Semilugares

Bianca M. Habib Silva
Arquiteta e urbanista, mestranda do Instituto de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (IAU-USP), Rua José Duarte de Souza, 531, Nova Santa Paula, São Carlos, SP, CEP 13564-030, (16) 3412-8390 / (16) 98124-8408, biamhs@hotmail.com

Resumo

O texto retoma as noções de *Lugares* e *Não Lugares* propostas por Augé e, valendo-se do termo adorniano *Semicultura*, especula uma possível leitura sobre seus reflexos na atual conformação das cidades e na produção de certos "tipos" de espaços. Os *Semilugares* são aqui entendidos como aqueles que tenderiam a constituir *Lugares* ou *Não Lugares*, porém se fundem criando hibridismos que resultam em novas formas espaciais, cujas essências se encontram na atração para o consumo. A lógica identitária dos *Lugares* foi substituída por uma lógica de mercado, e a falta de identidade dos *Não Lugares* foi preenchida por este mesmo elemento comum.

Palavras-chave: "semilugar", semicultura, hibridismo.

ntrodução e considerações

Apesar do nome sugestivo, este texto não pretende criar um novo conceito relativo às teorias dos lugares e da pós–modernidade – ou mesmo da supermodernidade –, mas fazer uma reflexão e colocar questões sobre a materialização espacial nas cidades contemporâneas.

A opção pelo termo contemporâneo, utilizado para designar a atual conjuntura, procura esquivar-se das definições de pós–modernidade ou supermodernidade, adotadas pelos autores que serão aqui citados, segundo seus entendimentos de ruptura, superação ou consolidação dos princípios regentes da modernidade. Talvez seja possível arriscar, mesmo sem explicitar os argumentos para cada uma destas definições, que, segundo o cruzamento das teorias analisadas, essas ideias não são necessariamente excludentes entre si, mas, dependendo do ponto de vista, poderiam ser complementares e coexistentes, ainda que antagônicas.

A proposta é analisar como as noções de *Lugares* e *Não Lugares* formuladas por Marc Augé podem remeter a questões colocadas anteriormente por outros autores, e como essas definições podem haver sido transmutadas, passados vinte anos desta conceituação, em função das novas formas de conformação e produção espaciais nas cidades, especialmente nas metrópoles, como laboratório dessas transformações. Valendo-se do termo *Semicultura*[1], desenvolvido e explicado por Adorno na metade do século passado, pretende-se fazer uma leitura de como este conceito, de tão incorporado na lógica social, econômica e cultural, acaba por incentivar ou mesmo determinar a atual produção de certos "tipos" de espaços ao ser somado como ponto de vista à teoria dos Não Lugares e seus desdobramentos.

[1] Adorno, Theodor W. A teoria da Semicultura, 1959.

Sobre os *Não Lugares*

O conceito de *Não Lugar* proposto por Marc Augé parte de sua definição antropológica do que é um *Lugar*, entendido como um espaço identitário,

relacional e histórico. O *Não Lugar* seria então o seu oposto: um espaço de transição ou de passagem, sem uma identidade e sem história, por onde as pessoas transitam, sem estabelecer relações identitárias (Augé, 1994).

Para ele, representam a consolidação dos excessos daqueles princípios propostos pela modernidade – daí sua noção de supermodernidade – que por sua vez acarretam alguma perda. Primeiramente, a compressão do tempo, ou a aceleração da história, geram um excesso de acontecimentos, que se esvaziam de sentido. Segundo, o excesso de espaço, ou o aumento da mobilidade, com circulação exagerada de bens, pessoas, informações, imagens e símbolos, produzem a sensação de que o planeta se tornou pequeno. E, por fim, o excesso de individualismo leva ao enfraquecimento das referências coletivas.

Apesar de o autor deixar claro que os *Não Lugares* são conceitos – consequentemente, também os *Lugares* –, que não acabam de existir na prática integralmente, ele exemplifica a materialização de sua definição com os aeroportos, auto-estradas, grandes superfícies de trânsito, postos de gasolina, espaços padronizados ou ainda campos de refugiados. Esses *Não Lugares* passam a representar uma nova maneira de "ver" o mundo, como uma forma de ausência, onde os usuários, passantes ou transeuntes, se "livram", ainda que momentaneamente, de suas identidades e subjetividades prévias.

Sobre a questão da subjetividade, cabe esclarecer que outros autores já apontavam para certas modificações na interação do homem com seu entorno há pelo menos um século. Essa ausência de identidade diante dos excessos, mesmo que não represente a negação total do sujeito, havia sido descrita por Simmel em "O dinheiro na Cultura Moderna" (1896) ou "A metrópole e a Vida Mental" (1902), onde o autor ensaia sobre uma "nova sensibilidade", como resposta psicológica ao hiperestímulo das grandes cidades, à hipersensibilização, à perda dos vínculos orgânicos com a terra e à ruptura com as tradições, que levam ao individualismo e à impessoalidade. A naturalização desses processos de objetivação – a abstração cada vez maior do capitalismo – provoca uma adaptação psíquica no homem, que se defende atrás de uma atitude distraída, *blasé*, um olhar superficial, quase tátil, que não se choca nem se aprofunda com os estímulos oferecidos. Esse caráter *blasé*, impede a experiência subjetiva, e representa um encolhimento do sujeito e da possibilidade de julgar.

Porém, a definição de *Não Lugares*, desde sua formulação, necessita algumas precisões, que não serão esgotadas aqui. Uma ressalva possível à teoria, seria sobre o "ponto de vista", mais especificamente, a questão de uso ou de vivência. Por exemplo, o espaço de um aeroporto não pode ser percebido da mesma forma por um viajante – que para Augé é quem percebe o espaço em trânsito – e por um trabalhador que a cada dia frequenta aquele espaço, criando relações entre colegas e vivenciando-o por um longo tempo, o que acaba por estabelecer alguma forma de identidade ou ainda construir uma relação de passado e futuro. Outras observações poderiam estar relacionadas com as condições climáticas, que determinam paisagens, entornos, formas de uso ou de conduta, ou ainda a presença de traços culturais marcantes e costumes que interfiram diretamente na apreciação dos espaços mesmo que eles se aproximem da ideia de *Não Lugares* – desde a forma de atendimento, vestimentas, até hábitos alimentares que poderiam ser coadjuvantes na construção de identidades ou relações.

Essas considerações podem ressaltar o caráter teórico – e, portanto, que sua aplicação não se verifica totalmente – das questões estabelecidas pelo autor. Por outro lado, a vigência da teoria reside na possível leitura das conformações espaciais, segundo dois polos antagônicos, que em um primeiro momento aparecem como consequência de uma nova lógica, dos excessos, velocidades, das questões relacionadas ao sujeito e suas fruições e sensibilidades colocadas a partir da modernidade. Um desses polos estaria conectado à tradição, ao registro local, às práticas cotidianas, à noção de passado e futuro, ao homem enquanto sujeito, e o outro desconectado de tudo isso, ou ainda, associado à negação destas esferas. Essas polaridades permitem, a priori, uma leitura dos espaços enquanto pertencentes com maior ou menor afinidade a um desses dois polos, sendo então considerados *Lugares* ou *Não Lugares*.

Vinte anos após a apresentação destes conceitos, ainda é possível utilizá-los, em partes, para a análise e compreensão dos espaços, porém com uma conotação quase "adjetiva", segundo a qual se

designa uma "ideia" ou se especifica algumas de suas características. Também em decorrência destas apreciações – qualificar como *Lugares* ou *Não Lugares* – , o desenho dos espaços e da cidade apresentou mudanças significativas durante este mesmo período, que serão analisadas mais adiante, pois necessitam da exposição e consideração de outros fatores adjacentes que colaboram para mapear estas transformações[2].

Sobre a *Semicultura* e a culturalização da economia e das cidades

Segundo Adorno, autor da Teoria da *Semicultura*, "apesar de toda ilustração e de toda informação que se difunde (e até mesmo com sua ajuda) a semiformação passou a ser a forma dominante da consciência atual" (Adorno, 1959). O termo "formação", entendido no sentido Frankfurtiano – *Bildung* – se refere ao caminho que o espírito percorre para alcançar a autonomia, e assim superar o presente. O autor citado, atualizando as ideias anteriormente discutidas por Simmel e Benjamin, acredita na consolidação do processo que relaciona a semiformação à noção da autonomização incompleta. Para ele, a formação não se completa devido ao excesso de informação e à industrialização da cultura, que disponibiliza "bens culturais", produtos de consumo que oferecem a promessa não cumprida de emancipação. O *Semi*culto, neste caso, não é o *In*culto (Adorno, 1959), pois acredita alcançar a emancipação por meio do "consumo de cultura", o que não ocorre de fato, pelo contrário, o mantém amarrado ao momento presente.

Se em um primeiro momento, os excessos de informação e a crescente objetivação dos meios criaram novas sensibilidades, Adorno coloca que a partir da lógica da indústria cultural, se produzem sujeitos semiformados, ou ainda, uma cultura de massa, para um homem homogeneizado. Para ele, a disponibilização de bens culturais cria dependência e um homem alienado, que necessita cada vez mais estar em dia com esse consumo, retroalimentando a lógica que interessa a essa nova "indústria", e essa alienação não é vista apenas como consequência desta lógica, mas como uma finalidade em si.

Atualizando ainda as teorias propostas por Adorno, Jameson recoloca o centro da discussão na aproximação entre Economia e Cultura. Para ele, se em uma primeira fase – relacionada com o modo de regulação Fordista[3] – houve uma *industrialização da cultura*, durante os anos 60 começa a esboçar-se uma mudança nos paradigmas, apontando para uma *culturalização da economia*, processo que parece não apenas continuar vigente, mas ser levado atualmente às últimas consequências. Com essa inversão da lógica, ele inaugura uma discussão sobre o que chama de Capitalismo Tardio, onde ocorre o deslocamento da noção marxista de *valor*, do trabalho para a cultura, tornando-a uma nova medida de valoração.

A lógica da semiformação associada à indústria cultural e à cultura de massa sugerida por Adorno propicia a homogeneização do homem que a ela se adapta e o achatamento da cultura que se transforma em mercadoria. A inversão do modo de operação proposto por Jameson, o da economia operando pela lógica cultural, faz com que os limites mercadológicos se estendam a outras esferas, tanto materiais como imateriais, transformando em objetos de consumo a arte, a música, a experiência, o patrimônio, a memória, os espaços. A partir deste modo de funcionamento os processos de produção das cidades se adaptam e passam a ser formulados também sob a ótica de sua mercantilização enquanto objeto cultural, principalmente nas últimas duas décadas.

"As esferas apontadas – cidade e cultura - são conceitualmente híbridas, constituídas por áreas de nitidez, opacidade, sombreamento, superposição e indefinição, nelas e entre elas" (Fernandes, 2006, p.52).

O que se percebe neste contexto é que a interação entre cidade e cultura se encaixa na lógica da semiformação gerando um hibridismo entre a vivência e o consumo, a experiência e seu sucedâneo, a objetividade e a subjetividade, entre as funções e os usos dos espaços urbanos, o público e o privado. Os termos: opaco, ofuscados, sem cor, encolhidos, empobrecidos, embotados, são formas recorrentes usadas por diferentes autores, na tentativa de ilustrar graficamente a condição "quase", onde a palavra incompleto parece encaixar-se muito bem, pois há acomodação no meio do caminho. A falta de forma delimitada resulta em uma homogeneização, cujo ponto de amálgama parece ser a cultura da

[2] É importante considerar que o motor dessas transformações esteja relacionado quase indissociavelmente com mecanismos de gentrificação, como aponta, entre outros autores, Otília Arantes em Berlim e Barcelona. Mesmo considerando que as novas identidades sejam produtos de uma lógica financeirizadora, as leituras sobre a constituição ou destituição de identidades dos lugares foram fundamentais para as mudanças nos rumos das atuações arquitetônicas, ainda que muitas delas tenham resultado em efeitos distintos aos supostos.

[3] O termo "modo de regulação" foi utilizado segundo as referências da Escola da Regulação Francesa, no sentido explicitado por Harvey (1992).

economia, ou a lógica mercadológica que permeia tanto os sujeitos, como a experiência, os lugares e a cidade.

Semilugares

Os hibridismos entre as esferas citadas criam, então, novas formas espaciais, cujas essências foram transformadas em núcleo de atração para o consumo, e as delimitações funcionais perderam o foco original ao serem substituídas por objetos mercadológicos. Em alguns casos, os *Lugares* e *Não Lugares* se fundem, criando uma nova forma híbrida, que não pode ser delimitada, justamente porque há uma área de indefinição de onde essas intâncias começam e acabam. A lógica identitária dos *Lugares* foi substituída por uma lógica de mercado, e a falta de identidade dos *Não Lugares* foi preenchida por este mesmo elemento comum.

Os *Semilugares* são aqui entendidos como aqueles que, segundo a conceituação de Marc Augé, tenderiam a constituir *Lugares* ou *Não Lugares*, porém ficaram incompletos, segundo as definições de identitários, relacionais e históricos, ou seus respectivos opostos. São espaços amarrados em si mesmos, que podem vir a produzir uma memória, uma sensação de identidade, mas não se relacionam geograficamente ou socialmente com o território onde estão inseridos. Eles começam e acabam dentro deles próprios, possuem implantação geralmente pontual, muitas vezes desconexa com o entorno, cujas funções estão distorcidas e permeadas por atividades comerciais.

A culturalização da economia precisou criar novas identidades para os espaços classificados como *Não Lugares*, como forma de "personificá-los" segundo esse "novo homem". Marc Augé, mesmo considerando que os *Não Lugares* poderiam representar uma nova forma de viver o mundo, se pegunta se o retorno ao *Lugar* seria o sonho dos que frequentam os *Não Lugares* (Augé, 1994), o que explicaria as tentativas de retomar processos identitários para a concepção de novos espaços. Mas esses processos foram colonizados pela lógica da culturalização da economia, e da identidade como mera publicidade. O turista passa a ser um personagem central na configuração desse sistema amalgamado, pois encarna o homem semiformado, que circula pelo mundo reduzido aos pontos icônicos ou simbólicos, consume os bens culturais e seus adjacentes, fazendo com que os recursos econômicos circulem em uma escala global. O mesmo autor já havia colocado a questão dos lugares turísticos como não relacionais para o turista, apesar de suas referenciações em guias e mapas. Sob a ótica da semiformação, o turista acredita participar da historicidade ali presente. Não sente a sua própria relação, mas capta uma "simbologia do lugar". A partir desta lógica, a cidade e os monumentos foram se tornando cada vez mais mediados, constituindo espaços de uma memoria construída, segundo os interesses dominantes, quase sempre mercadológicos.

A homogeneização entre *Lugares* e *Não Lugares* pode ser percebida, por um lado, pela proliferação da arquitetura de grife, através da qual passam a existir novas identidades, com formas ousadas, gigantescas e singulares[4], que, paradoxalmente, estabelecem pouca ou nenhuma relação com o entorno onde são construídos. A imagem desses projetos espetaculares indica um rompimento radical com a história, mas apesar desta proposta, existe ainda a possibilidade de que esses edifícios se tornem históricos algum dia, seja por acontecimentos, eventos pontuais, ou simplesmente pelo passar do tempo e seu acúmulo. Neste contexto, destacam-se os grandes novos empreendimentos, como os aeroportos, museus, estádios, centros esportivos, comerciais e outros lugares de visitação e consumo, que nem sempre têm uma função social, mas a finalidade de atrair investimentos financeiros e fomentar o turismo em escala mundial. Por outro lado, os espaços que antes configuravam lugares, como os antigos mercados, os centros e bairros "históricos", portos, ferroviárias, galpões industriais e outros objetos arquitetônicos que pudessem ser carregados de sentido, identidade, história e relação entre eles e a cidade, passam por transformações e renovações, em nome desta nova lógica de colonização cultural da economia, convertendo-se em objetos desprovidos de sentido, com caráter pseudo-histórico e intenções meramente turísticas, perdendo a relação original que estabeleciam com a cidade e os cidadãos locais.

O desenho controlado da cidade produz espaços incompletos - não são de domínio público nem privado, não são comerciais, culturais ou de lazer, senão o comércio em si é o lazer assim como o lazer

[4] Aqui caberia estender-se um pouco sobre a "arquitetura de grife" e o papel da "singularidade", no entanto, este assunto traz consigo vastas discussões e argumentações, que desviariam a continuidade temática deste artigo. A arquitetura espetacular é valorizada por seu poder propagandístico, sua capacidade de atribuir uma marca ao panorama urbano, e é considerada vital para aumentar o prestígio e a desejabilidade do lugar. Como símbolos de valor negociáveis, edifícios com assinaturas renomadas se tornaram instrumentos essenciais de marketing urbano. Sobre este assunto, veja-se, por exemplo, Arantes, 2010.

é a cultura que é mercadoria, conjuntamente. A maioria desses espaços, nem são de permanência, nem são de transição, são espaços híbridos, onde as funções comerciais se fundem aos reclames culturais, podem ser visitados e fotografados, mas nem sempre se sabe exatamente qual sua proposta. Neste conjunto, é possível citar a significativa proliferação de "cidades-alguma-coisa" – Cidade da Música, Cidade das Artes e das Ciências, Cidade do Conhecimento, etc. – como desculpas ou justificativas para promover transformações em grande escala às quais se somam também as operações dos mega eventos – de caráter esportivo ou não.

"Disponibilizam-se assim, nos equipamentos culturais que se multiplicam aceleradamente – museus, galerias, centros de memória – mas também nos circuitos menos culturalizados de consumo – shopping centers, supermercados, mercados – extensões de história cada vez mais impressionantes, da vida social e política aos objetos de arte, das tradições populares à culturalização/historicização dos objetos corriqueiros do cotidiano. A didatização da apreensão desejada e de seus significados – uma reedição empobrecida do desencantamento do mundo weberiano – constitui o corolário de todo esse processo, com explicações cada vez mais detalhadas de como as coisas devem ser entendidas. Realismo e pragmatismo se combinam para exorcizar qualquer tentativa de pensamento disruptivo ou de inquietação com relação ao presente." (Fernandes, 2006, p.54).

A patrimonialização e a cenarização são partes constituintes do processo de reificação da cultura, da transformação dos objetos, saberes e espaços públicos (e privados) em bens consumíveis, assim como a redução do homem a consumidor. A memória, a tradição e a história passam a ser tratadas como "atrações turísticas" e a manutenção, apropriação ou destruição – e às vezes até a recriação falsificada – de determinados monumentos ou espaços com referências históricas tem o objetivo e fomentar o turismo e o lazer "fácil e dócil" (Fernandes, 2006). E não mais a memória coletiva.

"A criação de museus e sua multiplicação infindável, a museificação de espaços urbanos e o tombamento generalizado de bens materiais e imateriais (...) indicam o papel desempenhado pelo consumo cultural na esfera da reprodução ampliada da sociedade. Lazer e cultura confluem para um processo unificado (...)" (Fernandes, 2006, p.58).

A cooperação das esferas pública e privada – favorecendo os interesses econômicos e tratando as questões sociais e culturais como meras mercadorias – operam grandes empreendimentos de transformações urbanas cujas finalidades reais encontram-se escondidas e justificadas pelo pseudocaráter "cultural", "patrimonial", "ambiental", colocados entre aspas porque foram convertidos em cenários. Em todos eles, o encolhimento do sujeito se acentua, primeiro porque se oferece aos visitantes um produto falsificado, segundo porque se retira o direito dos que antes usufruíam ou viviam em determinadas localidades, espaços e territórios. Também em uma escala menor esse tipo de operação apresenta consequências de achatamento da experiência humana e hibridização dos espaços. Os antigos mercados, as praças públicas, os bairros tradicionais, as estações ferroviárias, sofrem o mesmo tipo de transformação, e ainda irradiam esta lógica para as áreas adjacentes – inclusive são muitas vezes modificados com esta finalidade. Os programas funcionais costumam ser parecidos: uma atração cultural, que pode ser uma sala de concerto, uma galeria de arte ou museu, alguma área de alimentação, geralmente com algumas opções de escolha entre redes franqueadas e uma área comercial, que pode ou não estar relacionada com a "atividade principal", neste caso, loja de souvenires ou loja do museu.

Sobre a domesticação e a arquitetura do poder

A questão da domesticação aparece no desenho e produção dos espaços na cidade complementando a noção da adaptação do homem, das novas sensibilidades e configurações espaciais. Para alguns autores, este processo não é consequência, mas finalidade de transformações urbanas cuja intenção de alienação remete à "Arquitetura do Poder". Mais uma vez é possível retomar brevemente as concepções adornianas que apontavam para a domesticação através da formação regressiva como fortalecimento da ideologia dominante:

"...obter a domesticação do animal homem mediante sua adaptação interpares e resguardar o que lhe vinha da natureza, que se submete à pressão da decrépita ordem criada pelo homem" (Adorno, 1959).

A possibilidade de domesticação se dá em grande parte pelo processo de adaptação das sensibilidades do homem, à acomodação, à crescente objetividade e à consequente redução do sujeito. Cabe citar Manuel Delgado, autor catalão para quem o caráter intencional das políticas monumentalizadoras criam, com operações de maquiagem, uma memória de mentira, "pseudomemoria coisificada e fraudulenta" (Delgado, 2007) [5]. Em seu livro *"A Cidade Mentirosa"*, utiliza o caso da cidade de Barcelona como objeto ilustrativo para fazer uma crítica ácida ao modelo tão referenciado em todo o mundo para as disciplinas da Arquitetura e do Urbanismo, tratando da relação do espaço com a ideologia, a cidade como monumento e os lugares escolhidos para serem esquecidos. Em uma reflexão sobre a memória escolhida e a crise de significado do espaço público, ele coloca que todas estas questões estão diretamente relacionadas com o poder, a lógica dominante e a domesticação do homem através do desenho e produção dos espaços na cidade, visando reduzir as imprevisibilidades e "salvar a cidade da ação do tempo e dos humanos" (Delgado, 2007).

[5] Os excertos citados do texto de Manuel Delgado são traduções da autora.

A memória oficial controla então uma amnésia dos aspectos inconvenientes do passado e da história real da cidade – é o poder político associado às grandes corporações que decidem o que se deve lembrar e o que se deve esquecer. Aliás, seria preferível utilizar o termo gestores em substituição ao termo política, pois esta ainda supõe a constituição de sujeitos, e seu processo de encolhimento acarreta também um processo de despolitização, que permite que o poder político seja substituído pela "gestão". O gerenciamento passa a ser a nova forma de atuar do Estado, e as cidades são desenhadas para se ajustarem aos "mandos" que, segundo o autor, "orientam a ação, controlam as interações, exorcizam qualquer sobressalto, mostram o que convém fazer, pensar, sentir", e acrescenta ainda que a "luta contra a memoria culmina nos macrocentros comerciais, que são uma espécie de sucedâneo da vida cotidiana" e "implicam a negação absoluta do território como memória" (Delgado, 2007).

Alguns exemplos

Inúmeros casos poderiam ser citados como constatação das observações elaboradas ao longo deste texto. Desde o conhecido "efeito Bilbao", cidades vem explorando competitivamente o poder emblemático da arquitetura para transformar suas imagens no panorama mundial e atrair recursos econômicos.

Parece pertinente, porém, colocar primeiramente o exemplo de Barcelona utilizado por Delgado para ilustrar aquilo que ele considera uma "fórmula" destinada a facilitar a aceitação popular de uma produção urbanística fortemente "dirigista" (Delgado, 2007). O autor argumenta que prefeitura da cidade pratica intencionalmente uma política de lugares, ou ainda uma política da memória que, por um lado rentabilizam partes institucionalizadas da memória urbana e por outro dão prestígio aos próprios arquitetos e urbanistas, a fim de gerar "espaços de qualidade", que são na verdade dispositivos indutores de atitudes, capazes de "administrar recursos emocionais" (Delgado, 2007).

O papel estratégico do monumento como organizador simbólico do território, que ativa uma "suposta" memória comum permite tanto recordar o passado como anulá-lo. Por exemplo, as políticas publicitárias sobre Barcelona levam anos proclamando "a recuperação de seu litoral", pois viveu muito tempo "de costas para o mar", apagando o fato de que historicamente existiram bairros pescadores que foram inteiramente destruídos, como se as pessoas que viviam na praia "não fossem autênticos barceloneses" (Delgado, 2007). A transformação do litoral se converteu em um cartão postal da cidade, onde se pode fotografar o "Peixe" de Frank Ghery, ou admirar os andares coloridos da famosa Torre Agbar de Jean Nouvel. É muito provável que os turistas guardem suas fotos sorridentes nestas paisagens, inclusive se lembrarão dos passeios e das vistas observadas, mas não saberão a história verdadeira daquele lugar, nem conhecerão outras pessoas que possam contá-las.

Outro exemplo é o caso do edifício para o Forum 2004, aquele acontecimento que "iria mudar o mundo", também na orla marítima, projetado por Herzog De Meuron – cuja legalidade é duvidosa com relação a Lei de Costas e recebeu denúncias pelo Greenpeace pelos efeitos ao meio ambiente – que ignoraram completamente a história marcante deste território chamado Camp de la Bota. Ali onde se "praticaria uma urbanidade sossegada e previsível" (Delgado, 2007) fora um muro de

Figura 1: Passeio marítimo de Barcelona com "Peixe" de Frank Ghery. Fonte: Habib, Bianca. 2003.

Figura 2: Forum de Barcelona de Herzog y De Meuron. Fonte: Silva, Eduardo, 2011.

fuzilamento onde morreram umas 1700 pessoas nos anos 40, cujos corpos nunca foram retirados dali, e seguiam amontoados uns sobre os outros abaixo das novas construções. O autor faz referência a um estudo completo chamado Catálogo da Destruição do Patrimônio Arquitetônico Histórico Artístico do Centro Histórico de Barcelona, de O. Aleixandre junto à associação de Vizinhos em defesa da Barcelona Antiga e Estudantes do Patrimônio, editado em 2000.

A cidade de Valência, também na Espanha, vem transformando sistematicamente o espaço público sob a lógica da monumentalização e do consumo. O complexo denominado Cidade das Artes e das Ciências, composto de um conjunto arquitetônico desenhado pelos arquitetos Santiago Calatrava e Felix Candela, sendo o primeiro responsável pelos maiores empreendimentos, foi construído entre 1996 e 2006, quando o último edifício, que abriga uma sala de ópera foi inaugurado. O arquiteto valenciano foi escolhido para desenhar o que deveria ser o novo cartão postal da cidade, criando então edifícios singulares, de dimensões gigantescas, cujas funções se restringem a visitações pagas e muitas vezes guiadas, ou a espetáculos fechados, a preços pouco acessíveis – museu de ciência, aquário, cinema 360º, ópera. A intenção de se criar uma paisagem reconhecível, onde todo visitante da cidade certamente desembarcaria em algum momento foi alcançada, uma vez que o complexo figura convincentemente como um belo cenário para as fotografias. Como estes edifícios se situam ao final de um parque linear que atravessa toda a cidade – o antigo leito do Rio Túria –, as atividades cotidianas das pessoas que normalmente utilizam o espaço do parque, por vezes se estendem até este novo limite. Mas a utilização dos jardins contíguos apenas reforça os excessos produzidos na execução deste complexo, onde bilhões de euros foram investidos na construção de edifícios sem função pública, ou ainda, na criação de novas identidades, sendo que o uso autêntico do lugar se dá nos caminhos, jardins, bancos, gramados e passeios, que provavelmente custaram uma ínfima parte dos orçamentos destinados à construção do conjunto. Soma-se ainda o fato de que o local fora antigamente o delta do Rio Turia em seu encontro com o mar, e nenhuma relação com a paisagem natural foi reestabelecida ou sequer relembrada. No entanto, não se pode classificar aquele como um Não-Lugar, tampouco se pode afirmar que seja um Lugar, ou ainda poderia ser um tipo de espacialidade ainda sem conceituação definida.

Figura 3: Museu das Ciências, Cidade das Artes e das Ciências, Valência. Fonte: Habib, Bianca. 2003.

Por outro lado, ocorre a transformação de espaços tradicionalmente vivenciados pelos moradores locais, em pontos turísticos potenciais. Cabe citar como exemplo, dentre outros casos, a reforma no Mercado de Mosen Sorell, também em Valência, situado no interior do Bairro do Carmen, um dos bairros constituintes do centro histórico da cidade. O pequeno mercado, com sua estética própria do início do Século XX e cujos proprietários dos postos e compradores viviam ali nas redondezas, alimentava uma vivência cotidiana de comprar e vender produtos da região, das conversas incansáveis de todos os dias e do funcionamento peculiar daquela porção de cidade. A partir de 2005, começaram as obras de reforma, não sem relatos de estouros orçamentários, atrasos e consequências para os vendedores e vizinhos. O resultado da remodelação é um mercado envidraçado, dando ideia de uma grande vitrine, que oferece agora alguns pontos de comércio voltado para turistas, como adegas de vinhos e lojas "gourmet", ainda que mantenha uma parte das lojas originais. Provavelmente não se grita como antes nas ruas de pedestres lindeiras, tampouco a conversa extravasa da rua para dentro.

Um estudo de caso muito emblemático foi realizado por Luis Mendes (2002), a respeito do Parque das Nações em Lisboa. O parque exemplifica nitidamente os conceitos que foram trabalhados aqui, reunindo em um grande espaço, vários ícones que poderiam representar os "*Semilugares*", além do parque em si. A publicidade oficial do parque sugere "um local privilegiado de Lisboa (....) arquitetura e arte juntam-se à natureza, numa união feliz, para lhe oferecer um espaço de lazer muito especial, único em Portugal"[6]. Mendes observa que:

"(...)a (re)formulação da cultura de lazer urbano neste espaço segundo contornos de "festivalização" do consumo, do lúdico e do estético, não só se insere na transição pós-industrial da cidade, pelo reforço de uma estrutura urbana mais policêntrica e fragmentada, como também responde às solicitações de um imaginário social de consumo hedonista (...) que é responsável, por sua vez, pela estruturação de um universo motivacional dos visitantes do parque em torno da experiência de não-lugar, de liminaridade e de evasão" (Mendes, 2002).

[6] Fonte: http://www.portaldasnacoes.pt

Figura 4: Mercado de Mosen Sorell reformado, Valência. Fonte: Martos, Daniel. 2013.

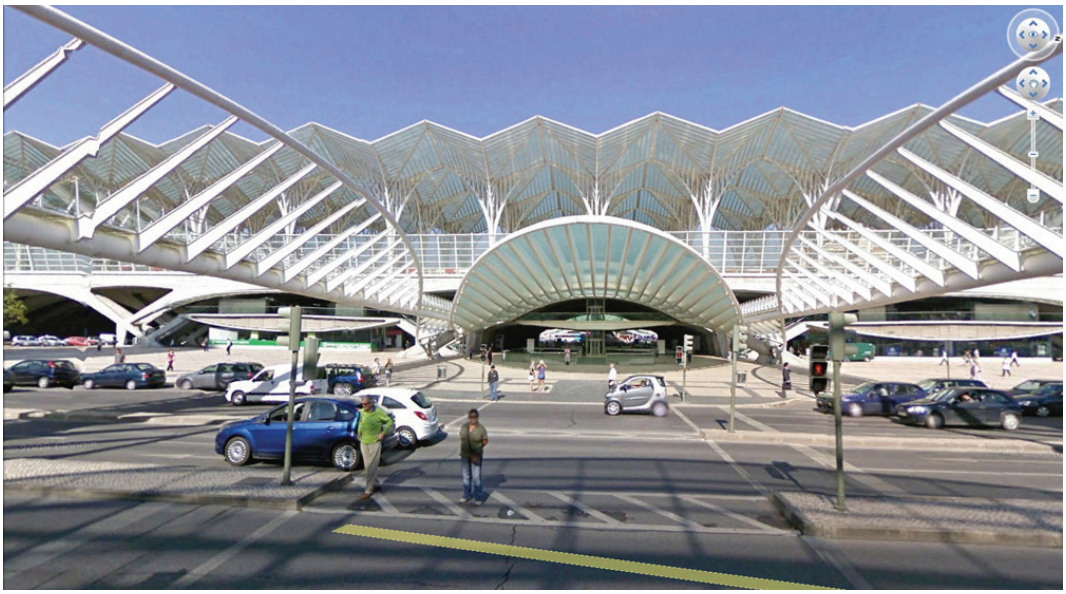

Figura 5: Acesso à Estação do Oriente, Parque das Nações, Lisboa. Fonte: Google Earth, 2013.

O parque conta com um grande número de edifícios projetados por arquitetos mundialmente famosos, cujas funções apenas cumprem com seus papéis de atrativos turísticos para um determinado público que circula mundialmente, sem necessariamente estabelecer alguma relação com a cidade onde estão inseridos. Os conteúdos programáticos são superficiais – como, por exemplo, "Pavilhão do Conhecimento", projetado pelo arquiteto Carrilho da Graça, onde funciona um museu interativo de ciência e tecnologia, que vende uma suposta "experimentação lúdica da ciência", ou seja, um desses objetos cuja função disfarçada é fazer com que as pessoas circulem pelo parque e consumam o que estiver à disposição. Outro símbolo da arquitetura como portal para esse mundo "meio" fictício – pois não chega a assumir esta condição como em um "Parque Temático" – é a Estação do Oriente, projetada pelo arquiteto Santiago Calatrava, cujo nome aparece mais uma vez veiculado a um megaprojeto deste tipo – construções caríssimas, que servem para dar "visibilidade" ao local e um acesso "triunfal".

E há ainda outros edifícios simbólicos, com funções tão pouco úteis à comunidade, que se encontram fechados à visitação pública, servindo apenas de ícone fotográfico, como é o caso do Pavilhão de Portugal, um conhecido projeto do arquiteto Álvaro Siza Vieira, com uma cobertura baseada na ideia de uma folha de papel pousada em dois tijolos – e esse é em si seu maior atrativo.

Duas observações são pertinentes à análise de Mendes, a primeira delas, com relação à fragmentação e descontinuidade territorial – reforçando o caráter não relacional – pois o parque se fecha sem estabelecer diálogos com o entorno no qual se insere, tanto do ponto de vista espacial, como social e funcional, que segundo o autor, acaba por ser "deliberadamente autista em relação ao território envolvente da restante área oriental da cidade" (Mendes, 2002). Esta colocação remete às questões levantadas por este estudo, no que se refere à criação de "*Semilugares*", pois existe a intenção de se criar uma identidade por meio de ícones arquitetônicos, visitados e relembrados por inúmeros turistas, que possivelmente vivem alguma forma de experiência – ainda que muito superficial – mas não se relacionam com o entorno, nem com a história de onde estão colocados. Outra observação levantada por Mendes, é a questão motivacional, as necessidades da "clientela", que respondem a um imaginário de consumo, do turista que não procura exatamente um *Lugar* para conhecer, mas se sastifaz com aquilo que lhe é oferecido como "novidade", ou como "cultura", "ciência" e "experiência" no sentido reificado destas palavras. Sob este aspecto, é possível apreciar o quanto a noção

Figura 6: Entorno do Pavilhão de Portugal, Parque das Nações, Lisboa. Fonte: Google Earth, 2013.

de *Semicultura*, ou a regressão da formação, cumpre um papel fundamental na produção e funcionamento destes espaços.

Fechamento

Não há uma conclusão possível – nem mesmo necessária – com relação aos assuntos abordados por esta leitura. Mas a retomada de questões colocadas por autores do início e da metade do século podem ainda ser somadas, com recortes, às questões levantadas posteriormente por outros autores. Parece que, desde o início destas investigações, o dinheiro, o mercado e a objetivação vêm tomando crescentemente o lugar do homem, da experiência e do sujeito. Cada uma das referências citadas para esta compreensão trabalhou com noções anteriores, atualizando-as à sua contemporaneidade, e a partir deste percurso, percebe-se que apesar das modificações ou adaptações nos modos de operação a finalidade do consumo foi sendo reforçada e acentuada[7].

Entre a regressão da formação, a cultura de massas, a indústria cultural, colocadas por Adorno, a posterior inversão da culturalização da indústria colocada por Jameson e o constante processo de financeirização, há uma gradação, onde as esferas operantes se adaptam umas às outras, tornando-se híbridas e homogeneizadas. Há uma colonização entre essas esferas, que passam a operar conjuntamente, constituindo primeiro relações de mutualismo, mas que acabam se convertendo em dependência, passando a ser incompletas sem a presença de uma das partes. O homem enquanto sujeito – mesmo que encolhido - constitui uma peça fundamental na retroalimentação dessas cadeias e a cidade enquanto seu habitat também responde a essa lógica.

Otília Arantes, para quem o capitalismo é uma "*máquina de gerar insignificâncias*", considera que os processos de *gentrificação* estão por trás – ou melhor, por diante – do chamado Planejamento Estratégico. Neste sentido, aponta a fabricação de consenso como peça chave para mover a cidade como "máquina de crescimento":

"Enfim, não se trata de constatar a colonização da animação cultural (...) pela cidade como máquina de crescimento, mas sobretudo a operação inversa: o novo combustível sem o qual a coalizão não fabrica os consensos dos quais necessita" (Arantes, 2012, p.18).

Com isso, os *Lugares* e *Não Lugares* também parecem haver sido fundidos, a fim de serem transformados

[7] Sobre a noção de consumo, recomenda-se a leitura de Declínio do comprador, ascenção do consumidor, Jurandir Freire Costa, 2004.

em bens de consumo, substituindo-se a lógica identitária que os separava conceitualmente, por uma lógica mercadológica que aproxima seus polos opostos. O turismo tornou-se a forma de venda da cultura, do lazer e da experiência como bens consumíveis, e os "*Semilugares*", incompletos, homogeneizados, meio identitários, meio históricos e pouco relacionais, passaram a ser, para além da grande atração de pessoas e dinheiro, a boa justificativa para as mega operações urbanas.

Referências bibliográficas

ADORNO, Theodor W. Gesammelte Schriften, Band 8. Teoria da Semicultura. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 1972-80. Tradução de Newton Ramos-de-Oliveira, Bruno Pucci e Cláudia B. M. de Abreu e Paula Ramos de Oliveira. In: "Educação e Sociedade" n. 56, ano XVII, dezembro de 1996, pág. 388-411.

ARANTES, Otilia Beatriz Fiori. *Gentrificação Estratégica*. In: Berlim e Barcelona - Duas Imagens Estratégicas. Ed. Annablume. São Paulo, 2012

AUGÉ, Marc. Não-Lugares: Introdução a uma antropologia da supermodernidade. Ed. Papirus. São Paulo, 1994.

BROUDEHOUX, Anne-Marie. Tradução de Alexandre Morales. Imagens do poder: arquiteturas do espetáculo integrado na olimpíada de Pequim. Novos estudos-CEBRAP no.89. São Paulo, 2011. (Artigo publicado originalmente em Journal of Architectural Education, vol. 63, no 2, 2010, pp. 52-62.) Disponível em: www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-33002011000100003&lng=pt&nrm=iso

CANCLINI, Nestor Garcia. Culturas Híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad. Ed. Grijalbo. Mexico, 2001.

COHN, Gabriel. Esclarecimento e Ofuscação: Adorno e Horkeimer hoje. In: Lua Nova, nº43. São Paulo, 1998. Disponível em: www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-64451998000100002&script=sci_arttext

DEBORD, Guy. A Sociedade do Espetáculo. Ed. Contraponto.Rio de Janeiro, 1997.

DELGADO, Manuel. *Espacio Público como crisis de significado*. In La ciudad mentirosa. Fraude y miseria del "modelo Barcelona". Los libros de la Catarata. Madrid, 2007.

FERNANDES, Ana. *Cidades e Cultura: rompimento e promessa*. In: JEUDY, Henri Pierre; JACQUES, Paola Berenstein (orgs). Corpos e cenários urbanos: territórios urbanos e políticas culturais. EDUFBA; PPG-AU/FAUFBA. Salvador, 2006. Disponível em: www.laboratoriourbano.ufba.br/download.php?idArquivo=12

COSTA, Jurandir Freire. *Declínio do comprador, ascenção do consumidor*. In: O Vestígio e a Aura. Editora Garamond. Rio de Janeiro, 2004.

HARVEY, David. *O Fordismo*. In: Condição Pós-Moderna. Edições Loyola. São Paulo, 1992.

JAMESON, Frederic. *A lógica cultural do capitalismo tardio*. In Pós-modernismo: A lógica cultural do capitalismo Tardio. Ed. Ática. São Paulo, 2000.

MENDES, Luís. O Lazer e o recreio no Parque das Nações: o consumo, o lúdico e o estético na produção da cidade Pós-Moderna. In: Inforgeo, 16/17, Edições Colibri. Lisboa, 2001/02, pp. 81-108. Disponível em: www.apgeo.pt

SIMMEL, Georg. *O dinheiro na cultura moderna (1896)*. In: SOUZA, Jessé e ÖELZE, Berthold. Simmel e a modernidade. UnB. Brasília,1998. p. 23-40. Disponível em: http://pt.scribd.com/doc/28055398/o-Dinheiro-Na-Cultura-Moderna-1896#archive

_____. *A metrópole e a Vida Mental (1903)* In: VELHO, Otávio G. de (Org.) O fenômeno urbano. Trad. Sérgio Marques dos Reis. Guanabara. Rio de Janeiro, 1987. Disponível em: http://es.scribd.com/doc/53282905/A-METROPOLE-E-A-VIDA-MENTAl