIS, Alexander; LEFAIVRE, Liane; STAGNO, Bruno. *Tropical Architecture : Critical Regionalism in the Age of Globalization*, Book Review. **TDSR - Traditional Dwellings and Settlements Review**. Vol. 13, n° 11 (primavera) 2002, p. 74-75.

UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization). **Un Enfoque Ecológico Integral para el Estudio de los Asentamientos Humanos**. Notas Técnicas del MAB 12. Paris: UNESCO; Montevidéo: ROSTLAC (Oficina Regional de Ciencia y Tecnología de la UNESCO para América Latina y el Caribe), 1979.

UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization). **Approaches to the Study of the Environmental Implications of Contemporary Urbanization**. MAB Technical Notes 14. Editores: Rodney White e Ian Burton. Paris: UNESCO, 1983.

UZZELL, David. *Our Uncommon Future*. In GARCÍA MIRA, R.; SABUCEDO, J.; ROMAY, J. (Eds.). **Culture, Environmental Action and Sustainability**. Göttingen (Alemanha): Hogrefe & Huber, 2003, p. 21-40.

VARGAS, Heliana Comin. **Espaço Terciário. O lugar, a Arquitetura e a Imagem do Comércio**. São Paulo: Editora SENAC, 2001.

VELHO, Gilberto. **A Utopia Urbana. Um Estudo de Antropologia Social**. 6ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

VELHO, Otávio Guilherme (Org.). **O Fenômeno Urbano**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

VENTURI, Robert. **Complexidade e Contradição em Arquitetura**. (Título original: *Complexity and Contradiction in Architecture*. Nova York: The Museum of Modern Art, 1966). Tradução: Álvaro Cabral. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

VENTURI, Robert; IZENOUR, Steven; SCOTT BROWN, Denise. **Aprendiendo de Las Vegas. El Simbolismo Olvidado de la Forma Arquitectónica**. (Título original: *Learning from Las Vegas: The Forgotten Symbolism of Architectural Form*. Cambridge, MA: The M.I.T. Press, 1977). Tradução castelhana: Justo Beramendi. Barcelona: Gustavo Gili, 1978.

VERAS, Eduardo. *O Dia em que Disney nos Visitou*. Jornal **ZERO HORA**, edição de 05/12/2001, 2º Caderno, p. 6-7.

VIRILIO, Paul. *A Cidade Superexposta*. (Título original: *L'Espace Critique*, 1ª Parte). Tradução: Daniel Van Wilderod e Nádia Somekh. In **Espaço & Debates**, Ano XI, n° 33, 1991, p. 10-17.

VIRILIO, Paul. **A Arte do Motor**. (Título original: *The Art of Motion*). São Paulo:

Estação Liberdade, 1997.

VIRILIO, Paul. **A Landscape of Events**. (Publicado originalmente como *Un Paysage d'Événements*. Paris: Editions Galilée, 1996). Tradução: Julie Rose. Cambridge, MA: The M.I.T. Press, 2000.

WALTER, Eugene. **Placeways: A Theory of the Human Environment**. Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1988 (paperback).

WEBER, Max. *Conceito e Categorias de Cidade*. (Publicado originalmente em 1921). Tradução: Antônio Carlos Pinto Peixoto. In VELHO, Otávio Guilherme (Org.). **O Fenômeno Urbano**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967, p. 73-96.

WHITE, Willo (Ed.) **Resources in Environment and Behavior**. Washington: American Psychological Association, 1979.

WHYTE, Anne. **Guidelines for Field Studies in Environmental Perception**. MAB Technical Notes N° 5. Paris: UNESCO, 1977.

WHYTE, William Hollingsworth. **The Social Life of Small Urban Spaces**. 8ª ed. Washington DC: The Conservation Foundation, 1990.

WHYTE, William. **City. Rediscovering the Center**. (Publicado originalmente em 1988). Nova York: Doubleday/ Anchor Books, 1990b.

WIRTH, Louis. *O Urbanismo Como Modo de Vida*. (Título original: *Urbanism as Way of Life*. In **The American Journal of Sociology**, vol. XLIV, n° 1, julho 1938. Chicago: The University of Chicago Press). Tradução: Marina Corrêa Treuherz. In VELHO, Otávio Guilherme (Org.). **O Fenômeno Urbano**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967, p. 97-122.

WOOD, Barry. **Vacant Land in Europe**. Working Paper. Cambridge, MA: Lincoln Institute of Land Policy, 1998.

WOOD, Robert C. *People Versus Places. The Dream Will Never Die*. In CAVES, R. (Ed.). **Exploring Urban America. An Introductory Reader**. Thousand Oaks, CA: 1995, p. 137-144.

WRIGHT, James. **Risks and Rewards of Brownfield Redevelopment**. Cambridge, MA: Lincoln Institute of Land Policy, 1997.

YOKOBOSKY, Mathew. *Jazz Age Cinema*. In HASKELL, Barbara. **The American Century. Art & Culture. 1900-1950**. Nova York: Whitney Museum of American Art, 1999, p. 133-135.

ZANCHETTI, Sílvio; MARINHO, Geraldo; MILLET, Vera (Orgs.). **Estratégias de Intervenção em Áreas Históricas**. Recife: MDU-Mestrado em Desenvolvimento Urbano, Universidade Federal de Pernambuco, 1995.

ZANCHETTI, Sílvio Mendes. *Revalorização de Áreas Centrais. A Estratégia do Bairro do*

Recife. In ZANCHETTI, S.; MARINHO, G.; MILLET, V. (Orgs.). **Estratégias de Intervenção em Áreas Históricas**. Recife: MDU-Mestrado em Desenvolvimento Urbano, Universidade Federal de Pernambuco, 1995, p. 100-109.

ZUBE, Ervin. **Environmental Evaluation: Perception and Public Policy**. Monterey, CA: Brooks/Cole, 1980.

ZUBE, Ervin; MOORE, Gary (Eds.). **Advances in Environment, Behavior and Design**. New York/Londres: Plenum Press, 3 v., 1987/1989/1991.

ZUKIN, Sharon. **The Cultures of Cities**. Cambridge, MA: Blackwell Publishers, 1995.

ZUKIN, Sharon. *Paisagens Urbanas Pós-Modernas: Mapeando Cultura e Poder*. (Título original: *Postmodern Urban Landscapes: Mapping Culture and Power*. In LASH, Scott & FRIEDMAN, Jonathan [Eds.]. **Modernity and Identity**. Oxford: Blackwell, 1992, p. 221-247). Tradução: Silvana Rubino. **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional: Cidadania**. Nº 24, 1996, p. 205-219.

ZUKIN, Sharon. *Landscapes of Economic Value*. **Center: Architecture and Design in America**, nº 10. Austin, TX: School of Architecture, The University of Texas at Austin, 1997, p. 134-145.

ZUKIN, Sharon. *Our World Trade Center*. In SORKIN, Michael; ZUKIN, Sharon (Eds.). **After the World Trade Center. Rethinking New York City**. Nova York/Londres: Routledge, 2002, p. 13-21.



## BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ABELLO, R.P.; GONZÁLEZ BERNÁLDEZ, F. *Landscape Preference and Personality*. **Landscape and Urban Planning**, 13, 1986, p. 19-28.

ARENDT, Hannah. **The Human Condition**. Chicago: University of Chicago Press, 1958.

BERMAN, Marshall. *Signs of the Times*. **Dissent** 44, nº 4 (outono), 1997, p. 76-83.

BOYER, M. Christine. *The City of Illusion: New York's Public Places*. In P. KNOX (Ed.). **The Restless Urban Landscape**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

CANTER, David. **Psychology for Architects**. Londres: Applied Sciences, 1972.

CANTER, David. *Putting Situations in Their Place: Foundations for a Bridge between Social and Environmental Psychology*. In FURHAM, A. (Ed.) **Social Behaviour in Context**. Londres: Allyn and Bacon, 1986, p. 208-239.

COOPER, C.. *The House as Symbol of Self*. In LANG, J.; BURNETT, C.; MOLESKI, W.; VACHON, D. (Eds.). **Designing for Human Behavior: Architecture and the Behavioral Sciences**. Stroudsburg, PA: Dowden, Hutchinson & Ross, 1972, p. 130-146.

COOPER, C. **House as a Mirror of Self: Exploring the Deeper Meaning of Home**. Berkeley, CA: Conari Press, 1995.

DE BOTTON, Alain. **As Consolações da Filosofia**. (Título original: *The Consolations of Philosophy*). Tradução: Eneida Santos. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

DE CERTEAU, Michel. **The Practice of Everyday Life**. Tradução para o Inglês: Steven Rendall. Berkeley, CA: University of California Press, 1984.

DEBORD, Guy. **The Society of the Spectacle**. (Título original: *La Société du Spectacle*. Paris: Éditions Champ Libre, 1971). Tradução: Donald Nicholson-Smith. Nova York: Zone Books, 1994.

DUVIGNAUD, J.. **Lieux et Non-lieux**. Paris: Éditions Galilée, 1977.

FELLUGA, Dino. *Modules on Butler: On Performativity*. Introductory Guide to Critical Theory. Purdue University. Disponível em <<http://www.purdue.edu/guidetotheory/modules/butlerperformativity.html>>. Consulta em: 08.05.2005.

GÄRLING, Tommy; GOLLEDGE, Reginald. *Environmental Perception and Cognition*. In ZUBE, Ervin; MOORE, Gary (Eds.). **Advances in Environment, Behavior and**

**Design.** New York/Londres: Plenum Press, 1991, p. 203-236.

GIBSON, James. **The Ecological Approach to Visual Perception.** Boston: Houghton-Mifflin, 1979.

GIDDENS, Anthony. **Les Conséquences de la Modernité.** Publicado originalmente em 1990. Paris: Éditions l'Harmattan, 1994.

GOLDBERGER, Paul. *The Rise of the Private City.* In MARTIN, J. Vitullo (Ed.). **Breaking Away: The Future of Cities.** Nova York: The Twentieth Century Fund, 1996.

GONZÁLEZ BERNÁLDEZ, F. *Utilización de la Percepción Ambiental en la Gestión de las Tierras Marginales.* In UNESCO/MAB. **Environmental Perception: Regional Seminar for Latin America and the Caribbean.** Montevideu: ROSTLAC, 1985, p. 22-23.

HARVEY, David. **Spaces of Hope.** Berkeley: University of California Press, 2000.

HAYDEN, Dolores. **The Grand "Domestic" Revolution: Feminism, Socialism, and the American Home.** Cambridge, MA: The M.I.T. Press, 1980.

HAYDEN, Dolores. **The Power of Place.** Cambridge, MA: The M.I.T. Press, 1995.

HERZOG, Charlotte Kopac. **The Motion Picture Theater and Film Exhibition, 1896-1932.** Tese de Ph.D., Northwestern University, EUA, 1980. In MARLING, 2001

HOWKINS, John. **The Creative Economy. How People Make Money from Ideas.** Nova York: Allen Lane, Penguin Press, 2001.

ITTELSON, W.; PROSHANSKY, H.; RIVLIN, L.; WINKEL, G. **An Introduction to Environmental Psychology.** New York: Holt, Rinehart & Winston, 1974.

JACOBS, Jane. **Dark Age Ahead.** Nova York: Random House, 2004.

JOSEPH, Isaac. **Espaces Publics. Actes du Séminaire.** Paris: Éditions du Plan Urbain, Ministère de l'Équipement, 1994.

KOFFKA, Kurt. **Principles of Gestalt Psychology.** New York: Harcourt, 1935.

KRUSE, Lenelis. *Opportunities for Transdisciplinary Research in a New era of Thinking About People-Environment Relations.* Simpósio: Transdisciplinarity in People-Environment Studies. In MOSER, Gabriel; BONNES, Mirilia, et al. (Eds.). **Metropolis 2000: Which Perspectives? Cities, Social life and Sustainable development.** Paris/Barcelona: IAPS, 2000, CD-ROM.

LAWRENCE, Roderick. *Transdisciplinary research and Its Implementation: Example of Housing.* Simpósio: Transdisciplinarity in People-Environment Studies. In MOSER, Gabriel; BONNES, Mirilia, et al. (Eds.). **Metropolis 2000: Which Perspectives? Cities, Social life and Sustainable development.** Paris/Barcelona: IAPS, 2000, CD-ROM.

- LOWENTHAL, David. *Geography, Experience, and Imagination: Towards a Geographical Epistemology*. In **Annals of the Association of American Geographers** 51, 1961, p. 241-260.
- MAU, Bruce. **Lifestyle**. Nova York/Londres: Phaidon Press, 2000.
- NAYLOR, David. **Great American Movie Theaters**. Washington, DC: Preservation Press, 1987.
- NEWMAN, Peter; SMITH, Ian. *Cultural Production, Place, and Politics on the South Bank of the Thames*. **International Journal of Urban and Regional Research** Vol. 24, nº 1, março 2000, p. 9-24.
- NOUVEL, Jean. **Biennale de Paris**. Paris: Academy Editions, 1980.
- PAWLEY, Martin. **Theory and Design in the Second Machine Age**. Oxford: Blackwell, 1990.
- PERNAMBUCO, Agência de Desenvolvimento Econômico. **Plano de Revitalização do Bairro do Recife**. Recife, PE: AD/DIPER, 1992.
- POL, Enric. *Transdisciplinarity, Sustainability and Professional Development: Keys to a Research Agenda*. Simpósio: Transdisciplinarity in People-Environment Studies. In MOSER, Gabriel; BONNES, Mirilia, et al. (Eds.). **Metropolis 2000: Which Perspectives? Cities, Social life and Sustainable development**. Paris/Barcelona: IAPS, 2000, CD-ROM.
- PORTOGHESI, Paolo. **Postmodern: The Architecture of Postindustrial Society**. Nova York: Rizzoli, 1983.
- RITZER, George. **The Mc Donaldization of Society**. Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press, 1996.
- RUSKIN, John. **The Seven Lamps of Architecture**. Londres: J.M.Dent, 1907.
- SANCHEZ, Yunleng. *Agoniza la Ciudad en la Posmodernidad?, ca ciudad/arquitectura*, jul./ago./sep. 1994, p. 25-30.
- SIME, Jonathan. *Where is the Environment in Environmental Psychology? Transdisciplinary Considerations*. Simpósio: Transdisciplinarity in People-Environment Studies. In MOSER, Gabriel; BONNES, Mirilia, et al. (Eds.). **Metropolis 2000: Which Perspectives? Cities, Social life and Sustainable development**. Paris/Barcelona: IAPS, 2000, CD-ROM.
- SOUZA, Carlos Leite de. **Fraturas urbanas e a possibilidade de construção de novas territorialidades metropolitanas : a orla ferroviária paulistana**. Tese de Doutorado. Orientador: Gian Carlo Gasperini. São Paulo: FAUUSP, 2002, 224p.
- STEA, David. *The measurement of mental maps: An experimental model for studying*

*conceptual spaces*. In COX, K. R.; GOLLEGE, R. G. (Eds.). **Behavioral problems in geography**. Chicago: Northwestern University Press, 1969.

STOKOLS, Daniel. *Group X Place Transactions: Some Neglected Issues in Psychological Research on Settings*. In MAGNUSSON, D. (Ed.). **Towards a Psychology of Situations: An Interactional Perspective**. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 1981, p. 393-415.

TASSARA, Eda. **Panoramas Interdisciplinares para uma Psicologia Ambiental do Urbano**. São Paulo: EDUC/FAPESP, 2001.

TUAN, Yi-Fu. *Surface Phenomena and Aesthetic Experience*. **Annals of the Association of American Geographers** 79, N° 2, 1989, p. 233-241.

TUAN, Yi-Fu; HOELSCHER, Steven. *Disneyland: Its Place in World Culture*. In MARLING, Karal Ann (ed.). **Designing Disney's Theme Parks. The Architecture of Reassurance**. Paris/New York: Flammarion, 1997.

TZONIS, A. & LEFAIVRE, L. *The Grid and the Pathway*. **Architecture in Greece** n° 5, 1981.

VALENTINE, Maggie. **The Show Starts on the Sidewalk: An Architectural History of the Movie Theatre**. New Haven, Connecticut: Yale University Press, 1994.

WEBBER, Melvin; DYCKMAN, J.; FOLEY, Donald; et al. **Indagaciones Sobre la Estructura Urbana**. (Título original: *Explorations into Urban Structure*. Philadelphia: University of Pennsylvania, 1964). Barcelona: Gustavo Gili, 1964.

ZUKIN, Sharon. **Landscapes of Power: From Detroit to Disney World**. Berkeley: University of California Press, 1991.

## ANEXO I - CRONOLOGIA DE PESQUISAS 1984-2004

*1ª Geração* (Executados com apoio do Programa MAB/UNESCO e do CNPq): pesquisas conduzidas no Centro Histórico de Porto Alegre. Projetos: (1984-1985) “Interrelações Ambientais: Porto Alegre e o rio Guaíba”; (1986-1987) “Investigação de Diretrizes para um Projeto Ambiental”; (1988-1989) “Análise Ambiental de Navegantes”.

*2ª Geração* (Desenvolvidos com apoio do CNPq): (1989-1991) “Análise Ambiental: Um Enquadramento Metodológico”; (1991-1993) “A Inserção da Percepção na Metodologia de Análise Ambiental”; (1994-1995) “Repertório de Elementos Urbanos na Área Central”; (1995-1997) “A Percepção da Estrutura Ambiental e o Urbanismo”.

*3ª Geração* (Realizados com bolsa de produtividade em pesquisa do CNPq, e com apoio da Secretaria Municipal de Cultura da Prefeitura Municipal de Porto Alegre e como “fellow” do Lincoln Institute of Land Policy): (1997-1999) “A Percepção da Estrutura Ambiental e o Urbanismo: A Qualidade do Lugar”; (1998-1999) “Vacant Urban Land in Industrial Areas”.

*4ª Geração* (como bolsista CNPq): (1999-2001) “A Percepção da Estrutura Ambiental e a Gênese do Lugar no Meta-Urbanismo”; (2001-2003) “A Percepção Ambiental Como Passo Metodológico no Projeto Urbano”.

Adicionalmente, acrescente-se os atuais estudos exploratórios desenvolvidos em paralelo à presente elaboração de Tese.



## ANEXO II - PRODUÇÃO BIBLIOGRÁFICA DERIVADA DAS PESQUISAS

(Somente títulos de autoria individual e entre 1996-2005)

2005

CASTELLO, Lineu. *Psicologia Ambiental e Política Ambiental: Estratégias para a Construção do Futuro*. **Revista de Psicologia da USP**, São Paulo, v.16, nº1/2, p. 223-236.

2004

CASTELLO, Lineu. *Admirável Nova Urbanidade*. In TASSARA, Eda; RABINOVICH, Elaine; GUEDES, Maria do Carmo (Orgs.). **Psicologia e Ambiente**. São Paulo: EDUC-Editora da PUC-SP, p.23-39.

CASTELLO, Lineu. *Há Lugar para o Lugar na Cidade do Século XXI?*. **ARQTEXTO**. Porto Alegre, Ano V, nº1, p.50-59.

CASTELLO, Lineu. *Virtudes Públicas, Virtudes Privadas*. In Seminário Internacional NUTAU 2004: **Demandas Sociais, Inovações Tecnológicas e a Cidade**. São Paulo: FAUUSP, CD-ROM.

CASTELLO, Lineu. *The Concept of place as a Methodological Interface for Integrated Conservation Planning*. In 4th International Seminar on Urban Conservation. **Interfaces in Integrated Urban Conservation: Bridging Between Disciplines and Cooperative Action**. Recife, PE: CECI-Centro de Estudos Avançados de Conservação Integrada / Mestrado em Desenvolvimento Urbano, UFPE, CD-ROM.

2003

CASTELLO, Lineu. *Há Lugar para o Lugar na Cidade do Século XXI?*. In: 51st International Congress of Americanists / 51º Congreso Internacional de Americanistas. **Repensando las Américas en los Umbrales del Siglo XXI**. Santiago de Chile: Universidad de Chile, 2003. CD-ROM. Trabalho apresentado no Simpósio "A Cidade nas Américas. Perspectivas da Forma Urbanística no Século XXI".

CASTELLO, Lineu. *Há Lugar Para o Lugar na Cidade do Século XXI?*. In: I Seminário **Arquitetura e Conceito**. Belo Horizonte, MG: Universidade Federal de Minas Gerais. CD-ROM.

CASTELLO, Lineu. *Regions on the Border of a Nervous Breakdown*. In. **Contested Borders, Edges and Spaces. Traditional Dwellings and Settlements Working Paper Series 2002-2003**. IASTE Conference: [Un]Bounding Tradition: The Tensions of Borders and Regions. Hong Kong, China / Berkeley, Center for Environmental Design Research, EUA: University of California, v. 150, p.1-21.

CASTELLO, Lineu. *Há Lugar Para o Lugar na Cidade do Século XXI?*. In: ASSEN de Oliveira, Lisete; AMARAL E SILVA, Gilcéia; VASCONCELLOS, Lélia (Orgs.). **A Cidade nas Américas. Perspectivas da Forma Urbanística no Século XXI**. Estudos Urbanos / Urban Studies. 51 Congreso Internacional de Americanistas - Repensando las Américas en los Umbrales del Siglo XXI. Santiago do Chile: UFSC / International Congress of Americanists, p. 26-28.

CASTELLO, Lineu. *Da Sustentabilidade da Subjetividade: O Projeto Iba-Emscher Park*. In **Arquitextos Vitruvius**. São Paulo, SP, v. 042, 2003. [http://www.vitruvius.com.br/arquitextos/arq042/arq042\\_01.asp](http://www.vitruvius.com.br/arquitextos/arq042/arq042_01.asp)

CASTELLO, Lineu. *A Re-Arquitetura da Cidade*. In: CASTRIOTA, Leonardo Barci. (Org.). **Urbanização Brasileira: Redescobertas**. Belo Horizonte, MG: Editora C/ Arte, p. 244-258.

2002

CASTELLO, Lineu. *Regions on the Border of a Nervous Breakdown*. **Traditional Dwellings and Settlements Review**. Hong Kong, China / Berkeley, CA, EUA, v. XIV, n. 1, p. 35-36.

CASTELLO, Lineu. *Meu Tio era um Blade Runner*. *Ascensão e Queda da Arquitetura Moderna no Cinema*. In: **Arquitextos Vitruvius**, São Paulo, SP, 2002. [http://www.vitruvius.com.br/arquitextos/arq024/arq024\\_03.asp](http://www.vitruvius.com.br/arquitextos/arq024/arq024_03.asp)

2001

CASTELLO, Lineu. *A Percepção do Ambiente Educando Educadores*. In: **OLAM Ciência e Tecnologia**. Rio Claro, SP, v. 1, n. 2, p. 153-165.

CASTELLO, Lineu. *A Iconografia do Urbanismo Pós-Moderno Na Requalificação Urbana*. In: **XXIII International Congress of the Latin American Association**. Washington DC, Estados Unidos: Latin American Studies Association / University of Pittsburgh. <<http://www.lasa.international.pitt.edu>>

CASTELLO, Lineu. *Imparare da Serafina*. *A Trama das Percepções Estimuladas*. In: **Ética, Planejamento e Construção Democrática do Espaço**. Anais do IX Encontro da ANPUR. Rio de Janeiro, RJ: Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional, v. 3, p. 1704-1716.

CASTELLO, Lineu. *When Perception Gets Designed by the Market*. In: **Honey, I Shrank the Space. Planning in the Information Age**. ISoCaRP 37th International Congress. Utrecht e Amsterdam, Holanda: International Society of City and Regional Planners - ISOCARP. CD-ROM.

CASTELLO, Lineu. *When Perception Gets Designed by the Market*. In: **Honey, I Shrank the Space. Planning in the Information Age**. ISoCaRP 37th International Congress. Karlsruhe, Alemanha: ISOCARP/University of Karlsruhe <[http://www.isl.unikarlsruhe.de/wwwdaten/isocarp/cases/cs01\\_1549/ISOCARP2001b.htm](http://www.isl.unikarlsruhe.de/wwwdaten/isocarp/cases/cs01_1549/ISOCARP2001b.htm)>

2000

CASTELLO, Lineu. *Eu Sou Um lugar Urbano, Percebe?*. In: Seminário Internacional **Psicologia e Projeto do Ambiente Construído. Interfaces e Possibilidades em Pesquisa e Aplicações**. Rio de Janeiro, RJ: Universidade Federal do Rio de Janeiro. PROARQ/Faculdade Arquitetura Urbanismo e EICOS/ Instituto Psicologia, p.44-45.

CASTELLO, Lineu. *Quando o Desenho Urbano é o Desenho Animado*. In: **P & D Design 2000 - IV Congresso Brasileiro de Pesquisa**

- e Desenvolvimento em Design. Novo Hamburgo, RS/Rio de Janeiro, RJ: Associação de Ensino e Pesquisa de Nível Superior em Design - AEnD-BR/ Revista Estudos em Design, v.1. p.325-330.
- CASTELLO, Lineu. *Revitalização de Áreas Centrais e a Percepção dos Elementos da Memória*. In: LASA 2000. XXII International Congress. **Hands Across the Hemisphere**. Miami, FL, Estados Unidos; Latin American Studies Association. <<http://136.142.158.105/2000PDF/Castello.PDF>>
- CASTELLO, Lineu. *The Idea of Place and the Perception of Environmental Quality*. In: 16eme Conférence de l'Association Internationale pour l'étude des relations homme-environnement (IAPS). **Metropolis 2000: Quelles perspectives? Villes, Vie sociale et Développement durable**. Paris, França: IAPS. CD-ROM.
- CASTELLO, Lineu. *No Tempo das Indústrias Manufatureiras: A Redescoberta dos Lugares da Produção*. In: Colóquio Arquitetura Brasileira: Redescobertas. **Anais do 16º Congresso Brasileiro de Arquitetos**. Cuiabá, MT/ Belo Horizonte, MG: Instituto dos Arquitetos do Brasil, p.85-85.
- CASTELLO, Lineu. Artigo de Fundo. *O Desenhador de Cidades e Seu Fiel Apontador de Imagens*. **PESQUISARQ Revista da Biblioteca da Faculdade de Arquitetura** da UFRGS. Porto Alegre, RS, v.2, n.1, p.88-93.
- CASTELLO, Lineu. *Marketing Tradition: Post-Traditional Places and Meta-Urbanism*. Traditional Dwellings and Settlements Review. **Journal of the International Association for the Study of Traditional Environments**. Berkeley, California, ESTADOS UNIDOS, v.XII, n.1, p.54-55.
- CASTELLO, Lineu. *Marketing, Consumption, and the Traditions of Place*. Marketing Tradition: Post-Traditional Places and Meta-Urbanism. **Traditional Dwellings and Settlements Working Paper Series**. Berkeley: University of California, Estados Unidos. v.124, p.1-21.
- CASTELLO, Lineu. *Porto Alegre Pós-Metrópole*. **Jornal do IAB**. Porto Alegre, RS: Instituto Arquitetos Brasil, Nº 3, 2000, p.8-8.
- CASTELLO, Lineu. **Technological Districts or Commercial Districts: Alternatives for the Reuse of Industrial Brownfields**. Texto publicado na WWW. Cambridge, MA: Lincoln Institute of Land Policy. <<http://www.lincolninst.edu/main.html>>

#### 1999

- CASTELLO, Lineu. *O Desenhador de Cidades e Seu Fiel Apontador de Imagens*. In: XVI ENSEA-**Encontro Nacional Sobre Ensino de Arquitetura e Urbanismo, Ética para o III Milênio**. Londrina, PR/ Campo Grande, MS: ABEA. v.Unico. p.263-269.
- CASTELLO, Lineu. *Vacant Urban Land in Industrial Areas: The Navegantes District in Porto Alegre, Brazil*. In: **CATALOG 1998-1999**. Cambridge, MA, Estados Unidos: Lincoln Institute of Land Policy, p.37-37.
- CASTELLO, Lineu. *The Sustainable Industrial Heritage*. In: 35th International Planning Congress, International Society of City and Regional Planners. **The Future of Industrial Regions. Regional Strategies and Local Action Towards Sustainability**. Gelsenkirchen, Alemanha: ISOCARP. p.181-186.
- CASTELLO, Lineu. *Understanding Meta-Urbanism: Place Making and Marketing Place*. In: 30th Conference of the Environmental Design Research Association. **The Power of Imagination**. Orlando, FL, Estados Unidos: EDRA, v.1. p.46-52.

#### 1998

- CASTELLO, Lineu. *A Qualidade da Cena Urbana e a Percepção de Sua Mudança*. In: NUTAU '98 **Arquitetura e Urbanismo: Tecnologias Para O Século XXI**. São Paulo, SP: FAU/USP, CD-ROM.
- CASTELLO, Lineu. *Do Desenho Animado Ao Desenho Urbano: O Urbanismo da Meta-Realidade*. In: V Seminário de História da Cidade e do Urbanismo. **Cidades: Temporalidades em Confronto**. Campinas: FAU-PUC Campinas, CD-ROM.
- CASTELLO, Lineu. *Percepção Urbana e Arte Pública*. In: **Simpósio de Arte Pública & Espaço Urbano**. Anais. Porto Alegre: Secretaria Municipal de Cultura/PMPA, p.15-25.
- CASTELLO, Lineu. *A Percepção do Ambiente: Educando Educadores*. **Cadernos La Salle de Pós-Graduação**. Canoas, RS: Centro Universitário La Salle, v.1, n.4, p.30-40.
- CASTELLO, Lineu. *Vacant Urban Land In Industrial Areas: The Navegantes District In Porto Alegre, Brazil*. **Land Lines**, Cambridge, MA, Estados Unidos, v.10, n.5, p.8-8.

#### 1997

- CASTELLO, Lineu. *A Memória das Cidades e A Revitalização do Velho Centro*. In: VII Encontro Nacional da ANPUR. **Novos Recortes Territoriais, Novos Sujeitos Sociais: Desafios ao Planejamento**. Recife, PE: ANPUR, v.1. p.524-539.
- CASTELLO, Lineu. *Central Core: A Recollection of Images*. In GRAY, Madi (Ed.). XIV Conference of the International Association for People-Environment Studies. **Evolving Environmental Ideals: Changing Ways of Life, Values and Design Practices**. Estocolmo, Suécia: Department of Architecture and Townplanning, Royal Institute of Technology /IAPS, p.107-119.
- CASTELLO, Lineu. *Images Of The Memory In Environmental Interaction*. In: **International Conference on Environment-Behavior Studies for the 21st Century. Proceedings**. Tóquio, Japão: MERA/Man-Environment Research Association, p.147-152.

#### 1996

- CASTELLO, Lineu. *O Centro de Porto Alegre e a Percepção Popular*. In: **Seminário Paisagem, Paisagens**. Baurú, SP: Faculdade de Arquitetura/UNESP, p.1-10.
- CASTELLO, Lineu. *A Percepção em Análises Ambientais. O Projeto MAB/UNESCO em Porto Alegre*. In: Vicente Del RIO; L. OLIVEIRA (Orgs.), **Percepção Ambiental. A Experiência Brasileira**. São Paulo, SP: Studio NOBEL/UFSCar, p.21-35.



## ANEXO III - INSTRUMENTOS DE PESQUISA (ÁREA CENTRAL DE PORTO ALEGRE - 1986)

ENTREVISTA Nº .....

Data: ..... Entrevistador: .....

Características do entrevistado:

- Idade aparente (ou declarada):

- Classe de renda aparente ( ) A ( ) B ( ) C

- Sexo: ( ) M ( ) F

- Ocupação: ..... - Estado civil: .....

BOM DIA / BOA TARDE / BOA NOITE. Sou pesquisador da Universidade Federal do Rio Grande do Sul e gostaria de lhe fazer algumas perguntas sobre um trabalho que tenho que apresentar para o Curso.

**Há quanto tempo você está em Porto Alegre?**

( ) toda a vida. .... anos ..... dias

**Você costuma ir ao centro da cidade:**

( ) diariamente ( ) 1 ou 2 vezes por semana

( ) 1 ou 2 vezes por mês ( ) raramente ( ) não vai

**Qual o principal motivo de sua ida ao centro (solicite que hierarquize de 1 a 5):**

( ) trabalho ( ) residência ( ) compras

lazer: ( ) passeio serviços: ( ) cursos

( ) ver gente ( ) consultórios

( ) cinema ( ) serviços públicos

( ) museus ( ) bancos

( ) feira do livro ( ) outros

( ) outros

**Você vai principalmente:**

( ) de dia ( ) de noite ( ) indiferente

( ) em dias úteis ( ) em fins de semana

**Quanto tempo você costuma ficar no centro?**

..... horas ( ) mora lá ( ) não sabe

**Em sua opinião, descreva quais são os limites do centro de Porto Alegre.****Cite, agora, alguns lugares ou prédios que lhe vêm à cabeça quando se fala em "centro de Porto Alegre":**

a) ..... d) .....

b) ..... e) .....

c) ..... f) .....

**Existem algumas partes no centro que lhe agradam mais? Quais são?**

.....

.....

**Existem alguns lugares que você evita passar ou ir? Quais são? (Por quê?)**

.....

.....

**Como você chega ao centro? Onde você chega?**

( ) condução própria ..... ( ) ônibus ..... ( ) tremurb

( ) táxi ..... ( ) lotação ..... ( ) a pé

Local onde chega: .....

**Você logicamente vai ao centro por algum motivo. Descreva o caminho mais freqüente desde o local de chegada até o local de destino.**

.....

.....



## ANEXO IV - INSTRUMENTOS DE PESQUISA (REGIÃO DE NAVEGANTES - 1988)

ENTREVISTA Nº .....

Data: ..... Entrevistador: .....

Características do entrevistado:

- Idade aparente (ou declarada):  
 - Classe de renda aparente: ( ) A ( ) B ( ) C  
 - Sexo: M ( ) F ( )  
 - Ocupação: .....  
 - Estado civil: .....

BOM DIA / BOA TARDE / BOA NOITE. Sou pesquisador da Universidade Federal do Rio Grande do Sul e gostaria de lhe fazer algumas perguntas sobre um trabalho que tenho que apresentar para o Curso.

- 1 - Nós estamos aqui num bairro de Porto Alegre. Gostaria de lhe pedir, em primeiro lugar, que você me riscasse, nesta folha, um mapinha deste bairro (mostrando até onde vai o bairro).
- 2 - Você está aqui neste bairro, agora, porque  
 ( ) mora aqui ( ) veio fazer alguma coisa: ( ) compras ( ) tomar condução  
 ( ) trabalha aqui ( ) serviço ( ) outros (indicar)  
 ( ) estudo .....
- 3 - Como é que você chama esta área da cidade? .....
- 4 - Você tem alguma idéia de por que ela se chama assim? (O nome tem a ver com alguma coisa que a área tem? Qual coisa?)  
 .....
- 5 - Você já me desenhou um mapinha deste bairro e me disse o nome dele. Dá para me listar, agora, alguns lugares ou prédios que lhe vêm à cabeça quando a gente fala sobre esta área da cidade?  
 a) ..... c) ..... e) .....  
 b) ..... d) ..... f) .....
- 6 - Existem alguns lugares aqui que lhe agradam mais? Quais são? (Por que?) .....
- 7 - Existem alguns lugares que você evita passar ou ir? Quais são? (Por que?) .....
- 8 - Quando você caminha por aqui, qual é o percurso mais freqüente que você faz? .....
- 9 - E esse percurso é para ir fazer o quê? .....
- 10 - Você nota algumas mudanças neste bairro? Quais? (Onde?) .....
- 11 - A cidade toda tem passado por algumas mudanças. Vou ler agora um lista de mudanças que vêm ocorrendo em relação ao ambiente físico de Porto Alegre e vou lhe pedir que me indique se algumas dessas mudanças ocorreram aqui neste bairro. Caso alguma tenha ocorrido aqui, quero que me indique, por ordem de importância, se você as considera:
- |                                                                                                                     | (1) muito graves | (2) mais ou menos graves | (3) sem importância | (4) não sei |                                                                                        | 1 | 2 | 3 | 4 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|--------------------------|---------------------|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|
| - <b>poluição visual e sonora</b><br>(ex.: cartazes, buzinas, etc.)                                                 | 1                | 2                        | 3                   | 4           | - <b>perda do patrimônio cultural</b><br>(ex.: demolição de prédios históricos)        | 1 | 2 | 3 | 4 |
| - <b>perda de contato com a natureza</b><br>(ex.: quando caminha por aí não poder ver nem um verde, nem água, etc.) | 1                | 2                        | 3                   | 4           | - <b>problemas de circulação</b><br>(ex.: difícil de atravessar, de se orientar, etc.) | 1 | 2 | 3 | 4 |
|                                                                                                                     |                  |                          |                     |             | - <b>falta de espaços públicos</b><br>(ex.: pontos de encontro, praças, etc.)          | 1 | 2 | 3 | 4 |
- 12 - Você acha que esses problemas podem ser resolvidos? ( ) Sim ( ) não ( ) talvez ( ) não sei
- 13 - Quem você acha que é responsável pela solução desses problemas?  
 ( ) Governo Federal ( ) Governo Municipal ( ) Nós juntos (comunidade e poder público)  
 ( ) Governo Estadual ( ) Nós (comunidade) ( ) Empresas Privadas
- 14 - Você acha que pode ajudar para resolver os problemas? ( ) Sim ( ) não ( ) talvez ( ) não sei  
 Existe algum bairro em Porto Alegre que fique na beira de um rio? Qual? .....
- 15 - Você sabe que o rio Guaíba fica aqui perto neste bairro? ( ) Sim ( ) não

16 - Num bairro assim como este o que você acharia se a gente pudesse ter um local onde se pudesse ficar à beira da água, assim como se fosse a margem de um rio ou de uma lagoa?

( ) bom ( ) ruim ( ) indiferente ( ) não sabe

17 - Você alguma vez já foi até ali à beira do rio? ( ) Sim ( ) não ( ) não lembra

18 - Caso tenha ido, que recordação guarda dessa visita?

( ) agradável ( ) ruim ( ) indiferente ( ) não sabe

Por quê? .....

19 - Caso não tenha ido, por que não? .....

20 - Se existisse um lugar aqui no bairro onde a gente pudesse ficar à beira da água, onde você acha que deveria ser esse lugar?

.....

21 - E o que você gostaria que existisse nesse lugar? .....

22 - Pensando no bairro como um todo, existem algumas coisas que façam você se lembrar do rio Guaíba? Quais são?

.....

23 - Você alguma vez já compareceu à Festa dos Navegantes? ( ) sim ( ) não ( ) não lembra

24 - Você talvez tenha amigos aqui no bairro. Onde vocês costumam se encontrar? ..... ( ) não tem

25 - Tem algum lugar aqui que você considera como o "centro" do bairro? Onde é? .....

## ANEXO V - INSTRUMENTOS DE PESQUISA (ÁREA CENTRAL DE PORTO ALEGRE - 1995)

ENTREVISTA Nº .....

Data: ..... Entrevistador: .....

Características do entrevistado:

Idade aparente (ou declarada):

Sexo: M  F 

Classe de renda (aparente):

A  B  C  D 

BOM DIA/ BOA TARDE/ BOA NOITE. Sou pesquisador da Universidade e gostaria de lhe fazer algumas perguntas para a pesquisa que fazemos na Faculdade.

Bairro onde mora: ..... Bairro onde trabalha: .....

Ocupação: .....

Você freqüentou escola? Até que ano?

1ºGrau  2ºGrau Superior 

1. Nós estamos aqui no centro da cidade. Você costuma vir ao centro:

- todos os dias
- algumas vezes por semana
- 1 vez por semana
- algumas vezes por mês
- 1 vez por mês
- é muito raro vir

2. Você está aqui no centro agora porque:

- mora aqui
- trabalha aqui
- veio fazer alguma coisa:
  - comprar
  - buscar algum serviço(consultório, escritório, banco, etc)
  - estudar
  - visitar amigos ou parentes
  - passear, ver gente
  - ir a algum cinema, museu, feira do livro
  - ir ao shopping
  - outras razões (indicar)

3. Você vem ao centro principalmente

- de dia
- de noite
- em dias úteis
- em fins de semana
- indiferente

4. Quanto tempo fica?

- menos de 1 hora
- mais ou menos 1 hora
- mais ou menos 2 horas
- toda a manhã  tarde  noite

5. Na sua opinião, quais são os limites do centro (até onde vai o centro)? .....

6. Qual a primeira coisa que lhe vem à cabeça quando eu falo "centro de Porto Alegre"? .....

7. Como é que V. vem ao centro? Onde é que chega no centro?

- andando
- condução própria
- ônibus
- lotação
- trensuburb
- taxi

Local onde chega: .....

8. Descreva o caminho mais comum que V. faz desde o local de chegada até o local de destino. ....

9. Que lugares ou prédios lhe chamam mais a atenção aqui no centro?

a) .....

b) .....

- c) .....
10. Tem algum lugar onde você costuma encontrar seus amigos aqui no centro? Qual? .....
11. Existem alguns lugares que você evita passar ou ir? Quais são? (Por que)? .....
12. Você acha que houve muitas mudanças no centro de Porto Alegre? Em sua visão, o que mais mudou aqui no centro?

.....

13. Ainda a respeito das mudanças, vou lhe fazer uma pergunta um pouquinho mais específica. Em relação ao que se costuma chamar de "patrimônio histórico" (isto é: os prédios antigos, os lugares mais históricos), você acha que as mudanças são:

- positivas  
 negativas  
 sem importância  
 não lhe interessa

14. Você levaria um conhecido de fora da cidade para conhecer o centro?

- sim  
 não

(CASO A RESPOSTA SEJA NÃO, PULAR PARA A PERGUNTA 17)

15. O que V. gostaria de mostrar no centro para que seu amigo conhecesse melhor a cidade, a sua história, os seus costumes, a sua cultura? Cite pelo menos três coisas:

a) ..... b) ..... c) .....

16. O que V. gostaria que houvesse nesses lugares para que seu amigo tivesse uma experiência agradável e instrutiva?

.....

17. Se você estiver perto do Mercado e algum turista lhe pedir para ir até a Usina do Gasômetro, qual o caminho que V. diria para ele fazer?

.....

18. Nesse caminho, que coisas interessantes poderiam chamar a atenção do turista? .....

19. A gente sabe que ocorrem diversas atividades no centro (shows, feira do livro, teatro, cinema). Você pode me dizer alguma que você já tenha ido? .....

20. Quantas vezes você veio este ano? .....

21. Você pode me dizer alguma cidade onde o centro da cidade fica na beira d'água? Qual? .....

22. Porto Alegre é uma cidade com o centro na beira de um rio. Você já esteve em algum lugar, aqui no centro, na beira do rio? Qual?

.....

23. Agora eu vou lhe mostrar algumas fotos do centro e lhe pedir para que você as identifique.

identificou fotos	numerar preferências
A	
B	
C	
D	
E	
F	
G	
H	

(MOSTRAR PAINEL COM FOTOS. APÓS A IDENTIFICAÇÃO, PEDIR AO ENTREVISTADO PARA ORDENAR OS PRÉDIOS MOSTRADOS NAS FOTOS POR ORDEM DE PREFERÊNCIA)

Agora, só faltam mais duas coisinhas. Primeiro, vou lhe ler uma estorinha e pedir para você escolher um dos dois finais.

Todo centro de cidade grande, com o tempo, vai ficando velho e meio decadente. Com Porto Alegre também está acontecendo o mesmo. Sorte que o centro de Porto Alegre tá sabendo envelhecer com classe. Teve um monte de coisas legais nos últimos tempos. O teatro São Pedro foi reformado e reabriu, o Hotel Majestic virou Casa de Cultura, cheia de coisas pra fazer, cinemas, teatros, exposições, o Mercado tá todo bonito de novo e com uma série de melhorias. A Usina então, tá super legal.

Hoje já está dando até gosto da gente vir ao centro. A gente já está se sentindo muito melhor, cada vez tem mais coisas pra fazer e olhar, as pessoas já ficam mais satisfeitas de usar o centro e curtir programas legais, a gente sente até orgulho de andar no centro, parece que a casa da gente está começando a ficar arrumada pra receber visita.

FINAL 1

Pena que isso tudo não tá servindo pra nada. O centro tá cada vez pior, as pessoas só andam no centro porque precisam, senão, nem viriam até aqui. Não dá nem pra pensar em usar essas obras todas que foram arrumadas. Parece que a gente está se misturando, não dá, a gente sente até vergonha de andar no centro, tudo desarrumado, sujo.

FINAL 2

E agora, pra terminar, vou lhe pedir para desenhar, de cabeça, um mapinha aqui do centro. Faça de conta que está fazendo uma descrição para um visitante. Não se preocupe com a "beleza" do desenho, preciso apenas um pequeno rascunho, bem simples, com as indicações que você achar importantes.

## ANEXO VI - INSTRUMENTOS DE PESQUISA: GRAMADO

Data:.....	
Residência:.....	
Sexo:.....	Idade :.....
Tempo de residência em Gramado:.....	
Onde trabalha: .....	

### 1ª parte: apresentação de imagens

1.1) Qual destas imagens você gosta mais:

A - Blumenau com características Européias

B - Caxias do Sul modelo de cidade em desenvolvimento

Por quê?

Essa figura te lembra algo de Gramado?                      SIM ( )                      NÃO ( )

O quê?

1.2) Qual destas imagens você identifica mais com o lugar onde mora? (Questão aplicada somente aos moradores, e não aos comerciantes).

Cidade A ( )                                              cidade B ( )

Por quê? .....

1.3) Qual destas figuras pertence à sua cidade? (Mostrar dois pares de imagens):

1- paisagem natural da região

2 - Floresta Negra

1 - um turista

2 - um trabalhador comum

### 2ª parte: escala

2.1) O que você sente em relação a essas frases:

1- Sou um gramadense com hábitos e costumes europeus.

Sim ( )                                      Às vezes ( )                                      Não ( )

2- Costumo frequentar os parques da minha cidade.

Sim ( )                                      Às vezes ( )                                      Não ( )

3- Quando penso em me divertir fico em Gramado mesmo.

Sim ( )                                      Às vezes ( )                                      Não ( )

4- Gramado recebe muitos turistas e isso me incomoda.

Sim ( )                                      Às vezes ( )                                      Não ( )

5- Sinto que Gramado é uma cidade artificial.

Sim ( )                                      Às vezes ( )                                      Não ( )

6- Gramado é uma cidade que mantém raízes e tradições.

Sim ( )                                      Às vezes ( )                                      Não ( )

### 3ª parte: questionário

3.1) Escolha os adjetivos que correspondem mais à percepção que você tem de Gramado:

<input type="checkbox"/> bonita só para ser visitada	<input type="checkbox"/> Bonita para todos
<input type="checkbox"/> Boa para quem aqui vive	<input type="checkbox"/> Ruim para quem vive aqui.
<input type="checkbox"/> é agradável morar em Gramado *	<input type="checkbox"/> é desagradável morar em Gramado*
<input type="checkbox"/> acho que Gramado não precisa mudar em nada	<input type="checkbox"/> gostaria que Gramado fosse diferente
<input type="checkbox"/> vivo em função do turismo Gramadense*	<input type="checkbox"/> não tenho nenhuma ligação com o turismo gramadense*
<input type="checkbox"/> recomendo viver em Gramado aos meus amigos	<input type="checkbox"/> não recomendo a vida em Gramado aos meus amigos

\* As respostas marcadas com asterisco, não foram oferecidas como opções para os comerciantes, já que os comerciantes não necessariamente moravam em Gramado, no primeiro caso. E, no segundo caso, porque o comércio do centro, em geral, está totalmente ligado ao turismo.

3.2) Se você pudesse escolher, hoje, um local em Gramado para morar, você iria morar onde? Por quê?

Nesta pergunta, procurava-se entender qual a identidade de Gramado. Gramado é a cidade que serve à quem? Talvez esta pergunta não sirva para informar que Gramado tem mais identidade com a tendência mundial da criação de fantasias arquitetônicas, servindo de subsídio ao turismo, que propriamente com a história do seu povo. Mas pode-se notar a grande diferença entre os resultados obtidos nas opções oferecidas.

3.3) Na sua opinião, Gramado é mais admirada:

pelos moradores desta cidade ( )

pelos visitantes ( )

Por quê? .....

#### 4a parte: cenário estruturado

Imagine você que a Prefeitura Municipal de Gramado recebeu grande verba do governo Federal para realizar obras na cidade. apontou, porém, duas opções:

( ) Gramado poderia fazer um grande parque temático, estimulando a fantasia e imaginação das pessoas, criando-se personagens e histórias.

ou

( ) Gramado poderia fazer um grande centro comercial com muitas construções e muitas lojas e comércio intenso.

Caso isto ocorresse fale sobre o que você faria e como sua cidade ficaria?



## ANEXO VII - INSTRUMENTOS DE PESQUISA: SERAFINA CORRÊA

ENTREVISTA Nº .....

Data: ..... Entrevistador: .....

Idade aparente (ou declarada): ..... Sexo: M  F

BOM DIA! Sou pesquisador da Universidade e gostaria de lhe fazer algumas perguntas para a pesquisa que fazemos na Faculdade.

Bairro onde mora: .....

Bairro onde trabalha: .....

Qual é a sua ocupação?

estudante     comércio     serviços     indústria     agricultura

Residência:

urbana     rural

Freqüentou escola? .....  1ºGrau     2ºGrau     Superior

Bom, pra começar, vou lhe pedir para desenhar, de cabeça, um mapinha aqui de Serafina. Faça de conta que você tá fazendo uma descrição para um visitante. Não se preocupe com a "beleza" do desenho, porque eu preciso só um rascunho, bem simples, com as indicações que você achar mais importantes.

1 - Você costuma vir ao centro para:

fazer compras

buscar algum serviço (consultório, escritório, ir ao banco, etc)

estudar

ir à missa

visitar amigos ou parentes

passear, ver gente

outras razões (indicar)

2 - Você vem ao centro principalmente

de dia

de noite

nos fins de semana

indiferente / não se aplica (mora no centro)

3 - Dá pra me dizer até onde vai o centro aqui em Serafina? (quais são os limites do centro)?

4 - Qual a primeira coisa que lhe vem à cabeça quando eu falo em "centro de Serafina Correa"?

5 - Tem algum lugar ou algum prédio que lhe chama mais a atenção aqui em Serafina? Quais são?

a)

b)

c)

6 - Tem algum lugar onde você costuma encontrar seus amigos aqui no centro? Qual?

7 - Agora me descreva o caminho que V. faz para vir da sua casa até esse lugar:

8 - Você acha que houve muitas mudanças em Serafina de uns anos pra cá? Em sua opinião, o que mais mudou por aqui?

9 - Tem alguma coisa de bom pra mostrar pra alguém de fora aqui em Serafina? O que?

10 - Agora me diga, se você tá recebendo esse cara de fora, o que V. gostaria de mostrar pra ele(a) pra que ele(a) pudesse conhecer melhor a cidade, a sua história, os seus costumes? Onde é que você levaria ele(a) pra passear? Diga-me, pela ordem, pelo menos três coisas:

a)

b)

c)

11 - Se você estiver perto ali do prédio da CRT (Banrisul) e algum turista lhe pedir para ir até a Igreja, qual é o caminho que V. indica?

12 - A gente sabe que ocorrem diversas atividades em Serafina (shows, feiras, danças, noite). Você se recorda de alguma atividade cultural que costuma ocorrer ou que tenha ocorrido aqui na cidade? Qual?

13 - E onde é que ela ocorreu?

14 - Na real, qual é o melhor lugar pra fazer essas atividades aqui em Serafina?

15 - Agora eu vou lhe mostrar algumas fotos e pedir que você as identifique.

IDENTIFICOU FOTO	SIM	NÃO	NUMERAR PREFERENCIAS	
A				(MOSTRAR PAINEL COM FOTOS. APÓS A IDENTIFICAÇÃO, PEDIR AO ENTREVISTADO PARA ORDENAR OS PRÉDIOS MOSTRADOS NAS FOTOS POR ORDEM DE PREFERÊNCIA)
B				
C				
D				
E				
F				
G				
H				

16 - Sabe que no primeiro dia que a gente veio pra cá pra fazer esta pesquisa, nós escutamos duas pessoas que estavam falando sobre as coisas daqui da cidade.

Uma estava dizendo:

E a outra tava respondendo:

Todo o mundo quer visitar a Via Gênova e quando chegam lá, ficam todos bem à vontade, porque é tudo muito italiano, bem como a gente daqui.

Não acho. A Via Gênova é tão exagerada, que só mesmo o pessoal que não é daqui é capaz de gostar.

Com ela vai ficar mais fácil trazer turista pra cá, porque, com a Via Gênova, a gente agora se sente bem "serafinense" mesmo.

A idéia que o turista vai levar daqui é que a verdadeira cultura "serafinense" está sendo distorcida, porque, pelo menos comigo, aquilo lá não tem nada a ver.

Agora, faz de conta que você era uma das duas pessoas que estavam falando. O que você diria?

Você diria o que disse a Pessoa 1 ou o que disse a Pessoa 2?

PESSOA 1

PESSOA 2

17 - Há alguns anos, o pessoal de Serafina criou uma rua de eventos, a Via Gênova, para trazer maior movimento à vida da cidade e para atrair turistas. Você acha que as réplicas italianas construídas lá foram feitas para atrair turistas ou para manter as raízes da cultura local?

Atrair turistas

Manter raízes

18 - Você vai a algum lugar lá na Via Gênova? Qual?

19- Por que?

Valeu! MUITO OBRIGADO!

## ANEXO VIII - INSTRUMENTOS DE PESQUISA: AEROPORTO SALGADO FILHO

Ocupação: ..... Residente: ..... Atividade em curso:  viajante  acompanhante  
Sexo: ..... Idade: .....  lazer  outro motivo

### Questionário Aberto

- 1) O que mais lhe chama atenção no Aeroporto Salgado Filho?  
.....
- 2) O que lhe vem à cabeça quando se fala em Aeroporto Internacional Salgado Filho de Porto Alegre?  
.....
- 3) Em função dos novos serviços do aeroporto você mudou alguns de seus hábitos? Por exemplo, chega mais cedo ou fica mais tempo no local?  
.....
- 4) Você se sente à vontade hoje em dia no Aeroporto? Pôr quê?  
.....
- 5) Você traria um amigo ou parente para passear no Salgado Filho?  
.....
- 6) O aeroporto de Porto Alegre é diferente de outros aeroportos? Por quê?  
.....
- 7) Quando se está aqui, parece que estamos em Porto Alegre ou fora da cidade? Pôr quê?

### Cenário Não-Estruturado

- 1) Se você estivesse embarcando em Porto Alegre e precisasse comprar um presente para alguém, você...  
 Utilizaria as lojas aqui do aeroporto Salgado Filho  
 Iria a um shopping ou comércio da cidade antes de chegar no aeroporto
- 2) Um hotel de uma grande rede internacional será construído em Porto Alegre, você gostaria que ele fosse:  
 Dentro do aeroporto, acomodando bem os hóspedes, facilitando a chegada e saída da cidade.  
 Em algum outro local da cidade fora do Aeroporto, já que são serviços diferentes.

### Questionário Fechado

- 1) Você entende o Salgado Filho como:  
 Um Aeroporto como qualquer outro  Um complexo com variadas funções como  
 Um aeroporto especial  aeroporto, shopping, serviços, lazer ...
- 2) Além de usar o aeroporto por motivos de viagem, você iria para:  
 Comer alguma coisa ou tomar um café  Somente por motivos de viagem  
 Fazer compras ou ir ao cinema  
 Descansar na poltrona reclinável  Outra opção

### Avaliação Ambiental da Edificação

MUITO BOM: nota 10 → até → MUITO RUIM: nota 1

Acessos e sinalizações identificáveis. Nota: .....  
Segurança. Nota: .....  
Limpeza. Nota: .....  
Serviços em geral. Nota: .....  
Banheiros. Nota: .....  
Informações e administração. Nota: .....

Percurso internos. Nota: .....  
Qualidades sensitivas:  
Sons e ruídos..Nota: .....  
Temperatura. Nota: .....  
Cheiros. Nota: .....  
Luzes, Letreiros e Cores. Nota:

Muito Obrigado por sua colaboração.