

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO PARANÁ
ESCOLA DE ARQUITETURA E *DESIGN*
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO URBANA**

REGINA MARIA MARTINS DE ARAUJO KLEIN

**PAISAGEM SUSTENTADA:
RELAÇÕES IDENTITÁRIAS ENTRE HABITANTES E ESPAÇO HABITADO NA
CIDADE DE CURITIBA, PARANÁ**

**CURITIBA
2018**

REGINA MARIA MARTINS DE ARAUJO KLEIN

**PAISAGEM SUSTENTADA:
RELAÇÕES IDENTITÁRIAS ENTRE HABITANTES E ESPAÇO HABITADO NA
CIDADE DE CURITIBA, PARANÁ**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Gestão Urbana da Escola de Arquitetura e *Design* e da Pró-Reitoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação da Pontifícia Universidade Católica do Paraná.

Linha de pesquisa:
Planejamento e Projeto em
Espaços Urbanos e Regionais

Orientadora:
Profa. Dra. Letícia Peret Antunes Hardt
Coorientador:
Prof. Dr. Fabiano Lemes de Oliveira

**CURITIBA
2018**

Ao Danilo, seu pai e seus avós,
pelas paisagens que compartilharemos,

DEDICO.

AGRADECIMENTOS

A experiência da paisagem – na vivência de cidades, na literatura ou no ambiente de aprendizagem – me completa de gratidão. À minha orientadora, Profa. Dra. Letícia Peret Antunes Hardt, por inaugurar este caminho e acompanhá-lo há quase vinte anos, partilhando conhecimento e bom humor.

Ao meu coorientador, Prof. Dr. Fabiano Lemes de Oliveira, pela sua disposição em repartir suas ideias e vivências.

Aos professores Dr. Bortolo Valle e Dr. Mário Procopiuk, pelas contribuições na construção desta tese, beneficiada pela sabedoria acumulada e dividida por eles.

À Pontifícia Universidade Católica do Paraná, pelo acolhimento e pela motivação diária, e à equipe do Programa de Pós-Graduação em Gestão Urbana da, corpo docente e Pollyana Mara Schlenker, pelo aprendizado e pelo apoio no percurso de desenvolvimento deste estudo.

Aos amigos e colegas do cotidiano, pela troca de conhecimento e incentivo ao longo dos anos de doutoramento.

Aos estudantes dedicados à iniciação científica, que contribuíram com as pesquisas perceptuais que integram este trabalho.

Ao meu esposo, pela presença e por preencher meus dias com muito afeto, tornando leve o desenvolvimento desta investigação.

Aos meus pais, para quem nunca encontrarei palavras suficientes para agradecer. Espero retribuir com amor tudo que vocês me permitiram ser.

Loucos são apenas os significados não compartilhados.

Zygmunt Bauman

RESUMO

O tempo e o espaço são elementos orientativos do homem, a partir dos quais entende a sua existência na continuidade evolutiva do mundo. Assim, a paisagem, como realização social, representação espacial e recorte temporal, torna-se um ente ativo na consolidação do caráter individual, promovendo ou dissolvendo referências à formação de identidade. Nesse contexto, a presente pesquisa foi estruturada em questões existenciais que associam o papel da experiência paisagística na construção identitária do sujeito, condicionada à sociedade na qual se insere (quem?), ao território e lugares de pertencimento (onde?) e temporalidades (quando?). A investigação se fundamenta nas crises de reconhecimento entre indivíduo e paisagem, desencadeadas pela generalização, artificialização e consumo das cenas urbanas (o quê?). Entendendo as paisagens como suportes de significados que trazem estabilidade ao sentido de ser e pertencer, esta pesquisa tem como objetivo geral avaliar aspectos fundamentais para continuidade de panoramas indutores de relações identitárias (como?). Trata-se de um estudo de caso aplicado à imagem paisagística de Curitiba, Paraná, e a atores envolvidos na sua construção e veiculação (sociedade, poder político e econômico). Os procedimentos metodológicos adotados, analisaram as influências da paisagem designada como “oficial” – representante dos discursos territoriais e da chamada “produto” – atrativa ao consumo estético - nos processos de apropriação e duração daquela denominada “significado” – símbolo de valores morais. O reconhecimento da primeira foi ancorado em investigação documental. As demais foram identificadas por análises perceptuais aplicadas a amostras da população curitibana, uma de caráter imagético, voltada a apreciação visual, outra de natureza semântica, focada na significação. Na etapa conclusiva do trabalho, a partir da análise relacional entre os três processos de representação (sujeito, gestão e mercado), inferiu-se sobre os elementos fundadores de identidade associados à imagem da cidade. Percebeu-se que, em geral, a significação que importa a manutenção da memória paisagística se institui na troca de valores familiares, nos lugares compartilhados entre gerações que se sucedem. Essa vinculação se torna mais autêntica nos espaços que acumulam história e mais durável quando resguardada de rótulos políticos e mercantis. Por outro lado, observou-se a predominância de conexões de potencial efêmero, ancoradas em cenas contemporâneas descontextualizadas da gênese urbana, mas que motivam o orgulho territorial pela admiração estética. Visando à sustentação identitária referenciada na paisagem, foi identificada a demanda pelo estreitamento entre habitantes e passado habitado, promovendo a interseção entre recordações individuais, memória social e história da cidade.

Palavras-chave: Discurso territorial. Comprometimento moral. Consumo por satisfação estética. Temporalidade de elos geracionais. Permanências de significados. Sustentação de identidades.

ABSTRACT

Time and space are the guiding elements through which individuals understand their existence in the continuing evolution of the world. Landscape, as social construct, spatial representation and a section of time, therefore becomes an active element in the consolidation of individual character, promoting or dissolving references in the formation of identity. This is the context for a study structured around existential questions concerning the role of experience of landscape in the construction of an individual's identity that is conditioned to the society in which s/he is inserted (who?), the territory and places of belonging (where), and temporalities (when?). The investigation is based on crises in the inhabitant's recognition of landscape triggered by the generalisation, artificiality and consumption of urban settings (what?). Considering landscapes as the support for meanings which provide stability to the sense of being and belonging, the general aim of this research is to assess aspects fundamental to the continuity of prospects that foster relationships of identity (how?). This case study is applied to the landscape imagery of Curitiba, Paraná and to the actors involved in its construction and delivery (society, and the forces of politics and economics). The methodology involved analysis of the influences of a landscape designated as "official" – representing territorial discourse, and as "product" – attractive to aesthetic consumption, in the processes of appropriation and duration of what is termed "significant" – a symbol of moral values. The first of these was recognised through documentary investigation. The others were identified through observational analyses applied to samples of the Curitiba population: one concerning imagery, focused on visual appreciation; and another semantic, focused on meaning. The concluding phase of the study, based on analysis of the relationship between the three processes of representation (the individual, administrative authority and the marketplace), reflected upon the underlying elements of identity associated with the image of the city. The importance of maintaining a memory of landscape was generally noticed to require an exchange of family values, in places shared between successive generations. This connection becomes more genuine in spaces that accumulate history and becomes more durable when removed from the labels of politics and the marketplace. On the other hand a predominance of ephemeral connections is noticed, based on contemporary settings decontextualized from urban origins, but which stimulate territorial pride through admiration of beauty. In pursuit of an identity supported by references in the landscape, a need was identified for closer connection between inhabitants and the inhabited past, promoting intersections between individual recollections, social memory and the history of the city.

Keywords: Territorial debate. Moral commitment. Consumption through aesthetic pleasure. Temporality of generational ties. Permanence of meanings. Sustaining identities.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1:	Esquema geral de estruturação metodológica da vertente empírica da pesquisa	26
Figura 2:	Representação esquemática da dinamicidade da paisagem	53
Figura 3:	Representação esquemática da síntese do entendimento de memória	85
Figura 4:	Diagrama de inserção das bolhas de paisagem de Curitiba no contexto mundial	103
Figura 5:	Excertos de exemplos de publicações sobre Curitiba na década de 1990	105
Figura 6:	Excertos de exemplos de publicações sobre Curitiba na década de 2010	106
Figura 7:	Diagrama de inserção dos discursos territoriais de Curitiba no contexto mundial	108
Figura 8:	Mapas de localização, infográficos populacionais por regional e vistas de caracterização da área de estudo	110
Figura 9:	Representação de linha do tempo da paisagem oficial de Curitiba posterior ao Plano Serete – depois a década de 1960	112
Figura 10:	Representação de linha do tempo da paisagem oficial de Curitiba posterior ao Plano Serete – após a década de 1960	115
Figura 11:	Painel geral da paisagem oficial de Curitiba	118
Figura 12:	Painel semântico da paisagem oficial de Curitiba	121
Figura 13:	Painel das paisagens representativas da percepção da imagem oficial de Curitiba	124
Figura 14:	Painel geral da paisagem significado de Curitiba	126
Figura 15:	Painel semântico da paisagem significado de Curitiba	128
Figura 16:	Painel das paisagens representativas da imagem social de Curitiba	130
Figura 17:	Painel de lacunas entre paisagem oficial e paisagem significado de Curitiba	135
Figura 18:	Painel geral da paisagem produto de Curitiba	138
Figura 19:	Painel semântico da paisagem produto de Curitiba	140
Figura 20:	Painel das paisagens representativas da imagem produto de Curitiba	143
Figura 21:	Gráfico de comparação na valoração estética entre o recorte imagético e o seu contexto em Curitiba.....	145
Figura 22:	Painel de relações de aproximação e distanciamento no reconhecimento dos espaços cognitivos em Curitiba	148
Figura 23:	Painel dos espaços cognitivos em Curitiba	150
Figura 24:	Painel de relações de aproximação e distanciamento no reconhecimento dos espaços morais em Curitiba	152
Figura 25:	Painel dos espaços morais em Curitiba	154
Figura 26:	Painel dos espaços estéticos em Curitiba.....	157
Figura 27:	Painel de percepções de permanências da paisagem oficial de Curitiba	160
Figura 28:	Painel de percepções de permanências da paisagem significado de Curitiba	162
Figura 29:	Painel de percepções de permanências da paisagem produto de Curitiba	167
Figura 30:	Painel de gerações paisagísticas por agrupamentos das paisagens preferidas por idades de habitantes de Curitiba.....	169

Figura 31:	Painel de gerações paisagísticas por agrupamentos semânticos por idades de habitantes de Curitiba.....	170
Figura 32:	Painel de síntese das relações entre apropriação e permanência das paisagens de Curitiba	177
Figura 33:	Representação esquemática de síntese da hipótese de sustentação paisagística	178

LISTA DE QUADROS

Quadro 1:	Relações entre questões identitárias e objetivos específicos da pesquisa.....	21
Quadro 2:	Resumo das etapas estruturantes da ótica abstrata da pesquisa	25
Quadro 3:	Resumo das etapas estruturantes da vertente empírica da pesquisa	27
Quadro 4:	Exemplos de justificativas sobre apropriação paisagística do Passeio Público e da Rua XV de Novembro como paisagem significado em Curitiba	163
Quadro 5:	Exemplos de justificativas sobre apropriação paisagística de parques e praças como paisagem significado em Curitiba	164
Quadro 6:	Exemplos de justificativas sobre apropriação paisagística do Jardim Botânico e do Museu Oscar Niemeyer (MON)	165
Quadro 7:	Características das gerações paisagísticas de habitantes de Curitiba	172

LISTA DE TABELAS

Tabela 1:	Estratificação da amostra das análises perceptual semântica.....	32
Tabela 2:	Estratificação da amostra das análises perceptual imagética.....	33

LISTA DE SIGLAS

ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
BRT	<i>Bus rapid transit</i> (transporte rápido por ônibus)
CIC	Cidade Industrial de Curitiba
CMMAD	Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento
COHAB	Companhia de Habitação Popular
COMEC	Coordenação da Região Metropolitana de Curitiba
COMTUR	Conselho Municipal de Turismo
CRM	Casa Romário Martins
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IMTC	Instituto Municipal de Turismo de Curitiba
IPARDES	Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
IPPUC	Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba
MON	Museu Oscar Niemeyer
MPB	Música popular brasileira
MTUR	Ministério do Turismo
ONU	Organização das Nações Unidas
PMC	Prefeitura Municipal de Curitiba
PPGTU	Programa de Pós-Graduação em Gestão Urbana
PUCPR	Pontifícia Universidade Católica do Paraná
RIT	Rede Integrada de Transporte
SEEC	Secretaria de Estado de Cultura do Paraná
SMMA	Secretaria Municipal do Meio Ambiente
UFPR	Universidade Federal do Paraná
UIP	Unidade de interesse de preservação
UIEP	Unidade de interesse especial de preservação
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura)

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	17
1.1	OBJETIVOS	21
1.2	ORIGINALIDADE	22
2	ESTRUTURAÇÃO METODOLÓGICA	23
2.1	ÓTICA ABSTRATA: FUNDAMENTOS DA INVESTIGAÇÃO	24
2.2	VERTENTE EMPÍRICA: ESTUDO DE CASO	25
2.2.1	Inventário documental: o quê e quem	28
2.2.2	Análises perceptuais: quem	29
2.2.2.1	Análise perceptual semântica: paisagem significado	33
2.2.2.2	Análise perceptual imagética: paisagem produto	35
2.2.3	Análise espacial: onde	36
2.2.4	Análise temporal: quando	37
2.2.5	Análise de sustentação paisagística: como	37
3	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	39
3.1	O QUÊ? PAISAGEM COMO TRANSFORMAÇÃO CULTURAL	49
3.1.1	Consciência	40
3.1.2	Crises	44
3.1.2.1	Bolhas de paisagens sublimes	45
3.1.2.2	Bolhas de paisagens extemporâneas	47
3.1.2.3	Bolhas de paisagens alegóricas	50
3.1.3	Liquefação das bolhas de paisagem	51
3.2	QUEM? PAISAGEM COMO REPRESENTAÇÃO SOCIAL	54
3.2.1	Construção de identidade	54
3.2.2	Crise do ser no espaço	55
3.2.3	Paisagem oficial: representação política	58
3.2.4	Paisagem significado: representação social	61
3.2.5	Paisagem produto: representação do mercado	65

3.3	ONDE? PAISAGEM COMO EXPRESSÃO DO ESPAÇAMENTO SOCIAL	68
3.3.1	Espaço cognitivo: paisagem do território	70
3.3.2	Espaço moral: paisagem do lugar	72
3.3.3	Espaço estético: paisagem da imaginação	75
3.4	QUANDO? PAISAGEM COMO REFERÊNCIA TEMPORAL	77
3.4.1	Temporalidades	78
3.4.2	Conforto do tempo histórico	79
3.4.3	Duração da memória social	82
3.4.4	Episódios da cultura de consumo	86
3.5	COMO? PAISAGEM ENQUANTO SUSTENTAÇÃO IDENTITÁRIA	88
3.5.1	Paisagem sustentada	89
3.5.1.1	Legitimidade da paisagem oficial	90
3.5.1.2	Valores morais da paisagem significado	92
3.5.1.3	Apreciação estética da paisagem produto	93
4	DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	96
4.1	O QUÊ? RECONHECIMENTO DA TRANSFORMAÇÃO CULTURAL DA PAISAGEM DE CURITIBA	97
4.1.1	Evolução das camadas estéticas da paisagem	97
4.1.2	Rebatimentos dos discursos territoriais no planejamento da paisagem	102
4.2	QUEM? IDENTIFICAÇÃO DA REPRESENTAÇÃO SOCIAL DOS ATORES PELAS PAISAGENS	109
4.2.1	Paisagem oficial: reprodução da política	110
4.2.1.1	Percepção da paisagem oficial	119
4.2.2	Paisagem significado: representação da sociedade	125
4.2.1.1	Lacunas entre paisagem oficial e paisagem significado	133
4.2.3	Paisagem produto: configuração do mercado	136
4.3	ONDE? INTERPRETAÇÃO DOS ESPAÇOS SOCIAIS	147
4.3.1	Espaço cognitivo: territórios da cidade oficial	147
4.3.2	Espaço moral: lugar dos significados urbanos	151
4.3.3	Espaço estético: imaginação dos produtos paisagísticos	155

4.4	QUANDO? ANÁLISE DA REFERÊNCIA TEMPORAL DAS PERMANÊNCIAS DE IDENTIDADE	158
4.4.1	Tempo acumulado: vínculos históricos	158
4.4.2	Memória social: elos geracionais	161
4.4.3	Momento de contemplação: conexões estéticas	165
4.4.4	Percepções comuns: gerações paisagísticas	168
4.5	COMO? SÍNTESE DE SUSTENTAÇÃO IDENTITÁRIA DAS PAISAGENS	173

5

CONCLUSÃO	180
------------------	-----

REFERÊNCIAS	187
--------------------	-----

APÊNDICES	200
------------------	-----

A	MODELO DE QUESTIONÁRIO DA ANÁLISE PERCEPTUAL SEMÂNTICA	200
B	MODELO DE QUESTIONÁRIO DA ANÁLISE PERCEPTUAL IMAGÉTICA	201
C	ANÁLISE DE CONTEÚDO DAS INVESTIGAÇÕES SEMÂNTICAS	208
D	PRINCIPAIS INTERVENÇÕES PAISAGÍSTICAS EM CURITIBA A PARTIR DA DÉCADA DE 1960	215

1

INTRODUÇÃO

O reconhecimento identitário do indivíduo não prescinde de um ponto geográfico de partida inserido em uma continuidade histórica. O tempo e o espaço são elementos orientativos do homem, a partir dos quais organiza a sua experiência pessoal e social no mundo (HALBWACHS, 2006[1950]; TUAN, 2012). Nesse sentido, a paisagem, como representação espacial que registra o acúmulo de história de uma cidade, é um ente ativo na consolidação do caráter do sujeito, transmitindo-lhe valores sociais e territoriais – autênticos ou artificiais (MITCHELL, 2002[1990]; RELPH, 2008[1976]).

Quando os significados comunicados são genuínos e se mantêm legíveis à sucessão de gerações que compartilham a mesma urbe, a paisagem assume a qualidade de sustentada. Na situação contrária, de cenarização, a organicidade com a terra é rompida. Assim, a indiferença da localização e a descaracterização temporal deslocam o indivíduo da linha histórica e da conexão espacial que dá sentido à sua existência, desencadeando crises identitárias (COSGROVE, 2006; TUAN, 2013[1977]).

Frente às transformações paisagísticas, as reações de angústia foram constantes no decorrer do processo de urbanização e proporcionais ao afastamento entre homem e natureza. Intensificam-se na diluição de fronteiras e na generalização do globo contemporâneo, quando a velocidade de fluidez dos acontecimentos supera a capacidade de geração de vínculos. A duração é desvalorizada em detrimento das novidades do mercado de consumo, paradoxalmente em oposição ao legado de perpetuidade que as sociedades, até então, buscaram agregar às heranças geracionais (BAUMAN, 2009, 2010, 2013; HALL, 2006[1992]).

Diante dessas assertivas, a presente pesquisa é ancorada no reconhecimento e sustentação de paisagens (**como?**) que comuniquem aos seus usuários identidades sociais (**quem?**), locais de vivência (**onde?**) e temporalidades (**quando?**). A demanda é fundamentada a partir de questões decorrentes de quebras de relações identitárias entre o cidadão e a cidade habitada, desencadeadas pela generalização, comercialização e artificialização das cenas urbanas (**o quê?**).

O estranhamento entre o indivíduo e a paisagem acompanha a velocidade de substituição de um ambiente predominantemente natural por um meio densamente construído, motivando uma crise moral e de gestão paisagística, que tem início na escala do território e é acentuada na escala do lugar. A primeira aproximação é caracterizada pela diluição de particularidades histórico-culturais em cenas homogêneas ou direcionadas ao consumo. O segundo enquadramento sofre de nostalgia das cenas sublimes e pictóricas que antecederam a industrialização, buscando refúgio em cenários extemporâneos, negando o presente e se distanciando de uma cidade em harmonia com o seu tempo (BERQUE, 2008; BOTTON, 2007; RELPH 1990). Em ambas as escalas, a vaporosidade de valores comuns e o mercado imagético constituem obstáculos para o estabelecimento de relações identitárias com a paisagem contemporânea (BAUMAN, 2013).

Esses reveses são enfrentados pelos gestores do patrimônio paisagístico. A importância da imagem da cidade e da preservação da história de um território já é amplamente discutida no âmbito da gestão urbana e tem integrado políticas de proteção de bens culturais e estratégias de *city marketing* corporificadas em ícones da urbe (SÁNCHEZ GARCIA, 2010). Entretanto, compreendem medidas estáticas, concentradas na dimensão material e alheias à dinâmicas sociais e da paisagem. A questão identitária não pode ser congelada em um determinado tempo e nem pode ser imortalizada em um espaço uma vez considerado digno de endereço de identidade.

As paisagens têm a propriedade de migrar, acompanhando a transformação de valores de uma sociedade. Resultantes de complexa inter-relação entre homem e ambiente, com inegável expressão material e simbólica, possuem condições de difícil categorização e quantificação, além de qualificação estreitamente relacionada a juízos de valores. Seu cunho construtivo e as múltiplas fontes que as constroem, além da própria dinamicidade de seus elementos naturais e antrópicos, implicam na sua constante mutabilidade e ressignificações (COSGROVE, 2006).

Em associação com o desafio da continuidade de imagens urbanas que representem a comunhão de tempos e de gerações, a equação que envolve o caráter provisório e presente da paisagem conduz à seguinte **questão-problema**:

como as medidas de gestão paisagística podem sustentar as relações identitárias entre habitante e espaço habitado ou acentuar as crises desse processo?

Como espaço público, a paisagem urbana é uma questão política, que materializa o discurso territorial (ético, estético, cultural e socioambiental), enunciando, também, sobre a pessoa que detém a pré-dica e sobre onde a adquiriu (SGARD, 2011). As decisões sobre sua proteção e sua estruturação são indissociáveis da construção identitária de uma cidade e de seus moradores. Nesse sentido, concordando que o espaço influencia a diferenciação de personalidades (BOTTON, 2007), interessa saber como o poder público e a dinâmica de mercado, atuando na paisagem, interferem no processo de edificação da identidade social.

Desde o fim do século XIX, a paisagem tem sido objeto para comunicação da imagem territorial, visando à exaltação das qualidades regionais e locais. Mas, recentemente, também se transformou em produto do turismo e do mercado cultural. Em quase todas as nações ocidentais, símbolos pictóricos de regiões específicas vêm sendo generalizados e cenários artificiais (vazios de significados) têm sido criados para promover as cidades e ser consumidos como experiências estéticas. Mesmo em situação de recursos escassos, os gestores têm investido na manutenção das particularidades de seus territórios e na expressão social por meio de marcos paisagísticos, como forma de representação urbana (COSGROVE, 2006). Todavia, a imagem publicitária não se confunde com a cena que fundamenta relações identitárias, ainda que possam ser coincidentes (SGARD, 1999).

Muitas vezes, os ícones paisagísticos eleitos ou construídos para promoção do território são conservadores – enfatizando valores do passado –, motivados pela visão de declínio que acompanha a evolução da modernidade (COSGROVE, 2006). Ainda que artificiais, as imagens publicitárias do *city marketing* tendem a ser aprovadas e consumidas pelos cidadãos, não como representação individual, mas como projeção de uma sociedade “ideal”, que inclui a qualidade de ser “bela”.

Frente ao anteriormente exposto, a presente pesquisa é baseada na **hipótese central** de que a paisagem que sustenta relações identitárias é fundada em valores morais (significado social), validados pelo suporte de gestão (divulgação oficial) e autenticados pela apreciação visual (produto estético). Assim, a tese busca

atestar se a continuidade dos vínculos de identidade prescinde de beleza, de significado e da corresponsabilidade das autoridades.

Como condição exclusiva, o belo não atende condições estruturantes de elos entre sociedade (**quem?**), espaço (**onde?**) e tempo (**quando?**). Entretanto, faz-se indispensável para que os compromissos morais tenham uma dimensão imagética, entendendo que a estética da paisagem materializa a ética da sociedade que a vivencia.

Nessa perspectiva, a pesquisa é realizada por meio de estudo semântico (sobre a moralidade) e imagético (sobre a estética) da paisagem que comunica oficialmente a cidade de Curitiba, Paraná, integrando as narrativas da sua gestão e dos seus cidadãos em uma galeria de cenas urbanas, que embasa as análises de sustentação identitária vinculadas a condições paisagísticas. A escolha da área de estudo é apoiada, primeiro, no fato de reunir um conjunto reconhecido internacionalmente de intervenções urbanísticas oficiais e, segundo, na vivência do meio urbanizado, que oportuniza o alinhamento contextual entre pesquisador e objeto de análise, dispensando filtros culturais¹ para interpretação dos processos cognitivos e das relações de identidade daqueles que habitam a paisagem investigada.

O recorte temporal da pesquisa abrange a paisagem oficial praticada pela gestão de Curitiba entre 2012 e 2016, assim como a memória paisagística das gerações que coexistem na cidade durante o mesmo período. Este intervalo inclui, por um lado, habitantes que vivenciaram o início da personalização da morfologia urbana nos anos 1960, a partir da implementação do Plano Serete², e, por outro, os que nasceram junto com ícones contemporâneos da capital paranaense na década de 1990. A reunião de gerações que passaram por diferentes experiências paisagísticas importa à investigação para sustentar paisagens que configuram elos temporais e sociais, em conformidade com os objetivos traçados para esta tese.

¹ A pesquisadora reside no mesmo contexto cultural do universo de pesquisa.

² O Plano Serete propôs a expansão linear para cidade, tendo como princípio a integração entre transporte, sistema viário e uso do solo (PMC, 1995).

1.1

OBJETIVOS

Entendendo a paisagem como elemento-chave na construção identitária de uma sociedade – explorando questões sobre **o quê, quem, onde, quando e como** representar a evolução de uma coletividade – a presente pesquisa tem como **objetivo geral** avaliar aspectos fundamentais para continuidade de paisagens indutoras de relações identitárias entre habitante e espaço habitado, evidenciando o papel da gestão urbana e do mercado nesse processo de sustentação a partir do estudo de caso em Curitiba, Paraná. Nesse sentido, seus **objetivos específicos** exploram o potencial paisagístico como elemento transversal na construção da identidade social, conforme explicita o Quadro 1.

Quadro 1: Relações entre questões identitárias e objetivos específicos da pesquisa

Questões identitárias	Objetivos específicos
O quê?	Reconhecer a transformação cultural da paisagem oficializada como imagem da cidade
Quem?	Identificar a representação social dos atores da construção identitária (estado / gestão, sujeito / sociedade e mercado / consumo) por meio da paisagem
Onde?	Interpretar coincidências e hiatos nos espaços sociais (cognitivo: paisagem oficial promovida pela gestão; moral: paisagem apropriada pelo seu significado pela população; e estético: paisagem produto – vendida e consumida como experiência de satisfação visual)
Quando?	Analisar as relações de referência temporal entre continuidade histórica, memória social e episódios da cultura de consumo nas permanências de paisagens representativas de identidade
Como?	Sintetizar a sustentação identitária relacionada à paisagem como fundamento à atuação da gestão urbana nesse processo

Fonte: Elaborado com base nos procedimentos metodológicos adotados e na fundamentação teórica desenvolvida.

As questões identitárias que embasam os objetivos específicos são as mesmas que articulam o desenvolvimento teórico e metodológico da investigação e conduzem, de forma inédita, a sua discussão.

1.2

ORIGINALIDADE

Mesmo que sejam inúmeras as discussões sobre memória, identidade e patrimônio cultural relacionadas a questões paisagísticas, as práticas de gestão urbana tendem a ser concentradas em aspectos materiais e quantificáveis. Em outro sentido, esta pesquisa procura focar componentes imateriais de cenas representativas de coletividades em uma síntese de sustentação identitária, como subsídio à condução de paisagens oficiais.

A proposta se diferencia, então, pela abordagem filosófica e midiática, sublinhando as relações entre valores morais e estéticos endereçados e comunicados por meio da paisagem. Nessa perspectiva, um dos principais desafios consiste em traduzir experiências sensoriais subjetivas da cidade para a esfera de representatividade coletiva, sintetizando investigações perceptuais que apontem características comuns e lógicas entre preferências individuais.

Desenvolve-se, então, um aporte metodológico que torna tangível a cidade imaterial, por meio da análise perceptual semântica, com o intuito não apenas de identificar significados associados à apropriação paisagística, mas também de relacionar a terminologia aplicada à descrição simbólica com a construção moral e identitária dos sujeitos que desenvolvem sentimentos de pertencimento. A investigação da significação da paisagem por meio da memória e das associações semiológicas revela contribuições encobertas pela sedução do consumo do belo. A beleza retida na lembrança estabelece um diálogo entre ética e estética, que não se faz presente na percepção imagética.

A estrutura da tese conduz a novas interpretações conceituais, bem como à adoção de procedimentos metodológicos diferenciados das práticas em gestão urbana. Dessa maneira, além de acrescentarem contribuições teóricas e processuais para o campo científico e para a área técnica, com ênfase nas questões relacionadas a bases voltadas ao planejamento, construção e gerenciamento de paisagens que sustentem relações de identidade entre o habitante e o espaço habitado, os resultados obtidos também revelam permanências e hiatos inesperados na experiência paisagística de Curitiba.

2

ESTRUTURAÇÃO METODOLÓGICA

O presente estudo compreendeu uma pesquisa exploratória e descritiva das dimensões simbólica e imagética da paisagem, relacionadas às questões existenciais intrínsecas à experiência urbana. As análises foram estruturadas por filtros definidos pelos seguintes elementos essenciais da construção identitária (POLLAK, 1992):

- a) unidade – o objeto de estudo é a paisagem urbana (**o quê**), representando os três principais grupos de atuação na formação de identidade (**quem**): as autoridades de gestão (paisagem oficial), o próprio sujeito (paisagem significado) e o mercado (paisagem produto)³, espacializadas (**onde**) respectivamente no território (espaço cognitivo), no lugar (espaço moral) e na imaginação (espaço estético);
- b) continuidade – entendimento dos elos entre gerações, a partir das relações temporais entre o ciclo histórico, a memória social e os episódios de consumo (**quando**);
- c) coerência – investigação dos aspectos (legitimidade política, valores morais e apreciação estética) que motivam o conjunto comum entre diferentes individualidades que fundamentam a identidade social (**como**).

A análise relacional entre esses elementos permitiu a identificação de permanências e a interpretação de questões identitárias relacionadas à paisagem. Buscou-se, então, analisar as interseções e lacunas entre as paisagens divulgadas – como ilustrações da escala pública: território, gestão e tempo cronológico; as com significado – como telas do nível privado: lugar, sujeito e a memória; e as vendidas ou consumidas – como imagens de frutos estéticos absorvidos pela população: imaginação, episódio e satisfação.

³ No decorrer do trabalho, essas paisagens são também chamadas de “divulgada”, “apropriada” e “vendida” ou “consumida”, respectivamente.

O exame dos filtros e das relações de construção identitária é baseado nas seguintes partes principais de pesquisa, adiante detalhadas:

- a) ótica abstrata – correspondente aos fundamentos da investigação (**por quê e para quê**);
- b) vertente empírica – referente ao estudo de caso em Curitiba, Paraná (**o quê, quem, onde, quando e como**).

2.1

ÓTICA ABSTRATA: FUNDAMENTOS DA INVESTIGAÇÃO

Esta parte inicial da tese foi essencialmente apoiada em métodos exploratórios e descritivos, com base em técnicas de estudos bibliográficos, cujas fontes compreenderam livros, artigos científicos e trabalhos acadêmicos, dentre outras. O Quadro 2 sumariza informações acerca das suas duas etapas estruturantes, de elaboração concomitante.

A primeira foi voltada à determinação de procedimentos metodológicos, com seleção de métodos, técnicas, critérios, variáveis, parâmetros de análise e condicionantes de sustentação identitária, dentre outros, visando à organização do aparato de suporte às demais fases e etapas do trabalho. Seus principais resultados consubstanciam a presente seção, com foco nas principais questões de identidade (o quê, quem, onde, quando e como), que permeiam todo o conteúdo da investigação. A segunda etapa foi direcionada ao estabelecimento de bases reflexivas sobre conceitos, definições e teorias pertinentes à temática, as quais estruturam a seção 3 – Fundamentação teórica.

As opções metodológicas e os fundamentos conceituais definidos nesta parte da pesquisa permitiram o desenvolvimento da vertente empírica, detalhada na próxima subseção.

Quadro 2: Resumo das etapas estruturantes da ótica abstrata da pesquisa

Etapas	Métodos	Técnicas	Fontes	Dados	Resultados
PARTE 1: FUNDAMENTOS DA INVESTIGAÇÃO POR QUÊ E PARA QUÊ?					
Determinação de procedimentos metodológicos	Exploratórios e descritivos	Estudos bibliográficos	Livros, artigos científicos e trabalhos acadêmicos, dentre outras	Métodos, técnicas, critérios, variáveis, parâmetros de análise e condicionantes de sustentação identitária, dentre outros	SEÇÃO 2: ESTRUTURAÇÃO METODOLÓGICA O quê? Quem? Onde? Quando? Como?
Estabelecimento de bases teóricas				Conceitos, definições e teorias	SEÇÃO 3: FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA O quê? Quem? Onde? Quando? Como?

Fonte: Elaborado com base nos objetivos da tese (ver subseção 1.1 da seção 1 – Introdução).

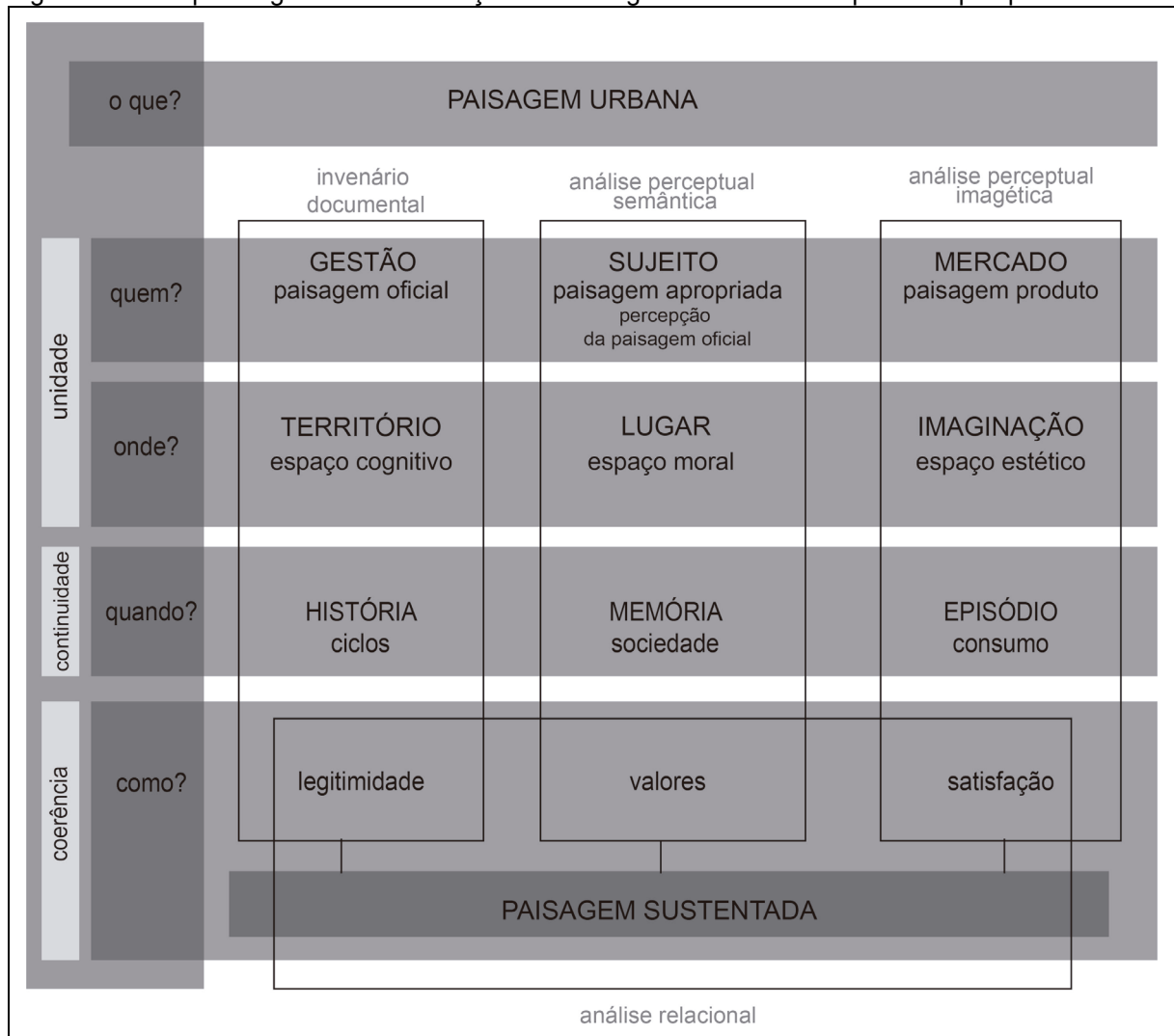
2.2

VERTENTE EMPÍRICA: ESTUDO DE CASO

De forma genérica, a investigação da paisagem oficial / divulgada está ancorada em inventário documental, enquanto a significado / apropriada e a produto / vendida e consumida, são embasadas em análises perceptuais, a primeira de natureza semântica – voltada à associação de valores morais – e a segunda de caráter imagético – focada na valoração estética.

Na etapa conclusiva da pesquisa, a partir da análise relacional entre os três processos de representação (gestão, sujeito e mercado), pretende-se inferir sobre os elementos fundadores de identidade, buscando diretrizes à sustentação de paisagens que situem seus habitantes no tempo geral e no espaço global. A Figura 1 resume a estruturação metodológica desta vertente empírica, detalhada nos itens sequenciais.

Figura 1: Esquema geral de estruturação metodológica da vertente empírica da pesquisa



Fonte: Elaborada com base nos objetivos específicos do estudo.

Um estudo de caso busca o aprofundamento do conhecimento sobre uma situação específica, tentando entender características e processos que a tornam particular (GERHARDT; SILVEIRA, 2009). Com esse intuito, a delimitação do objeto desta pesquisa recaiu, como recorte geográfico, sobre a paisagem da capital paranaense. Como já comentado, a escolha de Curitiba foi justificada tanto pelo seu reconhecido conjunto de intervenções paisagísticas oficiais quanto pela experiência vivencial da cidade. Segundo Sgard (2011), tende-se à elaboração de reflexões sobre a paisagem que se experimenta continuamente; do contrário, existem riscos de lacunas ou distorções motivadas pelo distanciamento do processo de construção paisagística.

Por sua vez, o recorte temporal do inventário documental abrange as imagens paisagísticas publicadas na última gestão completa da Prefeitura Municipal de Curitiba (PMC), ou seja, o período entre 2012 e 2016, que coincide, mesmo que parcialmente, com o interstício de elaboração desta pesquisa. Nesta vertente empírica da tese, o estudo de caso foi subdividido em cinco fases principais (vinculadas às questões identitárias) e igual quantidade de etapas de pesquisa inter-relacionadas, conforme resumido no Quadro 3. Em qualquer desses momentos da pesquisa, os métodos adotados tiveram caráter exploratório, descritivo e analítico, à exceção do último, que constituiu a síntese da análise.

Quadro 3: Resumo das etapas estruturantes da vertente empírica da pesquisa

PARTE 2: ESTUDO DE CASO					
Etapas	Métodos	Técnicas	Fontes	Dados	Resultados
Inventário documental	FASE 1: O QUÊ				
	Exploratórios, descritivos e analíticos	Estudos de documentos da paisagem oficial	Documentos institucionais (históricos e planos) Sítios eletrônicos oficiais (imagens e mapas)	Características da paisagem urbana de Curitiba e do seu processo de construção e gestão	SEÇÃO 4: DISCUSSÃO DOS RESULTADOS Subseção 4.1: Reconhecimento da transformação cultural da paisagem de Curitiba (referente ao primeiro objetivo específico)
	FASE 2: QUEM				
	Exploratórios, descritivos e analíticos	Estudos de imagens da paisagem oficial (segundo estado / gestão, sujeito / sociedade e mercado / consumo)	Sítios eletrônicos oficiais (acervos fotográficos)	Paisagens representativas: - da gestão (sensações de legitimidade) - da população (valores morais) - do mercado (apreciação estética)	SEÇÃO 4: DISCUSSÃO DOS RESULTADOS Subseção 4.2: Identificação da representação social dos atores pelas paisagens (referente ao segundo objetivo específico)
Análises perceptuais	Exploratórios, descritivos e analíticos	Estudos de percepção semântica e imagética das paisagens oficial, significado e produto	Questionários aplicados à população		
Análise espacial	FASE 3: ONDE				
	Exploratórios, descritivos e analíticos	Estudos georreferenciados dos espaçamentos social: cognitivo, moral e estético	Anteriores	Localização das paisagens	SEÇÃO 4: DISCUSSÃO DOS RESULTADOS Subseção 4.3: Interpretação dos espaços sociais (referente ao segundo objetivo específico)
Análise temporal	FASE 4: QUANDO				
	Exploratórios, descritivos e analíticos	Estudos anteriores de percepção relacionados ao ciclo histórico, à memória social e a episódios de consumo	Anteriores	Referências e preferências compartilhadas	SEÇÃO 4: DISCUSSÃO DOS RESULTADOS Subseção 4.4: Análise da referência temporal das permanências de identidade (referente ao quarto objetivo específico)

(Continua)

Fonte: Elaborado com base nos objetivos da tese (ver subseção 1.1 da seção 1 – Introdução).

(Continuação)

Análise de sustentação paisagística	FASE 5: COMO				
	Sintético-analíticos	Análise matricial	Anteriores	anteriores	SEÇÃO 4: DISCUSSÃO DOS RESULTADOS Subseção 4.5: Síntese de sustentação identitária das paisagens (referente ao quinto objetivo específico e ao geral da investigação)

(Conclusão)

2.2.1 Inventário documental: o quê e quem

Esta etapa foi estruturada a partir de documentos comprovadamente autênticos, podendo ter natureza histórica ou contemporânea, com ou sem tratamento analítico prévio (GERHARDT; SILVEIRA, 2009). Considerando essas condições, as imagens que compõem a paisagem oficial de Curitiba tiveram como fonte os materiais publicitários utilizados pela Prefeitura Municipal de Curitiba (PMC) e pelo Governo do Estado do Paraná para divulgação imagética da cidade (acervos fotográficos), por meio de cenas ou monumentos urbanos cujas imagens foram divulgadas nos sítios eletrônicos oficiais entre 2012 a 2106. As buscas pelas fotografias tiveram como roteiro principal as instituições responsáveis pela formulação, promoção e proteção da imagem da cidade, como o Instituto de Pesquisa e Planejamento de Curitiba (IPPUC), o Instituto Municipal de Turismo de Curitiba (IMTC) e a Secretaria de Estado da Cultura (SEEC).

Foram reunidas publicações voltadas à promoção de Curitiba como ponto turístico e como referência de planejamento urbano, além das representantes do patrimônio cultural. O primeiro critério abrange as paisagens escolhidas pela administração municipal como marcos publicitários da urbe; o segundo ilustra o processo de construção oficial da sua estrutura paisagística e o terceiro se refere às imagens selecionadas para contar a história oficial da cidade.

O inventário documental resultou tanto na contextualização de características da paisagem urbana de Curitiba, do seu processo de construção e sobreposição de camadas estéticas, quanto na interpretação de vistas representativas da gestão (estado/política / legitimidade), da população (sujeito/sociedade / valores morais) e do mercado (venda/consumo / apreciação estética). Por fim, tem-se uma galeria da paisagem oficial, organizada na ordem

cronológica da fundação dos espaços que representam.

Os resultados desta etapa compõem a subseção 4.2.1 – Paisagem oficial: reprodução da política (relativa ao segundo objetivo específico) – da seção 4 – Discussão dos resultados.

2.2.2 **Análises perceptuais: quem**

A multiplicidade de elementos que interagem na composição paisagística – de natureza material, política e simbólica – resultam na complexidade de sua qualificação (COSGROVE, 2006). A interpretação desse complexo não se dissocia das condições (físicas ou contextuais) pelas quais a paisagem é percebida, ou seja, depende, em grande proporção, do observador ou do conjunto de espectadores (HARDT, 2004). Considerando tais circunstâncias, sua avaliação está intrinsecamente ligada à apreensão das pessoas que a habitam.

Dessa forma, foram desenvolvidas, paralelamente, duas análises perceptuais para compreensão da experiência paisagística dos habitantes de Curitiba, as quais, para fins de organização metodológica, foram denominadas de:

- a) semântica – objetiva identificar e analisar os valores morais associados às paisagens apropriadas e a percepção sobre a oficial. Tem o texto como meio de comunicação com a população (ver modelo de questionário aplicado no Apêndice A), para que as imagens sejam buscadas na memória do habitante e qualificadas verbalmente conforme o significado transmitido para o portador da recordação, sem que este seja, de antemão, influenciado por cenas selecionadas ou pela estética das fotografias;
- b) imagética – visa valorar as paisagens a partir da qualidade visual que estas comunicam ao observador (ver modelo de questionário aplicado no Apêndice B). Tem as imagens paisagísticas preferidas pela população (oficiais e apropriadas) como interface com os cidadãos, para que os mesmos lhes atribuam pontuações relativas à apreciação estética (paisagem produto).

O foco das análises perceptuais foi o fornecimento de subsídios para a interpretação comparativa entre a influência dos aspectos morais (paisagem significado) e estéticos (paisagem produto) na eleição ou omissão das paisagens oficiais e na sustentação identitária das mesmas. Seus resultados compõem a segunda parte da subseção 4.2 – Identificação da representação social dos atores pelas paisagens (referente ao segundo objetivo específico da tese) – da seção 4 – Discussão dos resultados.

As análises perceptuais abrangem quatro gerações (adolescentes, jovens, adultos e idosos) que compartilham a experiência da transição entre a paisagem moderna e a contemporânea de Curitiba. As crianças não foram contempladas pela necessidade de um nível mínimo de maturidade intelectual e moral para desenvolvimento das atividades analíticas, inclusive aquelas relacionadas à interpretação simbólica da paisagem.

Como citado, tanto a análise perceptual semântica quanto a imagética realizam-se a partir da aplicação de questionários (ver modelos nos Apêndices A e B), cujos respondentes são moradores de Curitiba, compreendendo um total de 1,9 milhões de habitantes (IBGE, 2017), do qual foram subtraídos os menores de 12 anos (crianças), com o universo amostral definido em 1,5 milhões de pessoas. Aplicando-se parâmetros de cálculo amostral para a população infinita (GIL, 2008), foi definida uma amostra mínima para a representatividade da situação estudada, conforme a seguinte fórmula:

$$n = (\delta^2 \times p \times q) / (e^2)$$

Onde:

- n = população amostral
- δ = nível de confiança escolhido (95,5%)
- p = porcentagem provável de verificação do fenômeno (50%)
- q = porcentagem complementar (100 - p = 50%)
- e = índice de erro amostral

Para a análise perceptual semântica, a amostra foi 398 respondentes, com 5% de erro amostral (e). Na análise perceptual imagética, foi de 223 entrevistados, com 7%⁴ de erro amostral (e).

De acordo com os objetivos da pesquisa e para efetiva representação da diversidade da população da cidade, a aplicação dos questionários obedeceu dois critérios básicos:

- a) faixa etária – considerando a relevância da relação entre a construção identitária e as experiências compartilhadas por habitantes da mesma geração, as análises buscaram retratar a mesma proporção de adolescentes (12 a 18 anos), jovens (19 a 29 anos), adultos (30 a 59 anos) e idosos (60 anos ou mais) existentes em Curitiba (9,3%, 20,2%, 42,2%, e 11,3%, respectivamente); as crianças (até 12 anos, em conformidade com o Estatuto da Criança e do Adolescente, instituído pela Lei Federal N° 8.069, de 13 de julho de 1990.– BRASIL, 1990), não incluídas na amostra, correspondem a 17,0%). A divisão do agrupamento das classes foi definida a partir das adotadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), subdividindo os adultos em jovens, conforme o Estatuto da Juventude (Lei Federal N° 12.852, de 05 de agosto de 2013 – BRASIL, 2013) e considerando o grupo de mais idade aquele previsto no Estatuto do Idoso (Lei Federal N° 10.741, de 01 de outubro de 2003 – BRASIL, 2003);
- b) regional – incluindo diferentes experiências cotidianas da paisagem urbana, atribuídas a fatores de localização e renda⁵, foi respeitada a proporção de distribuição da população por região administrativa da cidade, de acordo com a divisão e dados populacionais adotados por IPPUC (2015b).

⁴ A redução na amostra da análise imagética aconteceu ao longo da análise de resultados parciais, quando se revelaram muito homogêneos. A necessidade de recorte de 18 imagens entre mais de 100 que compõem a galeria oficial e a paisagem significado, também foi limitante para a avaliação. Essas restrições voltaram a ser abordadas ao longo da pesquisa e na conclusão da tese.

⁵ Considerou-se relevante a possibilidade de associação entre as preferências paisagísticas e a renda dos entrevistados, pois, além de fator influente na percepção, pode constituir importante informação de análise da espacialização de investimentos na paisagem.

O questionário da análise semântica (ver modelo no Apêndice A) foi aplicado de forma presencial, com os respondentes abordados *in loco*⁶, respeitando-se os critérios estabelecidos pela Tabela 1 e as diretrizes definidas para a interpretação da percepção de paisagens.

Tabela 1: Estratificação da amostra da análise perceptual semântica

Regionais	Adolescentes questionados	Jovens questionados	Adultos questionados	Idosos questionados	Total de questionários por Regional	Total da população por Regional
Bairro Novo	5	8	16	3	32	117.541
Boa Vista	6	13	29	8	56	212.072
Cajuru	7	11	24	6	49	180.145
CIC	6	10	19	3	38	139.571
Matriz	4	13	24	10	51	187.413
Pinheirinho	6	9	18	3	37	135.814
Santa Felicidade	4	8	19	5	36	132.084
Boqueirão	6	10	23	6	45	165.260
Portão	6	13	29	7	56	210.877
Totais	50	96	200	52	398	1.480.777 ⁷

Fonte: Elaborado com base em IBGE (2010) e IPPUC (2015b).

Notas: CIC = Cidade Industrial de Curitiba

Não inclusa a recém-criada Regional Tatuquara (inserida na Pinheirinho)

O questionário da análise imagética (ver modelo no Apêndice B) foi aplicado na forma digital e presencial, com os respondentes abordados *in loco e via* e-mail, de maneira aleatória, respeitando-se os critérios estabelecidos pela Tabela 2.

⁶ Em todas as Regionais Administrativas foi eleito como local de aplicação dos questionários as Ruas da Cidadania e seus respectivos Terminais de ônibus associados. Tais núcleos são centrais às regionais e acessíveis aos moradores locais. A pesquisa aconteceu aos finais de semana, considerando que o público que se desloca neste período tem o hábito de passear na cidade, logo, vivem a paisagem urbana.

⁷ Conforme censo populacional de 2010 (IBGE, 2010), mas a população amostral é a mesma (398 respondentes) para o universo de 1,9 milhões de habitantes estimados para 2017 ou 1,5 milhões, subtraindo-se os menores de 12 anos (IBGE, 2017; IPARDES, 2016).

Tabela 2: Estratificação da amostra da análise perceptual imagética

Regionais	Adolescentes questionados	Jovens questionados	Adultos questionados	Idosos questionados	Total de questionários por Regional	Total da população por Regional
Bairro Novo	3	5	9	1	18	117.541
Boa Vista	3	7	16	5	32	212.072
Cajuru	4	6	14	4	27	180.145
CIC	3	5	10	2	21	139.571
Matriz	2	7	13	6	28	187.413
Pinheirinho	3	5	10	2	20	135.814
Santa Felicidade	2	4	10	3	20	132.084
Boqueirão	3	6	13	3	25	165.260
Portão	4	7	16	4	32	210.877
Totais	28	53	111	29	223	1.480.777

Fonte: Elaborado com base em IBGE (2010) e IPPUC (2015b).

Notas: CIC = Cidade Industrial de Curitiba
Não inclusa a recém-criada Regional Tatuquara (inserida na Pinheirinho)

2.2.2.1 | Análise perceptual semântica: paisagem significado

Para esta análise, foi proposto um filtro moral às imagens oficiais, verificando o significado que as mesmas representam para os cidadãos e identificando outras eventuais que importam à população e estão sendo esquecidas pelo poder público. A comparação entre a paisagem oficial e a apropriada tem um papel transversal na análise, considerando que, no processo de construção de identidade, também importa a escolha do que se quer esquecer (MONASTIRSKI, 2009; NIETZSCHE, 2008[1908]).

Esta etapa foi materializada em questionários (ver modelo no Apêndice A) direcionados às pessoas que têm a experiência cotidiana da cidade, conforme os critérios antes apresentados. Trata-se de uma investigação semântica que procura identificar a simbologia das cenas urbanas lembradas pelos habitantes e com as quais se sentem identificados, como sujeitos (paisagem apropriada / significado),

como cidadãos (imagem urbana – percepção da paisagem oficial) e como consumidores (paisagem produto). Para tanto, os questionados resgataram da memória a paisagem pela qual se sentiam melhor representados. Para avaliação da percepção sobre a oficial, os participantes escolheram uma vista para representar Curitiba mediante o público externo – na figura de um cartão postal⁸. Os respondentes explicaram a predileção pelas paisagens escolhidas e associaram a justificativa a uma palavra-chave.

Além do rol de paisagens de significado da cidade, que permitiu a comparação com a oficial, verificando coincidências e omissões, a pesquisa perceptual semântica propiciou a aferição dos valores morais outorgados às imagens de apropriação, às divulgadas e às consumidas, permitindo o posterior mapeamento dos espaços cognitivos, morais e estéticos da cidade (ver item 2.2.3 – Análises perceptuais).

A relação das palavras-chaves escolhidas pelos respondentes com os aspectos de moralidade foi estabelecida a partir do método de análise de conteúdo. As respostas dos entrevistados foram categorizadas em grupos semânticos de maneira não aporística⁹. Os agrupamentos aconteceram por frequência – repetição de conteúdos comuns aos respondentes – e por relevância – quando não foram frequentes mais demonstraram significância frente a valores paisagísticos previamente ressaltados pela fundamentação teórica (CAMPOS, 2004). O processo de categorização pode ser consultado no Apêndice C – Análise de conteúdo das investigações semânticas.

⁸ O questionário (ver modelo no Apêndice A) também incluiu uma pergunta sobre a paisagem representativa da história da cidade, cujos resultados não foram considerados na pesquisa. Ao longo do desenvolvimento da tese, optou-se pelas cenas históricas incluídas na paisagem oficial (patrimônio cultural) e a percepção histórica da população foi incorporada a semântica da paisagem significado.

⁹ O pesquisador de antemão já possui, segundo experiência prévia e referencial teórico, categorias pré-definidas.

2.2.2.2 Análise perceptual imagética: paisagem produto

Nesta etapa da pesquisa, buscou-se investigar a influência da dimensão estética na seleção e produção da paisagem oficial e no processo de apropriação paisagística. Considerando a dificuldade de objetivação sobre o belo, Hardt e Hardt (2010) sugerem a aplicação de procedimentos fundamentados no juízo de valores, denominados como “métodos diretos”¹⁰, nos quais, por meio de observação presencial ou de representação por imagens, os observadores podem valorar a cena contemplada.

Na análise perceptual imagética, os respondentes julgaram esteticamente as preferências de paisagens (divulgadas e apropriadas) apontadas pela análise perceptual semântica. Na galeria oficial, foram selecionadas as imagens repetidas como mídia em pelo menos três instituições, entre as quatro consideradas (IPPUC, IMTC, PMC e SEEC). Da percepção da paisagem significado, foram recortadas as cenas que tiveram mais de 1% de representatividade na memória dos respondentes da análise perceptual semântica. Estes critérios resultaram em dezoito imagens submetidas, por meio de questionários, à avaliação por método direto (ver modelo no Apêndice B).

As imagens utilizadas no questionário tiveram como fontes, as mídias oficiais da PMC. Os participantes da amostra selecionaram entre o conjunto de fotos aquela que lhes despertou a preferência estética e atribuíram uma nota à beleza percebida. Em seguida associavam uma palavra-chave à percepção do belo na imagem – que também foi submetida a análise de conteúdo (ver Apêndice C).

¹⁰ Hardt (2004, p.606) cita que:

os métodos diretos partem da contemplação da paisagem como um todo, por usuários ou por especialistas, no local ou por meio de substitutos (e.g.: fotografias, diapositivos, filmes, gravuras etc.), com valoração da paisagem em sua totalidade, independentemente da definição dos componentes indutores dessa interpretação, baseando-se, portanto, no exame “estético” e, conseqüentemente, numa avaliação subjetiva.

A fim de comparar a dimensão imagética – e suas possíveis edições – com o conjunto paisagístico no qual se insere, os respondentes também avaliaram a foto panorâmica que contextualiza a imagem oficial. Os panoramas foram fotografados pela autora, procurando manter ao centro da cena o enquadramento do recorte oficial e as mesmas condições de iluminação (diurna ou noturna).

Os resultados obtidos permitiram a comparação entre o belo retido na memória, a atratividade da beleza retida na imagem enquadrada e no seu real contexto. Possibilitaram ponderações sobre o poder da mídia paisagística como discurso territorial e produto mercantil. A análise de conteúdo das palavras-chaves vinculadas a experiência estética também proporcionou a diferenciação do belo como valor moral ou episódio de consumo.

No decorrer das avaliações, as comparações possíveis e a semântica associada ao belo se tornaram mais relevantes à pesquisa do que a própria valoração estética que motivou esta etapa metodológica.

2.2.3

Análise espacial: onde

Como representações e mídias espaciais, as paisagens são endereçadas a lugares ou regiões específicas do território. A partir da espacialização das paisagens oficial (espaço cognitivo), significado (espaço moral) e produto (espaço estético), foram analisadas as relações de proximidade e distanciamento no processo de significação e comparou coincidências e contrastes entre as três categorias de espaço. Para tanto, o rol de paisagens resultantes do inventário documental e das análises perceptuais foi georeferenciado com apoio da base cartográfica de arruamentos da cidade (IPPUC, 2015a). Os mapeamentos representaram os pontos paisagísticos memorados, sintetizando a semântica predominante atribuída a cada regional e demonstrando a relação entre local de moradia e endereço de significação (ou seja, a regional de habitat e aquela da paisagem escolhida pela população amostral).

Pertinentes ao terceiro objetivo específico da tese, os resultados desta análise compõem a subseção 4.3 – Interpretação dos espaços sociais – da seção 4 – Discussão dos resultados. São complementares às compreensões do espaço, as

análises de temporalidade, com definição dos lugares onde as memórias de diferentes gerações coexistem e dos recortes temporais esquecidos.

2.2.4 **Análise temporal: quando**

A sustentação pressupõe continuidade, permanência, não necessariamente em estado inalterado, mas em condições de proporcionar aporte para as gerações futuras (BOFF, 2012). Portanto, nesta etapa foram analisadas as paisagens que têm mantido significado para habitantes, de adolescentes a idosos, coexistentes na cidade, verificando a existência de características comuns entre elas que justifiquem suas continuidades, ainda que ressignificadas.

As permanências da paisagem foram identificadas e a avaliação das preferências de cada faixa-etária resultou em agrupamentos de gerações que compartilham as mesmas apropriações paisagísticas, relacionando-se com o período vivido na cidade e as transformações urbanísticas.

Os resultados desta etapa, relacionados ao quarto objetivo específico da tese, são expostos na subseção 4.4 – Análise da referência temporal das permanências de identidade – da seção 4 – Discussão dos resultados. As manutenções identificadas na avaliação temporal serviram de subsídios à interpretação da paisagem sustentada.

2.2.5 **Análise de sustentação paisagística: como**

As paisagens oficial, significado e produto são representativas da identidade social da população pesquisada, uma vez que são resultantes da interação entre preferências sociais, econômicas e políticas. Entretanto, não necessariamente essas imagens ou suas ausências possuem potencial para situar a sociedade nas particularidades do seu espaço e tempo, ou seja, podem estar contextualizando seus habitantes em cenas extemporâneas ou alegóricas e, nesse caso, as relações de identidade não perduram, sendo vítimas de rupturas sucessivas (BOTTON, 2006; HALL, 2006[1992]).

Nesta etapa, baseada em método sintético-analítico, foram identificadas, entre as diferentes paisagens, as permanências (materiais e imateriais) que fundam identidade social. As imagens que demonstraram apropriação continuada entre gerações foram submetidas à análise relacional entre propriedades políticas, sociais e estéticas.

Nesse âmbito, foram analisados os componentes coincidentes na permanência de significados e a respectiva intensidade de atuação na sustentação paisagem. Também foram interpretados os modos como são influenciados pela dinâmica do mercado e da gestão da imagem urbana. A síntese dos condicionantes às permanências paisagísticas, condizentes com o quinto objetivo específico e com o geral da tese, conformaram a subseção 4.5 – Síntese de sustentação identitária das paisagens – da seção 4 – Discussão dos resultados.

A seção a seguir apresenta a fundamentação teórica para discussão dos resultados obtidos a partir da aplicação dos procedimentos metodológicos anteriormente explicitados.

3

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Ao longo da estruturação teórica, pretende-se fundamentar o papel ativo da paisagem na construção identitária da sociedade, especialmente no recorte temporal que abrange a transição entre a Modernidade e a Pós-Modernidade, período de múltiplas ambivalências que desestabilizam a busca subjetiva por unidade e coerência em si (BAUMAN; MAY, 2010). Neste contexto, o referencial teórico foi estruturado a partir das perguntas chaves que norteiam a essência existencial, sublinhando-se as principais forças da formação de identidade no ambiente contemporâneo (estado, sociedade e mercado):

- a) **o quê?** – entendimento da paisagem nas transformações culturais entre Modernidade e Contemporaneidade;
- b) **quem?** – reflexão sobre a paisagem como representação do poder político (paisagem oficial), da sociedade (paisagem apropriada / significado) e do mercado (paisagem produto);
- c) **onde?** – compreensão da paisagem como expressão e dimensão imagética do território (espaço cognitivo), do lugar (espaço moral) e da imaginação (espaço estético);
- d) **quando?** – percepção da paisagem como referência e experiência temporal, abrangendo a orientação do tempo histórico, a duração da memória social e o episódio do prazer estético;
- e) **como?** – atuação da gestão urbana na sustentação das relações identitárias entre habitantes e paisagens habitadas, promovendo a interseção entre a continuidade histórica, a promoção dos valores sociais e a satisfação das atividades de consumo.

3.1

O QUÊ? PAISAGEM COMO TRANSFORMAÇÃO CULTURAL

A maneira como as pessoas absorvem a paisagem é indissociável do contexto de tempo e espaço a que pertencem, uma vez que a experiência perceptiva que envolve a construção de valores paisagísticos é fundamentada em modelos

socioculturais que coexistem em cada período e região (ALVES, 2001). Essa evolução histórica é marcada por diferentes padrões estéticos, por múltiplas formas de representação sociais e por crises que acompanham as transições de valores morais no percurso entre um mundo rural e uma sociedade globalizada.

Simultaneamente às transformações culturais, são alterados os filtros e a hierarquia dos conjuntos de preferências que orientam as escolhas contemporâneas – seja por correção, excelência ou pelo efeito do belo. São afetadas, por consequência, a consciência, a construção e a relação social com a paisagem, partindo-se da conexão orgânica e ideais estéticos à indiferença locativa e cenas de consumo.

3.1.1 Consciência

Antes da discussão sobre conceitos relacionados à paisagem, cabe ressaltar que, mesmo os registros históricos do tema se concentrando na Europa, a consciência paisagística já havia sido atribuída a China no século IV, quando se aplicava o vocábulo para a designação de cenas da natureza e projetos de jardim. Por sua vez, a noção europeia de paisagem antecede a origem oficializada em dicionários da própria palavra e se manifesta, inicialmente, de forma textual, em especial na literatura da Antiguidade, tanto na Grécia, em descrições de arquétipos idealizados de jardins, quanto em Roma, na poesia e nos afrescos (BERQUE, 1989).

Entretanto, a noção da morfologia e a experiência empírica não configuram a consciência sobre o tema. Sobre essa condição, Berque (1994) comenta que nem toda a sociedade seria paisagística (*paysagère*), ou seja, consciente sobre a paisagem, pois, para o autor, não há compreensão da paisagem sem que exista um termo consagrado que a designe.

A partir desse critério, o nascimento etimológico da paisagem ocidental está associado timidamente ao período medieval e claramente à Modernidade, mais especificamente ao Renascimento. Esse período marca o amplo surgimento oficializado da palavra, com difusão de definições registradas em dicionários, que reúnem a ambiguidade de expressar, ao mesmo tempo, o objeto – sítio – e sua representação – quadro da natureza (BERQUE, 1989). Com esses entendimentos, a palavra passou a ser aplicada à designação de vistas naturais e jardins – objetos – e

de pinturas pitorescas ou literatura inspirada na poesia greco-romana – representações. A dimensão representativa surgiu associada à arte renascentista, no exercício de apreciação das belezas da natureza (DAGHIGHIAN, 2002).

Torna-se relevante destacar, já na origem do vocábulo, a simbiose entre a coisa percebida e sua imagem ou descrição. Este binômio não deve ser interpretado de forma polar, ou seja, a situação de ente físico não exclui a de noção interpretada e vice-versa. Trata-se de uma interação de essência cultural entre objeto e observador, ambiente e sociedade (MENESES, 2002). Nessa dualidade, pode-se enxergar a intenção conectiva da ideia primária de paisagem, não apenas entre objeto e representação, mas também entre tempo e espaço, conforme expressa a etimologia da palavra em diferentes línguas.

Atribui-se a origem do vocábulo a diversas línguas germânicas, como a holandesa, pelo termo *landschap* (forma da terra), e a alemã, pela terminologia *landschaft*, provavelmente derivada da expressão *land shaffen*, ou seja, criar a terra. Holzer (1999) traduz a ideia do termo como uma vinculação entre a morfologia do terreno e seus habitantes. No inglês, o significado se manteve semelhante, com *landscape*, assumindo a ideia de formatar (*scape*) a terra (*land*).

Na versão de origem latina, na língua francesa – *paysage* – é sublinhada a união do significado de território (*pays*) – possivelmente derivado do vocábulo original *pagus* (país) – e período de tempo (*age*). Cosgrove (2006) destaca, nesta noção, a combinação de conceitos sociais, remetendo à relação de uma coletividade com o lugar, que ultrapassa a delimitação de fronteiras e agrega o entendimento da qualidade do espaço habitado.

Mesmo em civilizações que antecederam a consciência de paisagem, as relações com o meio e entorno, representadas pela escolha e localização dos elementos construídos obedeciam a princípios filosóficos, morais e religiosos. Elegendo elementos de forte simbolismo, buscava-se tornar visíveis aspectos da espiritualidade e do sentido da vida humana (LEITE, 2006[1994]).

Assim, nas ideias incipientes de paisagem já estava intrínseca a percepção de que onde a humanidade atua, surgem conexões orgânicas com a terra, que expressam a sociedade que ela abriga (COSGROVE, 2006). Tais conectividades têm expressão estética e são absorvidas de forma sensorial, mais intensamente pelo olhar. A paisagem, como representação, é uma forma de ver o

mundo. Na dimensão plástica, estão implícitos padrões sociais, entendendo que o julgamento de beleza parte de modelos culturais que orientam a mobilização dos sentidos, a aprendizagem de códigos de seleção e a apreciação de valores. Ao mesmo tempo, o ato de ver não se dissocia da historicidade de experiências acumuladas (MENESES, 2002; SALGUEIRO, 2001). Logo, trata-se de um entendimento que não se descola de uma construção social e sua qualificação é mutável, na mesma frequência da transformação da sociedade.

Nesse contexto, o caráter construtivo da paisagem implica na sua propriedade evolutiva. Sgard (2011)¹¹ desenvolve esta ideia como a inter-relação entre habitante e espaço habitado, com construção coletiva de dimensões materiais – objetos e práticas – e imateriais – valores estéticos, morais e simbólicos. Entretanto, a consolidação desse entendimento foi, durante muito tempo, limitada pela confusão entre paisagem e ambiente natural. Essa estrutura de pensamento foi fragilizada com o advento da industrialização e com o avanço da urbanização, que diluíram a natureza na cena da cidade, colocando em risco os panoramas tradicionais (SGARD, 2011; YAZIGI, 2002).

Sgard (2011) explica essa crise por meio da tensão que se instalou na relação entre homem e natureza, que, até aquele momento, tinha bases locativas e contemplativas sustentadas em harmonia, paulatinamente perdidas na inclusão econômica dos recursos naturais. A instabilidade provocada por essa mudança de abordagem gerou estranhamento no processo cognitivo dos espaços em transformação. Segundo a mesma autora, a transição pedia a compreensão de que os novos elementos da urbe – usinas, indústrias, automóveis etc. – também são construções paisagísticas e fundam o conceito de paisagem urbana.

¹¹ A geógrafa Anne Sgard é representante da Escola Construtivista, estruturada nos pensamentos do filósofo, orientalista e geógrafo Augustin Berque (1942-) e do escritor e filósofo Alain Roger (1936-), dentre outros idealizadores do assunto, como o epistemólogo e pedagogo Jean William Fritz Piaget (1896-1980). Em essência, essa linha de conhecimento explora a paisagem como resultado da percepção individual e da representação social, diferenciando-se da visão materialista-naturalista, que trabalha a dualidade entre ambiente natural e meio antropizado (SGARD, 2011).

Nessa nova configuração, Relph (1990) a define como contextos visuais da existência cotidiana, não de maneira diferente da ideia que a Geografia desenvolvia até o momento, acentuando que as paisagens citadinas narram o contexto histórico-cultural das pessoas que lhes dão forma.

No entanto, quando a criação de padrões globais para a arquitetura mundial passou a simbolizar a suposta ordem da modernidade, deixou-se de particularizar a sociedade por meio da sua paisagem, que começou a reproduzir séries repetitivas de redes de prestação de serviços, entre outras edificações padronizadas (YÀZIGI, 2002). As cenas urbanas não apenas passaram a representar espaços predominantemente voltados à troca de capital, disputando a atratividade do transeunte, mas também foram transformados em mercadoria, em especial turística, viabilizando o que Cosgrove (2006) e Relph (1990) categorizam como “paisagens de consumo”.

O contexto contemporâneo intensifica o desejo de consumir os produtos paisagísticos. As experiências urbanas vendem prazer estético e, tratando-se de um mercado voltado a rotatividade e flexibilidade a todos os gostos, demandam-se novidades e diversidades de produtos (incluindo paisagens) a cada instante (BAUMAN, 1997). Se comparada ao consumo da moda na descrição de Bauman e May (2010), poder-se-ia dizer que se busca o máximo impacto, condenado à obsolescência instantânea.

Nessa conjuntura, a demora na contemplação da paisagem se torna quase improvável, pondo em risco as conexões singulares que deram origem à palavra, como visão de conjunto espacial (nação) associada à temporalidade gerando conflitos de cognição. De forma crítica, o esvaziamento simbólico das imagens paisagísticas acentua a impessoalidade da vivência pós-moderna e sabota os subsídios identitários do sujeito, desencadeando crises existenciais.

3.1.2 Crises

Acentuando o contexto de rupturas, cabe lembrar que a consciência de paisagem nasceu simultaneamente com o paradigma moderno clássico, em um momento de intensos avanços científicos, que permitiram, entre outras coisas, a dominação da natureza ou a modelagem de elementos naturais (BERQUE, 1994). Por outro lado, entre as novas descobertas, o homem se conscientizou de que não é o centro do processo evolutivo. Quando o heliocentrismo¹² foi revelado, a certeza da posição do ser humano no espaço se dissolveu. O Giro Copérnico¹³ expôs a vulnerabilidade da humanidade frente à imensidão e às incertezas cosmológicas, promovendo um processo diário de aprendizagem que tem como questão central: “quem somos quando estamos no mundo?” (SLOTERDIJK, 2003, p.36).

Não foi simplesmente desencadeada uma busca pela localização absoluta, mas principalmente um redimensionamento da existência, instalando angústias que buscaram abrigo em “bolhas de imunidade”, que Sloterdijk (2003) também denomina de “microesferas”. A analogia com as leituras deste autor é construída nas metáforas utilizadas pelo autor para caracterização do sistema de proteção (ou climatização) do homem frente ao mundo externo (bolha psicossocial ampliada), aplicando-as ao comportamento social diante da modernização da paisagem. Nesse contexto, as reações imunológicas foram frequentes ao longo da sua evolução e se manifestaram com mais intensidade, até então, nos períodos de transformação acelerada.

¹² O heliocentrismo é o modelo de universo, atribuído a Nicolau Copérnico no século XVI, que pretere a Terra da posição central (geocentrismo), para situar o Sol no seu lugar. (DAMÁSIO, 2011).

¹³ Sloterdijk (2003) usa a expressão “Giro Copérnico” para sublinhar a perda de referencial do homem moderno quando se descobre deslocado do centro do mundo e diluído em uma escala universal, a qual ele desconhece a completude e onde procura um reposicionamento.

No contexto paisagístico, o exercício de imunidade praticado por essas bolhas é, sobretudo, uma busca da escala humana, com quatro marcos de impacto na experiência urbana até o momento (YÁZIGI, 2002):

- a) a negação da racionalidade desenvolvida no Renascimento e a busca do aconchego pictórico na paisagem sublime;
- b) o desconforto frente à frieza da industrialização e o resgate de estilos arquitetônicos que antecederam esse processo, configurando a paisagem extemporânea;
- c) a homogeneização da escala global promovendo cenários (*mises en scène*) onde o sujeito se contempla ludicamente na paisagem alegórica;
- d) o sincretismo formal procurando atender o desejo de consumo pelo prazer estético inédito e a reflexão moral sobre sustentabilidade.

Os marcos supracitados são a seguir contextualizados, de maneira análoga as microesferas de Sloterdijk (2003), e por serem manifestações de imunidade, são referenciados como “bolhas de paisagem”.

3.1.2.1 | Bolhas de paisagens sublimes

Fundamentado em novas filosofias e possibilidades tecnológicas, o modelo cultural renascentista do século XVIII procurou construir espaços esteticamente perfeitos, selecionando os visuais julgados mais belos no ambiente natural. A idealização dos projetos era concretizada em práticas de quantificação cênica. Com a incorporação da precisão, da geometria e da trigonometria, as perspectivas eram projetadas matematicamente, freando impulsos da percepção afetiva (COSGROVE, 2006).

Pode-se associar o ideal estético do Renascimento às observações de belo de Kant (2015[1764]), visando sensações intensas de prazer. Desenvolve-se esse juízo pelo fenômeno da aparência, não necessariamente pelo sentimento de beleza.

Na dimensão representativa, as paisagens expressas nas pinturas renascentistas ditam os códigos para apreciação da natureza e para a leitura do belo, assim se inicia o processo de experiência paisagística como fruição estética. A

inspiração para a perfeição era espelhada nos valores artísticos, sendo materializada em jardins barrocos, onde as possibilidades de visuais eram cuidadosamente selecionadas para proporcionar uma experiência de regularidade, simetria e domínio da natureza (LEITE, 2006[1994]; SALGUEIRO, 2001; SITTE, 1992 [1889]).

A racionalização exacerbada do Renascimento provocou, inicialmente, o desenvolvimento do Barroco, com certa flexibilização dos mesmos princípios compositivos (HARDT; HARDT, 2007), e, mais tarde, a reação do Movimento Romântico, com base na Escola Pictórica, tendo como princípio o despertar de emoções a partir de paisagens. Em oposição à geometrização do jardim barroco, a estética do Romantismo é naturalista, defendeu a sinuosidade, as curvas, as texturas, a surpresa e a reprodução do ambiente natural no meio urbano (LEITE, 2006[1994]; SITTE, 1992 [1889]).

Esse contexto foi endereçado principalmente para a Inglaterra, mas teve expressão na França e outros países europeus, e, mais tardiamente, na América do Norte. De certa forma, as características do sublime, associadas ao pitoresco, são periodicamente resgatadas como resistência à pressão de transformações radicais ou aceleradas na paisagem urbana.

O termo “pitoresco” remete ao rústico, selvagem e irregular, dentre outros valores que fundaram a estética do Romantismo. O conceito foi originado na pintura italiana, fazendo referência a impressões subjetivas desencadeadas pela contemplação de pinturas de cenas paisagísticas. Passou, então, a ser adotado na Inglaterra (século XVIII), como qualidade formal de singularidade, associada ao sublime (grandiosidade divina). Cosgrove (2006) explica essa ideia como uma fusão entre estética e moral, rompida na modernidade (separação entre ciência, arte e moralidade).

Quando Kant (2015[1764]) associou virtudes a atributos estéticos, distinguiu o belo do sublime. O primeiro foi relacionado à honra, sendo suscetível à exterioridade das formas, o segundo foi vinculado à dignidade e à liberdade, sendo indiferente à padrões pré-estabelecidos e desconectado dos resultados formais. Enquanto o belo do Barroco buscava estimular, o sublime do Romântico pretendeu comover, na manifestação do amorfo e da espontaneidade.

Até então, a beleza natural ou a representação da mesma por meio da paisagem era remetida à moralidade, entendendo a natureza como possibilidade de atualização dos poderes do espírito. No momento em que esse panorama passa a ser substituído pelos elementos da antropização mais intensa, iniciada no século XIX, surge a necessidade de imunização à paisagem urbana moderna. Além de inserir o sujeito em um contexto de impessoalidade, esta também substituiu grande parte dos ambientes urbanos de memória, rompendo a continuidade histórica corporificada na cidade e promovendo sentimentos de nostalgia e reações de resgate a estilos arquitetônicos do passado, borbulhando nova crise.

3.1.2.2 | Bolhas de paisagens extemporâneas

Estas bolhas também foram infladas inicialmente na Inglaterra, em função da conjuntura mais efervescente da industrialização. Até então, a noção de paisagem estava associada ao campo natural. Com a concentração demográfica incitada pela Revolução Industrial, a língua inglesa criou o termo *townscape*, traduzido como “vista urbana” (ALVES, 2012). Assim, os novos panoramas urbanísticos se afastaram da natureza, incorporando a proliferação de chaminés, contornadas por habitações em série e cortiços, registrando condições sociais de insalubridade.

A exaltação do mundo material e a desilusão com o humanismo despertaram um apelo espiritualizado, motivando o revivalismo do Gótico, contra a arquitetura clássica e a incipiente estética do ferro e vidro. Essas manifestações saudosistas, também denominadas de românticas ou medievais, foram lideradas por Augustus Welby Pugin¹⁴ e John Ruskin¹⁵, cujos pensamentos foram estruturantes para as bases teóricas do Movimento Arts and Crafts (Arte e Ofícios), que defendia o artesanato em oposição à mecanização e produção em grande escala (RELPH, 1990).

¹⁴ O arquiteto Augustus Welby Pugin (1812-1852) é conhecido por resgatar o gótico medieval inglês, propondo sua transformação por meio da abstração de volumes (LIMA, 2008).

¹⁵ O escritor e crítico de arte John Ruskin (1819-1900) foi um dos principais teóricos do século XIX a defender a preservação do patrimônio edificado frente às profundas transformações que a Inglaterra passava neste período (RUSKIN, 2013[1849]).

Da mesma forma, Sitte (1992 [1889]), criticou as soluções matemáticas e geometrizadas para a absorção das habitações em série no planejamento da urbe industrial, sublinhando o resgate da organicidade e da espontaneidade da cidade medieval. Esse pensamento produziu rebatimentos em algumas cidades-jardins implementadas à época, mas não se consolidaram com o avanço do tempo.

No final do século XIX, foram acentuadas as transformações paisagísticas oportunizadas pelas novas tecnologias, em especial aquelas proporcionadas tanto pelo aço, permitindo a verticalização dos edifícios, quanto pela energia elétrica, viabilizando o elevador, o transporte por bonde e os painéis publicitários iluminados. Também o telefone anunciou o contato instantâneo entre grandes distâncias e favoreceu a separação entre endereço residencial e de trabalho¹⁶, incentivando o surgimento de edifícios comerciais, enquanto o automóvel trouxe, gradativamente, a necessidade de conexões viárias e serviços de apoio, além de provocar mudanças em estruturas já existentes, incorporando estacionamentos e motivando centros comerciais (RELPH, 1990). Essa configuração extrapolou a Europa e alcançou, efetivamente, os Estados Unidos.

Entretanto, mesmo com as possibilidades de produção em série favorecidas pela industrialização, a paisagem, até meados do século XX, continuou atrelada aos revivalismos de estilos passados, com caráter neoclássico (RELPH, 1990). Em síntese, a urbanização acelerada incitou diferentes resistências, apoiada em modelos estéticos do passado, dos referenciais tanto naturais quanto arquitetônicos, a retomada desses princípios foi atribuída a um prazer nostálgico (*nostos* – retornar ao lar; *algia* – dor física) (COSGROVE, 2006), pela vontade de refazer laços de pertencimento mediante a perda de referências e da conexão com o lugar. No contexto urbano, buscou-se conforto no revivalismo de estilos passados, temendo e isentando-se do presente.

Essa discussão é sublinhada por Botton (2006), tomando, como exemplo, Londres e a predileção conservadora de seus habitantes por casas de estilo Georgiano. O filósofo destaca a paisagem londrina como um contraste entre o desenvolvimento tecnológico e o pastiche pré-industrial. Uma das explicações para tal ironia foi fundamentada nas teorias de Wilhelm Worringer¹⁷, sublinhando que, na arquitetura, as pessoas se apaixonam por aquilo que lhes faz falta. Botton (2006) lê esse pensamento como uma busca de velhas certezas, por sociedades com rápido desenvolvimento e submersas em distorções morais. Assim, os moradores de Londres seriam saudosos da cidade que antecedeu a industrialização e negam, nas suas moradias, as tecnologias e materiais contemporâneos.

O âmbito regional foi apoiado em ideais pitorescos, que tornaram a buscar refúgio na espontaneidade da natureza. A imagem pictórica carrega a essência que originou a consciência paisagística, sustenta o sonho da harmonia e da conexão orgânica entre lugar e sociedade.

Na transição entre os séculos XIX e XX, a paisagem pitoresca foi amplamente empregada na construção de simbolismos nacionais, frente a um processo de homogeneização cênica, promovendo qualidades do território e dos seus habitantes, por meio da exaltação pictórica de cenas regionais (COSGROVE, 2006; SGARD, 1999).

Os ícones pictóricos de regiões específicas foram publicados como referências singulares de suas nações. Em geral, esses marcos expressaram linguagens e valores conservadores, como negativa à visão de declínio atribuída ao progresso moderno. Até hoje, mesmo nações com recursos escassos, investem na manutenção na expressão social por meio de ícones paisagísticos, como forma de sustentação da identidade (COSGROVE, 2006). Entretanto, não raro a singularidade icônica foi simulada em cenários alegóricos, atrativos ao público interurbano, mas descolados de referências autênticas (materiais ou imateriais), capazes de fomentar conexões entre habitantes e espaço habitado.

¹⁷

O historiador e teórico da arte Wilhelm Worringer (1881-1965), entre outros trabalhos relacionados à história da arte, teorizou a psicologia dos estilos (LISSOVSKY, 2014).

3.1.2.3 | Bolhas de paisagens alegóricas

Estas são bolhas de abrangência global, infladas contra a paisagem modernista. Até então, os ideais estéticos puderam ser codificados e considerados a razão maior da concepção artística. A beleza clássica referenciava ao equilíbrio, à proporção e à ordem. Até aproximadamente 1925, a arte (ou arquitetura e paisagismo) foi considerada como criação de expressões formais e expansão de conhecimento. O belo era expressão de aprovação na presença de algo que provoca empolgação. Em negativa, o movimento moderno, em meados do século XX, considerou a beleza como um sentido emotivo, sem razão cognitiva, logo superficial é dispensável ao significado é função da arte (DANTO, 2015). Da mesma forma, a paisagem moderna rejeitou a ornamentação como objetivo principal, explorando o belo na eficiência e na funcionalidade. “A arquitetura funcional moderna tinha um projeto estético e político de combate à frivolidade superficial e ao ecletismo do final do século XIX” (LEITE, 2006[1994], p.103).

A cidade modernista rejeitou os estilos tradicionais e se construiu em escala monumental. Esse foi um período de mudanças paisagísticas marcantes, representadas, principalmente, pela substituição da rua tradicional pelas vias de tráfego, por volumetria de formas mais racionais e pela repetição em série de edifícios de redes comerciais derivada na homogeneização de paisagens, com diluição de particularidades identitárias (RELPH, 1990; WALL; WATERMAN, 2012).

Novas relações de entorno foram estabelecidas pela supressão da obrigatoriedade de uma fachada principal, pelas áreas livres circundantes aos edifícios, por alturas distanciadoras dos usuários em relação à vida na calçada e, ainda, por espaços reconstruídos ou substituídos, além da implantação de cidades inteiras (LAMAS, 2014[1992]; RELPH, 1990).

A ruptura com a tradição exigia que o moderno fosse buscar seus próprios princípios na razão e suas propostas de boa forma se adequavam melhor sem o entorno previamente instalado, ou seja, em espaços totalmente construídos ou reconstruídos, muitas vezes em substituição a conjuntos históricos (LEITE, 2006[1994]).

Os questionamentos trazidos pela paisagem modernista incentivaram a necessidade de preservação do patrimônio histórico e o resgate de peculiaridades ao espaço público, representadas pelo incremento de texturas de materiais de revestimento, pela presença de mobiliário urbano decorativo, pela inclusão de floreiras como ornamentos nas áreas exclusivamente verdes e, principalmente, pelos esforços para estabelecimento de relações com o contexto regional, embora ainda permaneça a crítica que a rua pós-moderna ainda é mais um cenário de tendências do que de resgate da tradição (RELPH, 1990).

Para Besse (1992), o homem do fim do século XX viveu um cenário (*mise en scène*) e se contemplou ludicamente na paisagem. Embora se tenha defendido o princípio da contextualização, as cenas urbanas foram materializadas mais como palcos de espetáculos e espaços de consumo do que como locais efetivos de memória (RELPH, 1990).

A reação à universalidade do modernismo foi marcada por paisagens alegóricas que buscaram recriar ou inventar contextos locais peculiares, diluídos pelos princípios generalistas prevalentes. Paradoxalmente ao ideal de unidade moderno, as sociedades se mostraram cada vez mais plurais e carentes de singularidade, pressionadas pela tendência de homogeneização global e motivadas pela abundância de ofertas do mercado – em todos os campos da moda – incluindo a estética da paisagem (BAUMAN, 2013). Na transição para a pós-modernidade, os imperativos de beleza se fragmentaram em múltiplas preferências individuais, não havendo mais dualidades entre um novo modelo paisagístico e a sua própria negação. A liberdade de coexistência de cenários múltiplos não motiva reações imunes e as bolhas de paisagem são diluídas.

3.1.3 Liquefação das bolhas de paisagens

Até esse momento, as bolhas de imunidade se manifestavam contra valores e modelos estéticos decodificáveis. Entretanto, quando a hegemonia dos ideais modernistas foi rompida, nada sólido e unitário ocupou o seu lugar. Ao contrário, a paisagem contemporânea se caracteriza por desvinculação a regras ou princípios pré-determinados. A pluralidade assume a hegemonia, depondo preferências de belo (BAUMAN, 2013). Não há mais o que contrapor, a atualidade

aceita a coexistência de diferentes estilos – entre revivalismos, releituras, cenografias e formas híbridas extraordinárias – sem manifestação de estranhamento (MACEDO, 2010).

Em grande parte, a dinâmica da arquitetura da paisagem acompanha a lógica do mercado, logo, da moda. Adequa-se a gostos particulares e vive-se em busca continuada pela novidade que a torna momentaneamente singular, até ser destituída pela próxima tendência (BAUMAN, 2013). Nessa conjuntura, a pluralidade da sociedade pós-moderna é representada por mosaicos paisagísticos, que colam sincretismos formais e temporais, reunindo referências a passados distantes e recentes, com novas experiências compositivas e tecnológicas (MACEDO, 2010). Deseja-se, por meio da paisagem, a experiência estética inédita. O belo passou a não ter padrões, mas precisava ser provocativo. A beleza não está mais ancorada em valores coletivos e pode ser consumida conforme necessidades individuais ou de cada grupo (BAUMAN, 1997; ECO, 2004).

Em contrapartida à emancipação entre estética e ética na paisagem contemporânea, a moral se manifesta no esforço da sustentabilidade. A reflexão sobre o outro surge nas preocupações a respeito do que se conservar e como manter para as experiências futuras de paisagem (MACEDO, 2010).

Nas dimensões quantitativas, muito já se avançou em parâmetros que proporcionem ecossistemas mais equilibrados, com mais permeabilidade do solo, ajustada continuidade dos recursos naturais e adequada qualidade da água e do ar, entre outros aspectos (SGARD, 2011). O âmbito qualitativo tem procurado definir critérios para proteção de patrimônios culturais, inclusive de abrangência mundial. Entretanto, questiona-se a viabilidade de unanimidade mediante sociedades plurais e fragmentadas. As infinitas possibilidades e impactos não mensuráveis entre as escolhas se refletem em questionamentos sobre quais elementos da paisagem sustentar, para quem, como e por quê.

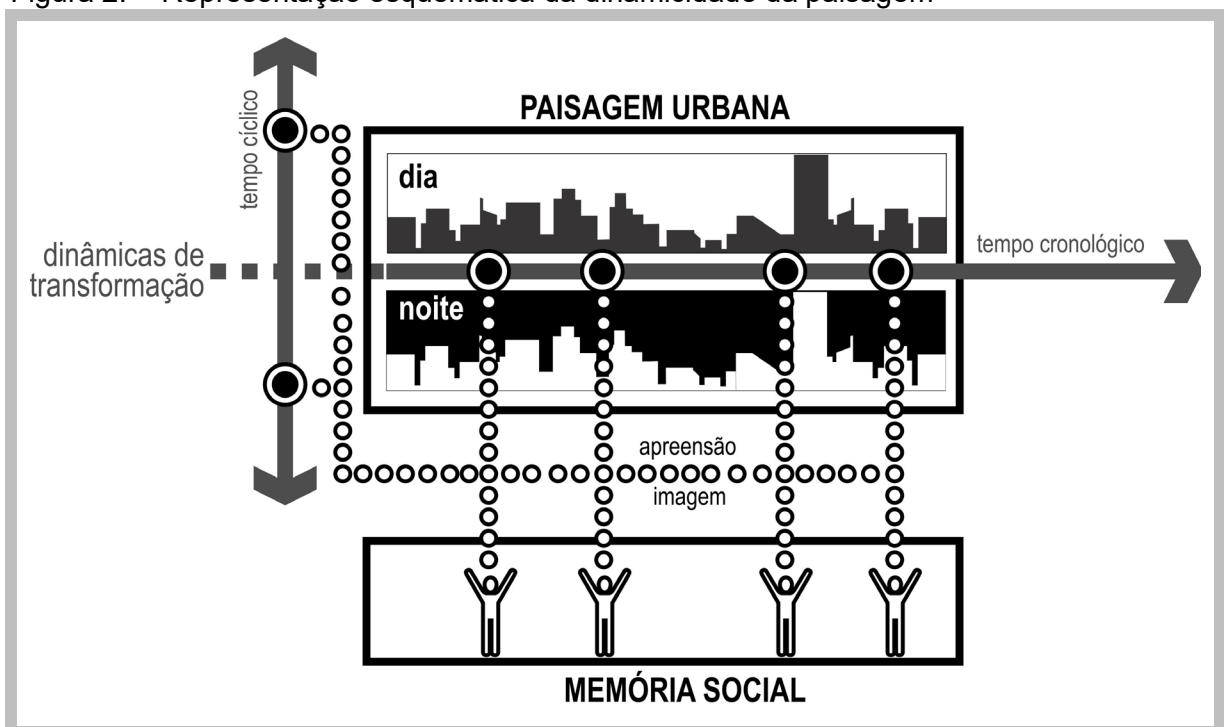
As respostas a essas questões têm sido negociadas entre a população, o estado e o mercado. Interessa saber se o relacionamento entre eles acontece de forma equilibrada ou se existe prejuízo das relações identitárias entre o espaço e seus habitantes em função de estratégias midiáticas utilizadas pelo poder político ou pelo setor econômico.

3.2

QUEM? PAISAGEM COMO REPRESENTAÇÃO SOCIAL

A paisagem, como experiência sensorial, está contida no presente. Ou seja, não seria possível experimentar a mesma paisagem mais de uma vez, porque no instante seguinte em que ela foi apreendida, já se transformou, principalmente na dinâmica urbana (Figura 2). Em um prazo quase instantâneo, a luminosidade se faz diferente, os sons se dissipam e são substituídos, os elementos móveis se deslocam (incluindo o observador) ou desaparecem, enquanto outros surgem, e vários fenômenos são replicados cotidianamente. Na evolução cronológica, elementos construídos são alterados e desgastados, novas tecnologias são exploradas, componentes vegetais nascem e envelhecem, por exemplo. Da mesma forma, o modelo cultural do indivíduo que apreende o espaço sofre transformação, com alteração dos filtros de percepção (FERRARA, 2012; MACEDO, 2010).

Figura 2: Representação esquemática da dinamicidade da paisagem



Fonte: ARAUJO (2013)

Por outro lado, como representação, seja no imaginário ou em imagens de diferentes mídias, a paisagem fixa e perpetua o tempo acumulado de um espaço, resguardando a memória da urbe e das pessoas que nela habitam. Ao atuar na

manifestação da visualidade da cidade, a mídia paisagística atribui à cultura urbana uma dimensão imagética e assume papel ativo na memória e na construção identitária dos cidadãos (FERRARA, 2012).

No mesmo sentido, Mitchell (2002[1990]) propôs uma transição da interpretação da paisagem como um substantivo para sua compreensão como verbo, deixando de ser apenas um objeto a ser visto e lido para atuar como formadora de identidades sociais. O autor eleva a paisagem ao status de mídia dinâmica, que não representa apenas um contexto histórico, mas um conjunto de práticas culturais e econômicas que produzem e retratam a história. Nesse modelo, não interessa apenas o que ela é ou significa, mas como funciona no tríplice papel de meio de transformações, lugar de apropriação e agente de formação identitária.

3.2.1 Construção de identidade

Para Heidegger (2012[1927]), a condição de ser não se define somente com o ato de existir, mas pelas características dessa existência, no mundo e no tempo, assim como pelas possibilidades de projeção da existência pessoal que esse contexto permite (“ser no mundo”). O homem não nasce acabado, sendo inerente ao seu desenvolvimento a definição contínua do seu ser, ou seja, o projeto de si (“ser por si próprio”). Esse decurso não tem início em um vazio, mas parte de um mundo social pré-existente à origem do indivíduo, que lhe fornece, de antemão, um arcabouço de valores e crenças (“ser com os outros”). A consciência da finitude faz com que esse projeto não se interrompa e seja urgente (“ser para morte”).

Esse entendimento acerca do ser entra em sincronia com o conceito de Hall (2006[1992]) sobre o sujeito sociológico, aquele cuja identidade é formada a partir da interação entre o indivíduo e os espaços que habita. Nesse quadro, a construção identitária funciona como uma costura entre o homem e a sociedade, preenchendo o espaço entre o mundo pessoal e a esfera pública. Resulta, portanto, de um processo de internalização dos significados e valores sociais na composição individual, de forma a alinhar os sentimentos subjetivos com a posição objetiva que se ocupa na esfera social.

De forma semelhante, Pollak (1992) refere-se à identidade como uma formação que acontece a partir da relação com o outro, estabelecendo critérios a serem negociados em função dos valores da coletividade. A formação do sujeito é fundamenta na interação entre a esfera particular e a pública. Essa constituição entrelaça experiências próprias com acontecimentos registrados pela história, pessoas próximas a personagens públicas e lugares simbólicos com memoriais coletivos, sintetizando acontecimentos vividos diretamente com o que o autor denomina de experienciados indiretamente. Assim, destacam-se como ações essenciais da construção identitária:

- a) partir da unidade física e do entendimento de pertencimento a um grupo delimitado;
- b) sentir-se inserido na continuidade do tempo, não apenas físico (cronológico), mas também social (vivido), estabelecendo elos entre gerações;
- c) perceber-se dentro de uma coerência, com sensação de unificação pelos diferentes elementos que formam o indivíduo ou a sociedade.

Contudo, no contexto contemporâneo, a unidade física está sendo diluída pela abrangência global dos espaços virtuais. O indivíduo se fragmenta em uma rede de relações impessoais, assumindo diferentes personalidades e condutas para cada grupo. A coerência identitária tem se perdido nas tentativas plurais de pertencimento (BAUMAN; MAY, 2010). Gerando um estado de crise, os três constructos de identidade se encontram abalados na transição da modernidade para a pós-modernidade.

3.2.2

Crise do ser no espaço

A discussão de identidade já pressupõe uma crise, instalada mediante a incerteza sobre algo que se julgava fixo e estável. Na referida transitoriedade, enfrenta-se a adaptação a uma nova experiência temporal, caracterizada pela instantaneidade, inversamente proporcional ao tempo necessário para a sólida construção identitária. As paisagens em situações pressionadas pela fragmentação do indivíduo e da sociedade, seja pela profusão resultante das pluralidades ou pela naturalização de ideais de poder, tendem a responder com cenas híbridas ou

publicitárias. O deslocamento do lugar, provocado pelos processos de globalização e padronização (do tempo, da produção etc.), traz a ameaça de panoramas genéricos e universais, que não evocam as tradições locais. A ruptura da continuidade histórica e memorativa, alavancada pelos numerosos eventos efêmeros que preenchem a instantaneidade do tempo, promovem paisagens provisórias ou pretéritas por se tornarem obsoletas frente à velocidade das alterações sociais. As três situações, isoladas ou concomitantes, representam contextos de riscos à sustentação identitária, por dissolverem os referenciais culturais ou por desviá-los em uma dinâmica que não pode ser acompanhada pelo indivíduo ou pela coletividade. Atribui-se o sentimento de crise que paira na sociedade contemporânea ao rompimento da unidade (individual e social) como elemento essencial a construção de identidade (BAUMAN, 1997; HALL, 2006[1992]; POLLAK, 1992).

Desde o sujeito do Iluminismo¹⁹, que se entendia constante, estável e completo por uma personalidade biológica (própria de nascimento), até o sujeito sociológico, que se percebia unificado pela interação entre o seu interior e o mundo externo, o homem se estabilizava a partir de um centro único, configurado por si mesmo ou pela comunhão entre ele e o espaço habitado (BAUMAN, 1997; HALL, 2006[1992]).

Entretanto, o entorno se transformou em velocidade acelerada e constante. Essa mutação contínua desestabiliza a mediação entre o indivíduo e as paisagens culturais, que passam a ser efêmeras, tornando o processo de identificação também provisório (HALL, 2006[1992]).

Assimila-se, então, que o sujeito pós-moderno assume personalidades temporárias para diferentes momentos e grupos, que se formam e se transformam continuamente, conforme se veem representadas e confrontadas por novos ou diferentes valores e signos (BAUMAN, 1997; HALL, 2006[1992]).

¹⁹

O Iluminismo é caracterizado por um contexto racionalista (século XVIII) que questionou as bases religiosas do mundo feudal e procurava superar a visão ingênua e mística do mundo (BASSALOBRE, 2010).

Por outro lado, Hall (2006[1992]) adverte que a tendência de homogeneização cultural e espacial provoca uma resistência e um reforço da individualidade. Ao mesmo tempo em que as identidades plurais possuem o efeito de traduzir a sociedade inicial em híbridos culturais, têm o potencial de incitar o resgate de unidades e certezas perdidas. Na redenção às tradições, os símbolos são valorizados como meio de perpetuação da experiência entre temporalidades do mesmo espaço.

Nesse processo, destaca-se a função central da paisagem como ente ativo na construção identitária do sujeito, proporcionando legibilidade aos signos sociais (MITCHELL, 2002[1990]). Entretanto, a pós-modernidade se defronta com uma nova magnitude, relacionada a velocidade, alcance e efeitos das ações humanas e, logo, maior responsabilidade nas decisões sobre como gerir a memória envolvida no espaço (o que se manter e como sustentar). O contexto contemporâneo se depara, então, com a multiplicidade e a liberdade de escolhas, pressionada pela aceleração do tempo, que já não é suficiente para a sedimentação moral e para conhecer a si próprio, permitindo saber continuar e escolher, suportando as inseguranças das alternativas (BAUMAN, 1997).

Na angústia de múltiplas opções e incertezas, o sujeito divide com o estado e o mercado – ou delega a eles – a reponsabilidade sobre a sustentação dos significados da paisagem. Nesse quadro, adverte-se sobre a condição paisagística de instrumento de poder cultural e econômico, podendo atuar independente da intenção social. Os cenários nos quais a população se reconhece podem não ser coincidentes com as imagens politicamente divulgadas ou com as economicamente lucrativas (MITCHEL, 2002[1990]).

Conforme a vontade das instituições que fazem uso da mídia, discursos sistemáticos legitimam certas formas de ver e influenciam os processos individuais e coletivos de percepção paisagística. Para Cosgrove (1995), na escala urbana, a paisagem pode ser produzida, comunicada e dirigida por diferentes grupos.

Como os interesses envolvidos na gestão de uma cidade e na rede em que se insere são múltiplos e mutáveis, podem ser associadas mais de uma imagem à mesma região, por vezes até incompatíveis entre si (SARMENTO, 2004; TUAN, 2012[1974]). Podem ser tantos quantos forem os atores envolvidos na construção

paisagística ou, perante a mesma representação, podem se multiplicar conforme os discursos políticos, sociais ou mercantis.

3.2.3 Paisagem oficial: representação política

Historicamente, a paisagem urbana tem se manifestado como representação política na expressão formal de planos ou ideais urbanísticos e, mais recentemente, na transição entre o Século XX e XXI, como mídia do discurso territorial.

Como forma resultante de ordenamento ou proteção territorial, a evolução das cidades externou similaridades morfológicas conforme o período vivido. As divisões lógicas e matemáticas das Cidades Antigas, os arranjos espaciais entre largos igrejas e mercado da Cidade Medieval, as simetrias das convicções Barrocas ou os muros circundantes que perduraram até a Revolução Industrial – motivadora do nascimento do urbanismo moderno, juntamente com as novas e crescentes demandas que trouxe para urbe (LAMAS, 2014[1992]). Assim, o Século XX foi marcado por forte controle do Estado sobre o território, impondo parâmetros urbanísticos, em função da adequação aos novos padrões de produção e adensamento populacional (MACEDO, 2012).

Os planos urbanísticos trouxeram para as cidades os ideais da Carta de Atenas, definindo cidades funcionais, setorizando espaços de trabalho, circulação, lazer e habitação, de forma integrada às áreas verdes. As normas urbanas e os zoneamentos funcionais disciplinadores do espaço proporcionaram um controle bastante estrito dos gabaritos, volumes e espaços livres, gerando núcleos de paisagens isomórficas (MACEDO, 2012).

As reformas que substituíram as paisagens tradicionais também incentivaram a ideia de patrimônio arquitetônico e a delimitação de centros históricos assim como a tentativa da preservação física destes espaços, especialmente a partir de 1970 (RELPH, 2008[1976]).

Não por acaso, foi nesta década – quando se instalou com mais efetividade o movimento reconhecido como globalização – que se consolidaram reflexões sobre a importância e significados da paisagem coletiva, buscando colaborações interdisciplinares para a sua conservação. Na década seguinte,

também não por coincidência, foram intensificadas as discussões sobre sustentabilidade²⁰, tendo início os movimentos de defesa de cenários tradicionais e de promoção de cenas ímpares, que permitissem a identificação dos seus respectivos territórios (SGARD, 2011).

Mais recentemente, em 2009, foi criada pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional a figura da Paisagem Cultural Brasileira (IPHAN)²¹, definida como “uma porção peculiar do território nacional, representativa do processo de interação do homem com o meio natural, à qual a vida e a ciência humana imprimiram marcas ou atribuíram valores” (IPHAN, 2009, p.13). Tal iniciativa está sincronizada com tendências mundiais de valorização de identidades regionais.

Nesse contexto, Sgard (2011) explora a paisagem como uma construção mental que representa um discurso sobre o território, convergindo a multiplicidade de olhares para uma unificação e comunicação ideológica, que diferencia uma cidade entre outras. Esse tipo de exposição funciona como prática de atribuição de significados, fornecendo referências para o entendimento de uma realidade e estabelecendo os limites do que é relevante, do que se inclui ou do que se exclui (SARMENTO, 2004).

As intimidações provocadas pelo senso do global motivaram um movimento de harmonização entre a modernidade e a tradição, traduzido no planejamento urbano e regional pelo discurso de identidade territorial, parte integrante da ideia de desenvolvimento sustentável. Além da dimensão cultural, despertando o sentido de comunidade, esse argumento objetiva sustentar as relações locais na dinâmica cosmopolita, valorizando as potencialidades do lugar no âmbito econômico e ambiental, por meio do fortalecimento das singularidades do sítio (OLIVEIRA; ROCA, 2002).

²⁰ O esteio fundamental da sustentabilidade repousa na manutenção de condições adequadas no presente para que gerações futuras possam usufruir dessas mesmas oportunidades no futuro (CMMAD, 1998). Também cabe destacar suas tradicionais vertentes – ambiental, econômica e social, às quais têm sido agregadas outras, dentre as quais se destaca a cultural, que engloba questões relacionadas a paisagens preservadas em função do seu patrimônio construído (MTUR, 2008; UNESCO, 2011).

²¹ Ainda não existe uma lista consolidada de bens cancelados como “Paisagem Cultural Brasileira”. A área urbana do Rio de Janeiro recebeu a chancela em 2012 (IPHAN, 2016).

Ainda que as cidades contemporâneas sejam organizadas com base em estruturas similares, são moldadas em diferentes formas. Mesmo sendo complexa a matriz de elementos (fixos – objetos – e fluxos – ações) que se inter-relacionam na modelagem do meio urbanizado (SANTOS, 2008[1996]), corporificando seus significados, sabe-se que cada cidade desenvolve uma expressão única, que particulariza a emoção de sua vivência, frente a outras experiências de território (OLIVEIRA; ROCA, 2002). Apesar da tendência de homogeneização de cenários, sobrevivem os aspectos de territorialização paisagística (COSGROVE, 2006). Ao mesmo tempo, a paisagem é o meio de desenvolvimento do processo de identidade territorial e a mídia que representa o ideal almejado. O reconhecimento nacional ou internacional de imagens paisagísticas tende a trazer legitimidade política ao espaço divulgado (FERRARA, 2008).

Entretanto, a ideologia representada tem caráter mutável, conforme a cidade se transforma. De acordo com o rótulo de interesse político, seleciona-se paisagens locais, regionais ou nacionais congruentes com a imagem que se pretende fixar (OLIVEIRA; ROCA, 2002; TUAN, 2012[1974]).

A prática de atribuição de signos à urbe, denominados “cognomes”, reúne as intenções de motivar o orgulho cívico e de promover características de destaque perante a concorrência econômica. Nomear os espaços é uma forma de apropriação; em geral, associa-se a toponímia ao significado, poder e identidade (CORRÊA, 2007). Os nomes desempenham estratégias de representação e comunicação. Uma das primeiras manifestações de propriedade está simbolizada pelo ato de atribuir um nome, “a designação é uma apropriação da realidade externa que é interiorizada e incluída na esfera intelectual e espiritual do homem” (ANDREOTTI, 2016, p.62). O discurso, sintetizado na imagem e na palavra, estimula o conjunto de crenças contidas no imaginário coletivo. Para essa representação, geralmente convertida em símbolo visual, tende-se a escolher cenas que ressaltam traços fortes, de virtudes únicas e favoráveis para uma determinada conveniência (TUAN, 2012[1974]).

As paisagens preferidas do discurso político tendem a ser aquelas que comunicam as raízes sociais e demonstram seu equilíbrio com os recursos naturais, pois a referência de beleza está associada à integridade moral da sustentabilidade (SGARD, 1999).

Contudo, quando a busca por identidades territoriais se ofusca nos rótulos para inserção das regiões nas redes comerciais e políticas, ironicamente sob o selo sustentável (OLIVEIRA; ROCA, 2002), esquece-se das conexões com a escala humana e com o cotidiano urbano (LUCHIARI, 2009).

Para acompanhar a dinâmica de mutabilidade da paisagem, que se adapta ou se reconstrói a partir das mudanças contínuas de natureza econômica, política, científica e cultural, entre outras que estruturam as cidades, as adaptações nas matrizes identitárias são frequentes. De qualquer forma, a sociedade, mesmo sendo o principal agente de transformações paisagísticas, tende a resistir a alterações, ancorando a lembrança coletiva em monumentos ou espaços simbólicos (HALBWACHS, 2006[1950]; WALL; WATERMAN, 2012). Nessa seleção de paisagens significativas, que se acumulam em camadas temporais, algumas perduram no tempo enquanto outras são apagadas por experiências sucessivas (DUARTE, 2006). Aquelas que permanecem são normalmente apropriadas pelos seus usuários e outros observadores, recebendo significado, assim como outras de caráter mais recente.

3.2.4 Paisagem significado: representação social

O apego a paisagens é intrínseco à construção identitária, com a memória paisagística compondo o álbum psicológico das cenas que estabelecem o enraizamento do homem no mundo (SCRUTON; WORPOLE, 2002). Kaymaz (2013) destaca que o senso de comunidade se desenvolve de forma simultânea à noção de pertencimento a um espaço. Quando os lugares resgatam reminiscências significativas, transmitem estabilidade psíquica e social (CULLEN, 2015[1961]).

Enquanto a cidade se transforma continuamente e as alterações são cada vez mais rápidas, os elementos materiais e imateriais preservados no espaço promovem a continuidade entre passado e futuro. Assim, a memória coletiva é corporificada na paisagem, fundamentando a estruturação da identidade social (COELHO, 2009).

Por meio da interpretação da paisagem, é possível explicar as relações estabelecidas entre sociedade e espaço, com a imagem paisagística representando espacialmente o sistema de valores sociais (BERQUE, 2004; LUCENA, 2014). Nessa esfera, a unidade de um grupo se configura no ambiente que ele reconhece como comum; destarte, a maioria das culturas expressam coesão por meio da paisagem por ela apropriada (SCRUTON; WORPOLE, 2002; SGARD, 1999).

Stobbelaar e Pedroli (2011) definem como paisagem identitária aquela que revela, de forma única, as particularidades de um espaço, sendo que tal exclusividade resulta de apropriação ímpar do meio físico pela sociedade. Esse entendimento deriva da etimologia da palavra identidade, ou seja, o que torna o ser único, lembrando que esse reconhecimento só acontece na possibilidade de comparação, ou seja, quando há inserção em um contexto onde existem outros (KAYMAZ, 2013).

Assim como na identidade social, a individualidade de uma paisagem está baseada em características que a distingue em relações genéricas com as demais imagens paisagísticas (COELHO, 2009).

Na qualidade de identitária deve conter elementos singulares que comuniquem sem ambiguidade uma sociedade e projetem uma imagem pela qual seus habitantes desejem ser reconhecidos, manifestando a vontade de protegê-la (SGARD, 1999). De forma complementar, Kaymaz (2013) estabelece a condição da significação à apropriação da paisagem. Para esta autora, o vínculo com o espaço pressupõe o endereçamento de significados ao meio vivido. Portanto, o efeito de significância seria o elo que conecta o indivíduo ao ambiente. Sgard (1999) concorda que a apropriação afetiva da paisagem é o âmago das relações simbólicas que resultam no enraizamento de uma sociedade.

Em consonância, Andreotti (2010) destaca que, para a efetivação do diálogo entre a paisagem e o seu habitante, é preciso que a primeira contenha recordações contínuas a serem lembradas ao segundo. As pessoas não são estáveis sem um passado tangível ou rememorado, pois as heranças culturais fomentam a identidade incorporada. O passado permeia as coisas que se constrói, deixando de ser apenas rememoração, mas influenciando a maneira como o presente é edificado (COELHO, 2009).

As paisagens têm a propriedade de herdar e dar materialidade a memórias, localizando historicamente seus significados (LUCHIARI, 2009). Aquelas que armazenam heranças são classificadas por Andreotti (2010) como culturais, conceito praticado não só na geografia, mas também aplicado no campo de preservação do patrimônio, inclusive arquitetônico, urbanístico e paisagístico.

Na multiplicidade de visões sobre essa tipologia paisagística, percebe-se um conjunto de características comuns com as questões de identidade. Andreotti (2010) sublinha que o reconhecimento individual na cena percebida é um argumento que a eleva à cultural, quando a pessoa não dissocia a imagem da paisagem da sua própria identidade. A partir do entendimento que a paisagem significado é – ou reflete – o sujeito que a escolhe, essa seleção também implica uma representação moral, contingente à condição de ser humano. A moralidade é uma construção inerente do desenvolvimento do sujeito e se relaciona a práticas e costumes que consolidam um referencial de valores que orientam a conduta individual, pautada na responsabilidade com o bem-estar do outro (BAUMAN, 1997).

O sistema de valoração que promove o balizamento moral é resultado da vivência, pessoal e acumulada pela sociedade. É construído a partir de algo experienciado como valioso, que, logo, ganha importância preferencial frente outras possibilidades. A natureza do valor pressupõe uma relação (com o objeto valorado) que provoca a realização do sujeito, de acordo com as suas preferências. Nesse sentido, os valores respondem às problemáticas do sujeito e, na qualidade de morais, são chaves para questões existenciais e para a construção de caráter que resulte em conduta responsável com as sociedades do presente e do futuro. Tal compromisso moral é inerente ao ser humano (BAUMAN, 1997; PEDRO, 2014).

Assim, ao reconhecer-se em uma paisagem significado, o indivíduo vivencia com a mesma uma relação de validação e continuidade de valores morais, ocasionando um desejo de proteção dessa referência paisagística. Ressalta-se que não se trata apenas do sentimento de dever, mas também de um relacionamento afetivo com o lugar e com aqueles que o compartilham, desenhando o espaço moral²².

²²

Discutido na subseção 4.3 – Interpretação dos espaços sociais.

Tanto o âmbito cultural quanto o contexto identitário abordam a paisagem como um constructo da experiência de ser humano, destacando a sua função de representação social e expressando singularidade e significado a serem protegidos e perpetuados. Entretanto, cabe frisar que a identidade não se eterniza com a paisagem (SGARD, 1999). Nesse sentido, Kaymaz (2013) esclarece que a perenidade é atributo do significado, que só perdura em locais que conservam o senso de pertencimento.

Como a identidade é dinâmica – mutável como a própria característica da sociedade contemporânea (HALL, 2006[1992]) –, pode migrar com a mudança de valores sociais associados à evolução do modelo cultural (SGARD, 1999).

Na visão de Sgard (1999), a paisagem identitária se destaca com mais facilidade para escalas de maior abrangência, principalmente por meio de monumentos ou ícones contemporâneos. Ao se reduzir o foco, a multiplicidade de grupos e suas diferenças perceptuais, inclusive de valores morais, pode dissolver a clareza de identidade coletiva, mas pode reforçar a proximidade da apropriação individual.

A constatação de Sgard (1999) explica e, inclusive, condiciona a fragmentação identitária (culturas híbridas) diagnosticadas por Hall (2006[1992]). As trocas de experiências entre o particular e o público, que balizam o ser social, deixaram de ter um fluxo organizado. Sofrem bifurcações ao se depararem com um indivíduo já constituído por culturas híbridas e que se relaciona com uma sociedade que não é mais unitária, mas composta por uma pluralidade de grupos, cada qual com suas particularidades. À medida que os referenciais se modificam ou se multiplicam, as construções identitárias também são reiniciadas (HALL, 2006[1992]).

À medida que as paisagens proliferam e se tornam efêmeras, as identidades se pluralizam e se tornam transitórias. Fortuna (1998) denomina esse fenômeno como identificações momentâneas ou sucessivas quebras dessas relações, que provocam a supressão do significado que vincula o homem ao seu espaço. Como processos interdependentes, a fragmentação paisagística acentua a pluralização da identidade, colocando em relevo as questões sobre os elementos das paisagens que devem ser mantidos para as gerações futuras, inserindo a gestão paisagística na dimensão da sustentabilidade social.

Em sentido contrário, a ideia de gestão territorial sustentável tem sido focada na promoção de diferenciais economicamente competitivos à imagem local, nem sempre coincidente com a paisagem apropriada pelos habitantes envolvidos por tais diretrizes de desenvolvimento, ou seja, sem a real sintonia com as particularidades locais e seus significados. A promoção de paisagens identitárias foi, muitas vezes, acompanhada por um movimento de veiculação de cenas oficiais das cidades, transformando-as, por vezes, em mercadorias (SÁNCHEZ GARCÍA, 2010). O potencial midiático da imagem paisagística a torna atrativa aos agentes econômicos, que nela identificam diferentes produtos, voltados, especialmente, ao consumo estético.

3.2.5

Paisagem produto: representação do mercado

As tecnologias contemporâneas de reprodutibilidade das imagens que substituem o olhar efêmero, não apenas ampliam a permanência das paisagens como podem tornar global o seu alcance. “A mídia plasma a cidade em dimensões icônicas, indiciais ou simbólico-emblemáticas, conforme a caracterização visual e plástica e, sobretudo, espetaculares dos seus processos representativos” (FERRARA, 2008). Nesse contexto, a qualidade midiática da cidade faz dos seus cenários uma experiência comunicativa, entre as maiores da pós-modernidade. Logo, a imagem paisagística assume poder persuasivo e publicitário, fundamentando o mercado da mídia urbana, em especial o turístico (FERRARA, 2012).

O mercado não apenas aproveita as imagens ofertadas pela paisagem pré-existente, mas também promove recortes urbanos a cenários estéticos – como estereótipos do todo – destinados à fruição e consumo (FERRARA, 2008; 2012). O ato de comprar estende-se, inclusive, às metáforas de paisagens, impressas nos mais variados suvenires, materializando a paisagem como produto (MENESES, 2002).

O valor econômico da paisagem turística se associa não apenas à competência da publicidade, mas também reside no conteúdo simbólico da mídia paisagística. Nesse processo, a imagem criada pelo *marketing* urbano para os produtos e serviços substituiu a materialidade do objeto e as mensagens passaram a

se situar preferencialmente no plano do imaginário (BAUDRILLARD, 1991). O mercado explora os anseios estabelecidos no imaginário social e atribuídos às paisagens – que se constroem a partir de experiências passadas, vividas pessoalmente ou herdadas. Entende-se que a dimensão econômica não necessariamente exclui ou contradiz a dimensão cultural. Pode-se sugerir que o valor econômico das cenas urbanas se funda no capital simbólico. Os conteúdos que tendem a acrescentar densidades culturais às paisagens, como a história, tendem a tornar os espaços mais atrativos. Entretanto, o que se pode vender ou comprar são sensações estéticas (CASTRO, 2002; MENESES, 2002).

A completude da experiência da paisagem só se realiza com o entendimento e vivência dos seus significados, exigindo um prazo que o tempo de consumo não oferece, a não ser aos seus habitantes – que não deixam de ser alvos mercadológicos. A imagem da cidade também é vendida para os seus moradores, tanto por motivação política, quanto empresarial. A estratégia de *city marketing* (*marketing* urbano) visa posicionar a cidade no mercado global, tornando-a interessante ao fluxo de investimentos, pessoas e informações. Tal pensamento fez com que os conceitos e estratégias mercadológicas deixassem de ser uma preocupação exclusiva da iniciativa privada e atingisse também o poder público, como gestor urbano (DUARTE; CZJKOWSKI, 2007).

A ênfase do *city marketing* não está centrada necessariamente em proporcionar melhorias na essência do tecido urbano ou do patrimônio cultural, mas sim em qualificar o espaço em padrões competitivos à atratividade de capital (DUARTE; CZJKOWSKI, 2007).

A manutenção da qualidade e memória da paisagem exige um custo, assim, mesmo como representação social, precisa de suporte econômico e político. O risco incorre-se quando o planejamento urbano, ao desenvolver sua estratégia de valorização da paisagem, recorre a pesquisa de mercado, que podem não coincidir com o entendimento da representatividade paisagística simbólica da população (MENESES, 2002).

É comum que as políticas oficiais não se fundamentem no cotidiano da cidade, ancorando-se em cenas icônicas existentes ou criadas para o fim de venda (MENESES, 2002). Não raro, a praxe mercantil promove uma confusão entre uma paisagem emblemática e os significados sociais por ela representados. As cenas

publicadas são muitas vezes aquelas que escondem a realidade da cidade (FERRARA, 2008; 2012).

Mesmo com a tendência de prevalecimento da opção imagética do grupo de maior poder, impondo uma definição específica da realidade, existem manifestações de contra representação, ou seja, de coletividades que se sentem excluídas da interpretação do que estão sendo generalizado à totalidade da região a qual também pertencem (LEFEBVRE, 2006[1974]; SARMENTO, 2004).

Entretanto os discursos imagéticos têm força de persuasão; mesmo sendo mutáveis, têm caráter mais permanente que as paisagens que representam, ou seja, os traços paisagísticos que possam ter fundado uma identidade do território são capazes de se modificar em velocidade maior que a duração discursiva (LUCHIARI, 2009). Por outro lado, a inércia dos discursos políticos ou mercadológicos não coincide com a dinamicidade paisagística; são formulados para atingir uma grande amplitude de valores e crenças, que os fazem perdurar, mesmo que não mais exista a cena correspondente (SARMENTO, 2004).

Assim, a imagem da cidade é construída nas tensões entre capital simbólico, valor econômico e poder político. A confluência entre os interesses do poder público e do setor empresarial na promoção de uma imagem urbana competitiva, apontam a sobreposição entre as paisagens oficiais e as paisagens produtos, pressionando o processo autêntico de construção identitária fundado na paisagem significado (apropriada).

A prática de venda da imagem da cidade automatiza a sua visualidade e promove uma percepção rápida e selecionada, condicionando um modo de ver, contaminando a apreensão urbana, ofuscando a realidade e pondo em risco o desenvolvimento de vínculos afetivos genuínos (FERRARA, 2008). A multiplicidade de imagens publicitárias, principalmente quando se interseccionam por mensagens comuns, promovem o universo simulacral – representação que não tem realidade de referência – a serviço da sociedade de consumo (BAUDRILLARD, 1991; COSTA; PESSÔA, 2016).

No decurso entre a paisagem e seu discurso, corre-se o risco de atingir a última fase que Baudrillard (1991) atribui à concepção da imagem, iniciando no reflexo de uma condição real, que passa ao mascaramento e ao fingimento de não estar com a própria máscara, até perder a relação com a realidade. Mitos construídos pelos anunciantes. Na decorrência da desconexão territorial ou da ligação a um espaço simulado pela paisagem estetizada, são também fragilizadas as questões identitárias. Fazendo uma analogia com a pergunta colocada por Sloterdijk (2003), a dúvida seria quem eu sou quando estou em um mundo simulacro.

No papel de produto, a paisagem põe em risco seu potencial de conectividade espacial, incorrendo na ameaça de atributos estéticos substituírem a qualidade de peculiaridades locativas e significados sociais, suspendendo o indivíduo em um espaço de fantasia, sem diálogo com a sua continuidade histórica que dá sentido a existência coletiva.

3.3

ONDE? PAISAGEM COMO EXPRESSÃO DO ESPAÇAMENTO SOCIAL

As condições geográficas e práticas culturais fundam o sistema de orientação da sociedade no mundo. A experiência sensorial de um ambiente desperta emoções de diferentes intensidades nas pessoas. Em grande parte, são sensações efêmeras de prazer visual, estimulados pela beleza cênica. O demorar-se na contemplação do belo depende do conhecimento do seu conteúdo, que pode, gradativamente, revelar e explicar detalhes da composição estética que agradam, atribuindo-lhes significado. Denomina-se de “topofilia” os laços afetivos entre uma pessoa e um *locus*. Para que essa relação seja permanente, precede da excitação de sentimentos, sejam de reativação do passado, sejam de orgulho de pertencimento ou de bem-estar e saúde (TUAN 2012[1974]; 2013[1977]).

Nas comunidades rurais, onde há relativa fusão entre o homem e a natureza, quando os ciclos naturais condicionam o ritmo de vida e de sustento, e a proximidade da terra envolve mais intensamente os sentidos além da visão, como o tato e o olfato, a afetividade entre o indivíduo e seu espaço se instala de forma natural (TUAN, 2012[1974]). Cosgrove (2006) entende essa relação como organicidade entre o ser humano e seu habitat. Heidegger (2002[1951]) interpreta a

conexão espacial como uma reunião integradora que proporciona estância e circunstância à existência, sendo fundada onde se escolhe construir, organizando o espaço e seu respectivo sistema de orientação. Porém, a mobilidade e a libertação tecnológica de determinados condicionantes ambientais distanciam o homem da natureza, permitindo o desenvolvimento de cenários alheios à sua localização, desconectando o indivíduo do seu espaço e eliminando as particularidades que o *locus* proporciona à constituição do ser que o habita (TUAN, 2013[1977]).

Entretanto, Tuan (2012[1974]) chama a atenção para o distanciamento entre a sociedade contemporânea e o meio que ela ocupa, prevalecendo as experiências fugazes dos enquadramentos visuais e da fruição estética, sem significação do que se vê. O autor sugere que a atratividade do cidadão atual pelo natural é um romantismo, desconhecendo a real conexão com a natureza, mas reagindo em antítese ao estranhamento do urbano.

A crise identitária da urbe do século XXI pode ser atribuída à desconexão com o ambiente, gerando paisagens sem sentido (SGARD, 2011). A possibilidade de construção de paisagens alheias aos condicionantes naturais, mas circundada pela natureza agradável, não efetiva a harmonia entre as condições autóctones e a morfologia cultural, muito menos significa práticas sustentáveis, apenas artificializa o lugar ideal, independentemente da coordenada geográfica (COSGROVE, 2006).

A paisagem renasce, enquanto urbana, como uma estética do território, a cidade é atrativa como espaço de espetáculo. Entretanto, deixou de atingir uma conexão direta com o lugar, com decorrente comprometimento moral (BERQUE, 1991).

O cidadão pode assimilar a experiência da cidade a partir de grandes abstrações – simbolizando a imagem da completude urbanística, por meio de monumentos e outros traços característicos, como a estilização de um *skyline*, escala territorial – ou a apreensão específica – no raio de abrangência da sua vivência diária, escala local. (TUAN, 2012[1974]).

A primeira escala – território – tem sido motivada por políticas de identidade territorial e ofuscada pela pulverização do espaço cognitivo, a segunda – lugar – sofre os efeitos da fugacidade e pluralidade da sociedade contemporânea, sendo as imagens ideais efêmeras conforme o surgimento de novos poderes e das

preferências estéticas da última moda, eximindo relações morais com o *locus* (BAUMAN, 1997)

Com os efeitos da globalização diluindo as particularidades culturais de cada região, as distâncias físicas foram proporcionais ao afastamento social, ou seja, quanto maior a proximidade entre indivíduos, maior o conhecimento entre eles. O território foi o limite que separou o outro (estranho) do igual, e o lugar foi a aproximação que despertou o comprometimento moral – social e espacial. A pós-modernidade quebra essa regra de proporcionalidade, trazendo o desconhecido para a convivência do cotidiano e promovendo a automação da impessoalidade nas relações socioespaciais (BAUMAN, 1997).

A experiência estética do espaço passou a predominar sobre a vinculação ética com a cidade, seus lugares e territorialidades. A paisagem, como mídia de ambos, também sofre o risco de esvaziamento simbólico, trocando a responsabilidade de sua representação autêntica pela oferta de prazer paisagístico.

3.3.1 Espaço cognitivo: paisagem do território

O estar distante promove o estranhamento e exclusão daquele ou daquilo que se ignora e, logo, não são estabelecidas relações de comprometimento. Pode-se entender que o espaço cognitivo é o que se conhece e onde as relações – entre iguais – são simétricas e recíprocas, situação potencialmente proporcionada pela delimitação do território, definindo os limites de pertencimento e administrando o distanciamento de estranhos (BAUMAN, 1997).

Para Haesbaert (2004), território pode ser entendido tanto como um recorte jurídico, quanto como espaço compartilhado por determinado grupo para o estabelecimento de relações – materiais e imateriais – de sobrevivência; em ambos os casos, está condicionado à unificação institucional. Como unidade para uma coletividade, a sua existência é condição básica para a constituição identitária social. Embora o contrário possa não ser verdadeiro, as identidades territoriais não deixam de ser sociais, expressas em uma área legal (COSGROVE, 2006).

A profusão de identidades é unificada no território, buscando a coesão na representatividade política, que tem a difícil missão de traduzir a imagem da sua nação plural de maneira a expressar uma união social e, ainda, diferenciá-la enquanto há fusão das fronteiras (MITCHELL, 2002[1990]; RELPH, 1990). Como unidade física, a condição de território é catalizadora para a geração de personalidade, fornecendo, de antemão, um limite para o grupo, uma história contínua, uma memória coletiva e a unificação política. Hall (2006[1992]) sublinha esse potencial das culturas regionais como constructos de identidade. Como comunidades que se perenizam por meio da memória e da vontade de compartilhar heranças, armazenam referências para o indivíduo se reconhecer como integrante da comunidade. Por meio da tradição ou práticas culturais recorrentes, as particularidades encontram um caminho de continuidade entre diferentes gerações, situando-se no tempo e espaço.

Na escala territorial, a dimensão material é fortalecida, podendo atuar como expressão de singularidade, simbolizando o enraizamento e diferenciando uma nação entre as demais, principalmente na conjuntura de globalização e consequente tendência de homogeneização e padronização paisagística (HARDT; HARDT, 2007).

Todavia, com as pressões globalizantes, vive-se sob as ameaças de um processo de desenraizamento, de um modo de habitar móvel, de um estabelecimento de paisagem fluída ou virtual, em prejuízo de uma existência territorial – que cultiva raízes em um recorte espacial selecionado (CHELOTTI, 2010). O repertório cultural em que cada nação particularizava a sua sociedade passou a sofrer interferências externas – o outro (estranho) passou a ser figura comum e se impôs a convivência com o desconhecido. Nessa perspectiva, a rede de influências abala a compreensão da sociedade como um sistema bem delimitado, permeando as identidades regionais e promovendo outras híbridas, que não encontram mais coesão na cultura comum – agora plural (BAUMAN, 1997; HALL, 2006[1992]).

O território foi perdendo suas fronteiras nítidas. O espaço cognitivo de cada residente fragmentou-se em ilhas de conhecimento inseridas em amplas regiões de insignificância ou de passagem (BAUMAN, 1997).

Na sua dimensão imagética, a paisagem pode ser instrumento para despertar ou acentuar o orgulho social, ao mesmo tempo em que tem a habilidade de distorcer a identidade regional por meio da projeção de ideais políticos e econômicos, quando desarticulados da essência cultural da sociedade ou insuficientes para representar a sua pluralidade (MITCHELL, 2002[1990]).

Uma das principais dificuldades na consolidação de uma identidade territorial é o reconhecimento, no contexto de culturas híbridas que configura o modo de vida contemporâneo, das características ou potencialidades regionais que representam a totalidade de uma sociedade, sabendo-se, ainda, que da mesma paisagem serão percebidas diferentes imagens, com significados distintos para cada fragmento do grupo social (OLIVEIRA; ROCA, 2002).

Quando a estranheza é condição permanente, fundamenta uma atitude descomprometida com o outro, com o local e com a paisagem. Perdendo-se a unidade social, dilui-se também a expectativa de representação territorial efetiva, deixando vulnerável a substituição do significado pelo belo. A responsabilidade moral com o espaço e sua imagem tem dificuldade de alcançar a escala regional e precisa da familiaridade que se encontra no lugar.

3.3.2 Espaço moral: paisagem do lugar

Entre a mescla cultural que se dissolve nos territórios, tornando-os impessoais e insensíveis a experiências mais específicas (*place/lessness*), as ilhas cognitivas que conservam simbolismo podem ser denominadas de lugares (BAUMAN, 1997; RELPH, 2008[1976]).

O espaço generalizado se diferencia como lugar quando a sua experiência ativa o campo do afeto, organizando-o em centros de significados (SARMENTO, 2004; TUAN, 2012[1974]). A esfera simbólica fornece a legibilidade para sentimentos que unem o homem ao meio, alimentando a noção de pertencimento e a responsabilidade moral (LUCHIARI, 2009).

Dessa forma, os lugares devem ser compreendidos não no sentido locacional, mas como espaços restritos, vivenciados, com os quais se tem proximidade pela emoção e pela experiência sensorial múltipla (TUAN, 2012[1974]).

Kozel e Lima (2009) complementam que os vários sentidos humanos concentram a memória daqueles que os experimentam de forma prolongada no tempo, preservando a clareza das recordações ali endereçadas, tendo o potencial de transcender gerações humanas, perenizando lembranças (ASSMANN, 2011; COELHO, 2009). Para Berdoulay (2007), a memória materializada tem a propriedade infindável de ressignificação do lugar, reorganizando os espaços no transcurso do tempo.

Os lugares que incorporam recordações permitem o espelhamento de uma coletividade, ou seja, que suas imagens coincidam com a representação da singularidade dos grupos que os experimentam. O homem se reconhece nas recordações que reencontra nas cenas de suas vivências. São as permanências que fazem uma espécie de costura das memórias geracionais e conduzem os significados históricos que fundam identidades.

Scannell e Grifford (2010) sublinham que o ato de participar da construção ou reconstrução de um espaço fortalece os laços de pertencimento ao *locus* da comunidade. A ligação com o lugar é, sobretudo, uma materialização ou endereço da conexão social. Em concordância com os demais, os mesmos autores reforçam que o sentido de pertencimento nasce do significado, da memória e da vivência, sem descartar as influências de características físicas singulares (naturais ou construídas).

Os componentes que comunicam aos habitantes as histórias e memórias dos seus espaços de vivência são as permanências ou sobrevivências, podendo estar materializadas em monumentos, texturas, cores, estilos e materiais, por exemplo. Podem, ainda, perpetuadas, imaterialmente, nas práticas culturais que se apropriam do espaço (LIRA, 2014).

Contudo, as sobrevivências não devem contrariar a dinamicidade paisagística, mas podem permitir as adaptações necessárias do passado às necessidades do presente. Ao mesmo tempo, as decisões sobre intervenções na paisagem devem respeitar sua condição de herança cultural, evitando os riscos de promover edições históricas – pela supressão de elementos simbólicos ou inserção de componentes exóticos, sem tradução pelos valores locais (ANDREOTTI, 2010).

Como sentimentos perenes são desenvolvidos a partir da experiência cotidiana, é o “demorar-se sobre a terra” (ver seção 1 – Introdução) que cria vínculos morais, endereça significados e cria a atmosfera de familiaridade que protege o ser humano do mundo externo. A tofília intensa requer a escala humana, com a proximidade suficiente para experimentar o espaço por meio de todos os sentidos (TUAN, 2012[1974]).

A paisagem se sustenta na representação dos laços comunitários que acolhem o indivíduo, que arquivam as suas memórias pessoais, despertando a sensação de pertencer ao lugar. Nessa situação, a descrição espacial se confunde com a do próprio sujeito que o habita ou habitou por um tempo suficiente para cultivar raízes (COSGROVE, 2006). Para a condição de efetiva conectividade entre o homem e seu espaço, Relph (2008[1976]) define a “identidade com o lugar”, quando a existência não se dissocia da experiência locativa, ou seja, a consciência de si está associada ao ambiente vivido. O experimento autêntico do lugar, qualificado como interioridade (*insideness*), depende do pertencimento a um local e ter uma identidade junto a ele (RELPH, 2008[1976]). Em outras palavras, influenciadas por Heidegger (2012[1927]), “pertencer é ser” (MARANDOLA, 2010, p.5).

Considerando que o ser humano é necessariamente moral, também o são suas relações de pertencimento. Quando se estabelece vínculo com o lugar, desenvolve-se o compromisso com o mesmo, promovendo-se a vontade de protegê-lo e sustentar a sua imagem (ou paisagem). O contrário se passa no espaço estético, onde se procura consumir experiências fugazes, intensas e sucessivas, ausentes de responsabilidade, ancoradas na imaginação (BAUMAN, 1997; 2011). Pela real complexidade da construção identitária ou pela sedução de um discurso ideológico, surgem os riscos da instalação de uma imagem publicitária em substituição a uma identidade legítima (MITCHELL, 2002[1990]; RELPH, 1990).

A adoção de uma referência estética previamente validada por um procedimento de *marketing* de sucesso constitui um caminho confortável no contexto de infinitas possibilidades contemporâneas, isentando o sujeito de escolhas e responsabilidades a elas atreladas. As imagens imersas em ficções estratégicas de mercado são mais atrativas que o comprometimento com a realidade.

3.3.3 Espaço estético: paisagem da imaginação

O homem contemporâneo é predominantemente visual. O espaço estético promove prazer e diversão, vende vistas agradáveis e a animação das concentrações humanas. As multidões interessam à experiência plástica por favorecerem as cenas imprevisíveis e novidades, imprescindíveis ao padrão de consumo contemporâneo. Embora esse espaço suscite a aproximação com o outro, ela é fortuita e casual, acontece por curiosidade, não despertando comprometimento. O estranho, como aparência e não como indivíduo, incorpora-se na imaginação, tornando-se personagem do observador (BAUMAN, 1997).

O que interessa no consumo estético do espaço são as sensações que ele pode provocar, independente dos significados nele contidos ou do seu grau de artificialização. Não se procura profundidade, o mercado está formatado para a rotatividade e o processo de aquisição da paisagem estetizada assume a mesma fugacidade. A interação acontece na camada superficial da cena, trata-se de algo para ser visto, não vivido ou entendido. São as expectativas da imaginação que se alimentam neste experimento, não há engajamento com o real. Pelo contrário, procura-se exatamente o refúgio e alívio da realidade – com a segurança oportunizada pelo espaço cognitivo (BAUMAN, 1997; 2013).

Esta busca combinada do sujeito contemporâneo entre prazer e segurança tem transferido a experiência da cidade para os ambientes fechados ou cenários delimitados. Em ambas as situações a identidade urbana e dos cidadãos perde uma paisagem de referência, uma vez que desaparece a memória efetiva de animação da urbe. Ela apenas está sediando a passagem entre simulacros que reproduzem um modelo urbano idealizado pelo imaginário – predominantemente nostálgico (BAUDRILLARD, 1991; BAUMAN, 1997).

Às simulações são ausentes do espírito que fundam suas referências originais. Os cenários, mesmo que réplicas de sítios simbólicos, reproduzindo a beleza dos mesmos, são vazios de alma e, logo, não possuem propriedade de conter significado (DANTO, 2015). Por essa ausência, pode-se dizer que são metáforas paisagísticas que ofuscam ou anulam a mídia da cidade real.

Para Cosgrove (2006), os elos locacionais intrínsecos à coletividade são fragilizados quando são superadas as relações de dependência entre a paisagem e o meio. Ao se criar um ambiente artificial, quebra-se a organicidade com a terra e se estabelece a indiferença da localização. A experiência do pastiche²⁵, tanto como isenção cultural quanto como desobrigação geográfica ou fuga nostálgica, desloca o indivíduo de sua história, distorce o seu recorte temporal e, logo, desorganiza o sistema orientativo que dá sentido à sua existência (BOTTON, 2007).

Ainda que a beleza se associa ao sentimento de felicidade e a apreciação do belo seja boa em si mesmo, não é um incentivo suficiente para despertar sentimentos de pertencimento (TUAN, 2012[1974]). A relação identitária genuína precede a experimentação do lugar sem a contaminação por rótulos ou modelos de consumo (RELPH, 2008[1976]).

A pertença e a sustentação identitária estão relacionadas à complementariedade com a moral do lugar, à satisfação estética e à segurança da legitimidade do espaço cognitivo. Esse não é apenas um desafio de articulação espacial, mas uma conjugação entre diferentes demandas e velocidades temporais, o tempo da história – território, o tempo da memória – lugar – e o tempo do consumo – imaginação.

3.4

QUANDO? PAISAGEM COMO REFERÊNCIA TEMPORAL

O tempo e o espaço são elementos orientativos do homem, a partir dos quais organiza a sua experiência pessoal e histórica no mundo (TANCINI, 2014). A própria compreensão da dinâmica espacial depende da interpretação temporal. Enquanto a primeira é definida pela ordem de coexistência da dimensão material, a segunda é expressa pelo ordenamento de sucessões sequenciais de transformações da matéria – sintetizando o conceito indissociável de espaço-tempo (VIEIRA, 2003).

²⁵

Ver subseção 3.2.3 – Paisagem oficial: representação política.

A noção de passagem (transformação do antes e depois) ou envelhecimento é intrínseca ao ser humano, apreendida da experiência empírica da finitude, que se constata pela morte. Na trajetória da humanidade, que antecede calendários oficiais, os processos naturais periódicos ou cíclicos – seja o movimento dos astros ou das marés – já regulavam as condutas sociais, sublinhando a busca de alinhamento com a natureza, logo, com o universo (TANCINI, 2014).

Por outro lado, o tempo, embora já internalizado no sujeito contemporâneo como uma existência autônoma, é uma criação e convenção de diferentes sociedades. A necessidade da dimensão temporal foi estabelecida não apenas para sincronizar as ações de um grupo e deste com a natureza ou demais coletividades, mas, principalmente, para situar o ser, individual ou coletivo, no universo e na existência continua de gerações que se sucedem (ELIAS, 1998).

Para Tuan (2012[1974]), é próprio da humanidade o seccionamento do contínuo do tempo. As posições temporais – que determinam o quando – são importantes para o ordenamento dos acontecimentos vividos e para a sua localização em um todo maior que dá sentido à existência. A mente humana se organiza no tempo pela sequência de momentos (GELL, 2014[1992]). Trata-se de uma cronologia em signos temporais, permitindo a marcação dos eventos sociais a partir da classificação de passado, presente e futuro (VIEIRA, 2003).

Na esfera individual, a informação que ordena os acontecimentos é orientada principalmente pela memória. Entretanto, as condições temporais de presente e futuro são provisórias, uma vez que a medida que se avança nos dias, todas serão passadas. Para organizar a sequência dos eventos históricos, a memória coletiva se apoia em sistemas de datas, em geral associadas aos ciclos naturais e, no caso atual, referenciadas na estabilidade de escala do calendário solar (GELL, 2014[1992]).

A possibilidade de separação entre o antes e o depois é essencial para a percepção de estabilidade frente à situação de transitoriedade e mesmo periodicidade de qualquer acontecimento. As datas são permanentes e seus registros são heranças para a localização temporal das gerações futuras, enquanto a condição de presente ou futuro são mutáveis (passagem). A temporalidade é uma linguagem e como tal se traduz em convenções comuns de códigos de determinado

grupo, dentro do qual o indivíduo pauta sua conduta. Não se interpreta o tempo social de forma deslocada do seu contexto (TANCINI, 2014).

3.4.1 **Temporalidades**

Mesmo dentro da mesma sociedade, a percepção das temporalidades, ainda que simultânea, não é homogênea. As pessoas absorvem o tempo conforme a velocidade de suas vivências. Para Bauman (2009), esse processo perceptual traduz a forma com que diferentes culturas se relacionam com a agilidade e sequencialidade de transformações da sua sociedade. Nesse sentido, as relações temporais podem ser diferenciadas para cada contexto tecnológico e social. Um aspecto determinante nesta diferenciação é a mobilidade, que condiciona a noção de posição relativa e o deslocamento no tempo.

As velocidades mais lentas – quando quase nada se sucede –, confundem-se com o espaço, quando se sente um equilíbrio natural. As aceleradas são marcadas pela sucessão de perturbações superficiais, não suficientes para imprimir história ou configurar memória (BARROS, 2006).

Além da real aceleração dos modais de transporte, convive-se com a experiência de deslocamento sem alteração de coordenada geográfica do viajante. A experimentação da virtualidade imprime, na mesma temporalidade, situações espaciais distantes. A tecnologia, principalmente por meio da *internet*, permite que espaços, independentes da distância que os separam, relacionem-se de forma instantânea – praticamente viabilizando um transporte em tempo nulo. A virtualidade não apenas desloca o sujeito da sua relação orgânica com o lugar, mas também permite um estar simultâneo em diferentes localidades, sem necessariamente criar vínculos com alguma delas (BAUMAN, 2009).

Ainda que todos participem concomitantemente do mesmo mundo de fluxos, a velocidade de acesso entre os pontos geográficos colide com a disritmia do tempo-espaço dos lugares, ou seja, as culturas globais têm tempos (velocidades) distintos e as pressões de sincronia provocam desorientações nos mapas cognitivos (VIEIRA, 2003).

A contemporaneidade afrouxou suas conexões com os processos naturais; por outro lado, aumentou o rigor de precisão e sincronia para regência da sociedade ampliada ao globo. A medida temporal ganhou valor monetário, tanto maior quanto a quantidade que se produz ou quanto a distância que se percorre na menor unidade de tempo. Assim, o ganho de horas superou a vantagem estratégica da localização espacial (BAUMAN, 2009).

Nessa dinâmica, a necessidade de organização sucessiva de eventos entra em choque com a simultaneidade em que os fatos passam a ocorrer, tornando infactível ordenar os acontecimentos que se manifestaram ao mesmo tempo. Além de instantâneos, os fatos se desencadeiam de forma numerosa e imprevisível, diluindo as expectativas de longo prazo. Bauman (2009) denomina este fenômeno como “tempo líquido”, que representa um conteúdo em forma mutável a cada instante. Logo, a velocidade de fluidez dos acontecimentos supera a capacidade de acompanhamento de quem os está presenciando. Por sua vez, a duração é desvalorizada em detrimento da infinidade, de maneira paradoxal ao legado de perpetuidade que as sociedades até então buscaram agregar à continuidade da história humana. Ao mesmo tempo, são sentidas as ausências de referências sólidas de heranças que tragam estabilidade frente ao turbilhão da contemporaneidade.

Como as sociedades atuais correspondem a nações extensas, que deixaram, inclusive, de refletir uma unidade de paisagem, não é mais possível se ater à completude do território institucional. Tuan (2012[1974]) destaca que, embora o homem tenha reduzido distâncias – podendo estar em diferentes espaços em um curto intervalo temporal – não conquistou o tempo, ou seja, não pode permanecer em muitas regiões o suficiente para gerar raízes. Quanto mais o ser humano vive as vantagens da redução de distanciamentos e consequente compressão do tempo, mais importa o reconhecimento do ponto de interseção no contexto histórico que explica a sua origem e seus signos.

3.4.2 Conforto do tempo histórico

As paisagens são registros de temporalidades, materializando formas e práticas do passado que persistem e são ressignificadas no presente. A leitura paisagística revela essas permanências como sobrevivências transtemporais, que

influenciam os processos que se desenvolvem no agora (LIRA, 2014). Entretanto, na aceleração de intercâmbios sociais e políticos que transfiguram as paisagens, são perdidas na cidade várias das referências tradicionais que a identificavam. A ausência de elos com o passado tende a desencadear sensações nostálgicas.

A palavra nostalgia tem origem no século XVII, associada à doença geográfica que atingia pessoas que se encontravam distantes da sua terra natal, sofrendo de melancolia e, às vezes, com agravamento de morte. Tratava-se dos sintomas da perda do lugar. Entretanto, com as transformações que tomam corpo no século XIX, não é mais preciso sair da sua comunidade para deixar de perceber a paisagem apropriada, a urbanização atrelada à industrialização, promoveram a metamorfose dos espaços deixando-os irreconhecíveis. Além disso, as novas possibilidades de mobilidade permitem a facilidade do ir e vir, encurtando as distâncias e as sensações de duração. Logo, a nostalgia passa a ter menos um caráter geográfico para ser mais um efeito da percepção de perda de tempo. A compressão do espaço-tempo desata o laço individual com a história coletiva contínua (COELHO, 2009)²³.

Da mesma forma, o presente experimenta o encurtamento das durações. A superação das distâncias acelera os acontecimentos, ampliando os níveis de produção e a integração política (HARVEY, 2012[1992]). A necessidade de manutenção de referências como heranças do passado promove o risco de cambiar espaços de memória por parques temáticos ou cenários extemporâneos, discussão que Botton (2007) aplica a Londres²⁴, ressaltando a importância de vivenciar paisagens que representem o presente, sem perder a sensibilidade histórica.

Ainda que não se deva incorrer em processos nostálgicos – como a reações automáticas às mudanças, entendendo que são próprias da continuidade e do entendimento da vida como sucessão de eventos –, também não se pode esvair de passado tangível (COELHO, 2009).

²³ A autora desenvolve sua argumentação a partir do pensamento reproduzido na publicação: LOWENTHAL, David. ***Passage du temps sur le paysage***. Traduit par Marianne Enckell. Paris, PR: Infolio, 2008. (Collection Archigraphy Témoignages) (Título original: *Past time, present place: landscape and memory*. The Geographical Review, New York, NY, US: American Geographical Society, v.65, n.1, p.1-36, Jan. 1975)

²⁴ Ver subitem 3.1.2.3 – Bolhas de paisagens alegóricas.

A leitura do presente se desencadeia a partir da experiência acumulada. O significado que se atribui às cenas tem origem nas vivências individuais e coletivas, bem como na herança de processos vividos pelos antecessores, comunicados por suas memórias. Estão no passado as chaves que decodificam o presente, ou seja, os significados são históricos, mesmos que o objeto seja contemporâneo (CHOAY, 2006[1982]).

Os elementos atemporais da paisagem conectam o indivíduo ao seu contexto e explicando a dialética da permanência e da mudança da cidade (PALLASMAA, 2011). Atendendo a essas expectativas, a ótica de Ferrara (2002) sobre pontos de referência monumentais considera a sua propriedade de se manterem constantes em um presente estendido, aportando as sensações flagradas ao longo do tempo, constituindo, assim, elos de recordações comuns. A autora visualiza o lugar como detentor da história da cidade, à medida que é retomado, renovado ou inovado pela força de seus signos e monumentos.

A consistência do presente depende de memórias que lhe confirmam significado. Nas cenas urbanas, as lembranças encontram potenciais para a corporificação e permanência. No papel de monumento, a paisagem atua como herança identitária, por meio da qual um indivíduo pode se situar em uma história que acontece antes da sua existência – uma referência estática no meio da fugacidade do tempo. Seria, portanto, um patrimônio edificado – uma estrutura social, que transcende gerações (CHOAY, 2006[1982]).

Uma das condições do símbolo é o acúmulo de tempo, com sua importância adquirida pela sobrevivência às transformações sociais. O passado tangível se caracteriza pela permanência – que não se restringe à conservação sem alteração, mas à manutenção de significado ou à capacidade de ressignificação para a representação do coletivo, como fundamentação de novos processos identitários (COELHO, 2009).

A velocidade do modo de vida contemporâneo admite muitos eventos e novidades simultâneas. A numerosidade pressiona as permanências e rompem a continuidade dos registros históricos, fragmentando a memória coletiva, que fica vulnerável às possibilidades de degenerescência frente às disputas de poder e direcionamentos políticos, desorientando o indivíduo na história dos significados que o identificam (CHOAY, 2006[1982]).

Esse contexto tem levado a delimitações de paisagens a serem protegidas em função da expressividade de valores universais ou regionais (UNESCO, 2011). Defende-se que os conjuntos históricos ou tradicionais, assim como suas ambiências, devem ser considerados como um todo coerente, onde o equilíbrio se estabelece tanto pela continuidade das atividades humanas como pela estrutura espacial das zonas circundantes. A relação de sustentabilidade deste conjunto respeita qualidade, uso e significado (IPHAN, 2009).

Portanto, a paisagem, como patrimônio cultural, permite as ações de rememorar o passado e de fornecer elementos para que o indivíduo se oriente no tempo e no espaço. Mesmo tendo a noção de pretérito e futuro, a existência pertence a uma história sem início preciso ou fim determinado, e o homem precisa se situar e se conectar a esse contínuo (VIEIRA, 2003). Relacionar-se com o tempo social pressupõe compartilhar o fluxo de gerações, compreendendo-se como parte integrante de um processo histórico mais amplo (FEIXA; LECCARDI, 2010).

Entretanto, comumente os significados não estão explícitos na condição de bem histórico. A lembrança social não coincide necessariamente com os lugares memoráveis, eleitos por serem representativos de celebração da história, mas remete à apreensão e à recordação do local como responsável pela identidade do pertencimento, ou seja, como espaço simbólico e compartilhado pela memória coletiva (FERRARA, 2002; NORA, 2008[1984]).

A história que não é apropriada pela população é limitada a marcos vazios de significado, que não se comunicam com a cidade, a não ser pela interface estética. Os sentidos sociais são eleitos e perpetuados pela memória coletiva, promovendo elos entre gerações e iluminando pontos de interseção de cada sociedade com a linha do tempo da humanidade.

3.4.3 Duração da memória social

Um contraponto à urgência atual do tempo é encontrado justamente na paisagem. Mesmo dinâmica, ela reserva referenciais que podem permitir os ajustes entre os relógios anacrônicos. Assim como um calendário, mas independente de um sistema convencionado, tem a propriedade de registrar a herança temporal das diferentes sociedades que a constroem, imprimindo, na mesma cena, diferentes

temporalidades. Compondo, portanto, uma síntese de tempos, desempenha o papel de representação da memória, que reúne o conjunto do que se vive em momentos distintos – destacando as permanências que conduzem o presente.

Santos (2008[1996])²⁵ destaca a paisagem como tempo acumulado, que revela formas coexistentes de datas distintas, viabilizando a leitura de etapas do passado numa perspectiva de conjunto – atributo que o autor descreve como “memória viva de um passado já morto” (SANTOS, 2008[1996], p.69).

Gradativamente, a liberdade das sociedades é ampliada para elegerem o que persiste e o que se modifica da paisagem. Com a evolução do tempo cronológico e, logo, das tecnologias relacionadas ao habitar, foram ampliadas simultaneamente as possibilidades de superação de várias condicionantes do meio; mesmo assim, muitas vezes se escolhe manter antigas determinações, que passam a atuar como permanências entre gerações (BARROS, 2006).

O termo “geração” está associado a um sentimento de pertencimento a um grupo, em um determinado, mas não preciso, recorte temporal ou *coorte*²⁶ (MAGALHÃES, 2007). É delimitado por contemporaneidades pessoais – com idades aproximadas –, que compartilham o mesmo tempo qualitativo, vivenciando acontecimentos e heranças comuns e envelhecendo juntas.

Não são delimitadas por datas exatas, podendo ser sobrepostas e terem durações distintas. O fim de uma geração, em geral, é marcado por grandes eventos, que provocam a dissolução de sentido das experiências sociais anteriores e inflexões na identidade social. Dessa maneira, as gerações são diferenciadas entre si por fatos (socioculturais, econômicos e políticos) que imprimem características singulares ao comportamento do grupo geracional (FEIXA; LECCARDI, 2010; MAGALHÃES, 2007).

²⁵ Milton Santos (1926-2001), mesmo sendo um geógrafo estruturalista – entre os até o momento, predominantemente, referenciados na Geografia Cultural –, define, em consonância com outros autores, a propriedade de palimpsesto da paisagem (ver seção 1 – Introdução).

²⁶ O conceito de *coortes* geracionais foi extraído da obra de Magalhães (2007) a partir da leitura de Ryder (1965).

A duração de um *coorte* também é associada ao tempo da construção identitária, a qual é fundamentada nos significados historicamente acessíveis. Frente a diferentes possibilidades, as gerações que se sucedem criam novas identidades (FEIXA; LECCARDI, 2010). Pollak (1992) reforça o papel da recordação como elemento de coesão social, no sentido de que o individual busca nas lembranças coletivas seu sentido de pertencimento.

No entanto, uma unidade geracional não termina quando outro começa, pois podem ser coexistentes. Por outro lado, são as faixas etárias mais jovens que apontam as tendências (FEIXA; LECCARDI, 2010). As experiências vividas na juventude são predominantes na moldura do *coortes* e tendem a persistir e a influenciar uma geração ao longo de toda a vida (MAGALHÃES, 2007).

Os laços intergerações situam os acontecimentos individuais em um todo contínuo e homogêneo. A partir de memórias compartilhadas, o presente ganha significado e raízes que explicam as suas razões e formas de assim ser.

Halbwachs (2006[1950]) interpreta nas lembranças coletivas, a representatividade de um grupo, caracterizada por conjunturas e linguagens compartilhadas de uma temporalidade. Essas recordações perduram apoiadas em um conjunto de pessoas, documentos e monumentos, dentre outros elementos, que fazem os elos entre gerações. Para resgatar o seu próprio passado, o indivíduo precisa se fundamentar em lembranças alheias, buscando referências externas a si mesmo, recorrendo à memória social.

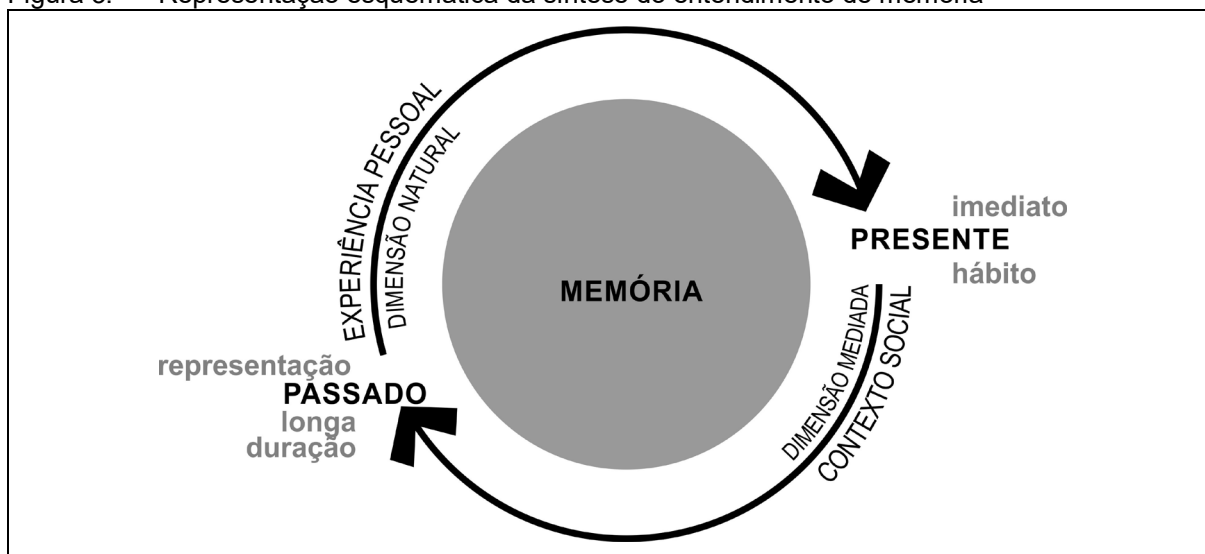
Por sua vez, Pollak (1992) posiciona a memória como componente central da construção identitária, esclarecendo que o reconhecimento do indivíduo não se efetiva sem um ponto de partida inserido em uma continuidade histórica. As particularidades contextuais de cada recorte temporal influenciam o modo da sua sociedade e as maneiras como com ela interage, configurando a sua própria personalidade.

As recordações são adaptáveis às convenções do grupo comunitário que as adotam, ou seja, são moldáveis a costumes e a novos valores. Portanto, a interpretação do passado com o olhar do presente provoca distorções no seu entendimento, que são melhor esclarecidas pelas legendas memorativas herdadas de pessoas que vivenciaram aquele momento, na conjuntura política e econômica em que aconteceu. Ao mesmo tempo, a memória adapta o passado às

necessidades do presente, o qual consiste em uma reformulação do tempo pretérito, interpretado a partir dos recortes das representações anteriores (SCHMIDT, 2006).

A Figura 3 apresenta uma síntese do entendimento da memória como elemento de significação do presente, no qual são encontradas as condicionantes de contexto sociocultural e as durações mais fugazes, reservando-se nas situações pretéritas as lembranças simbólicas, de duração continuada (ARAUJO, 2013).

Figura 3: Representação esquemática da síntese do entendimento de memória



Fonte: ARAUJO (2013)

As angústias se ampliam na transferência de sentidos do passado para o presente, promovendo o questionamento de como as paisagens do ontem podem validar e legitimar a experiência do hoje, especialmente em uma sociedade em processo de constante adaptação e renovação de valores em tempos fluídos – quando a instantaneidade de ressignificações não tem a duração suficiente para a construção memorial e para a sustentação identitária. Todavia, a prática atual de preservação da memória sofre a inflação do patrimônio histórico – também como forma de consumo instantâneo do passado – e a valorização do antigo como belo em detrimento do seu significado. Para Choay (2006[1982]), não se sabe mais o que deve ser preservado para as gerações futuras. Assim, a atuação da memória tem sido oprimida tanto pela preciosidade do autêntico – que repudia a imaginação necessária à adaptação da história ao presente – quanto pelas réplicas, que interessam ao consumo e esvaziam o sentido de ser.

3.4.4 Episódios da cultura de consumo

O episódio pode ser considerado um incidente de tempo, com curta duração, que se for suprimido da história não causa prejuízo para o entendimento da mesma. A linha temporal da pós-modernidade tem um caráter episódico, formada por sucessões de acontecimentos súbitos que não necessariamente configuram uma continuidade ou ordem cronológica. Esses recortes temporais não oferecem a duração suficiente para a sustentação de conexões afetivas. O sujeito pode conectar-se e se desconectar de cada episódio conforme o interesse próprio ou a demanda do contexto no qual se insere. Tal cadência é motivada especialmente pelo mercado e a rotatividade da moda, ambos formatados para evitar o sentimento de satisfação e impulsionar a vontade de ter – ter para ser e pertencer (BAUMAN, 2011; 2013).

O mercado da moda produz e vende símbolos de identidade, já validados pela sociedade conforme o sucesso da publicidade. O trabalho de validação publicitária substitui o tempo exigido de negociação (entre indivíduo e sociedade) intrínseco a construção identitária. As ofertas são imediatas e já receberam a aprovação social quando se estabelecem no mercado. O padrão de consumo do sujeito indica quem ele é e a qual grupo pertence (BAUMAN, 2011; 2013).

Contraditoriamente, a vontade de pertencer a um grupo (o medo de ser diferente), traz consigo o desejo de se distinguir da massa (medo de perder a individualidade), alimentando o motor do consumo pela vontade (ou obrigação) de manter-se na última moda. Assim, a busca massiva pela originalidade já a tornam ultrapassada pela velocidade que se torna comum (ou obsoleta), processo citado por Bauman (2013, p.21) como “novidades em processo de envelhecimento”.

A cultura pós-moderna está moldada pelo consumo, depende do inédito, instantâneo, do máximo impacto. A mesma expectativa se estende para a experiência da cidade e para a paisagem como mídia – renovação, inovação e validação identitária. Entretanto as relações que tendem a se estabelecer são ausentes de afeto, os valores atribuídos são impressos pela publicidade (BAUMAN, 2013).

O modelo cultural induzido pelo consumo gera risco de esvaziamento da história e confusão na seletividade da memória. A comunicação midiática

contemporânea pode transformar qualquer edifício ou paisagem em patrimônio. O valor paisagístico já nasce associado ao seu poder de cartão postal. A imagem antecede o objeto, assim como a imagem da pirâmide do Louvre é anterior a obra. Ao passar do tempo e, principalmente, com o surgimento de outras formas de registrar memórias, como a escrita e ainda mais a fotografia, a função memorativa de conjuntos simbólicos foi perdendo força para o objetivo de exposição estética (CHOAY, 2006[1982]). A memória, a história e a tradição passaram a atribuir valorização monetária aos bens atrelados a elas. Já se pode mencionar, inclusive, um mercado e uma moda cultural da memória²⁷. Com estratégias similares de mercantilização, também se faz uso político de memorização (e do esquecimento), selecionando representações, mídias e narrativas para anamnese pública (HUYSEN, 2004).

Teme-se que a mercantilização das recordações coletivas coloque em risco a autenticidade histórica, promovendo passados inventados, conforme a conveniência política e econômica. A sujeição do valor memorativo à moda urbana já se faz notar na cenarização de conjuntos históricos ou até mesmo na artificialização dos mesmos. O processo de transformação do patrimônio em produto econômico inclui reconstituições históricas ou fantasiosas e restaurações ausentes de qualidades (CHOAY, 2006[1982]; HUYSEN, 2004). Como simulações e mercadorias substituíveis pela frequência da voga, são ausentes de significado e incapazes de sustentar identidades. Os episódios da cultura de consumo são contraditórios a durabilidade necessária ao fortalecimento de padrões morais que desafiem a supremacia estética do mercado em detrimento de significados às memórias futuras (BAUMAN, 2011).

À paisagem, como imagem fundadora de identidade, cabe o desafio de manter a qualidade mercantil, sem se esvaziar do seu conteúdo histórico e memorativo. Interessa, nesse âmbito, a qualidade estética, entendendo a beleza como valor moral, mas esta não seria atributo suficiente de sustentação identitária, uma vez que as preferências visuais tendem a oscilar com o contexto cultural, em uma velocidade mais rápida que a dos significados que dão sentido à existência individual e coletiva.

²⁷ Fortalecido na década de 1990 e motivado, principalmente por três grandes fatos: o Holocausto, a Segunda Guerra e as transições entre ditaduras e democracias (HUYSEN, 2004).

3.5

COMO? PAISAGEM ENQUANTO SUSTENTAÇÃO IDENTITÁRIA

A problemática da sustentabilidade tem sido discutida há quase cinco décadas, tendo o seu conceito variado ao longo do tempo (ROMEIRO, 2012). Já foram identificados pelo menos 80 diferentes e, por vezes, contraditórias descrições deste conceito (WILLIAMS; MILLINGTON, 2004). A definição mais difundida foi a publicada pela Organização das Nações Unidas (ONU), no relatório Brundland, (CMMAD, 1988, p.49): “desenvolvimento sustentável é aquele que atende as necessidades das gerações atuais sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atenderem as suas necessidades e aspirações”.

A origem da discussão sobre o tema fundamentou-se na preocupação com a continuidade dos recursos naturais até se apoiar em três dimensões, a ambiental, a social e a econômica. Os debates perduram e outros aspectos vão ganhando aderência ao tripé já estabelecido, buscando a incorporação dos vetores políticos, culturais e tecnológicos, dentre outros. Simultaneamente ao esforço de aprofundamento conceitual, o termo sustentabilidade tem sido banalizado pelo uso abusivo, principalmente associado a estratégias de *marketing* (BOFF, 2012).

Não com intenção de negar o entendimento de sustentabilidade em evolução, mas sim tentando evitar o esvaziamento do significado que se pretende relacionar com a paisagem na presente tese, propõe-se o resgate da etimologia de sustentar, que se origina no latim *sustinere* remetendo a aguentar, apoiar, suportar etc. (CUNHA, 2010). Portanto, o entendimento de paisagem sustentada aqui se desenvolve no sentido de suporte à identidade e conectividades entre indivíduo, espaço e tempo. As permanências, materiais ou imateriais, são os componentes que sobrevivem, dando continuidade à memória coletiva e à narrativa histórica que promovem heranças geracionais à fundamentação de identidades. Essas são características de paisagens sustentadas, ou seja, com potencial de construção identitária.

3.5.1 Paisagem sustentada

Como já posto, a paisagem que se visualiza, tem um tempo presente, com referências do passado. A mutabilidade é propriedade inerente à paisagem. Se, por definição, é o resultado da interação entre homem e ambiente, e ambos estão em continua transformação, não se pode esperar que se mantenha inalterada. Pensar na sustentação identitária da paisagem precede o entendimento de que ela é dinâmica, assim como a sociedade que a constrói; logo, nem todas as mudanças são ameaças, mas decorrências da sua essência, principalmente da urbana (ANTROP, 2006).

Por outro lado, as pessoas se sentem desconfortáveis em um meio em metamorfose acelerada e tendem ao apego às estruturas existentes, oferecendo resistência a mudanças e buscando a estagnação do estado de suas referências no espaço. O futuro tende a trazer expectativas e tensões entre continuidades e mudanças (CORRÊA, 2007). O desafio consiste, então, em encontrar equilíbrio entre transformações inerentes à evolução social e permanências necessárias à continuidade dos significados que dão sentido à vivência, conectando-a, nesse contexto de deficiências e potencialidades, à história que a antecede.

Autênticas, extemporâneas ou simulacros, as paisagens são componentes ativos na formulação de identidades sociais, tendo as capacidades de acentuar as contradições contemporâneas – quando vazias de significado – ou de orientar o indivíduo no seu espaço e continuidade temporal – quando portadoras de simbologias que comunicam o passado e a concepção de futuro, permitindo que o mesmo seja aprovado ou contestado (CORRÊA, 2007).

A sustentação identitária se relaciona com tais significados e valores contidos no espaço moral, onde os sentimentos de responsabilidade do habitante com a paisagem são duradouros e aumentam à medida que essa sensação é compartilhada com as pessoas e lugares do cotidiano. O espaço moral é a paragem na cidade para se estar com o outro, e esse encontro de significados se representa pela paisagem apropriada. Entretanto, o compromisso moral com o ambiente coletivo, para não se esvaziar em regras, precisa ser preenchido pela satisfação estética, condição que imprime identidade ao tratado moral (BAUMAN, 1997).

Para que essas relações, quase antagônicas – o demorar-se da moralidade *versus* a fugacidade do consumo – se desenvolvam no mesmo endereço, precisam da segurança do espaço cognitivo legitimado pelo poder público, onde se oferece um controle de distanciamentos, permitindo concomitância entre o comprometimento da aproximação moral e a impessoalidade do prazer estético – fazendo a mediação entre os interesses políticos, sociais e mercantis (BAUMAN, 1997). Na paisagem oficial, o sujeito se sente seguro, reconhecendo as referências que comunicam o seu pertencimento a um território e a uma história comum, compartilhada com os demais cidadãos.

3.5.1.1 | Legitimidade da paisagem oficial

O que caracteriza o ser humano como moral é a necessidade de fazer escolhas conscientes. Escolher, com conhecimento, significa possuir responsabilidade sobre as consequências de predileções (BAUMAN, 2011).

Até o advento da modernidade, não havia questionamentos sobre quais seriam os caminhos certos ou errados. Existia a liberdade da preferência pelo errôneo, contra Deus. Levar a vida no acertado divino era um meio de evitar decisões e transferir as culpabilidades ao sagrado. O homem moderno, emancipando-se da igreja, quebra a dualidade das opções, ampliando o leque entre o bem e o mal, incluindo o útil, a verdade, a beleza e outros atributos, e traça regras universais de boa conduta, tentando evitar consequências indesejadas de inclinações espontâneas. O sujeito pós-moderno não tem mais nem os trilhos da igreja, nem as normas absolutas do momento anterior. Ao contrário, perde-se nas múltiplas e ambíguas possibilidades. O indivíduo da atualidade não se adaptou as incertezas e consequências globais dos atos contemporâneas. Sabe-se da possibilidade de longo alcance e longa duração dos efeitos não antecipáveis provenientes de opções inadequadas. Quanto maior a autonomia e mais ampla a gama de alternativas, mais intensos são os sofrimentos associados às decisões a serem tomadas pelo sujeito. A liberdade se angustia na ausência de segurança e garantias. Neste contexto, o indivíduo tende a procurar alívio à ansiedade das livres escolhas, delegando-as às autoridades. O homem sente-se mais seguro para

exercer sua liberdade, quando identifica corresponsáveis pelas suas decisões (BAUMAN, 1997; 2011).

Assim, a construção política da paisagem oficial desobriga o sujeito de selecionar, manter e se responsabilizar pelos bens comuns, incluído as imagens urbanas e seus significados. Transfere-se à gestão territorial o papel principal na construção e materialização das narrativas coletivas, por meio das mídias paisagísticas. Neste papel, a paisagem oficial conforta os cidadãos por meio da representação de territorialidade, envolvendo legibilidade de limites e desenho urbano, comunicação dos edifícios institucionais, promoção de monumentos e espaços públicos – todos os aspectos voltados a coesão do sentimento de pertencimento, ancorados a uma paisagem que compartilha a história coletiva. A imagem territorial não tem apenas uma conotação política, mas também simbólica. Ela confere legitimidade ao endereço da origem, inclusive à casa como lar e ambiente seguro (CORRÊA, 2007; SANGUIN, 1984).

As memórias comuns são fundadas nos espaços públicos e institucionais, *locus* de contatos, reuniões e interações sociais. Esses são pontos de convergência, geralmente marcados por uma ou sucessivas identidades políticas que emprestam às recordações dos cidadãos uma imagem estética que se funde com a identidade social e individual (SANGUIN, 1984).

Os símbolos oficializados, não apenas comunicam uma ideologia, mas unem a comunidade. Por meio da comunicação e socialização dos significados que os mesmos se tornam comuns aos membros da sociedade. Assim, é territorialmente estratégico que os signos se enderecem a espaços habituais, normalmente centrais, orientando a cognição ambiental dos cidadãos a favor do sentido político pretendido (CORRÊA, 2007; SANGUIN, 1984).

O processo de significação das paisagens oficiais intenciona naturalizar discursos ideológicos, procura honrar o passado que interessa ou significá-lo (cabendo a criação de novas tradições), enaltecer o que se julga relevante do presente; gerar lugares de memória para manter (ou fundar) valores compartilhados e um passado comum, visando a coesão social e convergência ideológica (CORRÊA, 2007; LUCHIARI, 2009).

Mas, ainda que os governos possam impor seu poder e despertar apoio por símbolos sem autenticidade, a paisagem não deixará de ser um resultado da interação social, que procura acrescentar interpretações populares e múltiplos sentidos latentes a signos dados e corporificados na cidade, como referências morais à sociedade.

3.5.1.2 | Valores morais da paisagem significado

Há na paisagem apropriada uma reciprocidade com o sujeito que nela se reconhece. Ao mesmo tempo em que o processo de apropriação desenha a imagem do lugar, a dimensão imagética também comunica os códigos morais do seu constructo, atuando na edificação do indivíduo. As paisagens expressam a ética a partir da qual foram fundadas, sintetizando valores, símbolos, modelos comportamentais e preferências de escolhas habituadas ao cotidiano de um padrão cultural. As relações de apropriação se manifestam quando acontece a sincronia entre a ética da paisagem e o sentimento de euritmia da pessoa que à experiência (ANDREOTTI, 2012).

Ser humano pressupõe uma existência moral. Entretanto, a moralidade não é um atributo instantâneo do nascimento, ela é formada pelo hábito, exige prática, tempo e responsabilidade. A gênese do compromisso moral exige uma relação de proximidade, um conhecer e se importar com o outro e com o ambiente de encontro, envolve um cuidado que não se transfere à supervisão de terceiros (BAUMAN, 1997; 2011). Da mesma forma, não se delega o discurso sobre o espaço moral representado pela paisagem apropriada. A vontade de demorar-se na contemplação da paisagem do dia a dia, bem como de protegê-la, funda relações éticas, sem a obrigatoriedade de motivações exógenas.

A autenticação dos valores morais da paisagem é simultânea à sua atuação na formação identitária do cidadão. Quando ele a elege como imagem representativa de si, deseja a sua conservação para validação da própria personalidade (ANDREOTTI, 2012).

Os sentimentos e valores associados à paisagem apropriada remetem, no âmbito coletivo, à história, tradição, enraizamento, pertencimento e vontade de proteger (RELPH, 1990; SGARD, 1999; TUAN, 2012[1974]). Na escala individual, refere-se à espiritualidade, familiaridade e memória (ANDREOTTI, 2012; TUAN, 2012[1974]).

Entende-se que essas são as qualidades que despertam o senso de responsabilidade do indivíduo com a paisagem apropriada, percebendo que a sua descrição coincide com a formação identitária do sujeito ou coletividade que se envolveu na relação de apropriação. Não menos relevante que os aspectos imateriais desse processo é a sua dimensão imagética, expressa pela estética da cena que funda identidade. A imaterialidade paisagística, que traz o conteúdo ético que identifica uma sociedade, manifesta-se por meio da harmonia da sua aparência.

3.5.1.3 | Apreciação estética da paisagem produto

A palavra estética funda-se do grego *asthesis*, significando conhecimento sensorial e sensibilidade. Entende-se que a experiência estética tem essência emocional e provoca satisfação no indivíduo que a vivencia. Na Filosofia, trata-se da análise do belo em relação aos sentimentos despertados nos sujeitos que contemplam (MARCHEZINI, 2012).

O belo se relaciona com aquilo que agrada o olhar, tendo um caráter mutável, conforme o recorte histórico e modelo cultural do observador. Na Antiguidade, foi entendido como expressão das proporções harmônicas do cosmo. Como manifestação divina, não se dissociava do bem. Na Idade Média, continua como manifestação sagrada, destacando as cores e a luz como elementos aprazíveis. O belo que inaugura o Moderno esteve na imitação da natureza, a partir de regras lógicas, resgatando, no Renascimento, normas de proporções clássicas. O século XXI liberta a estética de preceitos e autentica a subjetividade do gosto no julgamento do contemplador (ECO, 2004).

A partir de Kant (2012[1793]), entende-se o sentimento de beleza como resposta intuitiva do sujeito a partir da relação com um objeto sensível. A imaginação que habita o homem fornece respostas emocionais para o preenchimento do entendimento no processo contemplativo, resultando em um sentimento de

satisfação. Dependente da intuição individual, o belo, como fenômeno de percepção, não pode ser universal. Mas, pode-se falar em um sentimento coletivo de prazer despertado pela experiência da harmonia da aparência.

Ainda que se conceba o exercício estético de forma desinteressada – não associada ao desejo de ter, mas à satisfação do simples contemplar - a beleza não deixou de ser um valor moral. As formas belas remetem à moralidade (KANT, 2012[1793]; 2015[1764]). Assim, ética e estética se inter-relacionam no julgamento do belo.

O homem sente necessidade da beleza, a qual atua nas escolhas cotidianas, com prioridade ao aspecto que se perceba mais agradável – ainda que não se tenham claras as leis das preferências formais. Entre as qualidades estéticas, o belo é incluído entre os valores que definem uma vida humana plena (DANTO, 2015).

O sentimento de prazer genuinamente estético de Kant (2012[1793]) exige um demorar-se na contemplação do belo, promovendo o conhecimento de si próprio. Entretanto, tanto a beleza como o tempo para a sua contemplação têm sido negligenciados no modelo cultural contemporâneo.

Em geral, a experiência estética contemporânea se dissocia do belo a favor da provocação. Não há o compromisso em promover formas agradáveis; ao contrário, usa-se o significado plástico para promover inquietações e questionamentos éticos, contrariando o prazer pacificador da contemplação da beleza (ECO, 2004).

Ainda que o belo permaneça um desejo humano, também sofre na figura da beleza da mercadoria, pressionada pela instantaneidade da moda²⁸. Não há tempo suficiente para contemplação, pois o que se percebe como bonito é rapidamente substituído por um novo objeto que desvia o olhar. A velocidade de consumo tornou obsoleto o ato de contemplar e diluiu a beleza como valor moral (BAUMAN, 2013).

²⁸

Ver item 3.4.4 – Episódios da cultura de consumo.

A busca pela satisfação estética desafia as responsabilidades morais. Os aspectos éticos, embora imateriais, tornam-se visíveis por meio dos aspectos formais resultantes de decisões da moralidade, que refletem uma visão de mundo (ANDREOTTI, 2012). Se não há legibilidade da ética, a tradução estética se esvazia de significado; logo, perde a sustentação e de fato precisa ser reinventada a cada instante. Esse é o processo que atinge as paisagens artificializadas para o consumo, que vendem a experiência da beleza instantânea, mas não sofrem apropriação, uma vez que não refletem valores morais que fundam identidade e sentimento de pertencimento.

Percebe-se que a beleza, quando resultante formal de significados morais, é requisito de sustentação identitária, assim como a legitimidade para o exercício da experiência de apropriação. Assim como a construção de identidade é um processo de interação entre o individual e o coletivo, bem como entre o público e o privado, supõe-se que a paisagem sustentada seja uma resultante do conjunto comum da interseção entre as paisagens oficial, significado e produto. Tal hipótese (ver seção 1 – Introdução) é testada nos resultados desta pesquisa, expostos na próxima seção e derivados das análises da apropriação paisagística por moradores de Curitiba, frente às intervenções da publicidade urbana e dos padrões estéticos praticados nas ações políticas.

4

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Nesta seção, são discutidos os resultados alcançados na pesquisa, sob as seguintes óticas (ver seção 2 – Estruturação metodológica):

- a) **o quê?** – caracterização da área de estudo e reconhecimento do processo histórico-cultural de transformação e de gestão da paisagem de Curitiba, com destaque para os principais movimentos que atribuíram caráter à imagem da cidade e para os discursos políticos que fundaram as transformações paisagísticas;
- b) **quem?** – identificação dos atores representados socialmente pelas tipologias de paisagem: as autoridades políticas (paisagem oficial), a sociedade (paisagem significado) e o mercado (paisagem produto), com estabelecimento das suas relações recíprocas e atribuições semânticas à preferências paisagísticas;
- c) **onde?** – interpretação da expressão territorial dos espaços sociais relacionados às paisagens oficial (espaço cognitivo), significado (espaço moral) e produto (espaço estético), com estudo de aproximações (coincidências) e distanciamentos (hiatos) nos processos de significação;
- d) **quando?** – análise das temporalidades das paisagens oficial, significado e produto, com verificação de continuidades de apropriação entre faixas etárias e da fundação de gerações paisagísticas;
- e) **como?** – síntese relacional dos aspectos de sustentação identitária e considerações sobre a gestão da paisagem urbana frente à hipótese de pesquisa (**por quê?**).

Na sequência, os resultados são detalhados a partir dos filtros identitários já postos e fundamentados em seções anteriores.

4.1

O QUÊ? RECONHECIMENTO DA TRANSFORMAÇÃO CULTURAL DA PAISAGEM DE CURITIBA

Especialmente a partir da década de 1960, Curitiba conquistou destaque nacional e internacional por meio da mídia paisagística, transformada por projetos arquitetônicos de vanguarda e pela prosperidade do planejamento urbano. Até então, a capital paranaense viveu diferentes movimentos culturais que refletiram na transformação da sua paisagem, mas permanecia pouco atrativa à visitação, confundindo-se com qualquer núcleo urbano de pequeno porte do mesmo período (DUDEQUE, 2001). Sem a pretensão de retomar a completude da composição histórica da cidade, esta subseção aborda a construção da sua paisagem, enfatizando dois aspectos principais:

- a) a evolução dos modelos culturais que orientaram as preferências estéticas que se sobrepõem na paisagem contemporânea e a inserção das bolhas paisagísticas locais no contexto das crises globais;
- b) a paisagem planejada pela sucessão de discursos territoriais que representaram a gestão da cidade a partir da década de 1960 até 2016²⁹.

4.1.1

Evolução das camadas estéticas da paisagem

A história da paisagem urbana de Curitiba, que permanece corporificada – de forma rarefeita e pontual – no espaço construído da cidade, inicia com a estética colonial. A linguagem adotada para a arquitetura, embora menos requintada, partia dos princípios de racionalidade herdados das práticas europeias de natureza renascentistas e barrocas, como rigor métrico, ritmo de aberturas e rigidez de simetria (COSGROVE, 2006).

29

Período que inicia na década do desenvolvimento do Plano Serete (ver seção 1 – Introdução) e de criação do Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba (IPPUC), alcançando o ano final da última gestão completa do Município.

Contudo, as perspectivas configuradas não apresentavam a imponência iluminista do homem dominando a natureza; ao contrário, os materiais utilizados (taipa, pedra e telha cerâmica, por exemplo), o “chão de terra batida”, as dimensões reduzidas das edificações, a horizontalidade e a homogeneidade urbanística em quadriláteros imprimiam simplicidade à paisagem (SUTIL, 2009).

Essa feição colonial da cidade começou a se transformar na terceira década do século XIX, quando imigrantes alemães e italianos trouxeram novos métodos construtivos. Todavia, a mudança mais intensa tardou até o início dos anos 1900, quando a prosperidade econômica de grupos ligados principalmente à produção de erva-mate e ao desenvolvimento fabril, começou a ser refletida em requintados palacetes, em novas tecnologias e em inusitados materiais construtivos. A atmosfera do momento era inspirada pela modernidade e por outras possibilidades promovidas pela industrialização. Ao contrário da racionalidade anterior, o estado de espírito que se instalou foi o da liberdade romântica, confortável com a intenção decorativa e despreocupada com rigores neoclássicos. A justaposição de diferentes estilos arquitetônicos, resgatados do passado, insere-se na paisagem urbana, que incorpora uma nova camada estética denominada “ecléctica” (SUTIL, 2009).

Esse espírito do Ecletismo soprou a primeira bolha paisagística dos habitantes de Curitiba. De caráter sublime, negou a razão e a simplicidade da cena colonial. Entretanto, não foi suficiente para suscitar a identidade urbana, uma vez que reunia diferentes referências de passados que não pertenciam à história da cidade, remetidas a épocas vazias de significado para a memória coletiva. Tal percepção, também motivada pelos ideais da Semana de Arte Moderna (1922)³⁰, dentre os quais se destaca a busca de uma identidade nacional própria, incentivou a classe artística curitibana a iniciar o Movimento Paranista (1920 a 1930) (CARVALHO, 2010).

³⁰ Realizado entre 11 e 18 de fevereiro de 1922, em São Paulo, esse evento foi um importante referencial para reflexões estéticas e para a crítica de arte no país. Trouxe à tona questões associadas ao nacionalismo e reflexões sobre a industrialização, motivando intelectuais e jovens artistas à inovação de projetos culturais (AJZENBERG, 2012).

Até então, Curitiba não se projetava no cenário nacional ou na percepção de seus moradores por particularidades locais. O Movimento Paranista se dedicou a criar e a afirmar símbolos regionais no imaginário popular. Comunicou-se por meio das artes plásticas, gráficas e da arquitetura (esta em pequena escala). A procura por elementos genuinamente paranaenses foi especialmente ancorada na geografia e na flora local (DUDEQUE, 2001).

A construção de simbolismos fundados na exaltação de cenas pictóricas regionais remete à conexão harmônica e orgânica entre o habitante e o espaço habitado, constituindo uma prática comum em nações que sofreram as crises paisagísticas do processo de industrialização (COSGROVE, 2006). Curitiba, com duas décadas de descompasso temporal³¹, aderiu à valorização da natureza local. As pinturas motivadas pelo movimento enalteciam as cenas naturais e típicas do Estado. Nas artes gráficas e na arquitetura, a Araucária (*Araucaria angustifolia*) e suas pinhas foram os ícones maiores da simbologia desenvolvida. Os elementos estilizados pelos artistas paranistas foram aplicados na decoração de fachadas, prédios e cemitérios (DUDEQUE, 2001), dentre outros locais.

Mesmo com contribuições autênticas, esse momento artístico deixou uma herança escassa na paisagem urbana, pois a corporificação dos símbolos paranistas na cidade contemporânea foi pontual. Além de algumas edificações que registraram os signos em relevo em suas fachadas, a memória desta manifestação foi resgatada, na década de 1970, nas calçadas da Rua XV de Novembro, onde rosáceas de pinhões geometrizadas pelos artistas da época desenhavam o chão em *petit pavé* (CARVALHO, 2010). Esse mesmo ícone permanece sendo usado como símbolo da capital paranaense e como sua marca urbanística.

³¹ Na Europa, os ícones pictóricos começaram a ser difundidos na transição entre os séculos XIX e XX, em reação à paisagem transformada pela industrialização. Em Curitiba, o Movimento Paranista teve início na década de 1920, assim como o processo industrial também tem um lapso de tempo com o outro continente.

Paralelamente ao Movimento Paranista, o Neocolonialismo e o Art Déco também influenciaram o desenho da paisagem curitibana. O primeiro foi mais breve e também tinha o intuito, dentro da aura nacionalista, de resgatar elementos da origem das cidades brasileiras. O segundo acompanhou as tendências internacionais, introduzidas pela Europa, que ganharam especial destaque na América do Norte entre 1920 e 1940 (SUTIL,2010).

O Art Déco, embora sem relegar a ornamentação, retomou a geometrização rejeitada pelo Romantismo Eclético. A bolha de paisagem extemporânea, então, atingiu Curitiba.

O resgate do arquétipo clássico por meio do Art Déco simbolizou os avanços da modernidade, tanto pela linguagem inspirada na estética do Cubismo quanto pela utilização de novos materiais e pelo menor custo de produção. Esse foi o estilo que marcou o início da verticalização da paisagem de Curitiba, valorizando linhas perpendiculares ao solo, adotando a simetria e praticando um coroamento escalonado dos edifícios (SUTIL, 2010).

As preferências formais do Art Déco foram predominantes na capital paranaense até o início da década de 1950, quando a estética modernista e os arquitetos locais passaram a se destacar no contexto nacional. À frente da movimentação do restante do Brasil, foi instalado o Centro Cívico, corporificando na paisagem curitibana os ideais de funcionalidade, monumentalidade e austeridade representativos do poder. Os edifícios públicos, principalmente entre 1950 e 1960, também tiveram uma concepção modernista, legitimando a originalidade da produção local e simbolizando a eficiência e funcionalidade oficial (SUTIL,2010).

O Modernismo foi considerado a primeira experiência nacional de arquitetura autêntica, liberta de expressões estrangeiras desconectadas da história do país (CASTRO, 2011), paradoxalmente à sua linguagem impessoal e universal. Curitiba conquistou destaque no âmbito nacional por meio da sua produção moderna e pela projeção de arquitetos locais que conquistaram diversos concursos nacionais.

Embora a sua paisagem urbana tenha se beneficiado com mérito dos ideais modernistas, a bolha paisagística alegórica também influiu. A reação ao autoritarismo do regime militar e a crise mundial econômica de 1970 trouxeram à tona novas discussões políticas e sociais (CARSTEN, 2001). Nessa conjuntura, tiveram início as manifestações de valorização do patrimônio histórico e as

reinvidicações por espaços públicos de priorização do pedestre, pelo resgate tanto de escalas mais humanizadas como de relações mais equilibradas com o meio, dentre outros aspectos minimizados pelo movimento anterior.

Frente aos novos princípios que passaram a reger o momento pós-moderno, foi adotada, então, a liberdade formal como estratégia de tratamento dos espaços públicos, priorizando a aparência do simples e do artesanal, resgatando materiais mais táteis, como a madeira a telha de cerâmica. Ao mesmo tempo, eram gerados contrastes entre a aparência vernacular de algumas intervenções e o uso de estruturas metálicas leves em novas intervenções urbanísticas. De maneira geral, inseriu-se uma camada figurativa na paisagem da cidade, com a criação de signos lúdicos, sem a necessária preocupação com a densidade histórica ou memorativa de gênese (CARSTEN, 2001). Na direção de singularização da imagem urbana, os ícones da década de 1990 promoveram a pluralidade estética comum à pós-modernidade, com revivalismos, releituras, cenografias e formas híbridas (MACEDO, 2012).

A iniciativa privada, especialmente o setor imobiliário, acompanhou a liberdade formal dos espaços públicos, sofrendo críticas quanto à ausência efetiva de contextualismo e ao esvaziamento de significado das referências históricas justapostas. A paisagem curitibana iniciou o século XXI em sintonia com a crise identitária global, sofrendo com as colagens de sincretismos formais e temporais (MACEDO, 2010). Por decorrência, a pluralidade assume a tendência, seja de estilos, seja de preferências estéticas (BAUMAN, 2013).

Percebe-se, assim, que as diferentes camadas paisagísticas que se sobrepõem em Curitiba seguem, em menor escala e com lapsos temporais, as experiências vivenciadas no restante do mundo, demonstrando oscilações entre períodos de buscas de particularidades identitárias e momentos de desejo de inclusão em modas internacionais. As reflexões de identidade paisagística que se estenderam por três séculos no contexto europeu se condensaram no século XX na capital paranaense, período em que os reflexos da industrialização foram mais intensos no âmbito nacional.

Pela brevidade da história urbana do continente americano, quando importados para o Brasil, os movimentos estéticos revividos na Europa foram absorvidos como novidades, inovação e modernidade, amenizando crises

anacrônicas, mas negligenciando a construção da memória coletiva. Assim, as bolhas paisagísticas não passaram despercebidas e os efeitos da pós-modernidade estão provendo a liquefação com a mesma intensidade e simultaneidade da esfera global (Figura 4).

Na linha do tempo das preferências estéticas desenvolvidas nas camadas paisagísticas de Curitiba, pode-se considerar que, até a década de 1940, os modelos se instalaram, predominantemente, pela iniciativa e influência de grupos de habitantes destacados na sociedade pela posição econômica ou pela atividade artística. A presença dos agentes políticos na modelagem da paisagem passou a ser mais acentuada a partir do Modernismo (década de 1950), quando os edifícios públicos legitimaram o movimento; logo em seguida, os discursos territoriais se instalaram e deram caráter à imagem da cidade a partir dos anos 1960.

4.1.2

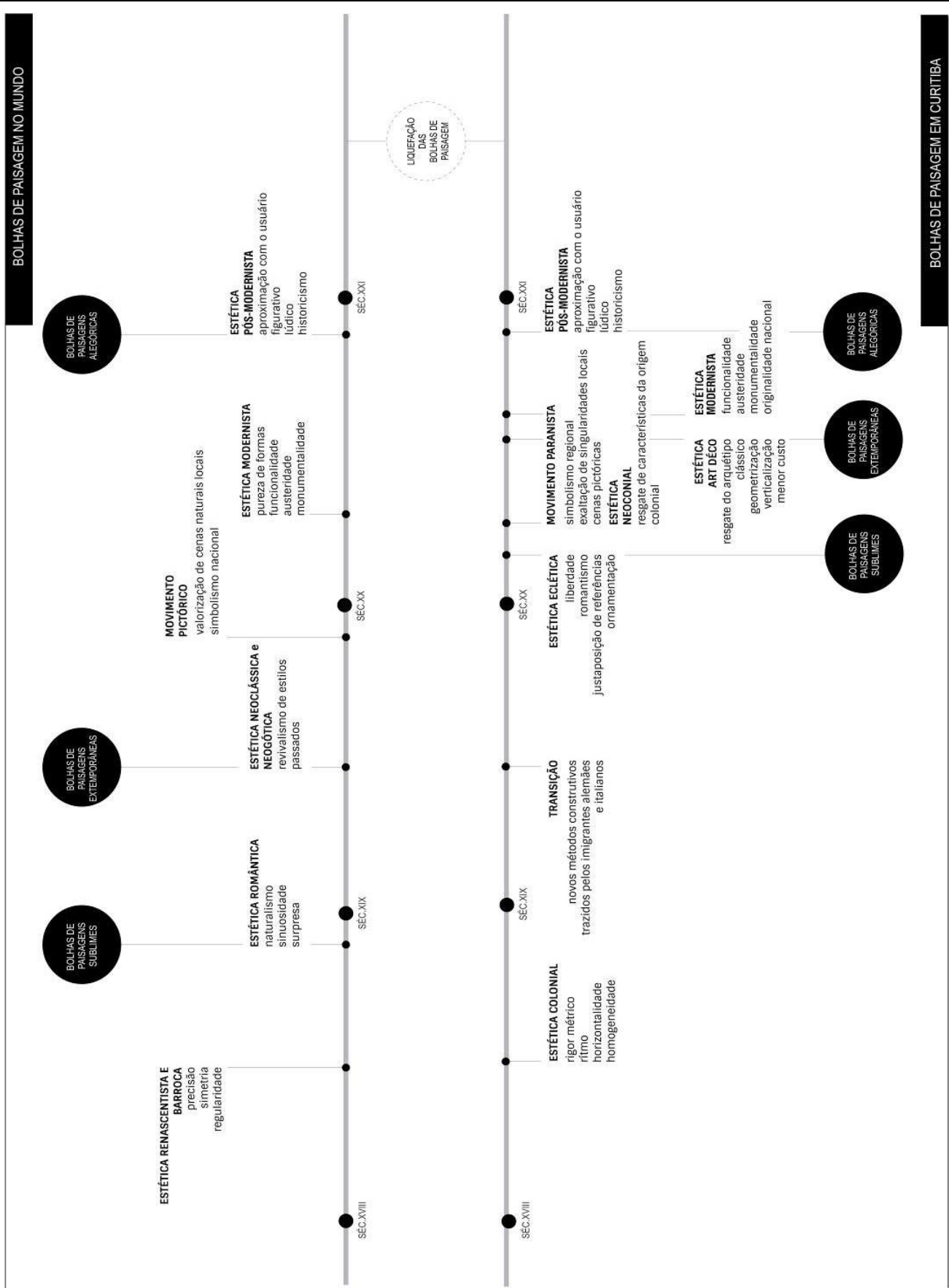
Rebatimentos dos discursos territoriais no planejamento da paisagem

As ações paisagísticas oficiais ganharam força no Brasil a contar da década de 1970, principalmente em função da intensificação do processo de urbanização do país nesse período. Tornou-se comum o endereçamento de intervenções nos espaços públicos também a marcos programáticos de determinadas administrações (SAKATA, 2011).

Inserida nesse contexto, na metade do século XX, Curitiba ganhou destaque por ter seus projetos urbanos articulados por um processo próprio de planejamento, que, além de organizar as ações, imprimiu forte identidade ao desenho da cidade. Concomitantemente às estratégias urbanísticas, foi adotada a tática de atribuição de cognomes, potencializando a vaidade cívica.

Retomando Tuan (2012[1974]), o discurso sintetizado na imagem e na palavra, configura uma forma de despertar o imaginário coletivo. Pode-se depreender que, ao longo do tempo, foram associados *slogans* administrativos à mídia paisagística de Curitiba, promovendo o orgulho de grande parte dos seus cidadãos.

Figura 4: Diagrama de inserção das bolhas de paisagem de Curitiba no contexto mundial



A chamada “Curitiba de Amanhã” (anos 1960) foi um período de institucionalização do planejamento (ver principais intervenções paisagísticas no Apêndice D). A personalidade da morfologia da cidade contemporânea pode ser atribuída a esse momento, em função do desenvolvimento do plano diretor de 1966 (Plano Serete), responsável pelo atual *skyline* da paisagem curitibana, resultante, especialmente, dos chamados “setores estruturais”, associando verticalização (pelo adensamento construtivo), sistema de transporte (pela exclusividade de vias) e ocupação do solo (pela diversificação de usos). Almejava-se o descongestionamento da área central, a preservação do centro tradicional, a ampliação de áreas verdes e a promoção de suporte para abrigar a população em expansão dentro dos limites municipais (BONAMETTI, 2000; CARVALHO, 2010; PMC, 2015).

À época, os gestores se dedicaram à criação de instituições e instrumentos para a condução do plano diretor. Visando à inclusão e ao apoio popular, as propostas foram divulgadas em seminários. A narrativa que ilustrou esse momento teve como estratégia a promoção de uma cidade mais humana, pensada para o cidadão e com a sua participação (OLIVEIRA, 2001).

Na década seguinte (1970), o discurso anterior ganhou força com o cognome de “Curitiba Humana” (ver principais intervenções paisagísticas no Apêndice D), compreendendo o período de implementação do plano diretor, de inovação do transporte coletivo e de valorização do patrimônio histórico. Um dos marcos dessas administrações foi o calçamento da Rua XV de Novembro, divulgado e interpretado pela mídia como uma medida acolhedora perante os impactos da industrialização. A partir de então, a cidade alcançou os meios de comunicação nacionais e internacionais, tendo o planejamento urbano como âncora e os cenários urbanizados como representações imagéticas. Os principais temas abordados, em mais de 140 reportagens até o ano 2000, foram o transporte coletivo e a ênfase ambiental (CARVALHO, 2008).

A denominada “Curitiba Participativa” (década de 1980) deu sequência à imagem inclusiva publicada pela administração pública e por outros agentes sobre a cidade (ver principais intervenções paisagísticas no Apêndice D). Concentrou-se na proteção e valorização do patrimônio histórico e natural, institucionalizando órgãos responsáveis pela gestão do meio ambiente e bens de interesse de preservação (OLIVEIRA, 2001).

Essas medidas estruturaram o lançamento da nomeada “Cidade Ecológica” (anos 1990), com discurso vitorioso na conquista de publicidade para Curitiba (Figura 5). O período incluiu mais inovações no sistema de transporte coletivo e revitalizações ancoradas na implantação de ícones urbanos e parques, a maior parte destes associados à recuperação ambiental de áreas degradadas. Essas intervenções, além de outras (ver Apêndice D), renderam títulos de “Cidade Modelo” e “Cidade Europeia”, por exemplo, com a qualidade de vida dos habitantes curitibanos prestigiada pelos noticiários da década (SAKATA, 2011).

Figura 5: Excertos de exemplos de publicações sobre Curitiba na década de 1990



Fonte: PMC (1995)

O sucesso do discurso ecológico pode ser associado à estratégia já destacada por Sgard (1999), de que as paisagens preferidas pelas falas políticas no final do século XX foram aquelas que comunicavam equilíbrio com os recursos naturais. Essa postura estava amparada nos princípios de sustentabilidade que ganhavam força no período. A adesão à tendência internacional e à vinculação entre beleza e natureza na mídia paisagística era interpretada com rótulo de integridade moral.

Sucedem a anterior, a “Cidade Social” (década de 2000) e a “Cidade da Gente” (anos 2010) (ver principais intervenções paisagísticas no Apêndice D). Os discursos do século XXI resgataram o viés humano e as intervenções paisagísticas foram predominantemente voltadas à revitalização, recuperação e obras da Copa do Mundo de 2014. Foi um momento que incluiu a retomada das discussões sobre o planejamento da cidade e revisão do plano diretor de municipal, desta feita sob os preceitos do Estatuto da Cidade (BRASIL, 2001) e, mais recentemente, do Estatuto da Metrópole (BRASIL, 2015).

Paralelamente, nos últimos 20 anos, proliferaram diversas críticas, de especialistas e da imprensa, sobre os discursos que ilustraram o *city marketing* praticado nas gestões anteriores. Ao mesmo tempo em que a mensagem ecológica sobre Curitiba perdura na mídia, esta também questionou o declínio da imagem da cidade, antes considerada inovadora (Figura 6).

Figura 6: Excertos de exemplos de publicações sobre Curitiba na década de 2010



Fonte: superior = LE MONDE (2014); inferior = O GLOBO (2016)

Ressalva-se que não existe, nesta pesquisa, a intenção de discutir a densidade e efetividade dos discursos territoriais adotados pelos diferentes grupos de gestão municipal, mas, sobretudo, avaliar como as narrativas políticas perduram no tempo e suas influências sobre o processo de apropriação paisagística.

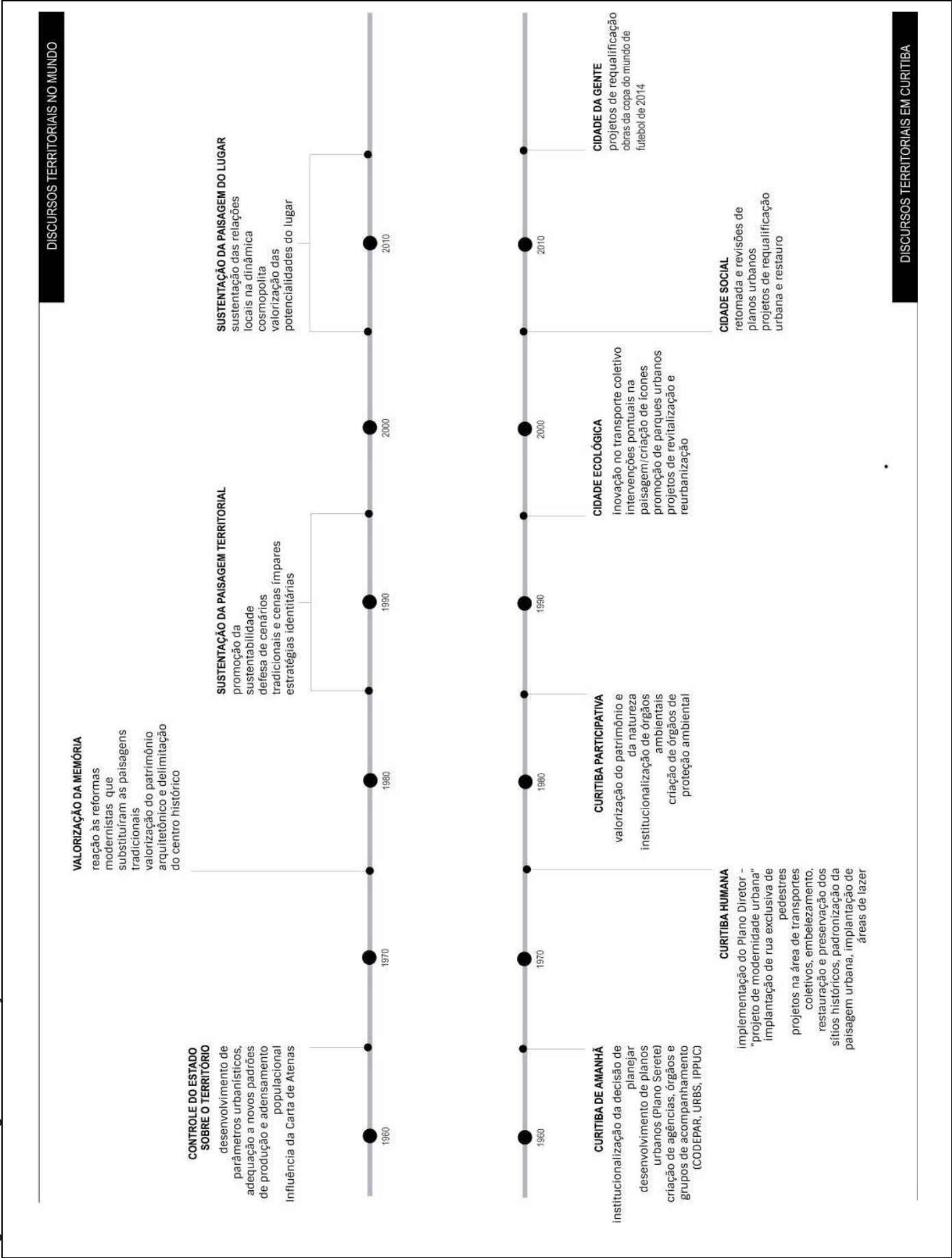
A sobrevivência da imagem de Curitiba associada a aspectos ecológicos – mesmo sendo contrariada por debates posteriores – reforça o alerta sobre os riscos de narrativas que se sobrepõem ou se estendem além da duração real de seus efeitos (MITCHELL, 2002[1990]; TUAN, 2012[1974]). Ao mesmo tempo, quando o reconhecimento da imagem paisagística alcança a escala internacional, promovendo a legitimidade do espaço divulgado (FERRARA, 2008), conforta a população, despertando orgulho e facilitando (ou induzindo) o sentimento de pertencimento.

Percebe-se que as linhas de pensamento que conduziram o planejamento urbano de Curitiba se mantiveram sincronizadas com os discursos territoriais do cenário mundial até o início dos anos 2000. Os caminhos trilhados permaneceram mais nítidos quando orientados pelas regras universais da modernidade (BAUMAN, 1997). Seguiram-se alinhados os planos de setorização funcional da cidade, o resgate da memória dos centros históricos pressionados pelas transformações modernistas e a conscientização sobre a necessidade de revisão de posturas e impactos do processo de industrialização e da impessoalidade da paisagem moderna (Figura 7).

Na procura da singularidade, Curitiba ainda demonstra alinhamento de intenção com as tendências de sustentação de cenas territoriais. Entretanto, a partir deste ponto – além do enfraquecimento da atenção política desprendida aos aspectos paisagísticos – também surgem dúvidas sobre a sustentação da imagem urbana instalada no final do século XX.

Investiga-se, assim, a suficiência da legitimidade política e do reconhecimento do belo (internacionalmente) como motivação para a significação de paisagens identitárias. Nesse sentido, adiante são identificadas as imagens de representação social que permaneceram como oficiais na divulgação da administração municipal entre 2012 e 2016, discutindo a sua representatividade junto à população, como significado e como produto.

Figura 7: Diagrama de inserção dos discursos territoriais de Curitiba no contexto mundial



4.2

QUEM? IDENTIFICAÇÃO DA REPRESENTAÇÃO SOCIAL DOS ATORES PELAS PAISAGENS

Nesta subseção, são caracterizados os três principais atores (autoridades políticas, sociedade e mercado) da construção identitária de Curitiba, por meio das paisagens que os representam e da semântica adotada pelos habitantes para simbolizar as imagens oficial, significado e produto. Parte-se da assertiva de que a gestão municipal representa um duplo papel, pois, ao mesmo tempo em que atua na edificação de uma imagem pública relacionada ao território, também vende um panorama turístico, referente ao mercado. Apesar dessa atuação mercantil ser considerada nas análises realizadas, ressalta-se que, nas abordagens sobre a paisagem produto, a ênfase é atribuída ao consumo do prazer estético proporcionado pela experiência paisagística.

As imagens utilizadas nesta subseção são resultantes do inventário documental sobre a imagem urbana publicada pela gestão municipal de 2012 a 2016 (ver item 2.2.1 da seção 2 – Estruturação metodológica). As paisagens representativas dos atores sociais e significados paisagísticos têm como fonte de investigação a análise semântica (ver item 2.2.2 da mesma seção acima citada).

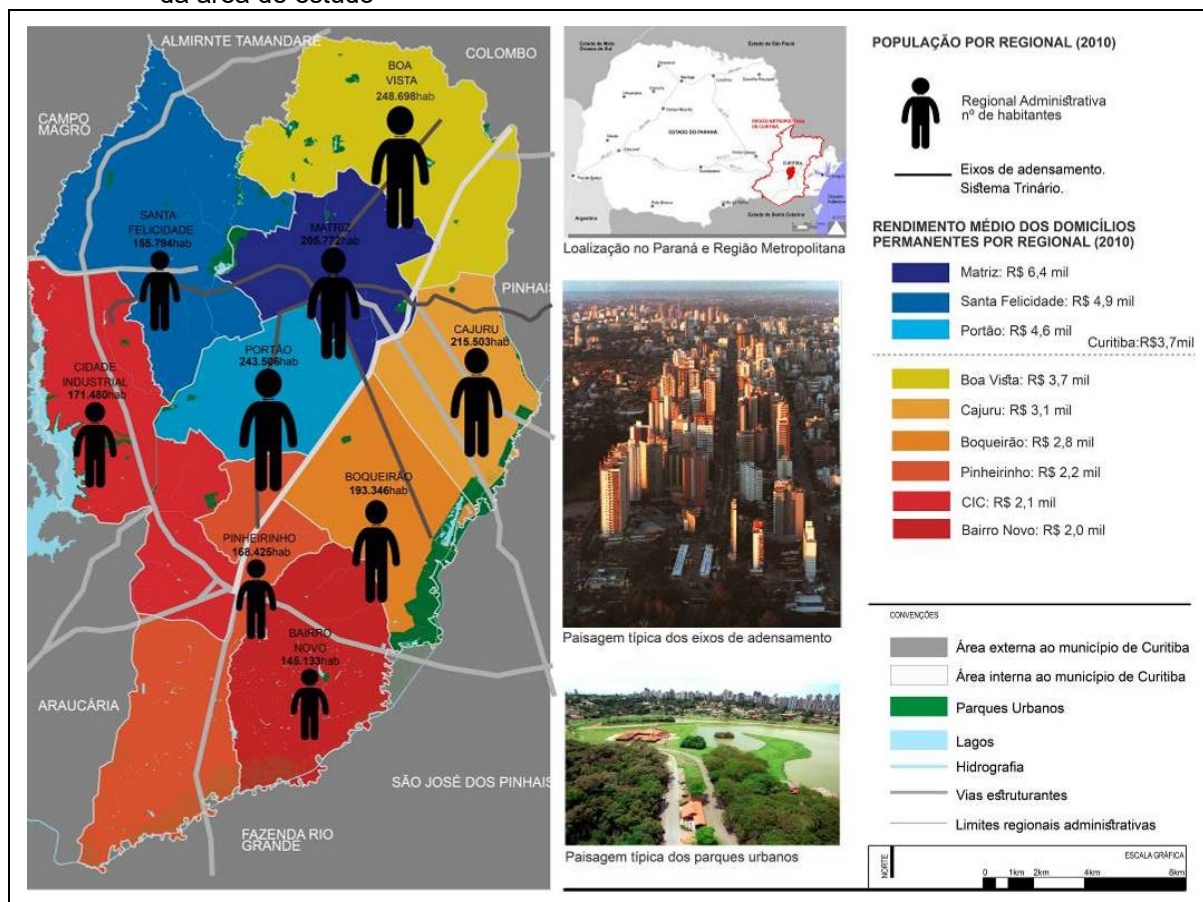
A pesquisa envolve o universo estimado de 1,9 milhões habitantes de Curitiba (IBGE, 2017) e, para diagnósticos espaciais, a unidade de observação corresponde a nove regionais administrativas da cidade, para as quais havia disponibilidade de dados no momento de elaboração do trabalho³¹. A área centro-norte da cidade concentrava, em 2010, os bairros mais populosos e de maior renda (Figura 8). Na direção sul, o rendimento médio dos domicílios decrescia, assim como o número total de moradores por bairro (AGÊNCIA CURITIBA, 2015).

Nesse contexto, foram identificadas, especializadas e analisadas as paisagens que representam os diferentes atores sociais na construção da imagem da cidade, a começar pela representatividade política.

31

A décima e recém-criada Regional Tatuquara não foi considerada isoladamente, com suas informações integrando a Regional Pinheirinho.

Figura 8: Mapas de localização, infográficos populacionais por regional e vistas de caracterização da área de estudo



Fonte: Elaborada com base em dados de Agência Curitiba (2015) e em informações cartográficas e fotográficas de IPPUC (2015a; 2015b).

Nota: Não inclusa a recém-criada Regional Tatuquara (considerada as informações agregadas à Regional Pinheirinho, da qual foi derivada).

4.2.1 Paisagem oficial: reprodução da política

A mídia paisagística publicada em sítios oficiais da última gestão completa de Curitiba (2012 a 2016) reúne uma galeria de 120 imagens³². Pela sua interpretação, constata-se que o uso de ícones urbanos³³ é praticado principalmente como ilustração para a promoção do patrimônio cultural (64,2%), do turismo (43,3%) e do planejamento urbano (27,5%), sendo que 32 cenas (26,7%) são repetidas para diferentes temáticas.

³² Foram consideradas apenas as imagens agrupadas em galerias ou com *link* especial para fotos. Aquelas usadas para ilustrar as páginas oficiais foram desconsideradas.

³³ O uso de cenas de configuração de paisagens foi raro no enquadramento das imagens inventariadas.

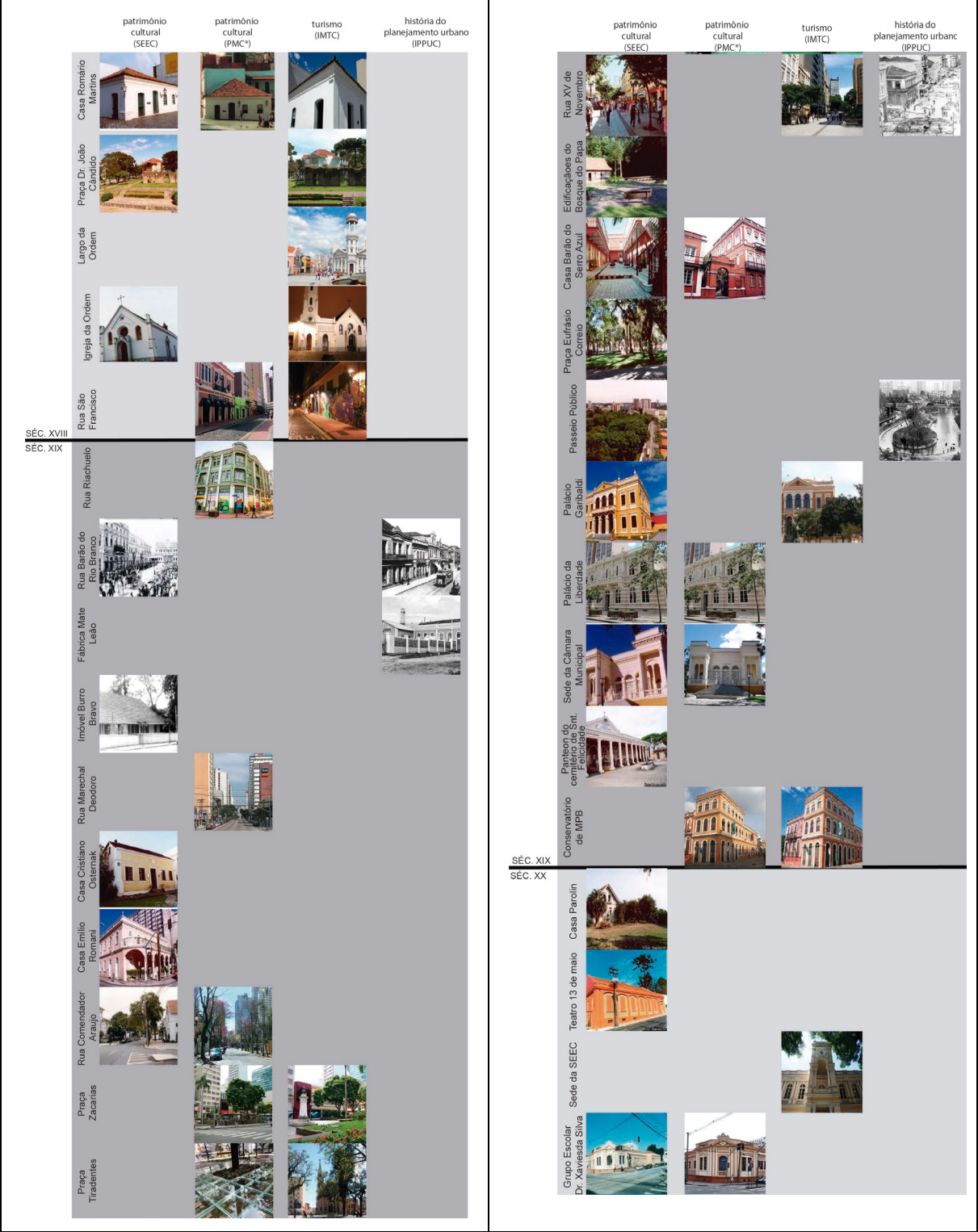
Para as análises desenvolvidas, o conjunto de imagens é apresentado em dois recortes, o primeiro até a década de 1960, antecede os discursos territoriais que marcaram as administrações municipais, correspondendo a 61,6% da galeria oficial (Figura 9), e o segundo para os períodos sequenciais, subdivididos por cognomes de gestão, representando 48,4% do total de paisagens oficializadas (Figura 10).

Até a primeira metade do Século XX, as imagens oficiais são marcadas, predominantemente, por exemplares do patrimônio cultural do Estado (67,6% para o período considerado e 41,7% para o total da galeria). O fato da maior quantidade de imagens possuir relevância histórica poderia apontar sinergia entre a divulgação política e a conectividade com as raízes urbanas, mas há pouca coincidência entre as cenas vendidas e as protegidas. Entre o total daquelas de caráter patrimonial, apenas um terço corresponde a pontos promovidos como de interesse turístico.

Pela comparação anterior, percebe-se que o significado que tem institucionalizado os imóveis patrimoniais não tem sido potencializado como atrativo turístico. Embora grande parte das edificações selecionadas tenha uma história memorável associada, o título de patrimônio cultural foi atribuído principalmente por características arquitetônicas que manifestam o passado colonial, eclético e modernista de Curitiba (BONAMETTI, 2000).

O desencontro entre valores imateriais e materiais, observado na paisagem apresentada como patrimônio cultural, retoma a preocupação de Choay (2006[1982]) sobre a inflação de bens protegidos, desconsiderando-se a importância que exercem à memória coletiva. Posteriormente, essa reflexão é recuperada, incluindo a percepção dos cidadãos, com o intuito de avaliar se há ausência de significado atribuído à imagem oficial desses bens ou, ainda, se existe negligência da administração municipal quanto à sua valorização, seja na sua promoção turística, seja na divulgação da sua história.

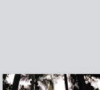
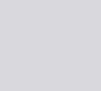
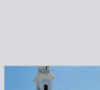
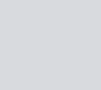
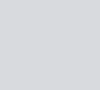
Figura 9: Representação de linha do tempo da paisagem oficial de Curitiba anterior ao Plano Serete – antes da década de 1960



(Continua)

Fonte: Elaborada com base em IMTC (2016), IPPUC (2016b), PMC (1995) e SEEC (2016).
Nota: * = divulgado como patrimônio cultural, não necessariamente protegido por lei

(Continuação)

	patrimônio cultural (SEEC)	patrimônio cultural (PMC*)	turismo (IMTC)	história do planejamento urbano (IPPUC)		patrimônio cultural (SEEC)	patrimônio cultural (PMC*)	turismo (IMTC)	história do planejamento urbano (IPPUC)
Sede do Ministério Público					Instituto Nêo Pitagórico				
Reservatório do Alto São Francisco					Castelo do Batei				
Teatro Paoli					Casa Andrade Muniz				
Grupo Escolar Cruz Machado					Parque Arthur Nogueira				
Palacete Lado Junior					Palácio São Francisco				
Portal do Passado Público					Grupo Escolar Dom Pedro II				
Colegio Estadual Barão do Rio Branco					Casa Kirchgasner				
Casa Sita					Edifício Garcez				
Sede do Instituto de Educação					Palácio Avenida				
UFPR					Igreja Presbiteriana				
Igreja Luterana					Capela Santa Maria				
Casa Gomm					Garagem de locomotivas				
Palacete do Batei					Estação de Ferro Viçosa				
Museu Alfredo Andersen					Colegio Estadual Lysimaco F. da Costa				
Museu de Arte Contemporânea					Igreja do Rosário				
Paço da Liberdade					Centro Acadêmico Hugo Simas				

(Continua)

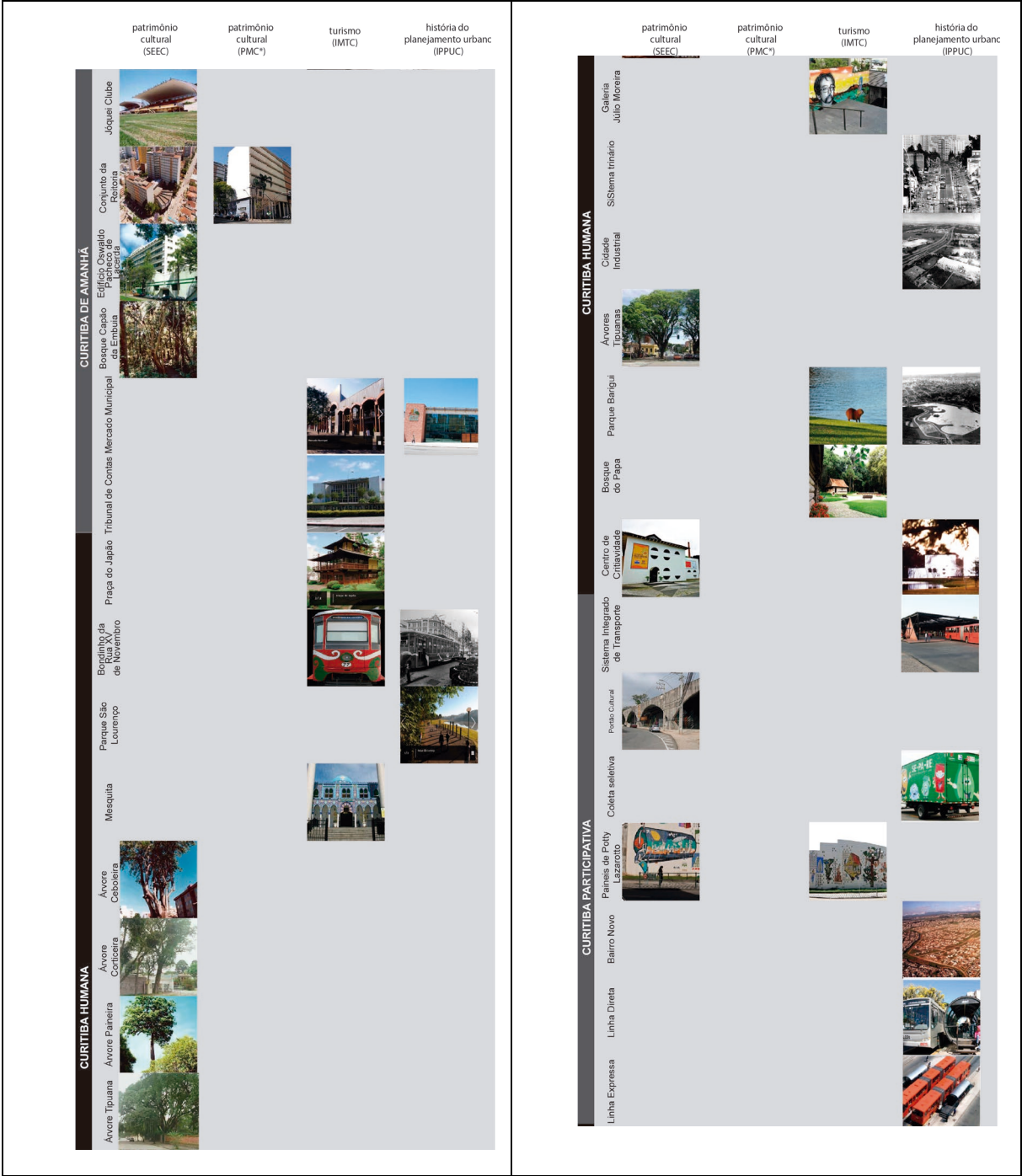
(Continuação)

	patrimônio cultural (SEEC)	patrimônio cultural (PMC*)	turismo (IMTC)	história do planejamento urbano (IPPUC)		patrimônio cultural (SEEC)	patrimônio cultural (PMC*)	turismo (IMTC)	história do planejamento urbano (IPPUC)
Colégio Estadual do Paraná					Palácio 19 de Dezembro				
Centro Cívico					Colégio Traubert				
Praca 19 de Dezembro					Secretaria de Estado Cultura				
Palácio Iguaçu					Casa João Luis Brito				
Tribunal do Juri					Teatro Guaíra				
Palácio 29 de março					Biblioteca Pública				
Palácio da Justiça									

Depreende-se, ainda, que a representatividade das diferentes camadas estéticas da paisagem oficial apresenta equilíbrio quantitativo entre os períodos Colonial (20,0%), Eclético (25,2%), Moderno (25,7%) e Pós-Moderno (25,8%), em prejuízo do movimento Art Déco, que tem baixa frequência (3,3%) na galeria da última gestão. Como apontado por Sutil (2010), o desmerecimento desse recorte da modernidade não é uma particularidade de Curitiba. Ainda que seja ampla a herança desse estilo na paisagem da cidade, os remanescentes sofrem a descaracterização de seus aspectos fundamentais e a poluição pela comunicação visual.

De qualquer forma, mesmo que as camadas estéticas anteriores tenham resguardado representatividade, os ícones de interesse de mercado que se sobressaem são aqueles acompanhados por discursos territoriais iniciados na década de 1960 (Figura 10).

Figura 10: Representação de linha do tempo da paisagem oficial de Curitiba posterior ao Plano Serete – após a década de 1960



(Continua)

Fonte: Elaborada com base em IMTC (2016), IPPUC (2016), PMC (2016) e SEEC (2016).
Notas: * = divulgado como patrimônio cultural, não necessariamente protegido por lei

Curitiba do Amanhã	=	década de 1960
Curitiba Humana	=	década de 1970
Curitiba Participativa	=	década de 1980
Cidade Ecológica	=	década de 1990
Cidade Social	=	década de 2000
Cidade da Gente	=	década de 2010

(Continuação)

	patrimônio cultural (SEEC)	patrimônio cultural (PMC*)	turismo (IMTC)	história do planejamento urbano (IPPU)		patrimônio cultural (SEEC)	patrimônio cultural (PMC*)	turismo (IMTC)	história do planejamento urbano (IPPU)
SÉC. XX	CIDADE ECOLÓGICA	Universidade Livre do Meio Ambiente			SÉC. XXI	CIDADE SOCIAL			
		Rua 24 horas							
		Torre Panorâmica							
		Jardim Botânico							
		Arco da Pádua							
		Rua da Cidadania							
		Ópera de Arame							
		Praça Iguaçu							
		Parque Tingui							
		Parque Tanguá							
		Bosque Alemão							
		Memorial de Curitiba							
		Memorial Árabe							
SÉC. XXI	CIDADE DA GENTE					CIDADE DA GENTE			

Na ilustração dos discursos territoriais, a Cidade Ecológica se destaca, não apenas na quantidade de ícones promovidos, mas também na habilidade para vendê-los como imagem territorial. Percebe-se que Curitiba acompanhou a tendência explicitada por Sgard (2011) com relação aos anos 1980 e 1990, principalmente europeia, de fundar identidade urbana por meio de cenários singulares que valorizassem os recursos naturais.

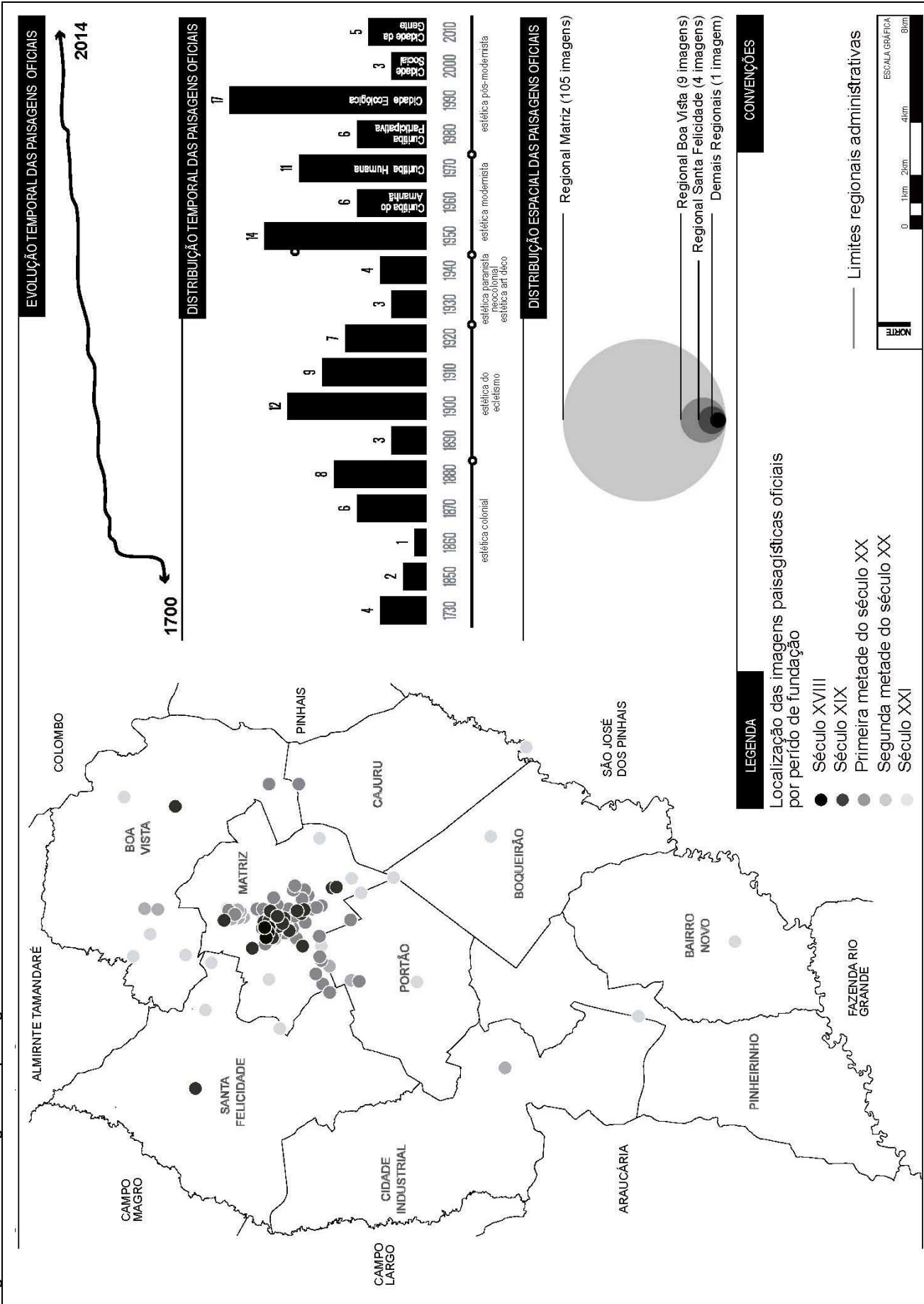
Essa estratégia é ilustrada pelo aproveitamento das vistas relacionadas à natureza – parques, bosques, Universidade Livre do Meio Ambiente, cenário da Ópera de Arame e o próprio Jardim Botânico. Tais particularidades, naturais ou produzidas, são consideradas essenciais ao fomento de paisagens identitárias (SGARD, 1999).

A partir do fim da gestão da “Cidade Social” e da “Cidade da Gente”, verifica-se uma mudança no perfil da mídia paisagística. Essas administrações reduziram a ênfase em imagens turísticas e intervenções paisagísticas, focando na divulgação de ações de planejamento, afirmando a despreocupação de alinhamento com a narrativa mundial sobre a sustentação das paisagens do lugar. O fato de serem poucas as intervenções oficiais na paisagem a partir de 2000 (8,3% do total de imagens) contribui para a continuidade de uma identidade urbana referenciada nos anos 1990.

Por outro lado, foi na transição entre os séculos XX e XXI que a paisagem oficial transpôs os limites da Regional Matriz. Ainda assim, exceto por ocorrências mais frequentes do Boa Vista e rarefeitas na do Portão, o restante da cidade permanece com intervenções pontuais, em geral associadas a edificações administrativas (Figura 11).

Em síntese, a paisagem oficial de Curitiba tem sido representada, predominantemente, no perímetro da sua região central, endereçada a edificações protegidas pelo patrimônio cultural (eclécticas ou modernas) e por ícones do discurso da “Cidade Ecológica”. As discussões desenvolvidas a partir deste item visam pontuar como os habitantes da cidade percebem e significam a galeria oficial selecionada pela Prefeitura Municipal, como esta atua na motivação ou omissão da memória coletiva e em que medida o significado e a valoração estética influenciam a eleição da representação política. Quando considerada a proporcionalidade de tempo que cada camada estética levou para se consolidar no espaço, nota-se que há enaltecimento político das paisagens modernista e contemporânea, que equivalem aos ícones concebidos a partir do fortalecimento dos discursos territoriais. Embora a paisagem modernista tenha ganhado a força da legitimidade política, as discussões sobre a representação social da mesma, adiante desenvolvidas, ressaltam a baixa relevância que assumem para os curitibanos.

Figura 11: Painel geral da paisagem oficial de Curitiba



Fonte: Elaborada com base no item 2.2.1 – Inventário documental.

4.2.1.1 | Percepção da paisagem oficial

Um dos propósitos da análise perceptual semântica é investigar a significação da representação política para impulsionar a conexão territorial. Para tanto, os respondentes (ver subitem 2.2.2.1 da seção 2 – Estruturação metodológica) escolheram palavras-chaves para definir as paisagens por eles eleitas como imagens de referência da cidade. Por meio da análise de conteúdo, o rol de vocábulos citados foi agrupado em 30 conjuntos, sintetizados em 10 grupos. As respostas que compõem cada agrupamento constam do Apêndice C. Em síntese, os grupos que ficam acima da média das respostas obtidas expressam o desejo de reconhecimento (24,8%), beleza (23,1%) e singularidade (17,0%).

O reconhecimento é associado à satisfação de ter o território legitimado pela fama, à divulgação e ao sucesso de um ponto paisagístico, independente dos signos a ele vinculados. A paisagem que tem a propriedade de identificar o espaço habitado desperta o orgulho social. Perante o processo de diluição de fronteiras, ter a imagem territorial reconhecida importa à aprovação identitária, interessando menos as relações espaço-afetivas e confortando posturas acríticas mediante valores publicitários (BAUMAN, 2013; MITCHELL, 2002[1990]).

O reconhecimento por meio da beleza potencializa ainda mais a vaidade cívica, uma vez que o belo atribui valorização moral à paisagem (COSGROVE, 2006; KANT, 2015[1764]). Por sua vez, a singularidade valida o processo identitário, elimina a possibilidade de ambiguidades e confusões de divisas políticas, levando à diferenciação e à identificação frente à pressão de homogeneização paisagística (SGARD, 1999).

Entende-se que os valores priorizados para fundar a paisagem oficial têm estreita relação com os constructos identitários da ideia de nação, como unidade de pertencimento. Por outro lado, conduzem à reflexão sobre as chances de sustentação desses valores, quando desacompanhados de significados (POLLAK, 1998).

Os grupos semânticos que demonstram significação social associada à paisagem oficial são pouco representativos, referindo-se à história (9,2%) – com distinção da origem da cidade – e ao simbolismo (3,2%) – com valorização de aspectos da cultura e da tradição. Entretanto, esses conceitos têm baixa frequência (12,4%) na importância da paisagem oficial. Tal postura indica a vulnerabilidade da população mediante discursos ideológicos que podem substituir imagens legítimas por mercadológicas (MITCHELL, 2002).

Nesse sentido, a influência dos discursos políticos pode ser percebida na semântica da representação oficial, por meio de dois agrupamentos, o planejamento e inovação (8,6%) – que destaca principalmente aspectos motivados pela organização urbanística e por intervenções no transporte público da “Curitiba Humana” – e a natureza (6,1%) – que afirma características da “Cidade Ecológica”. Embora tenham acontecido com menos expressividade que a importância histórica, juntos representam uma proporção que supera a média das significações analisadas (Figura 12).

As paisagens frequentemente eleitas³⁴ pela memória dos habitantes para a representação de Curitiba são correspondidas pela galeria oficial da última gestão municipal. A coincidência de reconhecimento pode ser influenciada pela própria prática de divulgação da Prefeitura Municipal. De qualquer forma, a reciprocidade demonstra coesão quanto à representatividade política – independentemente da sua autenticidade. No contexto das pluralidades contemporâneas, a convergência é condição para unidade necessária aos processos identitários (MITCHELL, 2002; POLLAK, 1992).

A desejada concordância também se repete em relação à paisagem preferida como cartão postal da cidade. Quase um terço da amostra da análise perceptual semântica (32,5%) elegeu o Jardim Botânico para essa função. Adiante, considerações sobre a paisagem produto também evidenciam esse ícone pela atratividade turística – afirmando a condição de reconhecimento para elegibilidade da representação territorial.

³⁴

Paisagens resgatadas por mais de 1% dos respondentes da análise perceptual semântica.

Com menor frequência, mas ainda acima da média da preferência dos cidadãos para retratar a imagem oficial de Curitiba, são lembrados o Museu Oscar Niemeyer (MON) (9,6%), o Passeio Público (6,8%) e a Estação Tubo (6,0%). Juntamente com o Jardim Botânico, o primeiro também se destaca como ponto turístico da cidade e ambos foram recordados pela população, com ancoragem, principalmente, na semântica do reconhecimento, beleza e singularidade, reforçando os atributos identitários já discutidos.

Diferente dos cartões postais eleitos até o momento, para o Passeio Público há uma justificativa semântica diferenciada. Embora também tenha destaque quanto ao reconhecimento e à beleza, esta última é priorizada. Diferente de qualidades exógenas observadas nas paisagens turísticas eleitas, a significação do Passeio Público revela sentimentos de apropriação dos habitantes, vinculados ao uso do espaço, como função e animação, além da valorização histórica. Esses laços afetivos são condicionantes para permanência de relações identitárias e de sensações de pertencimento. O Passeio Público possui escala humana que permite a proximidade de experimentação espacial (TUAN, 2012[1974]; 2013[1977]), negada pela imponentia dos outros ícones. O acúmulo de tempo que reserva ainda permite a revivação do passado, não necessariamente vivido pelo habitante contemporâneo, mas que configura um elo geracional e a corporificação da memória coletiva.

O protagonismo da Estação Tubo (tipo de ponto de ônibus) é conduzido pela imagem inovadora que ainda habita o imaginário coletivo sobre Curitiba. Cabe adiantar que essa é uma lembrança predominantemente da população jovem, que não viveu o momento da implantação desse mobiliário urbano, mas herdou a interpretação de sucesso conectada à intervenção. A persistência imagética da inovação demonstra a inércia dos discursos políticos (ou mercadológicos) que tendem a perdurar além da consistência que lhes deu origem (SARMENTO, 2004).

Outros espaços que corporificam história também são incluídos na preferência de representatividade política dos habitantes, como a Rua XV de Novembro (4,9%), a Praça Tiradentes (3,6%) e o Largo da Ordem (1,3%). Entretanto, os ícones pós-modernos lideram as preferências (48,4%). Esse panorama contrasta com a predominância de imagens históricas e protegidas como patrimônio cultural que integram a lista das paisagens oficiais.

Ainda que a galeria institucional inclua exemplares de arquitetura modernista – que abriga, na maioria, edifícios públicos –, a população resiste em incorporar tal linguagem na comunicação da cidade, visto que, embora no conjunto de recordações a década de 1950 tenha sido expressiva na percepção da paisagem oficial, não há convergência significativa dos respondentes para predileção de cenas modernistas. Essa resistência pode ser associada à visão de declínio atribuída à paisagem moderna, que rompeu tradições e inseriu o homem em um espaço de impessoalidade (COSGROVE, 2006). No mesmo sentido, a predileção pelo Jardim Botânico pode ser interpretada como um refúgio na beleza clássica das proporções e simetrias, assim como os parques e o próprio Passeio Público remetem a uma conexão mais romântica com os elementos naturais, negligenciada pela exacerbação da funcionalidade do pensamento moderno (LEITE, 2006[1994]; RELPH, 1990).

A Figura 13 sintetiza o panorama da percepção dos habitantes quanto à paisagem oficial de Curitiba, acrescentando à análise a impressão concentrada da representatividade política nas porções centro e nordeste da capital paranaense, adiante retomada na discussão sobre ilhas cognitivas do território oficial da cidade. Nota-se que as percepções dos habitantes sobre a paisagem oficial da cidade convergem e se influenciam pelos discursos territoriais, ainda que memórias fundadas antes dos marcos da institucionalização do planejamento urbano perdurem – mesmo perdendo a importância como ponto turístico.

Todavia, as camadas paisagísticas formadas antes da cidade apoiada em cognomes não demonstram força na preferência para a representatividade oficial. Essa situação leva ao questionamento sobre as políticas de definição e comunicação do patrimônio cultural, que parece não alcançar a memória coletiva. Cabe ao escopo do item seguinte a verificação se as lacunas identificadas são limitadas à representação política ou também atingem a representação social. Da mesma maneira, interessa investigar se há coincidências entre as paisagens oficial e significado ou se as âncoras identitárias da sociedade são desenvolvidas de forma independente à imagem territorial.

4.2.2 Paisagem significado: representação da sociedade

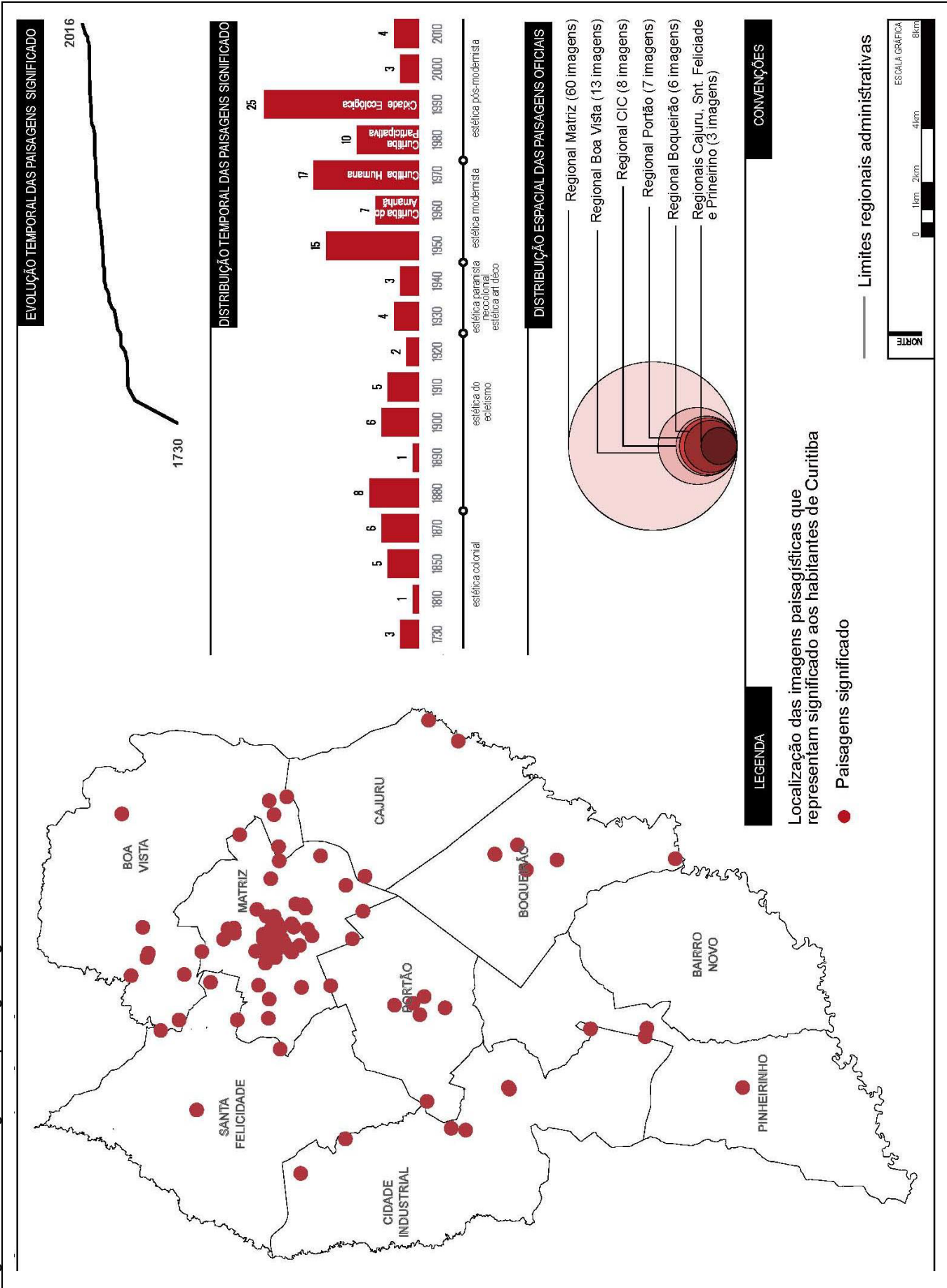
As imagens de representação social de habitantes contemporâneos de múltiplas identidades são mais numerosas (165)³⁴ e menos consensuais que as indicadas como oficiais. Enquanto um terço da amostra da análise perceptual é concordante quanto à paisagem para galeria política de Curitiba, essa congruência não atinge um sexto para o contexto de apropriação.

Também diferente da concentração espacial da galeria de imagens oficiais, a paisagem significado é mais dispersa nas regionais da cidade (Figura 14), ainda que a proporção maior (36,3%) permaneça na Matriz. Tanto a numerosidade quanto a diluição espacial confirmam a tendência traçada por Sgard (1999) quando coloca que os processos identitários são facilitados nas escalas territoriais. Na esfera pessoal, as diferenças perceptuais e de valores morais multiplicam os significados paisagísticos e bifurcam os caminhos que levam a laços afetivos com o lugar. Os vínculos motivados pelas relações cotidianas também incitam compromissos morais que fazem da proximidade uma alavanca da significação (BAUMAN, 2011; RELPH, 1990), o que pode justificar os endereços de apropriação nas regionais CIC (4,8%), Portão (4,2%) e Boqueirão (3,6%), que não acontecem da mesma forma para a percepção da imagem territorial.

Além do explicado por Sgard (1999), a diferenciação que os habitantes fazem entre a paisagem do 'eu sujeito' e a do 'eu cidadão' é comum à pluralidade identitária do homem pós-moderno. Bauman (1997) debate essa fragmentação, explicando que tendem a existir, no mesmo indivíduo, tantas personalidades quantos forem os diferentes grupos por ele frequentados. Para cada círculo de convivência (profissional, familiar, público, privado etc.), assume-se um determinado papel e uma postura esperada pela coletividade. Assim, a unidade identitária individual se torna mais distante e uma busca constante. Nesse contexto, não são inesperadas escolhas não compatíveis entre a identidade urbana e a pessoal.

³⁴ Destas, 40 não são especializáveis, por significarem aspectos imateriais da paisagem. Nos mapeamentos apresentados e respectivas evoluções cronológicas, constam 125 endereços paisagísticos para a representação social.

Figura 14: Pannel geral da paisagem significado de Curitiba



Fonte: Elaborada com base no subitem 2.2.2.1 – Análise perceptual semântica – e no Apêndice C.

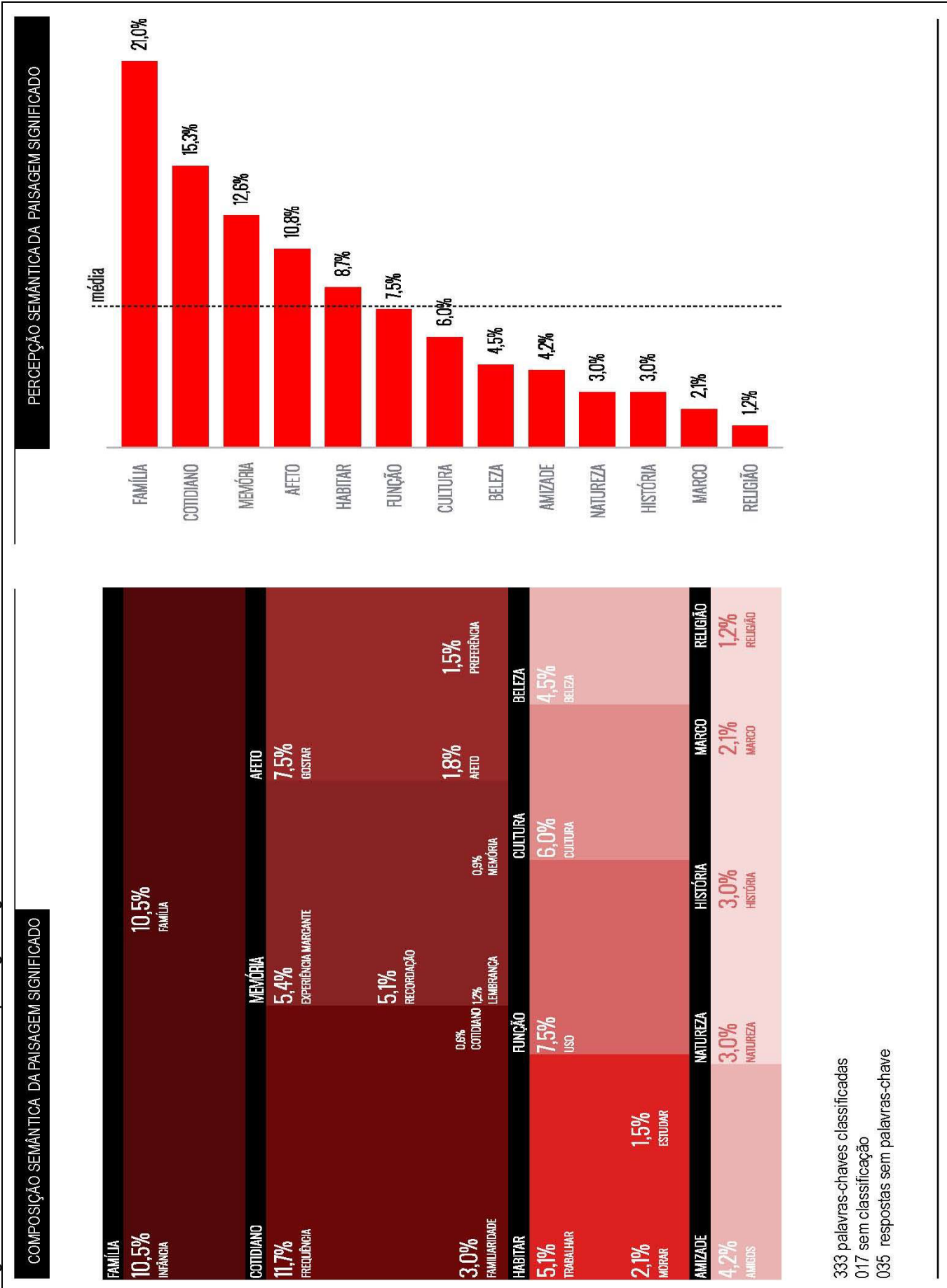
Apesar da possibilidade de desvinculação entre a representação social e a política, a independência não é plena na amostra entrevistada. Não obstante a manifestação de algumas paisagens históricas acima da média como opção de representantes da sociedade, destacam-se quantitativamente as paisagens criados a partir da década de 1950 (65,4% do total), especialmente datadas na Cidade Ecológica (10,3%). A concentração de significado em recorte temporal recente supõe não apenas a influência de discursos políticos, bem como uma descontinuidade e desconhecimento dos significados do passado.

Scannell e Grifford (2010) acreditam que, quando os habitantes participam da construção ou reconstrução de um espaço, os laços de pertencimento são fortalecidos. Nesse sentido, se os cidadãos não se entendem como seguidores da história que construiu o passado, tendem a restringir significados a episódios vivenciados no presente.

Como a paisagem significado corresponde à vista escolhida pelos respondentes da análise perceptual semântica para a sua própria representação, reflete simultaneamente uma figuração moral. Assim, por meio da interpretação semiológica atribuída a apropriação paisagística, pode-se explicar os valores sociais que conectam a sociedade ao espaço (BERQUE, 2004; LUCENA, 2014).

Aplicando-se a análise de conteúdo, as palavras-chaves que justificaram as memórias das paisagens significados foram distribuídas em 23 conjuntos, agregados em 13 grupos (ver Apêndice C). Os valores acima da média da significação atribuída pela amostra (Figura 15) são a família (21,0%), o cotidiano (15,3%), a memória (12,6%), o afeto (10,8%) e o habitar (8,7%). O rol de significados que protagonizam os estímulos de apropriação remete à síntese já posta por Andreotti (2012) e Tuan (2012[1974]), concordando que, no âmbito pessoal, a identificação com a paisagem é motivada pela espiritualidade, familiaridade e memória.

Figura 15: Painel semântico da paisagem significado de Curitiba



Fonte: Elaborada com base no subitem 2.2.2.1 – Análise perceptual semântica – e no Apêndice C.

A recordação de experiências com familiares, especialmente as que remetem à infância, situam o indivíduo na evolução temporal corporificada às camadas de paisagem, conectando passado e presente por meio da permanência de significados (CHOAY, 2006[1982]). Os valores associados ao cotidiano (frequência e familiaridade, por exemplo) e ao habitar (morar, trabalhar, estudar,...) envolvem o compromisso moral da responsabilidade com os espaços do dia a dia, confirmando que as relações de proximidade fundam signos espaciais (BAUMAN, 1997; RELPH, 1990; TUAN, 2012[1974]). Da mesma forma, a emoção desencadeada pela vivência do lugar, seja pela memória de um fato marcante ou pelo prazer da experiência dos sentidos que desperta afeto, é condicionante de topofilia que antecede o processo de significação individual (TUAN, 2012[1974]).

São poucas as coincidências entre a semântica que define a apropriação e a semiologia oficial. O reconhecimento e a singularidade sublinhados anteriormente não importam nesse caso de apreensão e a beleza perde a relevância. Essa diferenciação demonstra que a percepção do território não se confunde com valores pessoais, embora ainda possa influenciar a construção identitária do sujeito.

Os resultados obtidos revelam que, embora aconteçam coincidências entre a imagem escolhida como pública (oficial) e a individual (significado), houve inclusões, exclusões e alterações de hierarquias. As paisagens que tiveram frequência acima da média nas representações pessoais equilibram referências históricas e contemporâneas (Figura 16).

Os parques, que apareceram na sétima posição como imagem política, são os prediletos na figuração social (14,5%). Refletem espaços que foram incorporados no cotidiano dos respondentes, despertando afeto e corporificando recordações familiares. Mesmo que a associação com valores ambientais tenha se manifestado na justificativa da escolha dessas áreas verdes (14,5%) e do Jardim Botânico (7,5%), indicando relações de identidade com a Cidade Ecológica, não configuram a motivação para auto representação, embora a imagem sustentável tenha aprovação dos habitantes como cartão postal e produto turístico.

Quase esquecidas na representação política, as praças ganham relevância na paisagem apropriada (8,8%), especialmente aquelas que marcam a origem da cidade (Tiradentes e General Osório). Assim como os parques, estimulam laços de afeto e se incorporam ao cotidiano dos moradores. Enquanto aqueles se integram a uma rotina de lazer, estas abrigam as feiras, eventos culturais e pontos de transporte público. Não obstante tenham perdido o prestígio para as grandes áreas verdes, as praças permanecem como *locus* habitual dos frequentadores do centro da cidade, que estabelecem relações de apropriação por proximidade e uso (REPH, 1990).

Já o processo de significação do Jardim Botânico demonstra desvios das condicionantes de significação pessoal. Os valores até então preponderantes – cotidiano, afeto e família – são preteridos à memória de eventos marcantes e à beleza. Sua paisagem provoca mais admiração e menos o intimismo de aproximação. A motivação de ser representado por esse ícone paisagístico aponta a influência da vaidade de tê-lo como imagem territorial. O sucesso da sua dimensão estética pode incentivar o apoderamento da sua imagem como reflexo pessoal. Além de a beleza ser um valor moral, considerado como virtude (KANT, 2012[1793], 2015[1764]), a prévia legitimação dessa paisagem como imagem urbana – tanto pelo poder público, quanto por habitantes e visitantes – promove a aceitação da identidade de quem a escolhe como representação social. Nessa perspectiva, o anseio de pertencer a um grupo identitário pode estar sendo confundido com o senso de pertencimento ao lugar (BAUMAN, 1997). Falta na semântica despertada pelo Jardim Botânico a manifestação de conexões orgânicas, ou seja, o reconhecimento de raízes capazes de demonstrar sua capacidade de permanência como signo individual.

No mesmo sentido, a seleção das paisagens tradicionais do Passeio Público (7,0%), da Rua XV de Novembro (6,8%) e do Largo da Ordem (4,9%) para a representação social indicam a relevância de aspectos históricos e culturais na construção identitária do sujeito. Enquanto se deseja uma imagem urbana inovadora, resguarda-se uma reputação pessoal mais conservadora. De qualquer maneira, considerando o rol de referências da história protegida pelo patrimônio cultural, o acúmulo de tempo não tem sido condição suficiente para fundar significado.

Esse contraste conduz a duas reflexões, já provocadas e apontadas por Choay (2006[1982]) sobre a inflação de bens históricos. A primeira é referente à hipervalorização de características arquitetônicas em prejuízo de aspectos simbólicos; a segunda, caso se confirme a importância da coleção patrimonial para a sociedade, versa sobre a omissão na comunicação dos significados do patrimônio protegido. A discrepância observada pode ser resultante de confusão entre o memorável, como história pública selecionada para ser contada, e a memória coletiva, como representatividade social compartilhada (ASSMANN, 2011). Ao mesmo tempo, a quantidade de edifícios classificados como patrimônio cultural pode ser reflexo das incertezas sobre o que se manter para as gerações futuras e respectivas justificativas.

Agravando a desvalorização ou desconhecimento da memória edificada, os *shoppings* são incluídos na percepção de representação social, não pela representatividade de suas sedes históricas nos cenários urbanizados, mas pelo significado que o consumo assume como referencial identitário, especialmente da população adolescente. Tal distorção indica uma depreciação da vivência de paisagem, que passa a ser preterida à experimentação da troca de capital (COSGROVE, 2006; RELPH, 1990).

Outro aspecto a ser reflexionado em relação à experiência paisagística dos habitantes da cidade diz respeito ao favoritismo de ícones em prejuízo aos conjuntos urbanísticos. Essa prática pode indicar tanto uma real fragmentação da paisagem urbana ou uma preferência da cultura do consumo incentivada pelas intervenções oficiais (BAUMAN, 2013).

Nesse contexto, a escassez de referências icônicas nas regiões periféricas torna vulneráveis os elos de pertencimento dos habitantes com bairros distantes do centro da cidade. Apesar dos endereços de apropriação terem se pulverizado por todas as suas regionais, os que atingem concordância de mais de 1% da amostra ainda excluem a porção sudoeste e a Regional Cajuru. A lacuna de referências nessas localidades é um indício de que os moradores não se sentem pertencentes a esses espaços.

Essa sensação de *placelessness* pode ser derivada de um insuficiente comprometimento moral com o lugar, por ausência de cotidiano a ele relacionado ou pelo fato de os moradores não encontrarem nas características paisagísticas locais

valores que os representem, indicando degradação ou homogeneidade desses endereços (BAUMAN, 1997; RELPH, 1990). A paisagem oficial já se demonstra frágil nessas localidades e a sua respectiva semântica endereçada exclui sentimentos de afeto e atribuições de memória, conforme discussão desenvolvida em seções seguintes.

As paisagens preferidas como cartão postal da cidade coincidem, predominantemente, com imagens eleitas para a representação social, com diferenciação de hierarquia e significado. As lacunas entre as cenas de reprodução política (ver item 4.2.1 desta seção) e de significado para a sociedade são evidenciadas na inclusão da totalidade de referências paisagísticas citadas pela mostra, comparadas com a completude da galeria oficial. Enquanto, as paisagens que representam mais de 1% dos cidadãos (política ou socialmente) somam 22 (7,7% do total), as oficiais e as de citações de significado ultrapassam 285 endereços.

Os desencontros na sobreposição entre as representações políticas e sociais, assim como a pulverização de endereços de significados, podem indicar a fragmentação da essência cultural dos habitantes de Curitiba e as dificuldades de representar os contextos plurais da sociedade contemporânea (MITCHELL, 2002[1990]). Nesse sentido, cabe analisar as omissões da paisagem oficial quanto a representatividade social, no território e nas camadas temporais.

4.2.2.1 | Lacunas entre paisagem oficial e paisagem significado

Na evolução das camadas temporais da cidade, nota-se que as paisagens significados – não correspondidas pela galeria oficial – assumem maior proporção que as coincidências de representação ou que as imagens políticas esquecidas (Figura 16). Tal situação é esperada, uma vez que os laços de afeto tendem a se desenvolver em escalas locais, não necessariamente vivenciadas pela completude da população.

O desvio dessa tendência acontece nas primeiras décadas do século XX, no auge da estética eclética. Esse momento reúne edificações protegidas pelo patrimônio cultural e publicadas pela paisagem oficial, sem encontrar significado na memória coletiva.

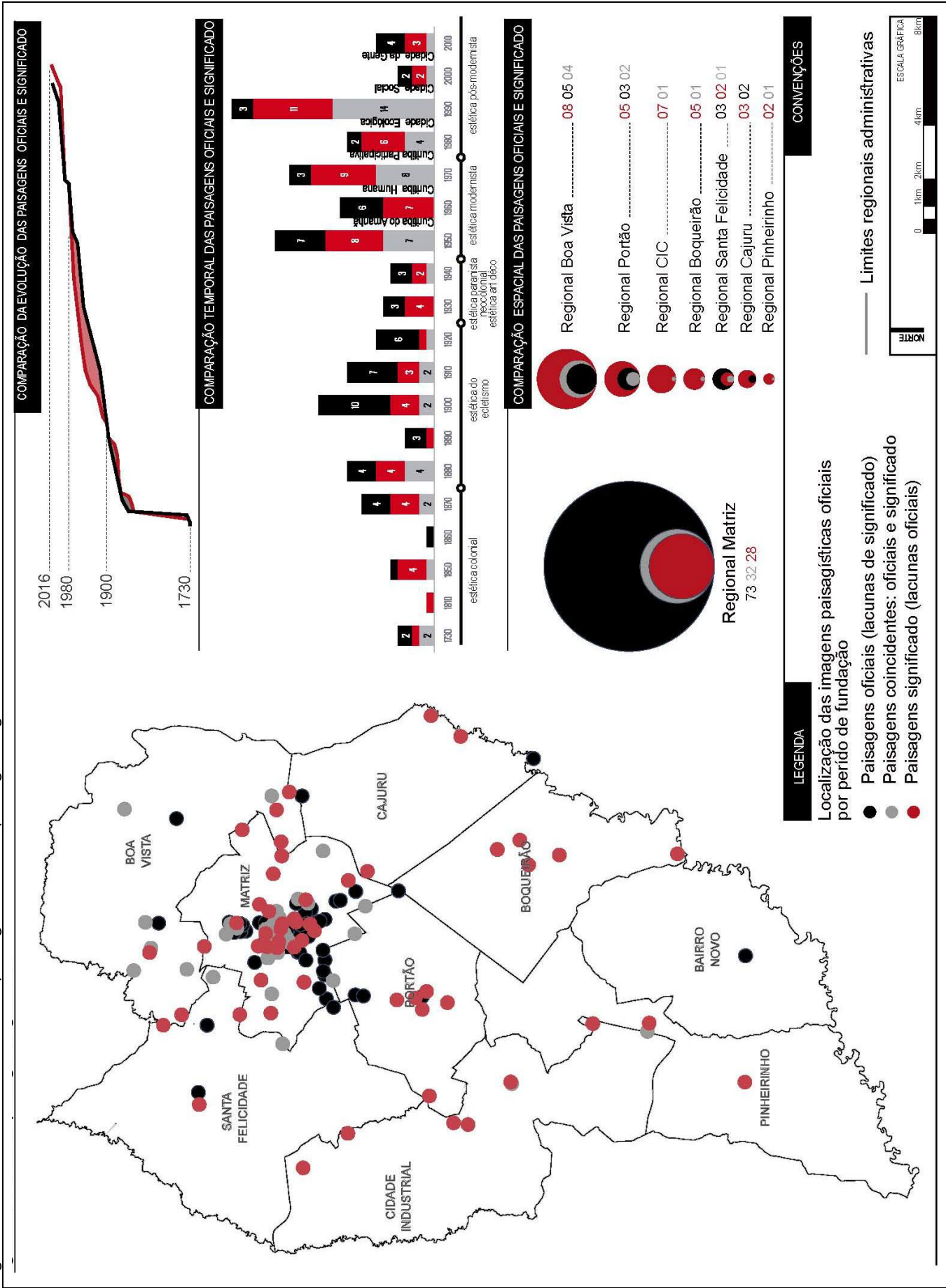
O passado colonial é mais representativo aos habitantes que os anos do espírito romântico do Ecletismo. A significação paisagística salta este período e é intensificada a partir dos anos 1950. Pode-se supor que esta década tenha ganhado destaque nas análises pelo fato de abranger épocas que fizeram parte da vivência de estratos da população contemporânea – adultos e idosos –, que compõem a amostra, pois não apenas trazem consigo a experiência paisagística, como a transmitem às gerações mais jovens.

Contudo, essa comunicação tem sido falha quanto à importância das camadas de memória corporificadas na transição dos séculos XIX e XX. Além de aspectos de desconhecimento dos moradores, o aspecto pontual (fragmentado) dos remanescentes desse período perde força para os conjuntos históricos que os antecedem. Estes possuem uma política de preservação de contexto da paisagem (Largo da Ordem e Rua XV de Novembro, por exemplo), ao contrário da estratégia de proteção de edificações isoladas que se aplica às sobrevivências da estética do Ecletismo e do Art Déco.

Há indícios de que as táticas de divulgação da imagem urbana entre a Curitiba Humana (década de 1970) e a Cidade Ecológica (anos 1990) alavancaram os processos de apropriação paisagística dos curitibanos, ampliando o reconhecimento pessoal nas cenas da cidade e reduzindo a quantidade de imagens oficiais sem reciprocidade de representação social. Já a partir de 2000, as referências paisagísticas diminuem e aumentam as lacunas de apropriação da paisagem oficial (Figura 17).

A redução de lacunas entre as representações oficial e social se comporta de forma inversamente proporcional ao aumento da publicidade da imagem de Curitiba, com ápice bem marcado na década de 1990. Quando a sua projeção positiva nos noticiários sofreu uma queda (os discursos territoriais da cidade passaram a ser questionados e as estratégias de intervenção na paisagem foram atenuadas), são retomados os maiores desvios entre apropriação e reconhecimento político já observados nas camadas que antecedem a estética modernista da metrópole.

Figura 17: Painel de lacunas entre paisagem oficial e paisagem significado de Curitiba



Percebe-se que o *city marketing* foi eficiente não apenas para inserir Curitiba no mercado competitivo com ancoragem na imagem urbana, mas também na legitimação da paisagem oficial perante os cidadãos. Tendo em vista que a coesão imagética entre território e indivíduo interessa na sustentação identitária, as estratégias publicitárias das administrações municipais não devem ser precocemente interpretadas de forma negativa. As reflexões que importam sobre as táticas mercadológicas se relacionam às essências que motivam a valorização econômica de cenários urbanizados. Assim, cabem questionamentos se a gênese da valoração da paisagem produto parte de aspectos contextuais autênticos (culturais, históricos, simbólicos,...) ou se promove simulacros que distanciam o habitante de conexões genuínas com seu tempo e espaço.

4.2.3 Paisagem produto: configuração do mercado

A paisagem produto compreende as imagens que os habitantes preferem por prazer estético, livre ou não de comprometimento moral com o espaço. As discussões incluídas neste item partem dos resultados das análises perceptuais semântica – no que diz respeito à memória de beleza – e imagética – para valoração do belo³⁵, não deixando de comparar as preferências de consumo dos habitantes com cenários vendidos pela galeria turística de cenas oficiais.

A Prefeitura Municipal comercializa turisticamente paisagens predominantemente localizadas na região central da metrópole, com ênfase nas camadas que diferenciaram Curitiba do restante dos núcleos de porte similar, ou seja, os monumentos modernistas (1950 a 1960), as áreas verdes (1980 a 1990) e os ícones pós-modernos (1990). A seleção ressalta cenas emblemáticas dos marcos administrativos do passado, sem regressar com intensidade aos estratos temporais que antecederam a cidade conhecida por meio dos noticiários. O mercado turístico não demonstrou interesse pelas intervenções autênticas do Movimento Paranista, tampouco pela estética Art Déco, salvando-se, entretanto, o período colonial e alguns remanescentes ecléticos.

³⁵ Ver seção 2 – Estruturação metodológica – e Apêndice B – Modelo de questionário da análise perceptual imagética.

A seleção turística oficial evidencia um paralelismo com os endereços de prazer estético reconhecidos pela população, excluindo-se a vivência da paisagem modernista (Figura 18). Embora os habitantes tenham demonstrado apropriação (sem representatividade como maioria) a camadas paisagísticas das décadas de 1960 e 1950, a significância que desencadeou esse processo não se fundamenta na experiência da beleza. Ainda que como monumentos isolados os edifícios modernos sejam bem valorados³⁶ como belos na análise imagética, não figuram entre os destaques de avaliação e não habitam a memória dos cidadãos como referência estética, sendo preteridos frente a comparação com outros marcos temporais.

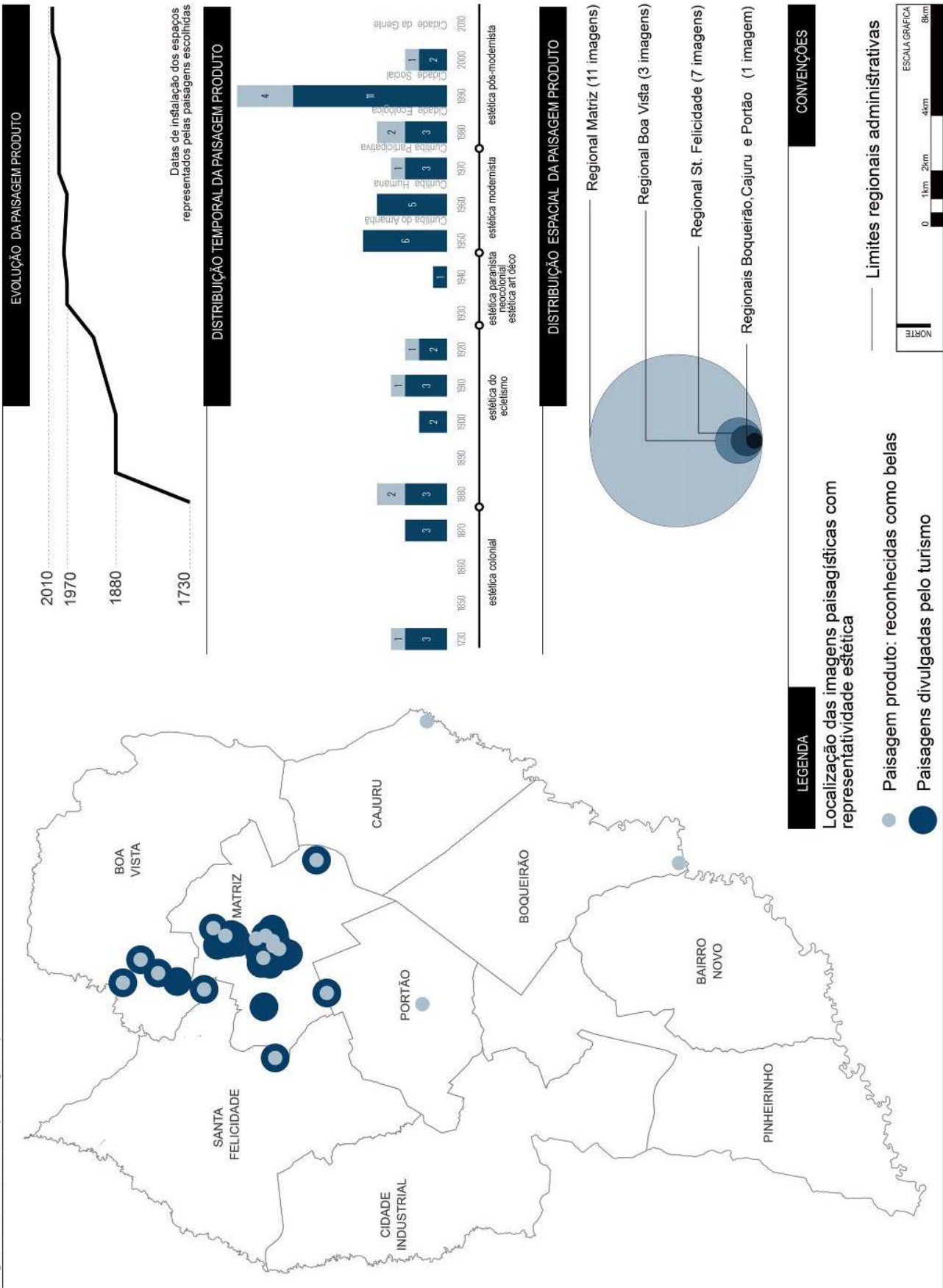
Até pela omissão do Centro Cívico no imaginário do belo, os resultados demonstram que, como contexto, o Modernismo não desperta a experiência de beleza que se procura nas cenas urbanizadas. Em discussão logo à frente, a sensação de tranquilidade ganha relevância na sensação de prazer estético, sendo esta uma característica ausente na percepção da paisagem moderna, que, ao contrário, não visa ao acolhimento da escala humana, pela sua imponência e impessoalidade. Os adornos, texturas e aspectos figurativos por ela rejeitados fazem parte dos atrativos do Pós-Moderno (CARSTEN, 2002; RELPH, 1990), que ganham a predileção de beleza no julgamento estético da população (41,5%).

Ainda que o mercado paisagístico oficial de Curitiba possa ser persuasivo, não consegue ser o suficiente para incluir cenários previamente recusados pela população – como o modernista. O prazer estético dos cidadãos das amostras, seja no ato de recordação da paisagem ou da sua contemplação imagética, é predominantemente endereçado a referências pós-modernas – que negam a universalidade pretendida pelo movimento anterior. Os sincretismos formais, temáticos e temporais encontrados nessa camada de aparência plástica tendem a encontrar correspondência na multiplicidade e ausência de padrões de beleza da sociedade contemporânea (BAUMAN, 2013; MACEDO, 2010).

³⁶

Média de 8,5 em uma escala de 0 a 10. Entre as 18 imagens selecionadas, a menor atingida foi 7,2.

Figura 18 Painel geral da paisagem produto de Curitiba



Nesse sentido, o comércio turístico oficial se encontra alinhado ao comportamento da população. Mas, como parte da política territorial, omite-se nas regiões mais periféricas da cidade, onde há endereçamento de beleza pelo imaginário coletivo, sem a devida valorização imagética. O *city marketing* falha quando promove um recorte paisagístico competitivo, não ancorado na melhoria do tecido urbano na sua totalidade (DUARTE; CZJKOWSKI, 2007).

O processo contemplativo da paisagem desencadeia sentimentos de satisfação que se manifestam de forma singular em cada observador (KANT, 2012[1793]). Tal multiplicidade é verificada na análise de conteúdo aplicada às palavras utilizadas para expressar a sensação de prazer estético – na contemplação imagética dos cenários³⁷. O resultado da avaliação resultou em 15 grupos de significado (Figura 19), que se ramificam em 34 conjuntos semânticos a partir de 198 terminologias (ver Apêndice C).

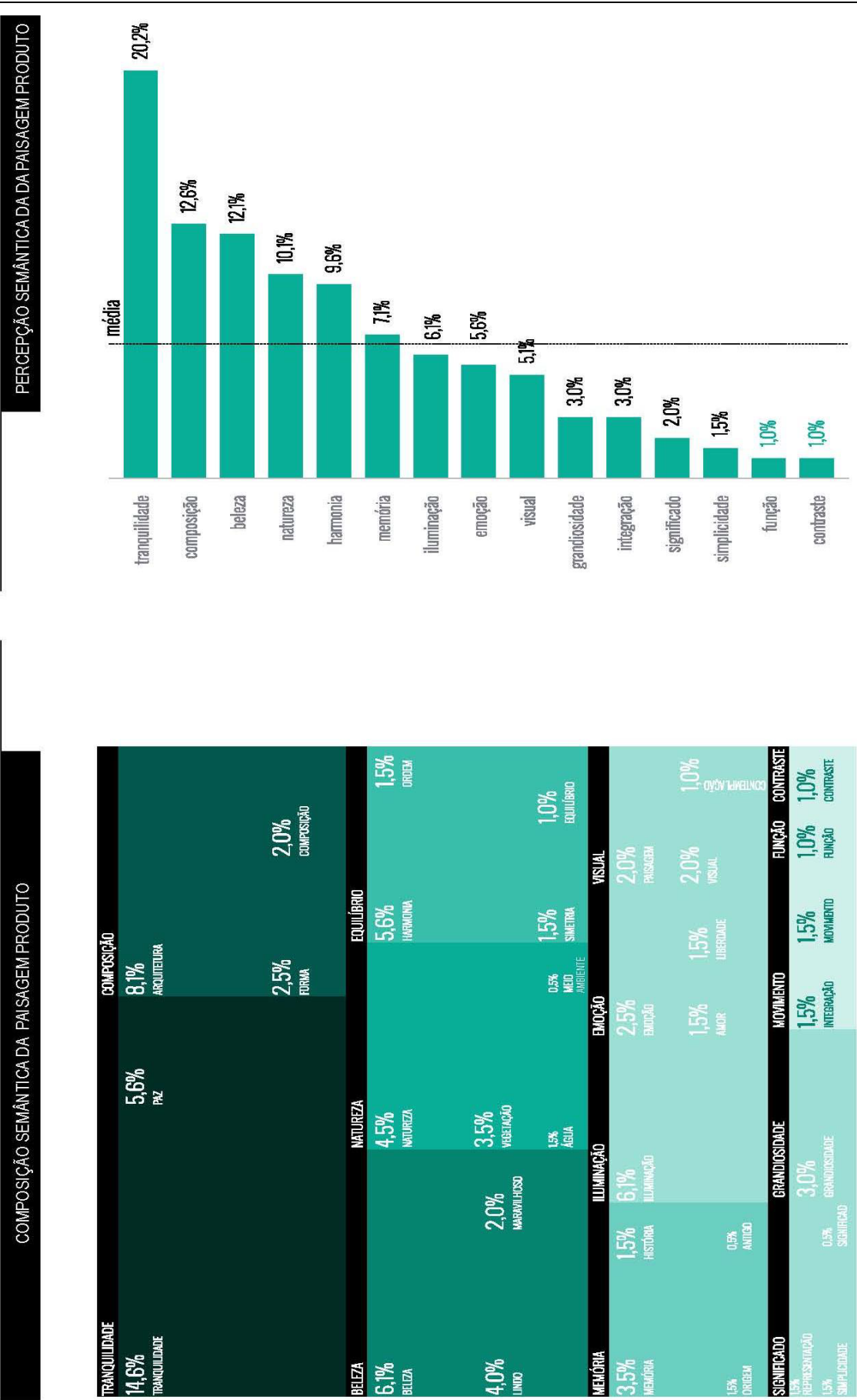
A percepção estética dos habitantes representados pela amostra da análise imagética é motivada principalmente pela impressão de tranquilidade (20,2%) e reconhecimento de intenção compositiva (12,6%), além de harmonia e equilíbrio (9,6%) – estímulos que remetem aos ideais clássicos. São padrões que Kant (2015[1764]) associa ao belo, diferenciando-o do sublime. O primeiro como fenômeno promovido pela aparência, o segundo como gênese do sentimento de envolvimento com a beleza.

Partindo da síntese de Kant (2015[1764]), pode-se explorar a vulnerabilidade do belo ao episódio do consumo, porque não necessariamente prescinde da emoção da ligação entre observador e objeto contemplado. A satisfação da beleza pode acontecer sem o demorar-se na paisagem, sem o tempo suficiente para promover a significação (BAUMAN, 2011).

³⁷

Considerando o rol de 18 imagens selecionadas para a análise imagética (Apêndice B)

Figura 19: Painel semântico da paisagem produto de Curitiba



198 palavras-chaves classificadas

Expressões que reportam ao sublime são estimuladas com menor frequência pela apreciação das imagens paisagísticas, manifestando memória (7,1%), emoção (6,0%), e significado (2,0%), desconectadas de aspectos formais – ainda que o belo já tenha sido pré-requisito para a seleção da paisagem admirada. Essa configuração, que combina beleza e signo, tem potencial para fundar o sentimento de pertencimento e durabilidade da relação identitária. Corresponde à religação entre ética (comprometimento moral com o espaço apropriado) e estética, rompida no Iluminismo (BAUMAN, 1997).

O desconforto incitado por essa ruptura pode ser incluído nas possibilidades de explicação para o despreço verificado na experiência da paisagem modernista. O movimento negou a presença emotiva do belo, preferindo sua dimensão provocativa e monumental, frente ao seu potencial pacificador (ECO, 2004; DANTO, 2015). No sentido contrário, os habitantes demonstram baixa valorização semântica para o prazer estético estimulado pela grandiosidade (3,0%) e pela funcionalidade (1,0%), características sublinhadas no Moderno.

Outro aspecto passível de justificar a rejeição dos cidadãos da amostra à contemplação das cenas modernistas é a percepção de afastamento da natureza, com imersão em ambientes predominantemente construídos e áridos. Os estudos de Tuan (2012[1974]) apontam que a atratividade romântica do homem pelos elementos naturais é uma reação ao estranhamento urbano. A sincronia com os ciclos da natureza potencializa a experiência sensorial do indivíduo na paisagem, promovendo o reconhecimento da beleza. Nessa direção, a relação semântica entre o prazer estético e os elementos naturais é manifestada em 10,1% das respostas da análise imagética.

Mesmo que pouco abaixo da média, a iluminação, por vezes valorizada por recursos da tecnologia midiática, também é propulsora da satisfação visual para os moradores de Curitiba. Tanto o pôr-do-sol (romântico e enfático do tempo cíclico) quanto a luz artificial foram considerados recursos sedutores da beleza. O fascínio pela paisagem noturna é discutido na sequência.

As paisagens resgatadas como belas com maior frequência pela memória estão predominantemente no grupo das que tiveram preferência mediante a contemplação imagética (Figura 20); entretanto, as hierarquias mudam. Os componentes e particularidades congeladas no recorte imagético trazem elementos que a recordação não capturou ou fez questão de esquecer, elevando ou reduzindo o valor da imagem representativa da paisagem memorizada. As lembranças nem sempre são fidedignas. Consistem em um processo interpretativo, influenciadas pelo tempo vivido e pela mídia. Tende-se a eliminar cenas inoportunas, recombinao elementos preferenciais e os posicionando de forma dominante na mente (COELHO, 2009; POLLAK, 1992).

Nesse sentido, cabe destacar o poder de persuasão do recorte imagético aplicado às galerias oficiais de paisagem, não só no que diz respeito ao próprio poder da publicidade, como também na edição da própria memória coletiva. A concepção de uma imagem seleciona o ângulo de visão favorável, elimina o contexto indesejável e enfatiza o que se pretende valorizar, podendo inclusive acrescentar elementos atípicos de iluminação natural e artificial, que já demonstraram – na análise perceptual imagética – ter influência na percepção estética. Caso ilustrado pela relevância que a luz assumiu como referência de beleza na avaliação do Parque Tanguá e do Jardim Botânico (ver Figura 19). A valorização estética dos cenários noturnos pode ser atribuída à exploração dos aspectos simbólicos da iluminação, a qual, de forma metafórica, vem sendo associada, ao longo da história, a atributos favoráveis, do divino ao lúdico. A atratividade que o brilho luminoso exerce sobre a população pode transformar uma cena diurna degradada em uma paisagem noturna interessante, camuflando a depreciação e o indesejado, entre várias adversidades (ARAUJO, 2013).

Esse recurso pode explicar a valorização da cena do Parque Tanguá na investigação imagética. Única noturna entre os recortes avaliados pela amostra de habitantes, adquire maior preferência (20,7%), enquanto não tem o mesmo destaque pela beleza impressa na memória dos habitantes. O Parque Barigui é outro exemplo em que o apoio da imagem traz maior atratividade (9,8%) que os registros memorativos.

Todavia, o contrário também acontece. A paisagem do Passeio Público, segundo lugar na memória de belo (11,6%), perde a preferência na competitividade imagética (5,5%). É possível explicar esta queda pela própria semântica associada ao prazer estético dos observadores que selecionaram a imagem como referencial de belo. A beleza identificada nesse local surge de um envolvimento entre o usuário e o espaço, com natureza sublime, ancorada na memória afetiva. A apreciação estética, nesse caso, tem fundamento moral e é estimulada pelo reconhecimento de significado, fundado a partir do tempo continuado de contemplação, o demorar-se na paisagem. Ressalta-se aqui, novamente, a conjunção entre ética e estética que, para Bauman (2011), sustenta identidade.

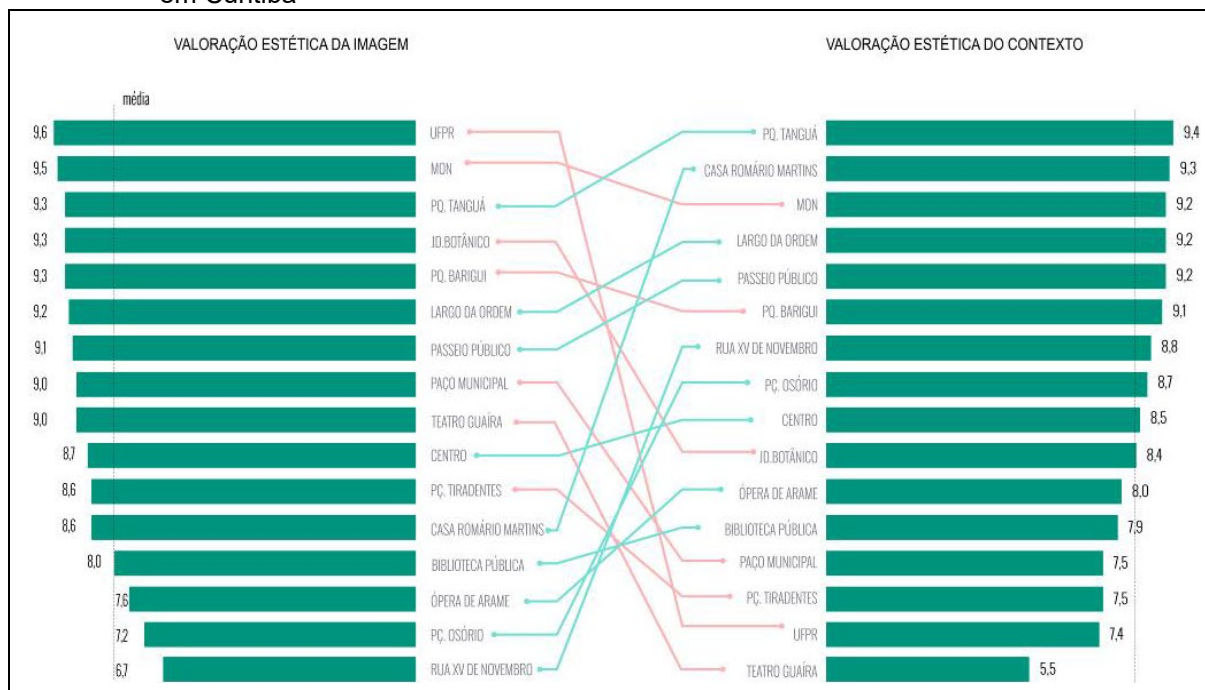
Completando as imagens destacadas no julgamento de beleza pelos cidadãos representados pela amostra, inclui-se o MON. Diferente das demais paisagens, sua predileção é estimulada pelas suas características de monumento, especialmente composição e grandiosidade, reforçando a sua valorização como marco territorial singular.

Ainda que entre as 18 imagens selecionadas para a análise imagética a representatividade do belo tenha se concentrado na escolha Jardim Botânico, parques e MON, as outras cenas também são, em geral, bem avaliadas em termos estéticos pelos respondentes da amostra. As imagens oficiais do turismo não são reprovadas pelos cidadãos; entretanto, a influência da edição do contexto, pelo recorte, pode ser verificada nas diferenças de valoração entre o enquadramento da imagem oficial e o panorama de sua paisagem³⁸ (Figura 21).

O enquadramento da Universidade Federal do Paraná (UFPR) é selecionado por 3,3% dos respondentes da análise perceptual imagética como imagem mais bela. Assim, atinge a maior média dos valores atribuídos à beleza (9,6 de zero a dez). Já como contexto paisagístico sofre uma queda para penúltima posição (7,4). Por outro lado, paisagens tradicionais, como a da Rua XV de Novembro e a Praça General Osório, são desvalorizadas no enquadramento oficial, quando comparadas com as cenas de suas inserções urbanas.

³⁸ Os recortes imagéticos e seus contextos paisagísticos podem ser verificados no Apêndice B – Modelo de questionário da análise perceptual imagética.

Figura 21: Gráfico de comparação na valoração estética entre o recorte imagético e o seu contexto em Curitiba



Fonte: Elaborada com base no subitem 2.2.2.1 – Análise perceptual semântica – e no Apêndice C.

Alguns recortes, como o do Instituto de Educação e o do Museu Paranaense, não foram selecionados e nem reconhecidos pelos habitantes. Por sua vez, muitos respondentes selecionaram paisagens que ainda não visitaram, mas as reconheciam pela divulgação dos meios de comunicação.

Ao mercado interessa a venda da sensação estética e os recortes selecionados tendem a atuar como estereótipos de consumo, estimulando a valorização no plano imaginário e a automação do modo de ver (BAUDRILLARD, 1991; FERRARA, 2012). Aderir à reverência de cenas validadas pelo *marketing* bem-sucedido conforta a crise identitária do sujeito e o coloca em risco perante a fugacidade da experiência estetizante. Pelo simples prazer contemplativo, a beleza isenta o indivíduo da responsabilidade e comprometimento com o objeto contemplado, preterindo laços de pertencimento (BAUMAN, 2011).

Aos habitantes cabe a diferenciação entre vínculos genuínos e o consumo estético. Contudo, a memória coletiva se encontra habitada pela imagem oficial e com pouca autonomia para apropriações que desviem o consenso da paisagem produto.

Até então, é possível perceber distinções de significação atribuídas às mesmas paisagens. O reconhecimento é o signo da reprodução política (oficial), a família simboliza a representação social (significado) e a tranquilidade é o que se deseja consumir do mercado paisagístico (produto).

As múltiplas representações aceitas e formuladas pelo mesmo indivíduo são típicas da fragmentação do sujeito contemporâneo. Confirmando Bauman (1997), as personalidades tendem a ser tantas quanto forem os filtros de convivência do cidadão. A ausência de unidade é um dos desafios da sustentação identitária, pois as múltiplas opções e incertezas expõem a vulnerabilidade do habitante às decisões de estado e de mercado.

Outro aspecto que chama a atenção nos resultados é o desprestígio da história urbana na importância das significações da paisagem, até como valor econômico. A memória aparece como relevante no elo entre passado e presente da narrativa pessoal, mas é omissa na expectativa do papel contextual da mídia paisagística. Assume-se uma postura confortável frente a um discurso que teve início há menos de meio século e aceita-se (ou se desconhece) o esvaziamento de significado do patrimônio cultural.

Adicionalmente, a paisagem oficial e os endereços de representação estão concentrados na porção central da cidade e algumas regiões apresentam baixo potencial de apropriação. Admitindo que a construção identitária não se dissocia da inserção locacional, na sequência são discutidas as interseções e lacunas entre os espaços de representação e como a aproximação ou afastamento das paisagens representativas dos atores sociais pode influenciar no sentido de pertencimento.

4.3**ONDE?****INTERPRETAÇÃO DOS ESPAÇOS SOCIAIS**

A interpretação dos espaçamentos sociais parte do mapeamento das paisagens identificadas como oficial (espaço cognitivo), significado (espaço moral) e produto (espaço estético), investigando as relações de distanciamento e aproximação nos processos de apropriação, atribuição semântica e satisfação estética

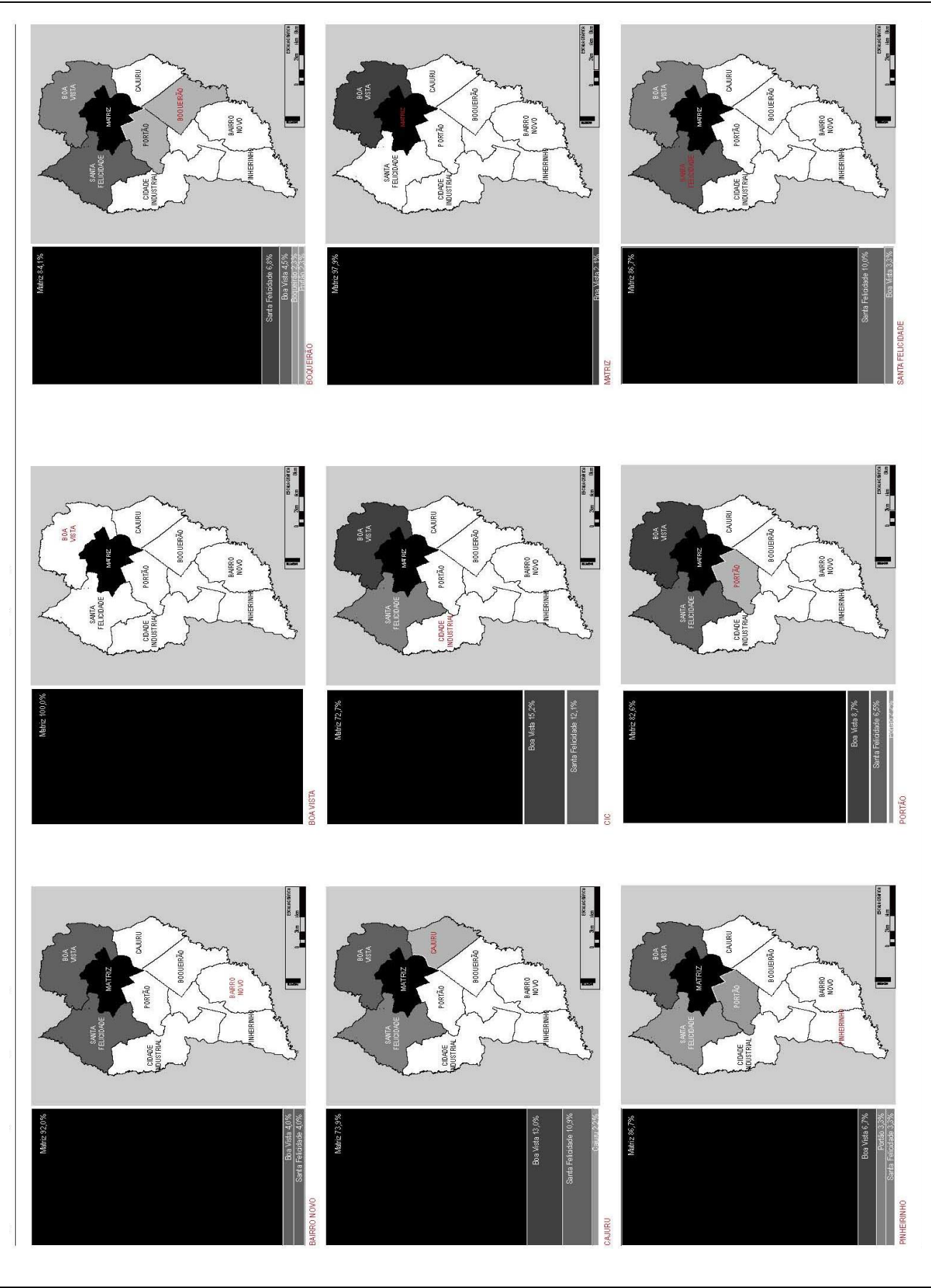
Adicionalmente, intenciona-se a comparação entre as espacialidades representativas de cada temática, procurando analisar coincidências, lacunas ou desequilíbrios entre eles, ponderando possíveis impactos na construção identitária dos habitantes de Curitiba

4.3.1**Espaço cognitivo: territórios da cidade oficial**

A validação da paisagem oficial materializa o espaço cognitivo, delimitando perímetros ou ilhas onde a sensação de unidade institucional e a representatividade das autoridades de gestão confortam relações simétricas entre as pessoas que dividem a mesma territorialidade. O reconhecimento do limite comum ao grupo (habitantes da mesma cidade) reúne desconhecidos entre si, sem promover estranhamento (BAUMAN, 1997).

Em Curitiba, essas relações de compatibilidade se demonstram possíveis. A sobreposição da percepção dos habitantes de diferentes regionais, representados pela amostra da pesquisa percentual semântica, valida o espaço cognitivo que agrupa regionais da porção norte do território (Boa Vista, Matriz e Santa Felicidade). Proporcionalmente, a cognição territorial se mostra restrita a um terço da cidade, com alguns arquipélagos limítrofes às cidades vizinhas (Figura 22).

Figura 22 Painel de relações de aproximação e distanciamento no reconhecimento dos espaços cognitivos em Curitiba



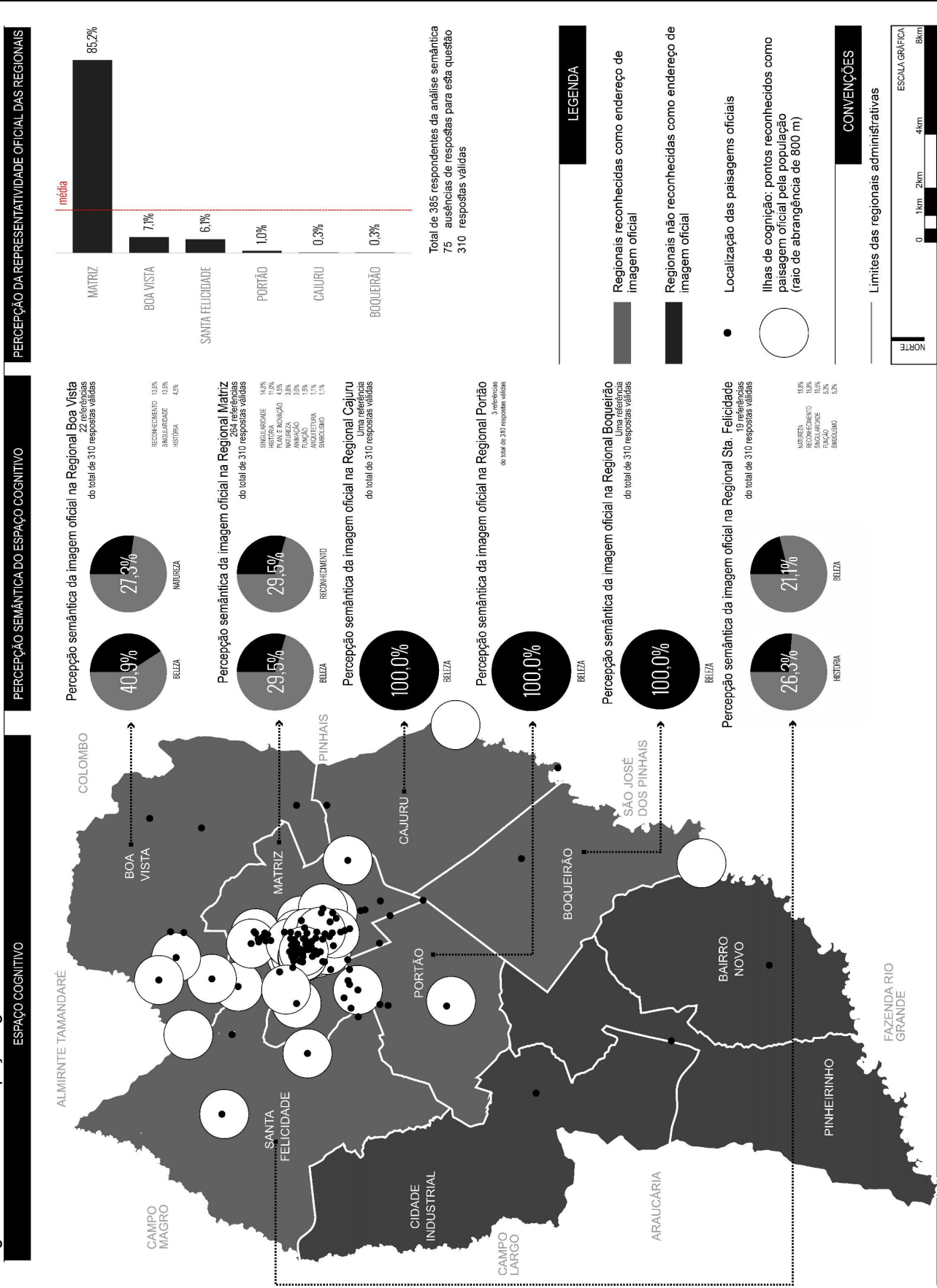
Fonte: Elaborada com base no subitem 2.2.2.1 – Análise perceptual semântica – e no Apêndice C

A dimensão reduzida dessa espacialidade é comum no contexto de culturas híbridas. Entretanto, o mais esperado seria a conformação de diversas ilhas espalhadas ao longo do território (BAUMAN, 1997). No caso de Curitiba, os resultados apontam uma fragmentação da cidade em duas porções, a cognitiva (norte) e a esquecida (sul).

Verifica-se que os próprios habitantes das regionais sul e sudoeste (CIC e Bairro Novo, CIC e Pinheirinho) se excluíram do espaço de cognição. O distanciamento não foi um limitante para que estas localidades estabelecessem laços de territorialidade com o lado oposto da cidade. Ao mesmo tempo que não desenvolveram sentido de pertencimento com seus espaços de habitar, a experiência que as conecta com o recorte territorial longínquo é predominantemente estética, também não apontando indícios de conectividade genuína.

De maneira geral, a semântica que delimitou o espaço cognitivo de Curitiba foi induzida pela percepção de beleza. O reconhecimento histórico só foi responsável pela inclusão da Regional Santa Felicidade (Figura 22). Essa configuração fragiliza o processo de enraizamento que gera o vínculo territorial, mostrando uma tendência de substituição do significado pelo belo, sem comprometimento moral com o território compartilhado (BAUMAN, 1997; CHELOTTI, 2010).

Figura 23: Painel dos espaços cognitivos em Curitiba



Fonte: Elaborada com base no subitem 2.2.2.1 – Análise perceptual semântica – e no Apêndice C

A cenarização e consumo do espaço cognitivo podem ser resultantes da própria construção da imagem da cidade, priorizando o valor econômico em detrimento do capital simbólico. Ainda que as relações com o espaço cognitivo possam se manter na ausência de comprometimento e na fruição estética, o mesmo não se aplica ao espaço que se deseja sustentar como lugar. O território se funda e se mantém com o poder político, mas a apropriação prescinde de envolvimento e configuração do espaço moral.

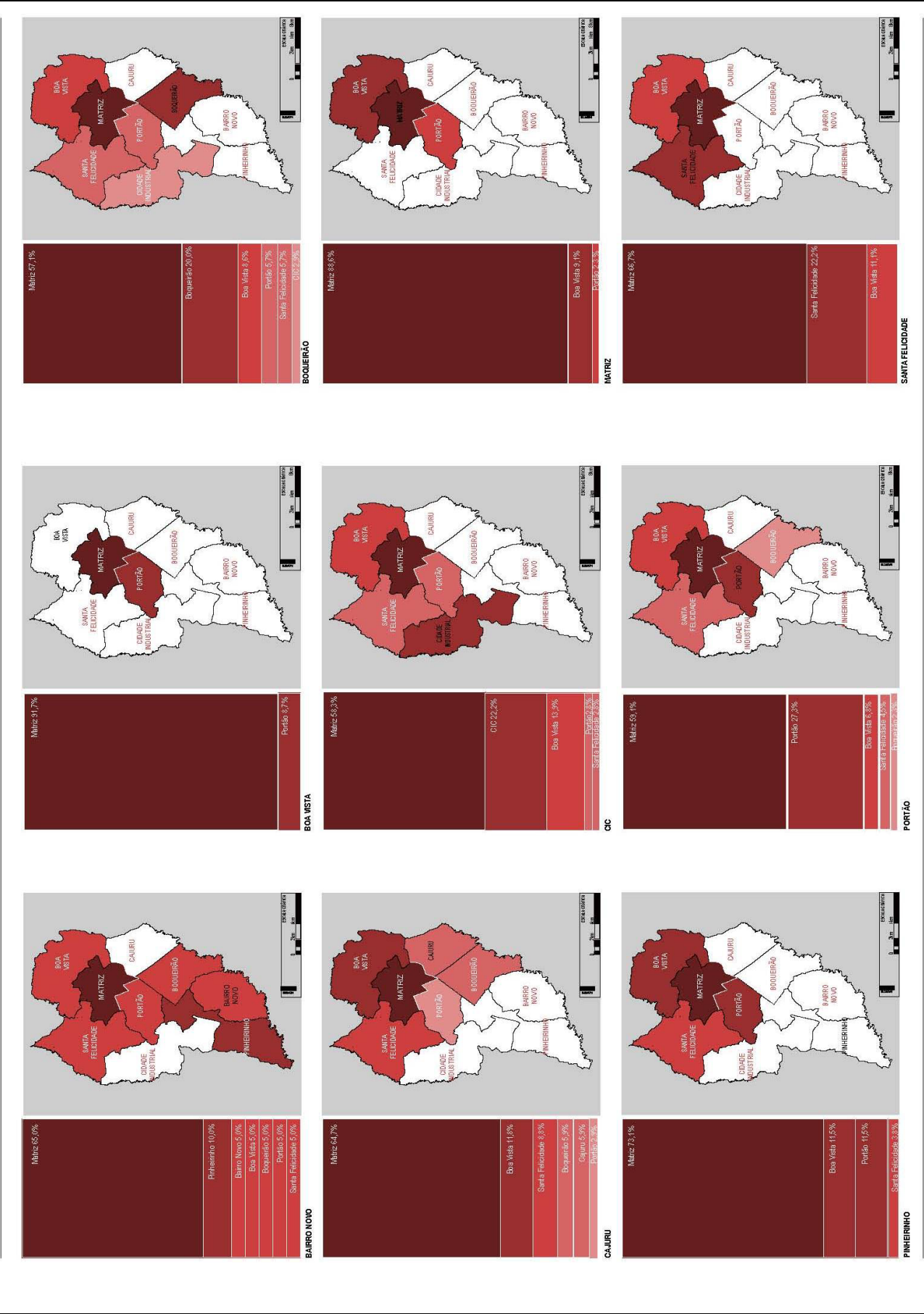
4.3.2

Espaço moral: lugar dos significados da cidade

A configuração do espaço moral, mesmo mostrando concentração comum na porção central da cidade com o território cognitivo, é mais abrangente, pulverizando ilhas de apropriação em todas as regionais da cidade, de forma alheia a presença da paisagem oficial. Como resultado de relações subjetivas, a multiplicidade no reconhecimento de lugares – como centros de significado – é esperada e tende a ser proporcional a pluralidade da sociedade que os elege (BAUMAN, 1997; TUAN, 2012[1974]).

O sentir-se responsável pelo espaço compartilhado depende de uma aproximação afetiva entre habitante e lugar, além de tempo de vivência para formulação e enraizamento de significados (ANDREOTTI, 2010). Neste sentido, ao contrário do espaço de cognição, o comprometimento moral manifesta relação de vizinhança. Em geral, os respondentes da análise percentual semântica incluíram paisagens das suas regionais de moradia como representação pessoal e também mostram conexões com os bairros de entorno imediato (Figura 24).

Figura 24: Painel de relações de aproximação e distanciamento no reconhecimento dos espaços morais em Curitiba



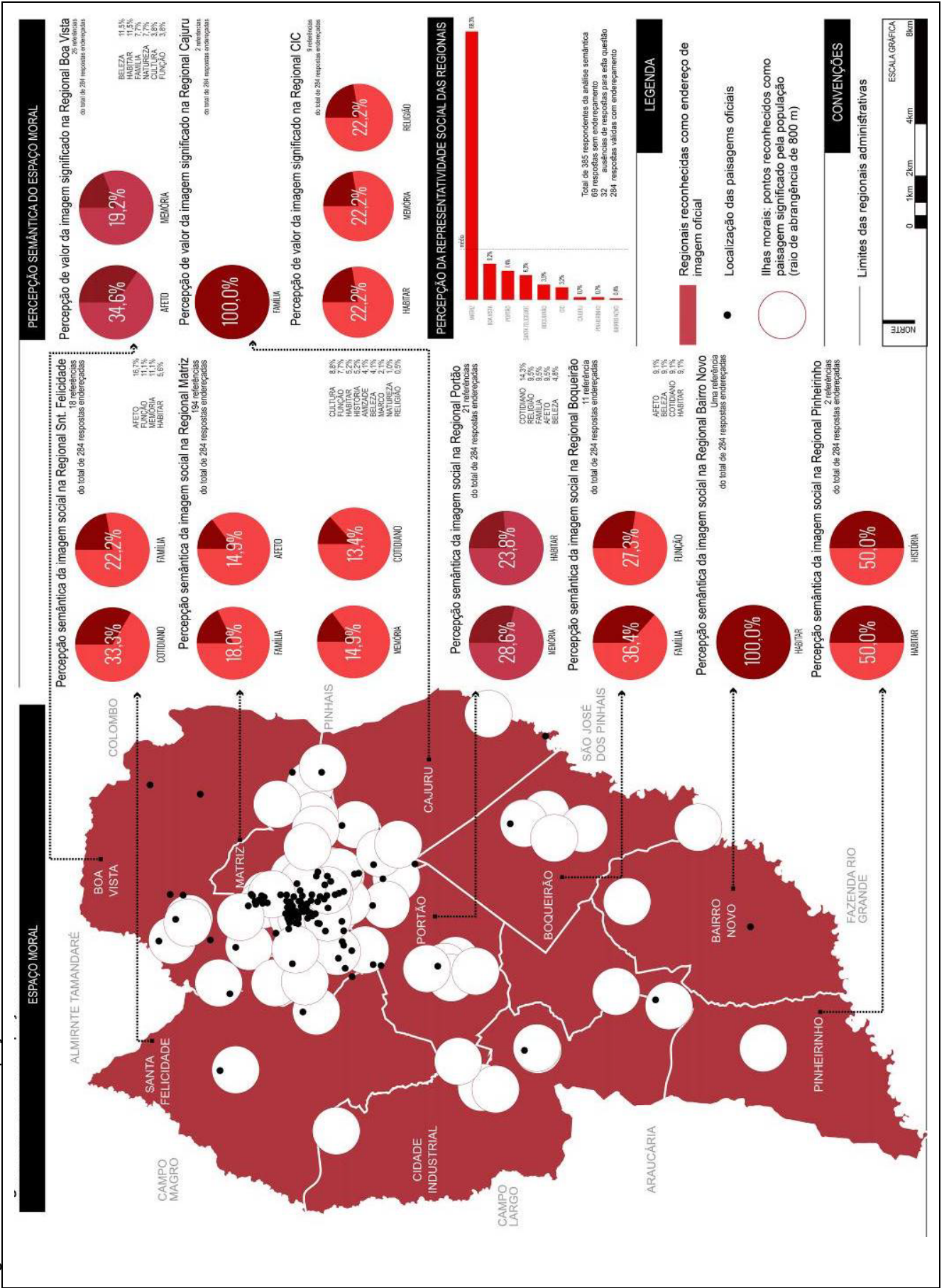
Fonte: Elaborada com base no subitem 2.2.2.1 – Análise perceptual semântica – e no Apêndice C

A reciprocidade entre morar e se apropriar só não teve reflexo nas Regionais Boa Vista e Pinheirinho, onde os cidadãos não estabelecem vínculos de significação com lugares do habitar e adjacências. A ausência de organicidade entre os moradores do Pinheirinho e a paisagem que habitam (*insideness*) pode ser discutida sob duas características contextuais. A primeira em função de se tratar de uma ocupação recente, sem acúmulo de tempo suficiente para construção de memórias ancoradas ao lugar (ASSMANN, 2011; RELPH, 1990). Por outro lado, a Regional Bairro Novo tem cronologia de ocupação semelhante e seus moradores demonstraram sentido de pertencimento, além de perceberem ligações pessoais com a história da regional vizinha, o próprio Pinheirinho. Assim, a segunda explicação ganha mais força, apoiando-se na escassez de elementos paisagísticos da localidade com potencial para corporificar memória e tradições, cultivando referências e raízes (LIRA, 2014).

No caso da Regional Boa Vista a sensação de não pertencimento de seus moradores contraria o endereçamento de afeto que todas as outras regionais atribuem a ela. Têm-se, como suposição, que tal desconexão pode estar atrelada a maior proximidade de tempo entre esta unidade administrativa e as regionais Matriz e Portão. Em função da acessibilidade do transporte coletivo, a Regional Boa Vista alcança com maior velocidade e frequência a porção centro-sul da cidade do que as ilhas de significado da sua própria região. Conforme Bauman (1997), as distâncias físicas deixaram de ser um impedimento para a aproximação.

Da mesma forma, a facilidade de acesso e a condição de ponto nodal faz da porção central da cidade o espaço de cotidiano compartilhado entre os cidadãos que acumulam experiências sucessivas, prolongadas e corporificadas nessa paisagem, que coleciona memórias e, logo, motiva o comprometimento moral para protegê-la. Neste sentido, as coincidências de apropriação estimulam permanências responsáveis pela condução de significado e ressignificados que promovem identidade (ASSMANN, 2011). Esse contexto está restrito ao centro da cidade e é incipiente (com menor convergência de apropriação) nos bairros periféricos, onde vem se desenvolvendo de forma independente às motivações de intervenções oficiais – embora ganhem maior proporção quando incluem ícones legitimados pela representação política (Figura 25).

Figura 25: Painel dos espaços morais em Curitiba



Fonte: Elaborada com base no subitem 2.2.2.1 – Análise perceptual semântica – e no Apêndice C

Percebe-se que o espaço moral – assim como o cognitivo – não aponta indícios de conexão orgânica com a história da cidade e com aspectos culturais que unifiquem uma sociedade. De fato, a espacialização do lugar configura um processo individual que compartilha a localização de memórias pessoais de natureza afins. Por outro lado, diferentemente da cognição territorial, o comprometimento moral com o lugar se libertou da gênese na experiência estetizante. Contudo, sublinha-se que a beleza ainda foi considerada – com menor relevância – um estímulo de apropriação e, a partir de Baumann (1997), interessa que seja, não como mercantilização do lugar, mas como satisfação que sustente a responsabilidade moral.

4.3.3

Espaço estético: imaginação dos produtos paisagísticos

Como delimitação regional, o espaço estético revela coincidência com o espaço moral; todavia, suas ilhas se apresentam mais isoladas, demonstrando que o prazer estético se espacializa de forma mais restrita que o comprometimento moral. Esta percepção pontual do belo pode estar associada a própria fragmentação da paisagem e também à estratégia de divulgação icônica direcionando um modo de ver (FERRARA 2008, 2012).

Quando os respondentes da análise imagético apreciaram os contextos dos recortes paisagísticos da galeria oficial, a valoração positiva foi influenciada pelo conjunto de permanências reunidas no panorama, aspecto que elevou a avaliação da Casa Romário Martins, Largo da Ordem e Rua XV de novembro, por exemplo.

A hipervalorização do ícone (e de sua dimensão imagética) em detrimento da completude da experiência urbana, pode decepcionar a expectativa da passagem entre pontos de consumo estético (BAUMAN, 1997). Esse impacto também é percebido no mapa mental dos habitantes da cidade, sendo a memória paisagística resgatada quase sempre pontual, raramente com a imaginação resguardando áreas.

Outro aspecto que aponta indícios de olhares direcionados pela tática de consumo da paisagem é a vinculação entre a paisagem oficial e o reconhecimento do espaço estético. Essa sobreposição não aconteceu apenas nos espaços limítrofes da cidade, talvez porque já não detenham legibilidade política na condição de divisa territorial (HALL, 2005[1992]).

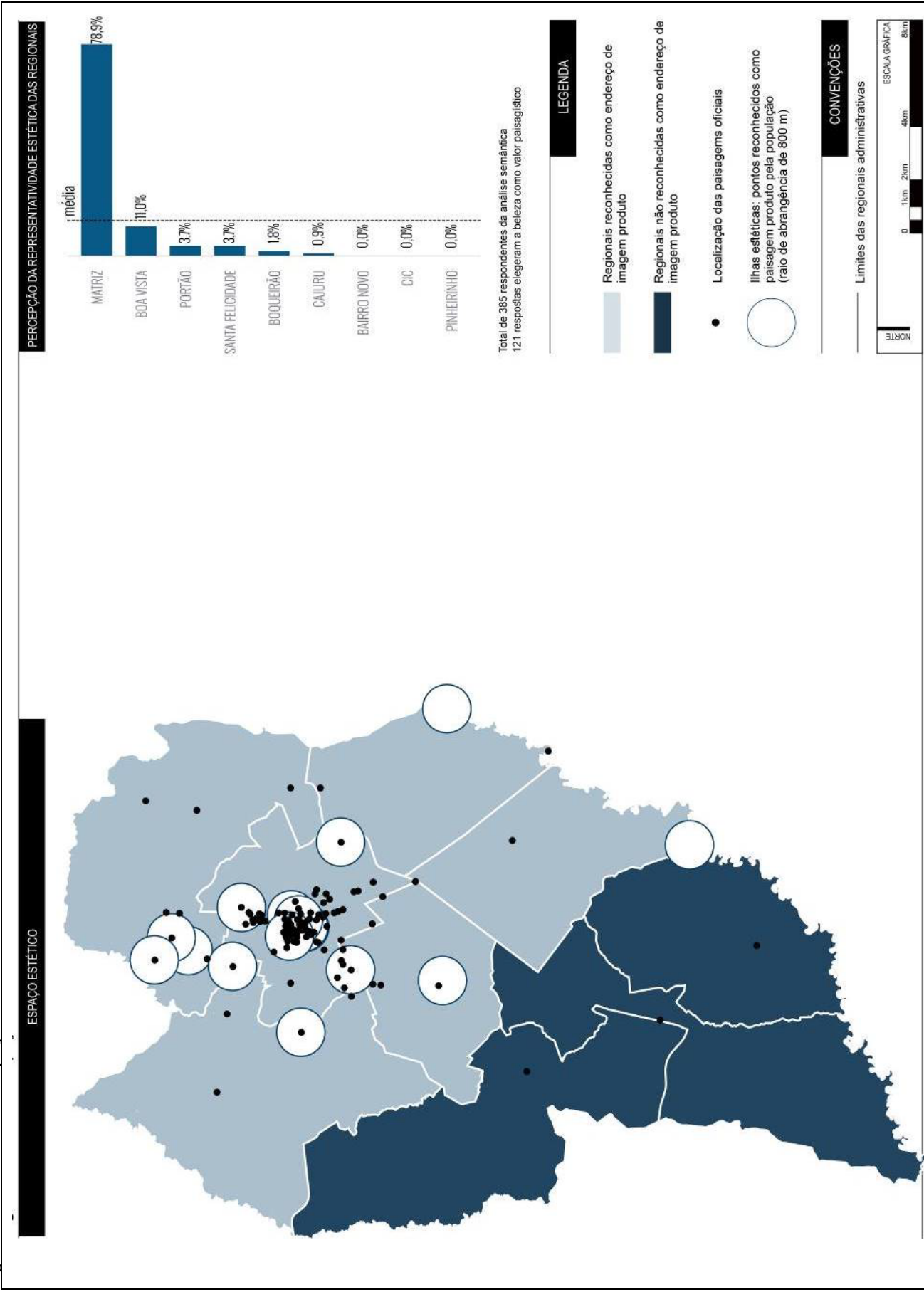
Por associação, o espaço estético repete a fragmentação da cognição territorial, limitando a satisfação de contemplação do belo à paisagem oficial concentrada no centro-norte da cidade (Figura 26).

Na interpolação das três dimensões espaciais consideradas para identidade paisagística observou-se o esvaziamento estetizante no território de cognição, certa autonomia moral na configuração de lugares e experiências estéticas pontuais, limitadas pela edição da galeria oficial de paisagens.

Uma vez que a atribuição de valor estético não mostrou aproximação ao comprometimento moral com o espaço observado, nem fascínio histórico frente ao mesmo, a contemplação da beleza em Curitiba tem-se revelado mais como fruição estética, de natureza episódica, e menos como resultado de satisfação ao demorar-se na admiração paisagística, passível de promover topofilia (BAUMAN, 1997; TUAN, 2012[1974]).

Para a confirmação ou desdobramentos sobre a percepção de durabilidade dos constructos identitários postos como hipótese (legitimidade política, comprometimento moral e satisfação estética), a seção seguinte discute a continuidade dos aspectos observados até então (representatividade e espacialidade) entre gerações, verificando-se o direcionamento dos resultados por determinado recorte etário e as permanências do referencial paisagístico da cidade comuns aos habitantes de qualquer idade.

Figura 26 Painel dos espaços estéticos em Curitiba



Fonte: Elaborada com base no subitem 2.2.2.1 – Análise perceptual semântica – e no Apêndice C

4.4**QUANDO?****ANÁLISE DA REFERÊNCIA TEMPORAL DAS PERMANÊNCIAS DE IDENTIDADE**

O fortalecimento identitário do indivíduo depende do entendimento de como ele se insere na linha do tempo da sua sociedade (ser no mundo). As referências temporais organizam a experiência individual no passado e presente coletivo, transmitindo significados históricos e apoiando as ressignificações.

Os signos que se revelam transtemporais são os elos que impulsionam a sustentação de identidades entre gerações. A paisagem, com suas múltiplas camadas cronológicas, atua na corporificação da história e na comunicação de narrativas que decodificam a anamnese da cidade e de seus habitantes. Nesse sentido, esta subseção discute as múltiplas influências entre continuidade histórica, memória social e episódios da cultura de consumo nas permanências representativas de identidade.

4.4.1**Tempo acumulado: vínculos históricos**

A história oficial organiza o passado e o presente em um sistema de datas que orienta a sincronia das referências sociais. As temporalidades, neste caso as impressas na paisagem, são linguagens que comunicam esses esquemas orientativos aos cidadãos (TANCINI, 2014). Do patrimônio cultural materializado na cena urbana, espera-se um conjunto de heranças que transmitam valores e tradições que importem no entendimento da evolução da cidade e na construção do modelo cultural herdado e transformado pela sociedade contemporânea (ANDRETOTTI, 2010).

Nesse contexto, tem-se a expectativa que a reunião de elementos protegidos pela paisagem oficial curitibana tenha a habilidade de narrar aos habitantes o pretérito que sustenta o presente urbano. Todavia, as análises já aplicadas à representação política expõem lacunas temporais nessa comunicação (ver subseção 4.1 – O quê? Reconhecimento da transformação cultural da paisagem de Curitiba). Há camadas históricas sem materialidade (ou sem reconhecimento social) e remanescentes pontuais, sem a contextualização que lhes atribua sentido.

O patrimônio cultural foi protegido como materialidade, mas não foi perpetuado como significado. Na linha histórica que desenha a relação predominante da memória dos habitantes com a representação política, as referências são, na maioria, contemporâneas, especialmente eleitas pela população jovem – como no caso do MON e do Jardim Botânico – e adulta – a exemplo deste último (Figura 27).

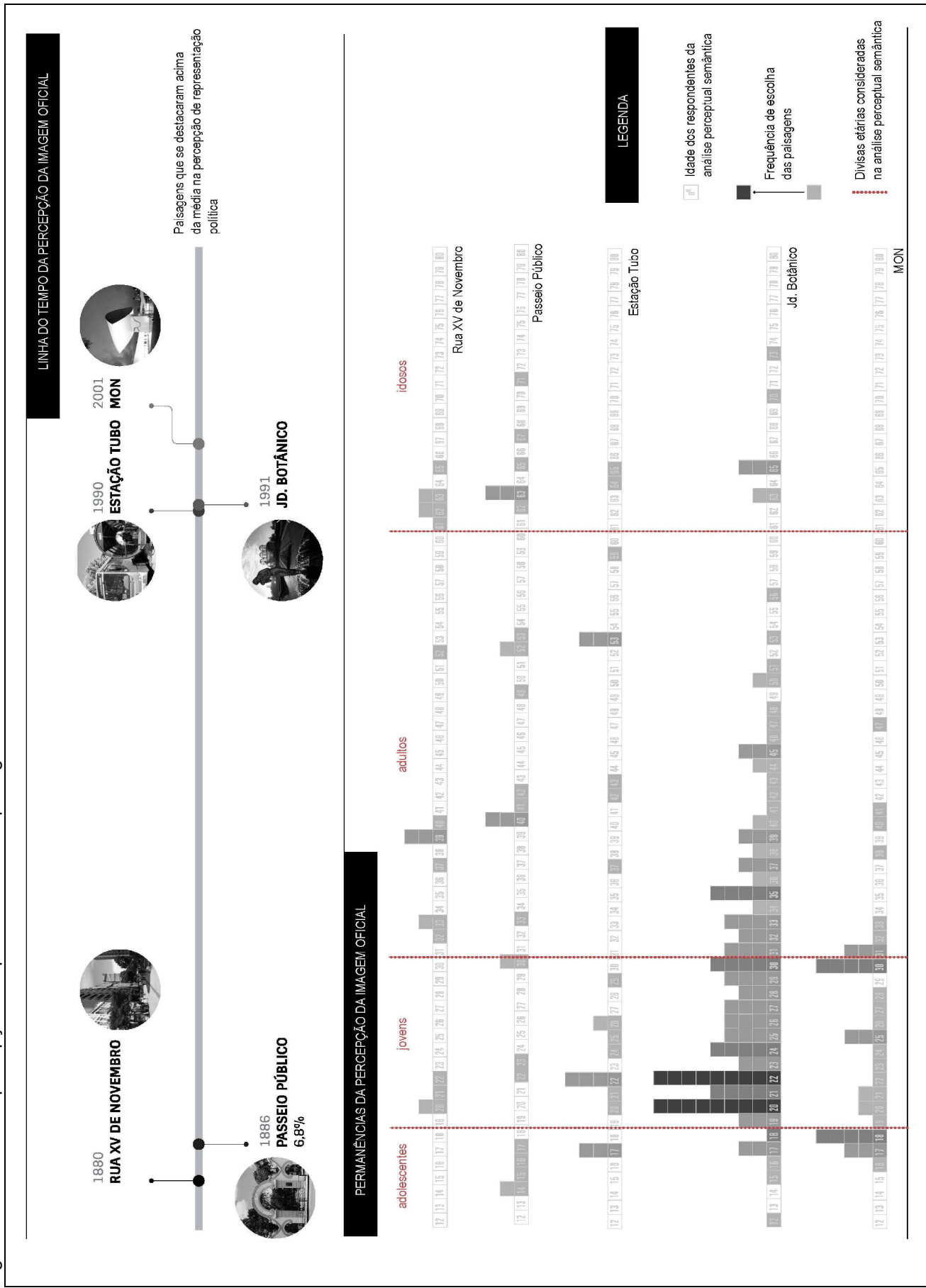
O fato da população não reconhecer as camadas históricas da cidade expõe um potencial de desorientação no sistema cognitivo tempo-espço (TANCINI, 2014; VIEIRA, 2003), que se agrava na predileção de ícones contemporâneos. Os revivalismos e sincretismos formais da paisagem pós-moderna de Curitiba sobrepõem temporalidades anacrônicas e descontextualizadas das raízes urbanas (CARSTEN, 2001), inserindo o habitante em cenários que remetem a recortes de passados que não fazem parte da evolução do tecido urbano. Indícios dessa confusão temporal podem ser revelados pelo significado histórico associado ao Jardim Botânico na investigação perceptual semântica, sendo este um dos ícones mais recentes da cidade. Sobretudo pela fragilidade de contexto e por se tratarem de intervenções que ainda não tiveram tempo de serem transmitidas à próxima geração de jovens, não se sabe se terão continuidade na percepção de futuros habitantes.

Para as paisagens que acumulam camadas temporais, entre as que foram percebidas como imagem oficial, a história é reconhecida como significado territorial (por adolescentes, adultos e idosos)³⁹, mas não configura a semântica predominante em nenhuma situação. A baixa percepção da representatividade de paisagens que registram a origem da cidade também pode ser considerada um indicativo de frágeis conexões com o passado do território. Entre essas, apenas o Passeio Público conquista a média de preferência da população como imagem política. Embora este só represente a urbe para 6,8% dos cidadãos, permeia a memória de todos os grupos etários, afirmando-se como uma permanência da imagem territorial.

Ainda que a paisagem de Curitiba reserve remanescentes de diferentes datas desde a sua origem e os proteja legalmente, observa-se que os vínculos históricos não atingem a percepção do cenário oficial. A manutenção de edifícios pretéritos como bens patrimoniais não é suficiente para a narrativa do passado.

³⁹ Ver item 4.4.4 – Percepções comuns: gerações paisagísticas.

Figura 27: Painel de percepções de permanências da paisagem oficial de Curitiba



Fonte: Elaborada com base no subitem 2.2.2.1 – Análise perceptual semântica – e no Apêndice C.

Sem a comunicação ou apropriação de seus significados, estão condenados a atuar como esqueletos estéticos. Concordando com Sutil (2010), para se apropriar é preciso conhecer e o conhecimento do passado depende de representações que perpetuem signos, pois a consolidação da urbe não deixa de estar apoiada no registro de seus variados momentos históricos.

Quando os habitantes ancoram suas referências territoriais na paisagem contemporânea, estão preterindo mais de 300 anos de história oficial e fixando raízes em camadas ainda superficiais do tecido urbano. Os últimos 40 anos de construção paisagística – inseridos no espírito pós-moderno – são suspeitos de cenarização e ainda não sobreviveram o suficiente para se demonstrarem capazes de fundar elos entre gerações.

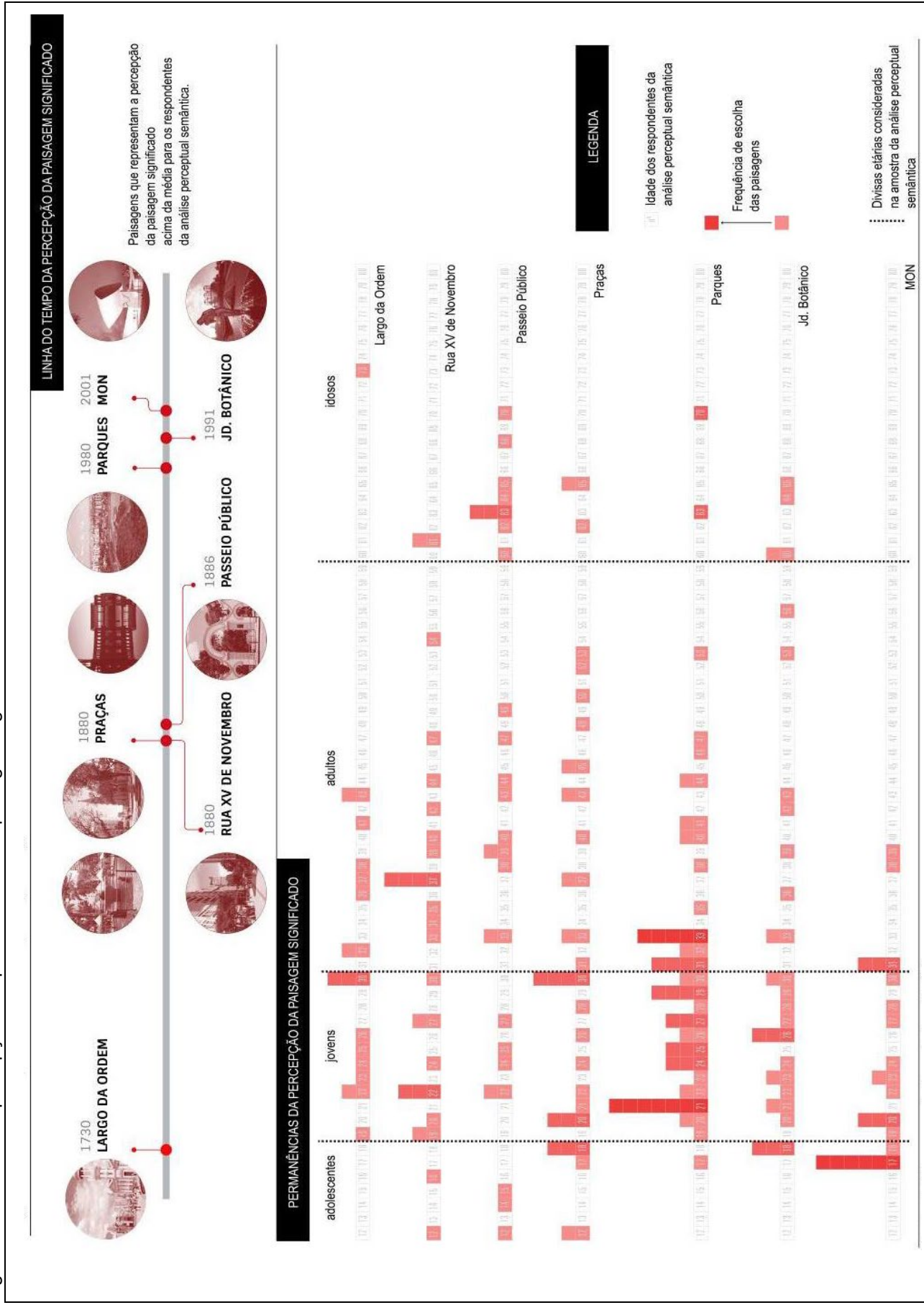
4.4.2 Memória social: elos geracionais

A conexão paisagística entre gerações acontece no compartilhamento de significados endereçados à cidade, nos lugares comuns às diferentes faixas etárias. A memória partilhada e corporificada na paisagem é um elemento de coesão social que motiva o sentido de pertencimento (POLLAK, 1992).

Enquanto ser e pertencer não se dissociam, para indicar a autor representação por meio da paisagem, percebe-se uma tendência de significação endereçada a cenas previamente apropriadas por grupos etários antecedentes. Os lugares herdados conectam seus legatários na construção de uma história única e contínua. Esse encadeamento exige a duração temporal que conecte repetidos ciclos de passado e presente, estando condicionado às paisagens que acumulam a experiência de diferentes gerações (MAGALHÃES, 2007).

Nessa condição, paisagens históricas são valorizadas (Largo da Ordem, Passeio Público, praças tradicionais e Rua XV de Novembro) – embora não preferidas – na significação social (Figura 28). Exceto pelo Largo da Ordem, que parece passar por um processo de ressignificação pela população mais jovem, as demais imagens revelam representatividade em todos os grupos etários, quase de forma ritmada.

Figura 28 Painel de percepções de permanências da paisagem significado de Curitiba



Fonte: Elaborada com base no subitem 2.2.2.1 – Análise perceptual semântica – e no Apêndice C.

Sobre a Rua XV de Novembro e o Passeio Público, percebe-se que a integração e os significados são promovidos entre gerações, configurando uma paisagem familiar. Os avós os frequentaram na infância e levaram seus filhos para contato com esses locais, que continuaram o passeio em família, mantendo a memória paisagística nos mais jovens. Essa inferência é construída a partir de depoimentos que justificam a escolha do espaço como paisagem apropriada na análise perceptual semântica (Quadro 4).

Quadro 4: Exemplos de justificativas sobre apropriação paisagística do Passeio Público e da Rua XV de Novembro como paisagem significado em Curitiba

Paisagem de representação social	Depoimentos
Passeio Público	“História com filhos e netos” (morador da Regional Matriz, 70 anos) “Vou com os netos” (morador da Regional Bairro Novo, 63 anos) “Passeio com os filhos” (morador da Regional Pinheirinho, 39 anos) “Minha mãe me levava” (moradora da Regional CIC, 39 anos) “Levo meus filhos” (moradora da Regional CIC, 22 anos) “Lembrança da infância” (moradora da Regional Boqueirão, 22 anos) “Ia com a família” (morador da Regional Santa Felicidade, 14 anos)
Rua XV de Novembro	“Onde encontro os velhos amigos (morador da Regional Santa Felicidade, 61 anos). “Era o local onde minha mãe me deixava para ficar desenhando enquanto ela ia fazer suas atividades. Essa recordação é muito presente em mim ainda hoje” (moradora da Regional Portão, 37 anos) “A Rua XV de Novembro lembra a minha infância, lembro de sair para fazer compra com minha mãe, e quando mais velho dar uma passada lá só para andar” (morador da Regional Boa Vista, 22 anos). “Passeio com a minha mãe” (morador da Regional CIC, 16 anos)

Fonte: Elaborado com base nos resultados da análise perceptual semântica (ver subitens 2.2.2.1 e 2.2.2.2 da seção 2 – Estruturação metodológica – e Apêndice C).

Sobre as praças e parques, não se detecta relação de herança entre pais e filhos. Trata-se mais de ligação de proximidade, principalmente atuando como lugares de lazer cotidiano. Como endereço de encontro entre jovens, foram espaços de lazer dos adultos e as boas recordações permanecem para os que viveram a infância e juventude nessas paisagens. O Quadro 5 reúne depoimentos que ilustram esse processo de apropriação.

Quadro 5: Exemplos de justificativas sobre apropriação paisagística de parques e praças como paisagem significado em Curitiba

Paisagem de representação social	Depoimentos
Parques	“Espaços para caminhadas, bosque para piquenique, lugar de descanso e passear com suas famílias” (moradora da Regional Boa Vista, 54 anos, sobre o Parque Tanguá) “Lazer, descanso e passeio” (moradora da Regional Portão, 44 anos, sobre o Parque Barigui) “Passei a infância e juventude neste parque” (morador da Regional Portão, 29 anos, sobre o Parque Barigui) “Minha infância foi passada lá” (moradora da Regional Matriz, 25 anos, sobre o Parque Tanguá) “Porque sempre frequentei eles” (moradora da Regional Portão, 22 anos, sobre os parques da cidade)
Praças	“Trabalho na feira” (moradora da Regional Cajuru, 65 anos, sobre a Praça Osório) “Boas memórias” (moradora da Regional CIC, 50 anos, sobre a Praça Tiradentes) “Brincava na fonte” (morador da Regional Cajuru, 45 anos, sobre a Praça Osório) “Passo lá há 15 anos” (morador da Regional Pinheirinho, 40 anos, sobre a Praça Osório) “Trabalho na proximidade” (morador da Regional Portão, 33 anos, sobre a Praça Tiradentes)

Fonte: Elaborado com base nos resultados da análise perceptual semântica (ver subitens 2.2.2.1 e 2.2.2.2 da seção 2 – Estruturação metodológica – e Apêndice C).

Sabe-se que o Passeio Público, a paisagem da Rua XV de Novembro e algumas praças estão protegidas por instrumentos de patrimônio cultural, com várias menções em mapeamentos de rotas turísticas, mas não configuram focos publicitários entre as cenas oficiais. Depreende-se que, embora exista a influência do discurso político, as paisagens históricas que representam permanência de significado são mantidas pela memória dos frequentadores desses locais, sem a necessidade de maiores suportes de mídia e independente da importância que a cena represente para um público externo.

O mesmo não acontece com os espaços contemporâneos. Os habitantes, principalmente os mais jovens, relatam o uso frequente do Jardim Botânico e do MON. No caso do primeiro, as justificativas de visita se relacionam com o prazer contemplativo do espaço e como companhia a turistas. Já o museu manifesta significado pessoal apenas para os jovens, que admiram a edificação como monumento e a tem como ponto de encontro (Quadro 6).

Quadro 6: Exemplos de justificativas sobre apropriação paisagística do Jardim Botânico e do Museu Oscar Niemeyer (MON)

Paisagem de representação social	Depoimentos
Jardim Botânico	“Romantismo do lugar” (moradora da Regional Cajuru, 60 anos) “Gosto pelo lugar” (morador da Regional Matriz, 44 anos) “Porque é bonito” (moradora da Regional Santa Felicidade, 36 anos) “O lugar é lindo sempre que posso vou visitar, tem uma ampla área verde que convida a descansar” (moradora da Regional Pinheirinho, 24 anos). Por praticamente crescer indo lá. Todos que vinham conhecer a cidade gostaram de passar lá em primeiro lugar e a vista que encontramos nos agrada, é um lugar lindo, calmo e limpo (moradora da Regional Matriz, 19 anos)
MON	“Porque é extremamente contemplativo, é um lugar que traz muitas emoções, até se for só de se admirar pelo lado externo. É uma obra que quebra todo o contexto de cidade” (moradora da Regional Matriz, 30 anos) “Acho um lugar mágico” (moradora da Regional Matriz, 28 anos)

Fonte: Elaborado com base nos resultados da análise perceptual semântica (ver subitens 2.2.2.1 e 2.2.2.2 da seção 2 – Estruturação metodológica – e Apêndice C).

Na comparação entre os três grupos (Quadros 4 a 6), notam-se naturezas distintas de apropriação, que tenderam a ser mais contínuas (entre adolescentes e idosos) quanto maior o tempo acumulado do espaço e quanto menos o prazer estético é priorizado na justificativa de conexão – ainda que não deixe de existir.

Mesmo que a beleza seja uma necessidade humana, estimulando escolhas em função de interfaces visuais agradáveis (DANTO, 2015), pode ser confundida como objeto de episódios fugazes de consumo. A autenticidade do sentimento do belo – que proporciona o entendimento de vida plena, em conjunto com outros valores morais – decorre do demorar-se na sua contemplação, tempo suficiente para conhecer a si próprio (KANT, 2012[1793]). Entretanto, essa diferenciação é ofuscada quando o indivíduo confunde ser e ter, no modelo cultural contemporâneo.

4.4.3

Momento de contemplação: conexões estéticas

A mídia paisagística tem o poder de fundar cartões postais. Nesse âmbito, Choay (2006[1982]) afirma que as imagens urbanas adquirem o poder de anteceder as próprias paisagens, ou seja, o reconhecimento e admiração de uma cena independente da experiência real com o espaço por ela representado. A afinidade do habitante com a imaginação da paisagem é verificada na análise perceptual

imagética, quando as fotografias do Jardim Botânico, MON e Parque Tanguá foram selecionadas como representantes de beleza para habitantes que desconheciam seus espaços, mas tinham contato com suas mídias.

O reconhecimento do belo fundado na imaginação da paisagem pode ser considerado uma experiência fugaz, substituível por outra cena que atinja estereótipo similar de beleza, ou seja, constitui um episódio de consumo. Bauman (2010; 2013) comenta que, na interpretação do modelo cultural contemporâneo, o padrão de consumo identifica o sujeito e o grupo ao qual pertence.

O poder de persuasão da dimensão imagética da paisagem de Curitiba atinge ampla escala de faixas etárias, especialmente nas figuras dos ícones contemporâneos, esteticamente atrativos entre adolescentes e idosos (Figura 29), reafirmando o sentido de cognição territorial dos habitantes e coincidindo com o consumo da imagem da cidade.

Entretanto, a abrangência de sedução da imagem não é repetida no espaço recordado como belo. Ao contrário do prazer estético momentâneo transmitido pela cena, a beleza impressa na memória pode ser interpretada como resultado de uma experiência contemplativa que resulta na fixação de valor, selecionando, entre as paisagens percebidas pelo observador, aquelas que manifestaram significado.

Nesse contexto, o belo recordado tem qualidades geradas por uma contemplação que motiva conexões entre o espaço e seu admirador. Tal beleza memorada, com frequência em todas as faixas etárias, é observada nas paisagens do Jardim Botânico e Passeio Público.

Enquanto fruição estética, independente da motivação imagética ou memorativa, as paisagens comparadas demonstram potencial de continuidade semelhante. O consenso de beleza acontece com mais frequência entre as faixas etárias mais jovens; entre adultos e idosos, as conexões estéticas apresentam ritmos etários mais diversificados.

Considerando não apenas o padrão de comportamento estético dos habitantes de diferentes idades em relação à paisagem, mas também as demais vinculações discutidas até o momento, torna-se possível identificar particularidades que fundam grupos geracionais a partir de vivências paisagísticas (FEIXA; LECCARDI, 2010; MAGALHÃES, 2007). Entender-se dentro de uma geração significa pertencer a um grupo identitário e identificar conexões entre as diversas gerações situa o indivíduo no tempo e no espaço da sua sociedade.

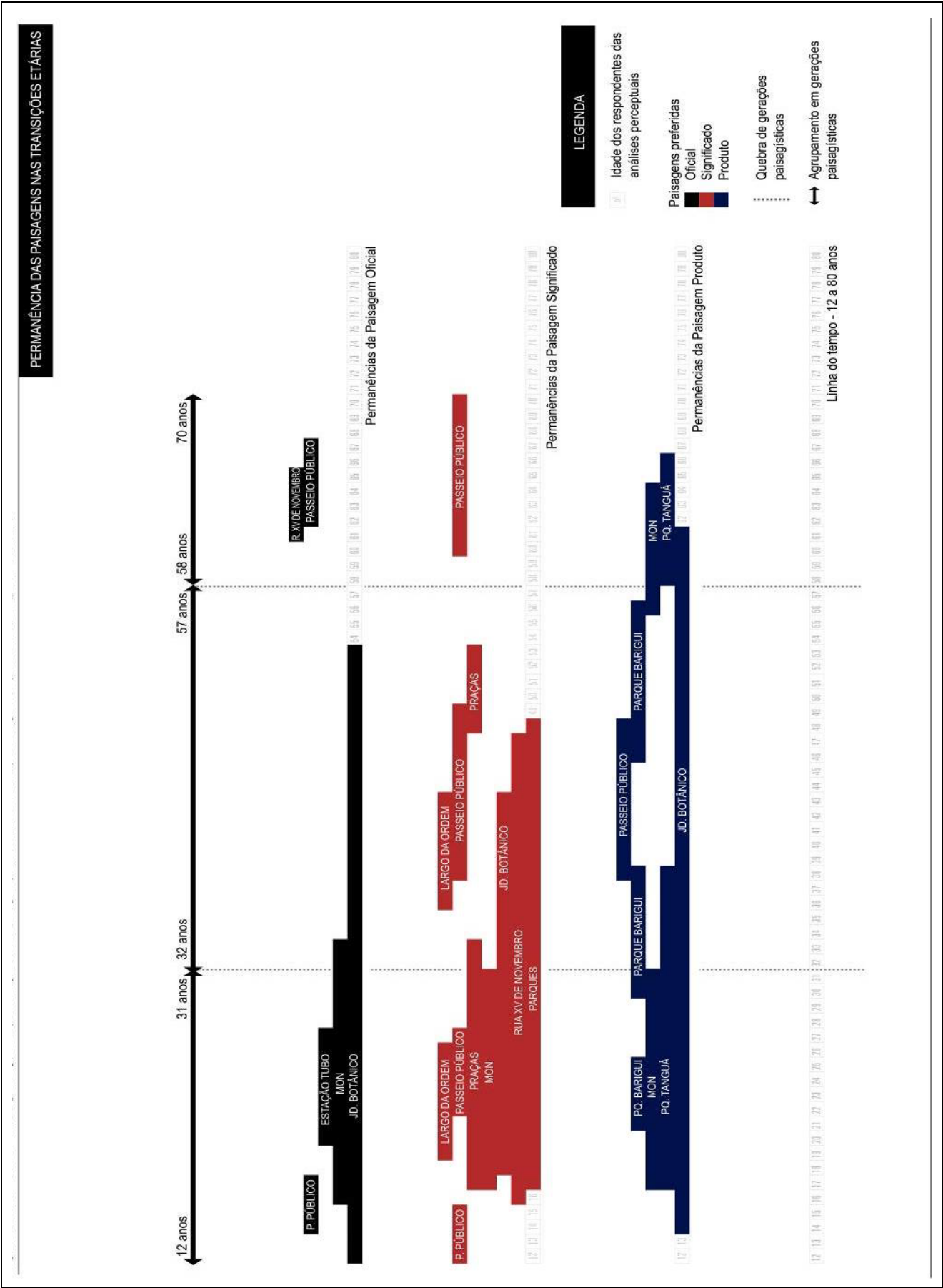
4.4.4 **Percepções comuns: gerações paisagísticas**

Por questões metodológicas, a análise perceptual semântica foi estruturada por faixas etárias. Todavia, sabe-se que o agrupamento em gerações não possui cortes temporais pré-definidos e precisos. Esses são definidos pelo compartilhamento de tempo qualitativo e heranças comuns (MAGALHÃES, 2007).

Nessa perspectiva, pode-se interpretar que experiências urbanas semelhantes, como convergência de cenas preferidas, e coincidências na interpretação semântica oficial, social e estética da cidade definem gerações que partilham percepções afins da paisagem. Partindo desse entendimento, a comparação entre frequências de predileções e significados paisagísticos manifestados por habitantes de diferentes idades resulta no desenho de dois principais grupos geracionais de experiência paisagística, com linha de corte próxima aos 60 anos. No grupo até esta idade, são observadas características comuns que unem as faixas etárias e também diferenças passíveis de subdivisão em três gerações coexistentes – com marcos separatórios perto de 30 e 45 anos (Figuras 30 e 31)⁴⁰.

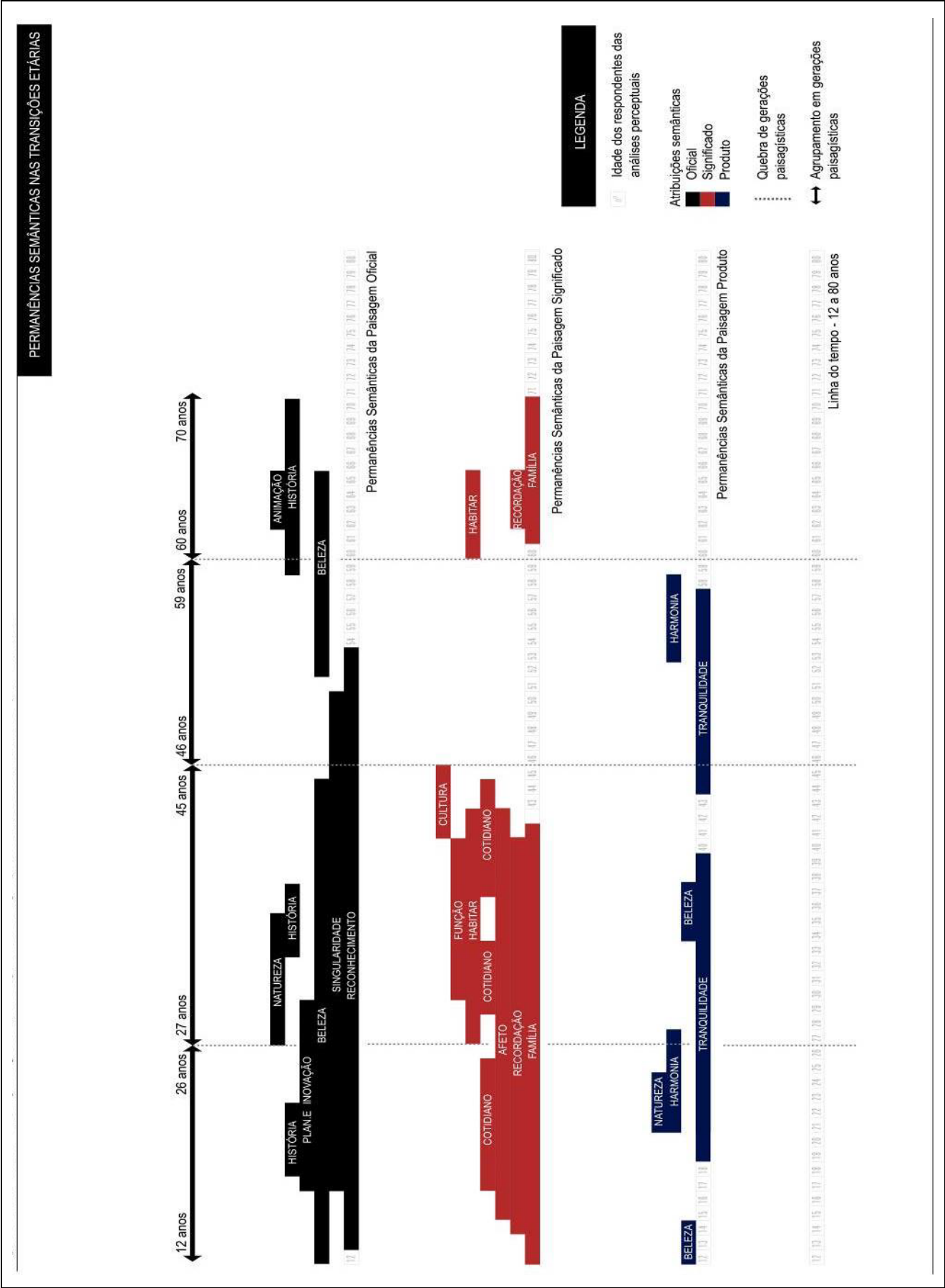
⁴⁰ Os agrupamentos etários consideram a proximidade entre as frequências semânticas e de preferência paisagística. As idades foram reunidas em um contínuo quando as lacunas entre elas são menores que as reuniões adjacentes.

Figura 30: Painel de gerações paisagísticas por agrupamentos das paisagens preferidas por idades de habitantes de Curitiba



Fonte: Elaborada com base nos subitens 2.2.2.1 – Análise perceptual semântica – e 2.2.2.2 – Análise perceptual imagética.

Figura 31: Painel de gerações paisagísticas por agrupamentos semânticos por idades de habitantes de Curitiba



Fonte: Elaborada com base nos subitens 2.2.2.1 – Análise perceptual semântica – e 2.2.2.2 – Análise perceptual imagética.

Na geração que compreende habitantes até 60 anos, verifica-se maior pluralidade na significação pessoal. Os elos paisagísticos que unem esses moradores como grupo são estabelecidos pelos discursos territoriais, especialmente o da Cidade Ecológica e a sobrevivência da imagem de inovação. O fracionamento verificado nesse agrupamento converge com as explicações de Sgard (1999) e Hall (2005[1992]). Os autores diagnosticaram um fluxo desorganizado – por culturas híbridas e múltiplas particularidades individuais – entre as trocas de experiências urbanas. Conforme os referenciais paisagísticos se proliferam ou se desconfiguram, as construções identitárias também são reiniciadas. Os ciclos de renovação se tornam cada vez mais curtos e coexistem, gerando ansiedade e insegurança, que se confortam na estabilização de paisagens oficialmente legitimadas (BAUMAN, 2010).

Para o grupo com mais de 60 anos, pode-se concluir que o tempo e a experiência de vida resguardam esses habitantes dos episódios pós-modernos de consumo. Ao contrário da primeira geração, não são tão vulneráveis à sedução do inédito ou dependentes da satisfação de máximo impacto (BAUMAN, 2013). A moralidade e a solidificação de caráter exigem tempo e são inerentes à evolução do sujeito, relacionando-se a práticas e costumes que exigem tempo acumulado (BAUMAN, 1997). Essa conjuntura fortalece a geração mais antiga, que se configura com maior unidade e caráter paisagístico, conectando-se com a cidade de modo mais orgânico (pelo estabelecimento de raízes) e mantendo relações de significância (pessoal e territorial) com a história da metrópole. Ao mesmo tempo, não se privam do prazer estético de ícones contemporâneos, mas não se mostram vulneráveis à confusão entre identidade e consumo (Quadro 7).

O rompimento da unidade que se percebe entre as duas gerações pode ser interpretado como a transição entre o caráter moderno e as personalidades da contemporaneidade. Na mais jovem, a fragmentação da sociedade e do próprio indivíduo (em diferentes perfis) motiva a liquefação das bolhas de paisagem e alimenta a crise identitária envolta pelas alegorias da cidade (BAUDRILLARD, 1991; BAUMAN, 1997; HALL, 2005[1992]; POLLAK, 1992).

Quadro 7: Características das gerações paisagísticas de habitantes de Curitiba

Gerações paisagísticas			
12 a 60 anos			Mais de 60 anos
Representação política relacionada a singularidade, reconhecimento e beleza, tendo o Jardim Botânico como ícone territorial. Representação social definida por valores familiares, afeto, memória e cotidiano, delimitando como lugares: Jardim Botânico, parques, praças, Passeio Público e Rua XV de Novembro. Representação do mercado associada ao Jardim Botânico e consumo estético direcionado à sensação de tranquilidade.			Paisagens históricas como representação oficial e social (MON, Parque Tanguá, Passeio Público e Rua XV de Novembro) como referência de experiência estética, sem convergência sobre a semântica da beleza
Grupos geracionais coexistentes			
12 a 30 anos	31 a 45 anos	45 a 60 anos	
Valorização da história e da inovação na imagem oficial, incluindo a Estação Tubo e Passeio Público como referências territoriais Satisfação estética relacionada à natureza, harmonia e beleza	Representação política associada à natureza Representação social relacionada aos valores culturais, ao habitar e ao uso (função) Representação de mercado atrelada ao reconhecimento de beleza no Parque Barigui e no Passeio Público, com satisfação estética na percepção compositiva	Ausência de convergência de significado atribuído às representações oficial e social	

Fonte: Elaborado com base nos resultados das análises perceptuais semântica e imagética (ver subitens 2.2.2.1 e 2.2.2.2 da seção 2 – Estruturação metodológica – e Apêndice C).

A fragilidade de conexão histórica entre indivíduo e cidade, perceptível no primeiro agrupamento, abre canais de infiltração aos episódios de consumo paisagístico. Passa-se a experimentar a urbe com um olhar turístico, descomprometido com o espaço. Essa tendência de comportamento é contraditória com a durabilidade necessária para o fortalecimento de padrões morais que sustentem significados às memórias futuras (BAUMAN, 2001).

Sublinhando-se a preocupação de como promover a sustentação identitária das relações paisagísticas, frente às pressões inerentes ao tempo líquido e à própria evolução da cidade, o Passeio Público configura um espaço de permanências para a memória territorial e coletiva, com endereço de comprometimento moral aliado à satisfação estética. Tendo se manifestado um elemento de conexão entre passado e presente, sinaliza aspectos que fundam relações de apropriação capazes de serem ressignificadas em ciclos geracionais contínuos, tornando-se, nesse contexto, interessante matriz para a investigação de meios (como?) para sustentação identitária entre habitantes e paisagem habitada.

4.5

COMO? SÍNTESE DA SUSTENTAÇÃO IDENTITÁRIA DAS PAISAGENS

Um dos atributos das condições paisagísticas da cidade é a sua dinamicidade. Elas se transformam com as alterações do espaço representado e, mesmo que tais metamorfoses possam sofrer aceleração ou desaceleração, a ação da natureza é constante – por meio de luz, sombra e temperatura, dentre outras condicionantes, de modo que a repetição da contemplação da mesma paisagem só é possível na sua dimensão imagética. Assim, a sustentação de referências paisagísticas não tem a pretensão de congelar as cenas urbanas, mas de elencar diretrizes possíveis para a manutenção de qualidades, materiais ou imateriais, passíveis de comunicar, por meio da paisagem, um esquema orientativo de tempo e de espaço à fundação identitária dos cidadãos.

Considerando a fundamentação teórica desta pesquisa, a apropriação (sentido de pertencimento) é o aspecto que estimula a conexão de identidade entre habitante e paisagem. A sustentação dessa relação depende da continuidade dos significados que estimulam laços afetivos de propriedade ou da ressignificação dessa ligação para as gerações seguintes.

Nesse sentido, dois aspectos se destacam nos caminhos possíveis para sustentação dos signos paisagísticos: o entendimento dos elementos que despertam a sensação de pertencimento e os processos de manutenção deste sentido ao longo da transformação da cidade e da sociedade.

As qualidades que fundam apropriação são apontadas por diferentes autores e verificadas nas paisagens selecionadas como representação social para os habitantes de Curitiba. Em geral, pode-se constatar que tais vínculos são estabelecidos por meio da corporificação de memória – associada a valores familiares e à infância – e pela proximidade de uso cotidiano (ANDREOTTI, 2012; ASSMANN, 2011; RELPH, 2008[1976]; TUAN, 2012[1974]). Além de questões já apontadas pela teoria que rege a toponímia, interessa saber como a gestão urbana, na condição de editora da paisagem oficial e promotora da paisagem produto atua nesses sentimentos que são matrizes de apropriação.

Apoiando-se em Bauman e May(1997; 2010) para a estabilidade do comprometimento moral entre habitante e espaço, tem-se como pressuposto que a

sustentação do sentido de pertencimento está conectada à legitimidade política do espaço apropriado e da satisfação estética proporcionada pelo mesmo. Nas análises desenvolvidas ao longo da discussão dos resultados, diagnostica-se que as relações de apropriação preponderantes (paisagem significado) – com frequência acima da média – acontecem entre cenas simultaneamente classificadas como paisagem oficial.

Os laços de afeto preferenciais estão localizados no espaço cognitivo da porção centro-norte da cidade, que coincide com a concentração de espaço moral (regionais Boa Vista e Matriz). Embora seja perceptível a influência das relações de vizinhança na configuração de ilhas morais, as distâncias físicas são superadas no endereçamento de significado, pela facilidade e frequência de acesso dos demais setores administrativos ao centro de Curitiba. Mesmo os moradores de bairros limítrofes, consideraram a porção central da urbe um lugar de cotidiano.

Até então, pode-se indicar que a legitimidade política (como bem histórico, produto turístico ou mídia publicitária) de fato influi na validação social a respeito de paisagens a serem protegidas pelo afeto dos habitantes. Os discursos ideológicos, que apoiaram os cognomes de gestão, mostram maior impacto no processo de apropriação dos mais jovens, pois a geração mais antiga expressa mais afinidade com espaços históricos, que antecedem a incipiência do *city marketing*.

Entretanto, a satisfação estética não é condicionante à apropriação paisagística, especialmente nos casos dos locais históricos do Largo da Ordem e da Rua XV de Novembro. Por outro lado, também não se tratam de paisagens reprovadas na avaliação estética dos habitantes. Tiveram bom desempenho na valoração da análise perceptual imagética (mais como contexto do que como recorte oficial), mas outras sensações foram priorizadas na significação pessoal em detrimento da beleza.

A convergência de prazer estético na paisagem significado é centralizada em cenas contemporâneas, salvo pela seleção do Passeio Público como representação de beleza pelos respondentes da pesquisa perceptual semântica. O destaque dessa paisagem entre as paisagens produto não é diferenciada apenas pela sua condição histórica frente às demais, mas principalmente pela experiência do belo que desperta. Enquanto nas demais paisagens esta contemplação é motivada, principalmente, por aspectos formais da cena urbana, no Passeio Público

a sensação é conduzida pelo significado que imprime na memória de seus expectadores. Como já posto, a experiência de beleza genuína, diferente do consumo estético, parte de um demorar-se no contemplar que cria vínculos entre o observador e o panorama observado, como em um processo de reconhecer-se na paisagem (ANDREOTTI, 2012; KANT, 2012[1793]). Essa estética, reconhecida nesta área verde central da urbe, enquadra-se como valor moral que completa o que Danto (2015) define como pré-requisito a uma vida plena. Portanto, a harmonia plástica desinteressada não se confunde com o desejo de ter (KANT, 2012[1793]; 2015[1764]), mas com a vontade de proteger.

A junção entre ética e estética é um aspecto que distingue o julgamento de belo manifestado em relação ao Passeio Público com as demais paisagens apropriadas e pode ser sublinhada como uma das características que o singulariza como permanência, uma vez que configura um elo de significado entre as duas gerações paisagísticas identificadas. Também não há como dissociar o tempo acumulado como condição de sobrevivência geracional. O fato desta paisagem ser compartilhada entre avós, pais e netos só é possível por ser um espaço experienciado pela juventude dos antepassados. Este é um requisito que ainda não pode ser cobrado das cenas contemporâneas.

Por outro lado, outros locais históricos que sofreram apropriação não tiveram a mesma força de continuidade memorativa que o Passeio Público, mantendo-o em situação diferencial. De forma geral, observa-se que a história da cidade não é valorizada na leitura paisagística dos seus habitantes, nem no caso deste espaço é uma semântica priorizada.

Assim, seguindo na investigação sobre as particularidades que o mantêm como permanência, verifica-se que a preferência por essa paisagem é majoritariamente endereçada por moradores das regionais Bairro Novo, Cajuru, CIC e Pinheirinho (cerca de 60%). Tais seções do território – que reúnem os menores poderes aquisitivos da cidade – coincidem com a porção excluída do espaço cognitivo e do espaço moral compartilhados em Curitiba (ver subseção 4.3 – Onde? Interpretação dos espaços sociais). Embora existam ilhas morais nessas localidades, não se legitimam pela representação política e se restringem a apropriações pontuais.

Cabe a suposição, portanto, de que a memória do Passeio Público sobrevive como antítese ao mercado. Ela conecta uma população que não se sente pertencente aos seus bairros – exemplares de regiões esquecidas pela paisagem oficial – e também não se sente confortável no consumo dos cenários contemporâneos estetizados.

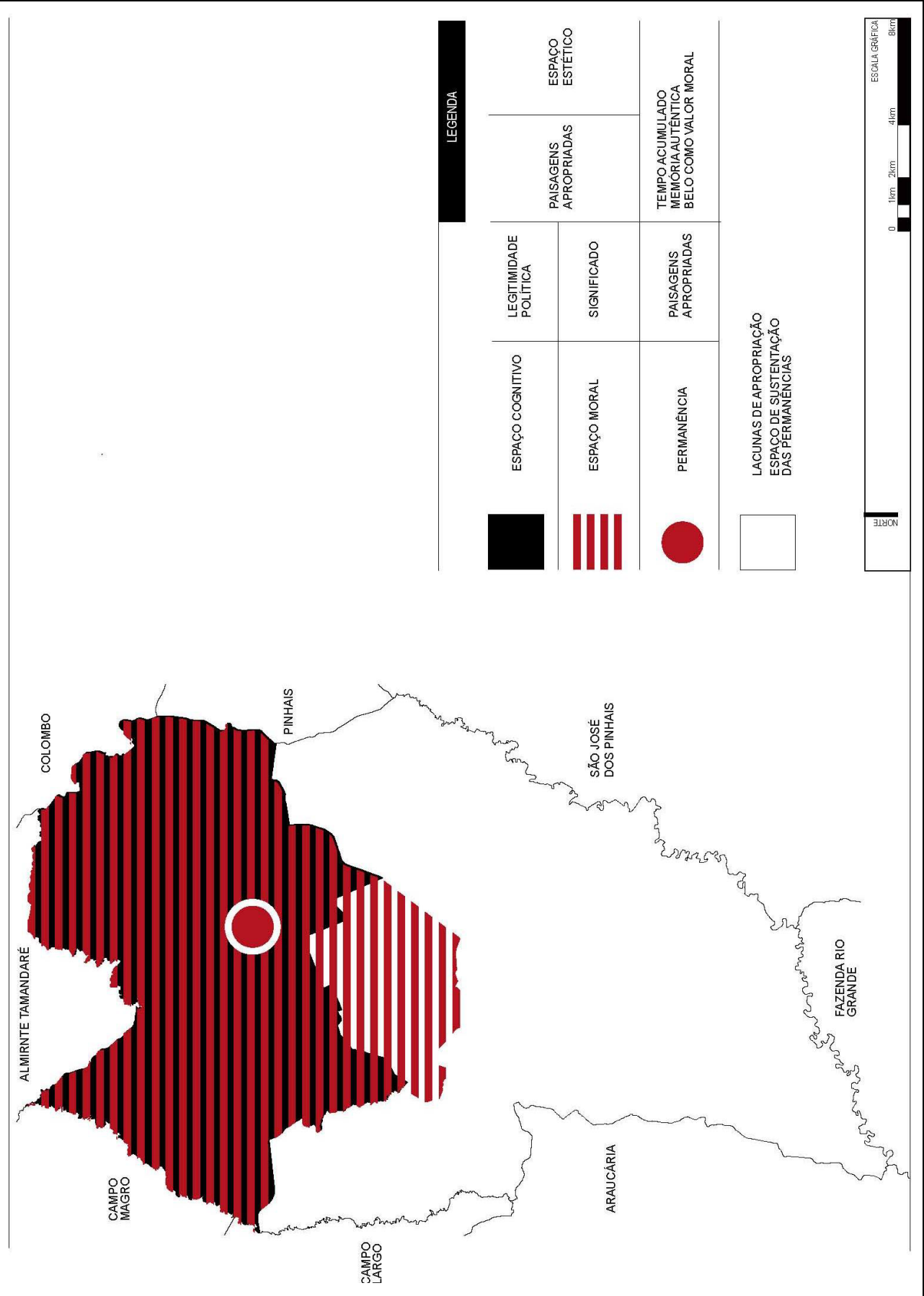
O fato do Passeio Público não ter sua imagem editada por discursos políticos pode ter contribuído para a manutenção de um significado autenticamente fundado pelos seus frequentadores, isento da contaminação imagética que confunde a memória. Apesar de ser apontado como ponto turístico, sabe-se que a frequência de visitação com essa natureza é baixa⁴⁰. Assim, mantém-se como espaço de usuários tradicionais, com certa homogeneidade de perfil socioeconômico, resguardando-se das relações de estranhamento entre culturas alheias (turistas) e objetivos mercadológicos.

O contrário pode ser observado nos cenários contemporâneos, correspondendo ao panorama traçado por Bauman (1997) para a Pós-Modernidade, que retrata a inserção do desconhecido na convivência do cotidiano, naturalizando a impessoalidade nas relações socioespaciais. Depreende-se, nas apropriações enquadradas em recortes temporais recentes, a confusão entre ter e ser, com o significado não se dissociando do prazer do consumo, assumindo o risco de ser tão efêmero quanto a rotatividade da moda e a sucessão de seus símbolos identitários (ter para ser e pertencer).

Não obstante, a paisagem oficial é concentrada nas regiões de maior poder aquisitivo. Tal consideração não pretende criminalizar a gestão urbana, uma vez que esses espaços também se sobrepõem a núcleos históricos e proporcionam maior acessibilidade à toda a cidade. O que se almeja sublinhar é a sinergia entre a dinâmica de mercado, incluindo a das cenas oficiais, e a vontade de consumir da população, afetando as relações de apropriação, segregando o território e ameaçando as permanências importantes à conexão entre habitante e paisagem habitada (Figura 32).

⁴⁰ Menos de 2% dos usuários da Linha Turismo (ônibus que percorre um circuito de 25 pontos) embarcam ou desembarcam no ponto compartilhado entre o Passeio Público e o Memorial Árabe (IMTC, 2015). Ainda assim, não se tem um vínculo necessário entre esse fluxo e a efetiva visitação do espaço.

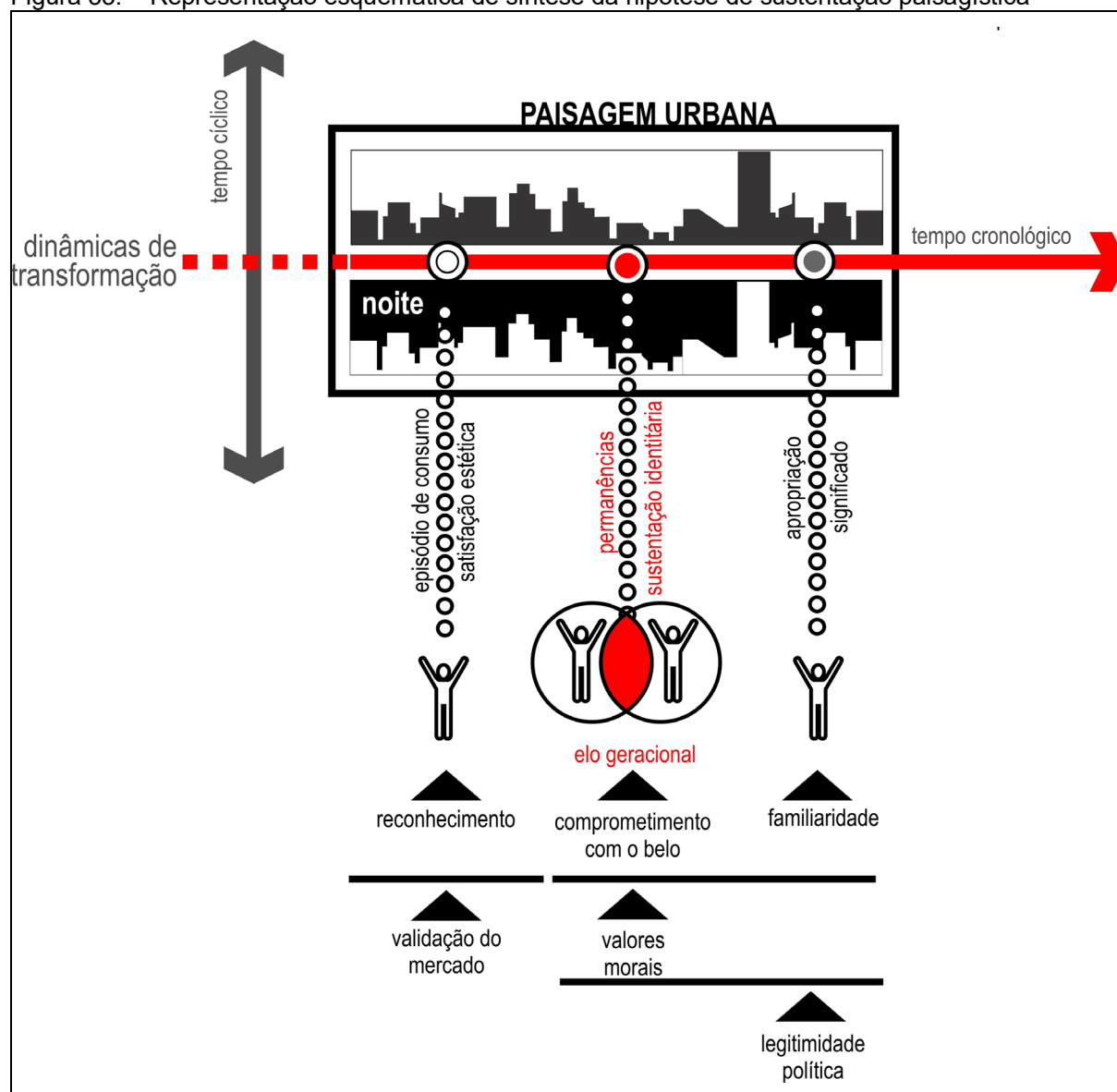
Figura 32: Painel de síntese das relações entre apropriação e permanência das paisagens de Curitiba



Fonte: Elaborada com base nos resultados apresentados nas subseções anteriores.

Na síntese de sustentação identitária da paisagem (Figura 33), além dos aspectos já requisitados na apropriação (valores morais e legitimidade política), constata-se que a satisfação estética não é condição de pertencimento, mas que o compromisso de proteger o belo da memória é premissa da permanência, juntamente com o acúmulo de tempo necessário para o demorar-se na paisagem por várias gerações.

Figura 33: Representação esquemática de síntese da hipótese de sustentação paisagística



Fonte: Elaborada com base nos resultados apresentados nas subseções anteriores.

Do rol de 120 imagens oficiais, 22 coincidem com apropriações sociais (18%) e apenas uma (0,8%) manifesta permanência na sucessão de gerações – para uma parcela específica da população, excluída dos espaços de consumo.

Resgatando a preocupação de como as medidas de gestão paisagística podem intensificar a sustentação das relações identitárias entre habitante e espaço habitado, infere-se sobre a necessidade de aproximação entre as raízes urbanas – história da cidade – e a memória social, resgatando conexões orgânicas entre o indivíduo e o habitar (demorar-se sobre a terra).

Percebe-se que o reconhecimento histórico, embora tenha motivado admiração em uma parcela de moradores, não fundamenta a apropriação, exercendo, na maioria dos casos, um papel de pano de fundo às lembranças pessoais, diluindo o sentido de pertencimento que fundamenta o ser. Como agravante, a paisagem contemporânea de Curitiba é estruturada em elementos descontextualizados das suas raízes.

Além da legitimidade política já atribuída aos espaços de significação social, há a demanda de manutenção e comunicação da história autêntica desses lugares. A atuação do mercado sobre tais áreas deve ser limitada (e potencializada) pelos valores genuínos nelas contidos. O processo histórico urbano é coletivo e seu conhecimento promove a coesão social e territorial que presta unidade à construção identitária. As paisagens se transformam e se inovam, mas os significados são heranças do passado.

5 CONCLUSÃO

A questão identitária foi amplamente discutido na virada do século e as inquietudes sobre o **tema** se intensificaram nos últimos anos, à medida que as fronteiras – territoriais, sociais e pessoais – foram sendo diluídas pela velocidade e acessibilidade das mídias de comunicação, tão céleres quanto as próprias transformações do globo.

Nesse contexto, autores de diferentes origens e formações contribuem para o profuso **arcabouço teórico** que cerca a construção e as crises de identidade na transição do homem moderno ao contemporâneo. Todavia, nos aspectos tangentes a paisagem, as abordagens se concentram na imagem territorial, concebida como diferencial local para sua inserção no sistema político e econômico global, muitas vezes de maneira desarticulada do contexto sociocultural da cidade representada.

Embora essas óticas também importem para este estudo, interessa mais a forma como os processos identitários se estabelecem sobre a influência da paisagem e dos atores que se relacionam na formulação e apropriação da imagem urbana. Nesse caso, o referencial teórico é menos explícito, tendo sido necessária a articulação em diversos campos do conhecimento para conduzir o entrelace entre resultados paisagísticos e identidade, consumo, temporalidade e permanências. Para percorrer esse caminho, o impulso inicial foi dado por visões referentes à interação entre paisagem e poder, orientado por visões filosóficas relativas às conexões necessárias entre a contribuição de diferentes áreas de conhecimento que se manifestam sobre a imagem da cidade.

As preocupações sobre identidades que se apropriam de cenarizações têm sido demonstradas em menor proporção no âmbito da gestão urbana, sendo mais comuns interpretações filosóficas que preconizam efeitos sociais negativos. As manifestações contra a homogeneidade paisagística moderna foram intensas e ainda permanecem, mas pouco refletem – a não ser como crítica formal – sobre ícones contemporâneos adotados pelo imaginário coletivo, mesmo que inicialmente pareçam vazios de significados contextuais.

Da mesma forma, são incipientes as reflexões sobre a acumulação de bens arquitetônicos tombados, sem significados sociais associados, levando a questionamentos sobre os critérios adotados para preservação e comunicação da história coletiva. A inclusão do mercado na representação paisagística, influenciando a dimensão estética da imagem pessoal e urbana, mostra-se indispensável à compreensão e análise das relações identitárias, não apenas pelo objeto de identidade constituir uma sociedade de consumo, mas também pela sua dinâmica se confundir, em muitos momentos, com estratégias de gestão.

Ao longo da pesquisa, os **procedimentos metodológicos** foram progressivamente reorganizados, permitindo os ajustes necessários para o desenvolvimento das atividades programadas. Um dos primeiros desafios foi a superação da intenção de análise de elos geracionais iniciados na paisagem colonial, a partir de memórias presentes. Assim, o momento da investigação é favorecido por abranger habitantes que vivenciaram transformações importantes na transição entre as cidades pós-industrial e pós-moderna, ou que são descendentes diretos de moradores que registraram este passado. O conjunto desses cidadãos reúne a experiência de três crises paisagísticas (extemporânea, alegórica e liquefação) e herda de seus pais a bolha sublime, configurando um instante oportuno para interpretação de diferentes temporalidades.

A reunião de imagens representativas da paisagem oficial de Curitiba também se tornaria um trabalho infindo, e provavelmente incompleto, sem a opção de um recorte temporal. A decisão de trabalhar com as cenas publicadas pela última gestão completa (2012 a 2016) não parece ter provocado prejuízos à pesquisa, uma vez que essa administração manteve, como mídia, panoramas que representam as diferentes camadas de tempo que configuram a urbe atual, sem exclusão de ícones paisagísticos de grupos gestores anteriores.

A análise perceptual semântica proporcionou mais subsídios para investigação do que o inicialmente previsto. A meta preliminar desta etapa consistia em identificar os cenários que habitavam a memória dos curitibanos, para posterior comparação com a galeria oficial da Prefeitura Municipal e avaliações subsequentes. Entretanto, as palavras-chaves, utilizadas pelos representantes da amostra para definição das paisagens escolhidas, revelaram importante conteúdo para exame de experiências urbanas. Também indicaram diferentes significados que podem ser

atribuídos à mesma cena – pelo mesmo observador – para representações distintas (oficial, social ou mercadológica). Portanto, esta etapa metodológica, com apoio da análise de conteúdo, teve desdobramentos essenciais aos resultados obtidos, inclusive para o apontamento de condicionantes à sustentação da paisagem.

Por outro lado, a análise perceptual imagética assumiu relevância menor que a esperada na sua concepção. Apesar dos critérios adotados para a seleção das imagens submetidas à valoração estética terem se demonstrado compatíveis com as preferências apontadas pelos moradores de Curitiba, o recorte de 18 panoramas, entre mais de 150 (na coleção entre memória e galeria oficial), não deixa de ser uma restrição às possibilidades de escolha dos entrevistados. De certa maneira, incorre-se em edição similar ao da própria galeria da Prefeitura Municipal, colocando a análise sob o mesmo questionamento aplicado à influência da mídia institucional.

Outro aspecto observado foi a semelhança entre a valoração das imagens, sem destaque de contrastes que possibilitassem aprofundamento de apurações sobre elementos que despertam predileções estéticas. Contudo, as contribuições desta etapa foram propícias, especialmente para as considerações sobre as influências mútuas entre as experiências paisagísticas registradas pela memória e os ideais retidos na dimensão imagética de cenas atrativas.

Como **área de estudo** selecionada, Curitiba forneceu relevantes subsídios para o trabalho, especialmente pela amplitude da galeria paisagística publicada, pelo seu reconhecido processo de planejamento urbano e pela constante veiculação da sua imagem – figurando um contexto oportuno à exploração das relações entre discursos territoriais, apropriações e permanências paisagísticas.

Sobretudo, o conjunto de procedimentos adotados permitiram que o **objetivo geral** da pesquisa fosse alcançado. O tempo acumulado, a experiência familiar compartilhada do espaço e a beleza formulada na memória – a partir do reconhecimento de significado na contemplação – são identificados como aspectos que sustentam paisagens indutoras de relações identitárias entre habitantes e espaço habitado.

Nesse processo, a influência institucional da gestão urbana é considerada mais relevante do que a força do discurso territorial. Enquanto o papel de proteção e manutenção do espaço apropriado condiciona seu potencial de permanência e atribui reconhecimento oficial à paisagem, os rótulos e promoções turísticas dissolvem a autenticidade da memória coletiva construída na experimentação paisagística.

Quando a paisagem significado alcança valores que interessam ao mercado, desperta o orgulho do reconhecimento do território, mas ameaça o comprometimento moral com o lugar, ao romper fronteiras que diferenciam o estranho – o visitante como consumidor estético dos cenários – e o habitante – que se envolve com a experiência contemplativa do local. Essa configuração confunde as particularidades culturais do espaço apropriado com a impessoalidade da prática de consumo, fragilizando o potencial de permanência de significados genuínos que estimularam a apropriação.

Nesse âmbito, sobre a **hipótese** levantada, confirma-se que a conjunção entre significado, legitimidade política e beleza condiciona a permanência de apropriação paisagística, tendo como exemplo a continuidade do Passeio Público de Curitiba como elo geracional. Entretanto, a validação institucional e o prazer estético não assumem a mesma interpretação suposta no início do estudo. Ainda que a exploração da paisagem oficial tenha sido atuante no estímulo à significação das cenas urbanas enfatizadas – especialmente as contemporâneas –, não foi suficiente para perpetuar uma relação de pertencimento.

Contrariamente, a situação de permanência é constatada na paisagem que permaneceu afastada do alvo publicitário, mas não esquecida pelo poder público. Protegida como patrimônio cultural e com pouco prestígio turístico, a imagem do Passeio Público é preservada na memória dos que compartilharam sua vivência. A experiência prolongada do espaço onde se estabelece laços de afeto indica uma fusão entre a percepção do belo e a atribuição de significado, revelando um envolvimento sublime, no qual a beleza se manifesta na emoção do comprometimento – não na satisfação estética da sensação visual, mas no demorar-se dos múltiplos sentidos.

Para a sua adequada validação, a hipótese, então, é ajustada para a consideração de que a paisagem que sustenta relações identitárias é fundada em valores morais (significado social), validados pelo suporte de gestão (legitimidade oficial) e autenticados pelo comprometimento estético (ética do sublime)¹.

Na valoração moral, o tempo acumulado assume condição independente do conhecimento histórico que promove o enraizamento entre habitante e cidade. Nessa conjuntura, há estabelecimento de vínculos entre morador e memória social.

A partir do desenrolar dos **objetivos específicos e resultados correlatos**, admite-se que a desvalorização (ou desconhecimento) histórica da urbe está associada à falha de comunicação das camadas paisagísticas remanescentes. A paisagem oficial (**o quê?**) reúne as transformações culturais refletidas na cidade. Embora a linha do tempo paisagística alcance da origem da urbe aos ícones contemporâneos, os registros são pontuais, descaracterizando o entendimento das cenas como um contexto, promovendo o edifício histórico como interface estética, sem transmitir as mensagens da sua temporalidade.

Há, portanto, um desalinhamento entre a definição do patrimônio cultural e o reconhecimento do momento preservado. Esse fato pode ser exemplificado pela supervalorização do conjunto modernista – em detrimento de outros períodos históricos – enquanto a população não estabelece vínculos de significação com a camada paisagística dessa data. Não se pretende excluir a importância da conservação da memória do Movimento Modernista, mas apenas é citado para sublinhar aspectos que precisam ser revistos na política de preservação e, principalmente, de comunicação da história urbana. Caso contrário, o monumento perde a função de conectar o indivíduo no contínuo de passado e presente da sua sociedade.

O mesmo risco de desconexão também ocorre quando a população se percebe, predominantemente, na paisagem contemporânea (**quem?**). A apropriação é ancorada no extremo presente (na incerteza da continuidade) e é identificada com cenários de sobreposições temporais de tempos e histórias que não pertencem à construção da cidade ou à herança cultural de seus habitantes.

¹ Ajustes derivados dos resultados alcançados destacados pelos grifos.

Nesses casos, os discursos territoriais são presentes e validam a imagem do território e a representação da sociedade, ratificando a crise identitária da liquefação da bolha de paisagem. As incertezas da atmosfera pós-moderna – aqui fragilizadas pelo enfraquecimento de raízes históricas – recorrem ao conforto da decisão institucional e ficam à deriva dos episódios de consumo.

A dinâmica do mercado também apresenta seus reflexos na configuração dos espaços cognitivo e moral – quase sobrepostos (**onde?**). A linha que separa endereços convergentes de apropriação e lacunas de paisagens oficiais acompanha a fragmentação entre regionais administrativas com maior e menor poder aquisitivo dos seus moradores. Inclusive, são os bairros de menor renda que sustentam a permanência do Passeio Público, excluindo-se da experiência da paisagem produto. Tal afastamento é interpretado como uma sensação de desconforto perante interações de natureza mercantil.

Por razões distintas, a população com mais tempo de vida também se mostra menos vulnerável aos cenários de consumo da paisagem. O oposto acontece com a geração mais jovem (**quando?**). Neste caso, admite-se que a linha de corte do agrupamento geracional diagnosticado – 60 anos – foi um marco divisório entre os habitantes com caráter derivado das tentativas de universalidade do período moderno e aqueles com perfil das pluralidades contemporâneas. Os primeiros atestam que a experiência acumulada ao longo do tempo, requisito à prática e ao fortalecimento moral, confere resistência aos ciclos da moda e a discursos territoriais, resultando em maior unidade e estabilidade como grupo. Os segundos estão sujeitos às fragmentações, multiplicidades e oscilações identitárias regidas por diferentes círculos de convívio, em que o mercado atua como promotor e autenticador de identidades, que são (e precisam ser) fugazes pela própria dinâmica consumista da contemporaneidade.

O desejo contínuo do inédito, que provoca a satisfação do consumo, desestimula o demorar-se na paisagem, pondo em risco a sustentação paisagística enquanto cenário contemporâneo. Sobretudo, o aprofundamento quanto ao potencial de permanência dos ícones pós-modernos exige que os mesmos acumulem o tempo necessário para serem experimentados por uma sucessão mais longa de gerações, pois importa que incorporem a memória urbana (além da social).

Ao mesmo tempo, a necessidade constante de novidades ameaça a valorização de raízes históricas que conectam o indivíduo ao espaço-tempo da sua sociedade. Assim, visualiza-se a continuidade da pesquisa por meio da investigação focalizada na mídia paisagística validada como de importância histórica, explorando as mensagens comunicadas e interpretadas por meio dessa interface urbanística. Portanto, com vistas à sustentação identitária da paisagem urbana, recomenda-se o aprofundamento da análise das falhas que vêm proporcionando o afastamento entre os habitantes e o passado habitado.

A história que não sofre apropriação esvazia-se de significado, materializando-se em marcos estéticos que não atingem a camada sensível da cidade. Tornar os sentidos sociais tangíveis nas cenas urbanas é iluminar pontos de conexão entre a sociedade, a cidade e a linha do tempo da humanidade.

O reconhecimento da história urbana, entrelaçada a história social, é o que traz legibilidade aos signos sobreviventes na cidade contemporânea. A tradução do presente, fundamente-se na compreensão do passado. Tal ciência não se limite a subsidiar diretrizes de conservação de um patrimônio edificado, mas também a embasar a produção (ou transformação) de paisagens que contextualizem seus habitantes na evolução cultural de seu território, sustentando a comunicação do repertório de memórias coletivas que significam o espaço urbano.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA CURITIBA. **Perfil econômico da Regional Bairro Novo**. Curitiba, PR: edição institucional, 2015.

AJZENBERG, Elza. A Semana de Arte Moderna de 1922. **Revista de Cultura e Extensão USP**, São Paulo, SP: Pró-Reitoria de Cultura e Extensão Universitária da Universidade de São Paulo – USP, v.7, p.25-29, mar. 2012.

ALVES, Schirley Fátima Nogueira da Silva Cavalcante. Lentes e percepções, no foco o coloquial. In: ANDRADE, Rubens; TERRA, Carlos Gonçalves. (Org.) **Avesso da paisagem: percepção artístico-urbana e dimensão socioespacial**. Rio de Janeiro, RJ: Rio Book's, 2012. p.179-200.

ALVES, Teresa. Paisagem: em busca do lugar perdido. **Finisterra** – Revista Portuguesa de Geografia, Lisboa, PT: Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa – CEG-U.Lisboa, v.36, n.72, p.67-74, 2001.

ANDREOTTI, Giuliana. Paisagens do espírito: a encenação da alma. **Ateliê Geográfico**, Goiânia, GO: Programa de Pós-Graduação em Geografia do Instituto de Estudos Socioambientais da Universidade Federal de Goiás – IESA-UFG, v.4, n.4, p.264-280, 2010.

ANDREOTTI, Giuliana. O senso ético e estético da paisagem. **RA'EGA**, O Espaço Geográfico em Análise, Curitiba, PR: Departamento de Geografia; Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal do Paraná – PPGG-UFPR, n.24, p.05 – 17, 2012.

ANDREOTTI, Giuliana. Brasília, capital de paixões antes que de poder. **Revista Presença Geográfica**, Porto Velho, RO: Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal de Rondônia – PPGG/UNIR, v.3, n.1, p.50-75, 2016.

ANTROP, Marc. *Sustainable landscapes: contradiction, fiction or utopia?* **Landscape and Urban Planning**, Ghent, BE: Geography Department of Ghent University, n.75, p.187-197, 2006.

ASSMANN, Aleida. **Espaços de recordações**: formas e transformações da memória cultural. Campinas, SP: Editora da Universidade Estadual de Campinas –UNICAMP, 2011.

ARAUJO, Regina Maria Martins de. **Paisagem iluminada**: análise em vias representativas da memória de Curitiba, Paraná. 2013. 212f. Dissertação (Mestrado em Gestão Urbana) – Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PUCPR, Curitiba, PR, 2013.

BARROS, José D' Assunção. História, espaço e tempo: interações necessárias. **Varia Historia**, Belo Horizonte, MG: Programa de Pós-Graduação em História da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Minas Gerais – PPGH-UFMG, v.22, n.36, p.460-476, 2006.

BASSALOBRE, Janete Netto. Das promessas iluministas à servidão. **Educação em Revista**. Belo Horizonte, MG: Faculdade de Educação da Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG, v.26, n.3, p.443-448, 2010.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulações**. Tradução de Maria João da Costa Pereira. Lisboa, PT: Antropos; Relógio D'água, 1991. (Título original: *Simulacres et simulation*. Galilée, 1981).

BAUMAN, Zygmunt. **Ética pós-moderna**. Tradução de João Rezende Costa. São Paulo, SP: Paulus, 1997. (Título original: *Postmodern ethics*. Hoboken, NJ, US: Wiley-Blackwell, 1993)

BAUMAN, Zygmunt. **Vida líquida**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. 2.ed. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar, 2009. (Título original: *Liquid life*. Cambridge, UK: Polity, 2005)

BAUMAN, Zygmunt. **Bauman sobre Bauman**: diálogos com Keith Tester. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. São Paulo, SP: Jorge Zahar, 2011. (Título original: *Conversations with Zygmung Bauman*. Cambridge, UK: Polity, 2001)

BAUMAN, Zygmunt. **A cultura no mundo líquido moderno**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar, 2013. (Título original: *Culture in a liquid modern world*. Cambridge, UK: Polity, 2011)

BAUMAN, Zygmunt; MAY, Tim. **Aprendendo a pensar com a sociologia**. Tradução de Alexandre Vieira Werneck. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar, 2010. (Título original: *Thinking sociologically*. Hoboken, NJ, US: Wiley-Blackwell, 1990)

BERDOULAY, Vincent. *Enjeux iconographiques dans l'aménagement des lieux de mémoire*. **Cahiers de Géographie du Québec**, Québec, CA: Université Laval, v.15, p.16, 2007.

BERQUE, Augustin. *La transition paysagère, ou sociétés à pays, à paysage, à shanshui, à paysagement*. **L'Espace Géographique**, Paris, FR: Institut de Géographie; Belin Education, n.XVIII, p.18-20, 1989.

BERQUE, Augustin. *La transition paysagère comme hypothèses de projection pour l'avenir de la nature*. In: ROGER, Alain; GUÉRY, François. (Dlrs.) **Mâîtres et protecteurs de la nature**. Paris, FR: Champ Vallon, 1991. p.217-237. (Collection Mileux)

BERQUE, Augustin. *Paysage, milieu et histoire* In: BERQUE, Augustin. (Dir.) **Cinq propositions pour une théorie du paysage**. Paris, FR: Champ Vallon, 1994. p.11-29.

BERQUE, Augustin. Paisagem-marca; paisagem-matriz: elementos da problemática de uma geografia cultural. In: CORRÊA, Roberto Lobato; ROSENDAHL, Zeny. (Org.) **Paisagem, tempo e cultura**. 2.ed. Rio de Janeiro, RJ: Editora da Universidade Estadual do Rio de Janeiro – UERJ, 2004. p.84-91

BERQUE, Augustin. ***La pensée paysagère***. Paris, FR: Archifou, 2008.

BESSE, Jean-Marc. *Entre la modernité et la postmodernité: la représentation paysagère de la nature*. In: ROBIC, Marie-Claire. (Org.) ***Du milieu à l'environnement: pratiques et représentation du rapport homme/nature depuis de la Renaissance***. Paris, PR: Economica, 1992. p.89-121.

BOFF, Leonardo. **Sustentabilidade**: o que é, o que não é. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

BONAMETTI, João Henrique. **A ação do IPPUC na paisagem urbana de Curitiba a partir da área central**. 180f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Escola de Engenharia de São Carlos da Universidade de São Paulo – USP, São Carlos, SP, 2000.

BOTTON, Alain de. **A arquitetura da felicidade**. Episódio 1 – A morada de hoje. Direção de Neil Combie. London, UK: Seneca, 2006. DVDRip. 720 Mb, 46 min. (Título original: *The architecture of happiness*. London, UK: Seneca, 2006)

BOTTON, Alain de. **A arquitetura da felicidade**. Tradução de Talita Macedo Rodrigues. Rio de Janeiro, RJ: Rocco, 2007. (Título original: *The architecture of happiness*. London, UK: Seneca, 2006)

BRASIL. Lei Federal Nº 8.069, de 13 de julho de 1990. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 16 jul. 1990.

BRASIL. Lei Federal Nº 10.257, de 10 de julho de 2001. Regulamenta os Artigos 182 e 183 da Constituição Federal, estabelece diretrizes gerais da política urbana e dá outras providências. Estatuto da Cidade. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 11 jul. 2001.

BRASIL. Lei Federal Nº 10.741, de 01 de outubro de 2003. Dispõe sobre o Estatuto do Idoso e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 01 out. 2003.

BRASIL. Lei Federal Nº 12.852, de 05 de agosto de 2013. Institui o Estatuto da Juventude e dispõe sobre os direitos dos jovens, os princípios e diretrizes das políticas públicas de juventude e o Sistema Nacional de Juventude – SINAJUVE. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 06 ago. 2013.

BRASIL. Lei Federal Nº 13.089, de 12 de janeiro de 2015. Institui o Estatuto da Metrópole, altera a Lei Nº 10.257, de 10 de julho de 2001, e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 13 jan. 2015.

CAMPOS, Claudinei José Gomes. Método de análise de conteúdo: ferramenta para a análise de dados qualitativos. **Revista Brasileira de Enfermagem**. Brasília, DF: Associação Brasileira de Enfermagem (ABEn), n.57, p.611-614, 2004.

CARSTEN, Frederico. **Arquitetura vertical de Curitiba**: anos 80 e 90, uma análise pós-moderna, 205f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura) – Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PUCPR, Curitiba, PR, 2002.

CARVALHO, André Souza. **Curitiba**: imagem do planejamento ou planejamento da imagem? 99f. Monografia (Curso de História, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes) – Universidade Federal do Paraná – UFPR, Curitiba, PR, 2008.

CARVALHO, Nelly. **Publicidade**: a linguagem da sedução. 3.ed. São Paulo, SP: Ática, 2010.

CASTRO, Elizabeth Amorim de. **Edifícios públicos de Curitiba**: ecletismo e modernismo na arquitetura oficial. Curitiba, PR: edição do autor, 2011.

CASTRO, Iná Elias de. De estética, nostalgia e política. In: YÁZIGI, Eduardo Abdo. (Org.) **Turismo e paisagem**. São Paulo, SP: Contexto, 2002, p.121-140.

CHELOTTI, Marcelo Cervo. Reterritorialização e identidade territorial. **Sociedade & Natureza**, Uberlândia, MG: Editora da Universidade Federal de Uberlândia – UFU, v.22, p.165-180, 2010.

CMMAD – Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. **Nosso futuro comum**. 2.ed. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas – FGV, 1988.

CHOAY, Françoise. **A alegoria do patrimônio**. Tradução de Luciano Vieira Machado. 4.ed. São Paulo: Estação Liberdade; Editora da Universidade Estadual Paulista – UNESP, 2006. (Título original: *L'allégorie du patrimoine*. Paris, FR: Du Seuil, 1982).

COELHO, Letícia Castilhos. **O tempo e a paisagem**: um olhar através de suas dimensões culturais. 2009. 25f. Artigo (Disciplina de Paisagens do Programa de Pós-Graduação em Geografia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS, Porto Alegre, RS, 2009.

CORRÊA, Roberto Lobato. Formas simbólicas e espaços, algumas considerações. **GEOgraphia**, Rio de Janeiro, RJ: Universidade Federal Fluminense – UFF, n.17, p.7-17, 2007

COSGROVE, Denis. **Social formation and symbolic landscape**. Madison, WI, US: The University of Wisconsin Press, 1995.

COSGROVE, Denis. *Modernity, community and the landscape idea*. **Journal of Material Culture**, London, UK: University College London, v.11, n.1-2, p.49-66, 2006.

COSTA, Alessandra de Sá; PESSÔA, Luís Alexandre Grubits de Paula. História e memória no discurso publicitário na Revista Veja. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, Rio de Janeiro, RJ: Universidade Federal Fluminense – UFF, v.10, p.19-35, 2016.

CULLEN, Gordon. **Paisagem urbana**. Tradução de Isabel Correia e Carlos de Macedo. 2.ed. (reimpr.) Lisboa, PT: Edições 70, 2015 (Título original: *The concise townscape*. Abingdon, UK: Architectural; Routledge, 1961)

CUNHA, Antonio Geraldo da. **Dicionário etimológico da língua portuguesa, nova ortografia**. 4.ed. Aveiro, PT: Lexikon, 2010.

DANTO, Arthur. **O descredenciamento filosófico da arte**. Belo Horizonte, MG: Autêntica, 2015.

DAGHIGHIAN, Nassim. **Paysages 2: petite histoire du genre et introduction à quelques notions théoriques sur le paysage**. 2002. Disponível em: <http://issuu.com/photo-theoria/docs/paysages_textes>. Acesso em: 09 set. 2015.

DAMASIO, Felipe. O início da revolução científica: questões acerca de Copérnico e os epísclos, Kepler e as órbitas elípticas. **Revista Brasileira de Ensino de Física – RBEF**, São Paulo, SP: Sociedade Brasileira de Física – SBF, v.33, n.3, p.1-6, 2011.

DUARTE, Fábio. Rastros de um rio urbano: cidade comunicada, cidade percebida. **Ambiente & Sociedade**, São Paulo, SP: Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ambiente e Sociedade – ANPPAS, v.9, n.2, p.105-122, 2006.

DUARTE, Fábio; CZAJKOWSKI JÚNIOR, Sérgio. Cidade à venda: reflexões éticas sobre o *marketing* urbano. **Revista de Administração Pública – RAP**, Rio de Janeiro, RJ: Fundação Getúlio Vargas – FGV, v.4, n.2, p.273-282, 2007.

DUDEQUE, Irã Taborda. **Espiraís de madeira: uma história da arquitetura de Curitiba**. São Paulo, SP: Nobel, 2001.

ECO, Umberto. **História da beleza**. Tradução de Eliana Aguiar. 3.ed. Rio de Janeiro, RJ: Record, 2010. (Título original: *Storia della bellezza*. Roma, IT: Bompiani, 2004)

ELIAS, Norbert. **Sobre o tempo**. Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar, 1998. (Título original: *Time: an essay*. Hoboken, NJ: Blackwell, 1992)

FEIXA, Carles; LECCARDI, Carmem. O conceito de geração nas teorias sobre juventude. **Sociedade e Estado**, Brasília, DF: Departamento de Sociologia da Universidade de Brasília – UNB, v.25, n.2, p.185-204, 2010.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. **Design em espaços**. São Paulo, SP: Rosário, 2002.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. Cidade: meio, mídia e mediação. **Matrizes**, São Paulo, SP: Universidade de São Paulo – USP, n.2 p.39-53, 2008.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. As mediações da paisagem. **Líbero**, São Paulo, SP: Faculdade Cásper Líbero – FCL, v.29, p.43-49, 2012.

FORTUNA, Carlos *Las ciudades y las identidades: patrimonios, memorias y narrativas sociales*. **Alteridades**, Ciudad de México, MX: División de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Autónoma Metropolitana– UAM – Unidad Iztapalapa, ano 8, n.16, p.61-74, 1998.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre, RS: Editora da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS, 2009.

GELL, Alfred. **A antropologia do tempo**: construções culturais de mapas e imagens temporais. Tradução de Vera Joscelyne. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014. (Título original: *The anthropology of time: cultural constructions of temporal maps and images*. Oxford, UK: Berg, 1992)

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HAESBAERT, Rogério. **O mito da desterritorialização**. Rio de Janeiro, RJ: Bertrand Brasil, 2004.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. 2.ed. Tradução de Beatriz Sidou. São Paulo, SP: Centauro, 2006. (Título original: *La mémoire collective*. Paris, FR: Les Press Universitaires de France, 1950].

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 11.ed. Rio de Janeiro, RJ: DP&A, 2006. (Título original: *The questions of cultural identity*. In: HALL, Stuart; HELD, David; MCGREW, Tony. (Ed.) *Modernity and its futures*. Cambridge, UK: Polity, 1992, chapter 6).

HARDT, Letícia Peret Antunes. Ecologia da paisagem: fundamentos à gestão do espaço urbano. **Olam Ciência & Tecnologia**, Rio Claro, SP: Universidade Estadual Paulista – UNESP, v.4, n.1, p.597-612, 2004.

HARDT, Letícia Peret Antunes; HARDT, Carlos. Contexto histórico de intervenção na paisagem e espaços urbanos. **Paisagem e Ambiente**, São Paulo, SP: Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo – FAU-USP, n.23, p.101-107, 2007.

HARDT, Letícia Peret Antunes; HARDT, Carlos. Gestão da paisagem e desenvolvimento turístico das cidades: estudo de caso em Curitiba, Paraná. In: Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ambiente e Sociedade – ANPPAS, V, Florianópolis, 2010. **Anais...** Florianópolis, SC, 2010. p.1-15.

HARVEY, David. **A condição pós-moderna**. Tradução de Adail Ubirajara Sobral e Maria Stela Gonçalves. 22.ed. São Paulo: Loyola, 2012. (Título original: *The condition of postmodernity: an enquiry into the origins of cultural change*. Hoboken, NJ, US: Wiley-Blackwell, 1992].

HEIDEGGER, Martin. **Construir, habitar, pensar**: ensaios e conferências. Tradução de Márcia Sá Cavalcante Schuback. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 2002. (Título original: *Bauen, wohnen, denken: vorträge und aufsätze*. Stuttgart, DE: Klett-Cotta, 1951).

HEIDEGGER, Martin. **Ser e tempo**. Tradução de Márcia Sá Cavalcante Schuback. 7.ed. Petrópolis: Vozes, 2012. (Título original: *Sein und zeit*. Berlin: Verlag, 1927).

HOLZER, Werther. Paisagem, imaginário e identidade: alternativas para o estudo geográfico. In: ROSENDAHL, Zeny; CORRÊA, Roberto Lobato. (Org.) **Manifestações da cultura no espaço**. Rio de Janeiro, RJ: Editora da Universidade Estadual do Rio de Janeiro – EdUERJ, 1999. p.149-168. (Série Geografia Cultural)

HUYSEN, Andreas. **Seduzidos pela memória**: arquitetura, monumentos, mídia. Tradução de Sergio Alcides. 2.ed. Rio de Janeiro, RJ: Aeroplano, 2004. (Título original: *Monumental seduction*. In: BAL, Mieke; CREWE, Jonathan; SPITZER, Leo. (Ed.) *Acts of memory: cultural recall in the presente*. Hanover, NH, USA: Dartmouth College Library, 1998. p.191-207).

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo demográfico 2010**. Disponível em: <<http://censo2010.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 10 out. 2015.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Estimativa populacional 2017**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/Estimativa2016/default.shtm>>. Acesso em: 14 nov. 2017.

IMTC – Instituto Municipal de Turismo de Curitiba. **Projeto de pesquisa Linha Turismo – 2014**. Curitiba: edição institucional, 2015.

IMTC – Instituto Municipal de Turismo de Curitiba. **Galeria de fotos**. Disponível em: <<http://www.turismo.curitiba.pr.gov.br/>>. Acesso em: 12 fev. 2016.

IPARDES – Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social. **Caderno estatístico**: município de Curitiba. Curitiba: edição institucional, 2016.

IPHAN – Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. **Portaria Nº 127**, de 30 de abril de 2009. Estabelece a Chancela de Paisagem Cultural Brasileira. Disponível em: < http://cultura.gov.br/legislacao/-/asset_publisher/siXl1QMnIPZ8/content/portarias-do-iphan/10937 >. Acesso em: 10 dez. 2015.

IPHAN – Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. **Paisagem cultural**. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/899/>>. Acesso em: 12 set. 2016.

IPPUC – Instituto de Pesquisa e Planejamento de Curitiba. **Mapas Curitiba: arruamento**. 2015a. Disponível em: <<http://www.ippuc.org.br/default.php>>. Acesso em: 03 mar. 2016.

IPPUC – Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba. **Curitiba em dados**. 2015b. Disponível em: <http://curitibaemdados.ippuc.org.br/Curitiba_em_dados_Pesquisa.htm>. Acesso em: 03 mar. 2016.

KANT, Immanuel. **Crítica da faculdade do juízo**. 3.ed. Tradução de Antônio Marques e Valério Rohden. São Paulo, SP: Forense Universitária, 2012. (Título original: *Kritik der urteilkraft*. Berlin; Libau, DE: Lagarde & Friederich, 1793).

KANT, Immanuel. **Observações sobre o sentimento do belo e do sublime**: ensaio sobre as doenças mentais. Tradução de Pedro Panarra. Lisboa, PT: Edições 70, 2015. (Título original: *Beobachtungen über das gefühl des schönen und erhabenen*. Königsberg, DE: Johann Jacob Kanter, 17640).

KAYMAZ, Isil. *Urban landscapes and identity*. In: OZYAVUZ, Murat (Ed.) **Advances in landscape architecture**. [on-line]: Intech, 2013. s.p. Disponível em: <<http://www.intechopen.com/books/advances-in-landscape-architecture/urban-landscapes-and-identity>>. Acesso em: 20 dez. 2015.

KOZEL, Salete; LIMA, Angélica Macedo Lozano. Lugar e mapa mental: uma análise possível. **Geografia**, Londrina, PR: Departamento de Geociências da Universidade Estadual de Londrina – UEL, v.18, n.1, p.207-231, 2009.

LAMAS, José Manuel Ressano Garcia. **Morfologia urbana e desenho da cidade**. 7.ed. Lisboa, PT: Fundação Calouste Gulbenkian, 2014[1992].

LEFEBVRE, Henri. **A produção do espaço**. Tradução de Doralice Barros Pereira e Sérgio Martins. Belo Horizonte, MG: Núcleo de Geografia Urbana da Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG, 2006. (Título original: *La production de l'espace*. Paris, FR: Persée, 1974).

LEITE, Maria Angela Faggin Pereira. **Destruição ou desconstrução**: questões de paisagem e tendências de regionalização. 2.ed. São Paulo: Hucitec, 2006[1994].

LE MONDE. **Au Brésil, Curitiba, l'ex-ville modèle d'Amérique Latine, peine à se réinventer**. 2014. Disponível em: <www.lemonde.fr/au-bresil-curitiba-lex-ville-modele-damerique-latine-peine-a-se-reinventer>. Acesso em: 15 nov. 2016.

LIMA, Solange Ferraz de. O trânsito dos ornatos: modelos ornamentais da Europa para o Brasil, seus usos (e abusos?). **Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material**, São Paulo, SP: Museu Paulista da Universidade de São Paulo – USP, n.16, p.151-199, 2008.

LIRA, Larissa Alves de. A concepção de tempo geográfico do Mediterrâneo de Vidal de la Blache. **Confins** – Revista Franco-Brasileira de Geografia [on-line], n.22, s.p., 2014. Disponível em: <<http://confins.revues.org/9781>>. Acesso em: 30 jan.2016.

LISSOVSKY, Maurício. A vida póstuma de Aby Warburg: por que seu pensamento seduz os pesquisadores contemporâneos da imagem? **Boletim do Museu Paranense Emílio Goeldi**. Ciências humanas, Belém, PA: Museu Paraense Emílio Goeldi, v.9, n.2, p.305-322, ago. 2014.

LUCENA, Liliane Monfardini. Paisagem como representação de identidade(s) cultural(is). In: Colóquio Ibero-Americano Paisagem Cultural, Patrimônio e Projeto: desafios e perspectivas, 3., Belo Horizonte, MG, 2014. **Anais eletrônicos...** Belo Horizonte, MG: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN; Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG; Universidade Politécnica de Madri – UPM; Instituto de Estudos de Desenvolvimento Sustentável – IEDS, 2014. p.1-16. Disponível em: <<http://www.forumpatrimonio.com.br/paisagem2014/trabalhos>>. Acesso em: 23 de nov 2015.

LUCHIARI, Maria Teresa Duarte Paes. Patrimônio cultural, turismo e identidades territoriais - um olhar geográfico. In: BARTHOLO, Roberto; SAN SOLO, Davis Gruber; BURSZTYN, Ivan. (Org.) **Turismo de base comunitária** – diversidade de olhares e experiências brasileiras. Rio de Janeiro, RJ: Letra e Imagem, 2009. p.162-174.

MACEDO, Silvio Soares. **Paisagismo brasileiro na virada do século: 1990-2010**. São Paulo, SP: Editora da Universidade de São Paulo – EDUSP, 2010.

MAGALHÃES, Livia Diana Rocha. Educação, história e memória: uma aproximação do estudo geracional. **Revista HISTEDBR**, Campinas, SP: Faculdade de Educação da Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP, n.28, p.99-105, dez. 2007.

MARANDOLA, Eduardo. Identidade e autenticidade dos lugares: o pensamento de Heidegger em *place and placelessness*, de Edward Relph. In: Encontro Nacional de Geógrafos, XVI, Porto Alegre, RS, 2010. **Anais eletrônicos...** Porto Alegre, RS: Associação de Geógrafos Brasileiros – AGB, 2010. p.1-16. Disponível em: <<http://www.agb.org.br/xvieng/anais/esc.php>>. Acesso em: 12 dez. 2015.

MARCHEZINI, Flávia de Sousa. Paisagem urbana e dano ambiental estético: as cidades feias que me desculpem, mas beleza é direito fundamental. **Revista Jus Navigandi**, Teresina, PI [on-line], ano 17, n.3142, 7 fev. 2012. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/21029>>. Acesso em: 30 nov. 2016.

MENESES, Ulpiano Toledo Bezerra de. A paisagem como fato cultural. In: YÁZIGI, Eduardo Abdo. (Org). **Turismo e paisagem**. São Paulo, SP: Contexto, 2002. p.29-64.

MITCHELL, William John Thomas. **Landscape and power**. 2.ed. Chicago, IL, US: University of Chicago Press, 2002[1990].

MONASTIRSKI, Leonel Brizola. Espaço urbano: memória social e patrimônio cultural. **Revista Terr@ Plural**, Ponta Grossa, PR: Universidade Estadual de Ponta Grossa – UEPG, v.3, n.2, p.323-334, jul./dez. 2009.

MTUR – Ministério do Turismo. **Turismo cultural: orientações básicas**. 2.ed. Brasília, DF: edição institucional, 2008.

NIETZSCHE, Friedrich. **Ecce homo**: como se chega a ser o que se é. Tradução de Artur Morão. Covilhã, PT: LusoSofia, 2008. (Título original: *Ecce homo: wie man wird, was man ist*. Berlin, DE: s.e., 1908).

NORA, Pierre. **Pierre Nora en les lieux de mémoire**. Montevideo, UY: Trilce, 2008[1984].

O GLOBO. **Curitiba é a cidade mais sustentável da América Latina, diz relatório**: pesquisa da Siemens revela que a capital paranaense está entre as mais verdes no mundo. 2015. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/imoveis/curitiba-a-cidade-mais-sustentavel-da-america-latina-diz-relatorio-14977530#ixzz59qBbmF2z>>. Acesso em: 12 nov.2016.

OLIVEIRA, José Antônio; ROCA, Zoran. **A paisagem como elemento da identidade e recurso para o desenvolvimento**. Lisboa, PT: Centro de Estudos de Geografia e Desenvolvimento – CEGED; Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias – ULHT, 2002.

PACE, Tassiana Hille. **Paisagem Competitiva**: a Copa do Mundo de Futebol de 2014 e os pressupostos do turismo para o planejamento e gestão de Curitiba. 358f. Tese (Doutorado em Gestão Urbana) – Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PUCPR, Curitiba, PR, 2015.

PALLASMAA, Juhani. **Os olhos da pele**: a arquitetura e os sentidos. Porto Alegre, RS: Bookman, 2011.

PMC – Prefeitura Municipal de Curitiba. **Curitiba**. Curitiba, PR: edição institucional, 1995.

PMC – Prefeitura Municipal de Curitiba. **Administração de bairros e regionais**. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/conteudo/bairro-novo-regional/81>>. Acesso em: 01 abr. 2016a.

PMC – Prefeitura Municipal de Curitiba. **Parques e bosques**. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/conteudo/parques-e-bosques-bosque>>. Acesso em: 01 abr. 2016b.

PEDRO, Ana Paula. Ética, moral, axiologia e valores: confusões e ambiguidades em torno de um conceito comum. **Kriterion**, Belo Horizonte, MG: Departamento de Filosofia da Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG, v.55, n.130, p.483-498, 2014.

POLLAK, Michel. Memória e identidade social. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, RJ: Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil da Fundação Getúlio Vargas – CPDOC-FGV, v.5, n.10, p.200-212, 1992.

RELPH, Edward. **A paisagem urbana moderna**. Tradução de Ana MacDonald de Carvalho. Lisboa, PT: Edições 70, 1990. (Título original: *The modern urban landscape: 1880 to the present*. Baltimore, MD, US: Johns Hopkins University Press, 1987).

RELPH, Edward. **Place and placelessness**. London, UK: Paperbach, 2008[1976].

ROMEIRO, Ademar Ribeiro. Desenvolvimento sustentável: uma perspectiva econômico-ecológica. **Estudos Avançados**, São Paulo, SP: Instituto de Estudos Avançados da Universidade de São Paulo – USP, v.26, n.74, p.65-92, 2012.

RUSKIN, John. **A lâmpada da memória**. Tradução Maria Lúcia Bressan Pinheiro. 2.ed. Cotia, SP: Ateliê, 2013. (Título original: *The lamp of memory*. New York, NY, US: Dover, 1849).

RYDER, Norman Barbour. *The cohort as a concept in the study of social change*. **American Sociological Review**, Washington, DC, US: American Sociological Association – ASA, n.6, p.843-961, 1965.

SAKATA, Francine Gramacho. **Paisagismo urbano**: requalificação e criação de imagens. São Paulo, SP: Editora da Universidade de São Paulo – EDUSP, 2011.

SALGUEIRO, Teresa Barata. Paisagem e geografia. **Finisterra** – Revista Portuguesa de Geografia, Lisboa, PT: Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa – CEG-U.Lisboa, v.36, n.72, p.37-56, 2001.

SÁNCHEZ GARCÍA, Fernanda Ester. **A reinvenção das cidades para um mercado mundial**. 2.ed. Chapecó, SC: Argos, 2010.

SANGUIN, André-Louis. *Le paysage politique: quelques considérations sur un concept résurgent*. **Espace géographique**, Paris, FR: Institut de Géographie; Belin Education, v.13, n.1, p.23-32, 1984.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**: técnica e tempo, razão e emoção. 4.ed. 3.reimpr. São Paulo, AP: Editora da Universidade de São Paulo – EDUSP, 2008[1996].

SARMENTO, José Carlos Vicente. **Representação, imaginação e espaço virtual**: geografias de paisagens turísticas em West Cork e nos Açores. Lisboa, PT: Fundação para a Ciência e Tecnologia; Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.

SCANNELL, Leila; GIFFORD, Robert. *Defining place attachment: a tripartite organizing framework*. **Journal of Environmental Psychology**, Victoria, British Columbia, CA: Department of Psychology of University of Victoria, n.30, p.1-10, mar. 2010.

SCHMIDT, Benito Bisso. Entre a filosofia e a sociologia: matrizes teóricas das discussões atuais sobre história e memória. **Estudos Ibero-Americanos**, Porto Alegre, RS: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS, v.22, n.1, p.85-97, 2006.

SCRUTON, Roger; WORPOLE, Ken. *Landscape and identity in a globalized world*, 2002. **Open Democracy** [on-line], s.p., June 2002. Disponível em: <https://www.opendemocracy.net/ecology_landscape/article_414.jsp>. Acesso em: 30 nov. 2015.

SEEC – Secretaria de Estado de Cultura do Paraná. Coordenação do Patrimônio Cultural. **Pesquisa de bens tombados por município:** bens tombados em Curitiba. Disponível em: <<http://www.patrimoniocultural.pr.gov.br/modules/conteudo/municipio.php>>. Acesso em: 13 fev. 2016.

SGARD, Anne. *Qu'est-ce qu'un paysage identitaire?* In: Colloque de Valence: *paysage et identité régionale – de pays rhônalpins en paysages*, Valence, FR, 1999. **Communications...** Valence: La Passe du Vent, 1999. p.23-34.

SGARD, Anne. *Le partage du paysage*. HAL Geography, Grenoble, FR: Université de Grenoble, s.n., p.1-261, 2011.

SITTE, Camillo. A construção das cidades segundo seus princípios artísticos. Tradução de Ricardo Ferreira Henrique. 4.ed. São Paulo: Ática, 1992 [1889].

SLOTEDIJK, Peter. **Esferas:** *burujas microsferologia*. Tradução de Isidoro Reguera. Madrid, ES: Siruela, 2003. (Título original: *Sphären*. Berlin, DE: Suhrkamp, 1998).

STOBELAAR, Derk Jan; PEDROLI, Bas. *Perspectives on landscape identity: a conceptual challenge*. **Landscape Research**, London, UK: Routledge; Taylor & Francis. v.36, n.3, p.321-339, 2011.

SUTIL, Marcel Saldanha. A modernidade esquecida: o *art déco* em Curitiba. Dossiê Art Déco. **Revista UFG**, Goiânia, GO: Universidade Federal de Goiás, ano XII, n.8, p.41-45, jul. 2010.

SUTIL, Marcel Saldanha. **O espelho e a miragem:** Ecletismo, moradia e modernidade na Curitiba do início do século 20. Curitiba, PR: Travessa dos Editores, 2009.

TANCINI, Pedro Ernesto Gandine. **O conceito da temporalidade nas dinâmicas socioculturais contemporâneas:** a narrativa do *game The Legend of Zelda: Majora's mask*. 200f. Monografia (Curso de Comunicação Social) – Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, SP, 2014.

TUAN, Yi-Fu. **Topofilia:** um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente. Londrina, PR: Editora da Universidade Estadual de Londrina – EDUEL, 2012. (Título original: *Topophilia: a study of environmental perception, attitudes, and values*. Englewood Cliffs, NJ, US: Prentice-Hall, 1974).

TUAN, Yi-Fu. **Espaço e lugar:** a perspectiva da experiência. Londrina, PR: Editora da Universidade Estadual de Londrina – EDUEL, 2013. (Título original: *Space and place: the perspective of experience*. Minneapolis; Saint Paul, MN, US: University of Minnesota Press, 1977).

UNESCO – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. **World heritage nomination:** *carioca landscapes between the mountain and the sea*. Paris, FR: World Heritage Centre – WHC, 2011.

UNESCO – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. ***Operational guidelines for the implementation of the world heritage convention***. Paris, FR: World Heritage Centre – WHC, 2013.

WALL, Ed; WATERMAN, Tim. ***Basics landscape architecture 01: urban design***. Lausanne, CH: AVA, 2010.

WILLIAMS, Colin; MILLINGTON, Andrew. *The diverse and contested meanings of sustainable development*. **The Geographical Journal**, London, UK: Wiley-Blackwell; Royal Geographical Society, v.170, n.2, p.99-104, 2004.

VIEIRA, Euripedes Falcão. O tempo-espaço: ficção, teoria e sociedade. **Cadernos EBAPE.BR** [on-line], v.I, n.1, s.p., 2003. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cebape/v1n1/v1n1a04.pdf>>. Acesso em: 28 jan. 2016.

YÁZIGI, Eduardo Abdo. A importância da paisagem. In: YÁZIGI, Eduardo Abdo. (Org.) **Turismo e paisagem**. São Paulo: Contexto, 2002. p.11-28.

APÊNDICES

A

MODELO DE QUESTIONÁRIO DA ANÁLISE PERCEPTUAL SEMÂNTICA¹

Perfil do respondente

1. Gênero:
() masculino () feminino
2. Idade (em anos completos): _____
3. Cidade e estado de nascimento: _____
4. Tempo de residência em Curitiba (em anos):
() menos de 1 () de 1 a 15 () de 16 a 45 () mais de 45
5. Bairro onde reside em Curitiba: _____
6. Grau de escolaridade completo:
() fundamental () médio () superior () pós-graduação
7. Profissão: _____

Imagem da cidade

Supondo que a paisagem de Curitiba fosse registrada em um álbum de memórias, qual imagem da cidade (cite apenas uma opção para cada pergunta) você escolheria para:

8. Representar as suas lembranças individuais nesta cidade?

 Por quê? _____
 Cite uma palavra-chave para definir a paisagem escolhida: _____
9. Divulgar a cidade para pessoas que não moram em Curitiba?

 Por quê? _____
 Cite uma palavra-chave para definir a paisagem escolhida

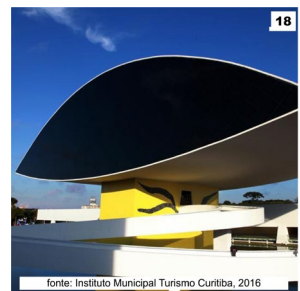
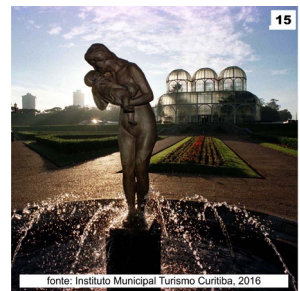
10. Retratar outro aspecto desta cidade?

 Especifique o aspecto: _____
 Por quê? _____
 Cite uma palavra-chave para definir a paisagem escolhida

¹ Questões 6, 7 e 11 incluídas após a aplicação pré-teste *on-line* (2015) e *in loco* (2016).

B**MODELO DE QUESTIONÁRIO DA ANÁLISE PERCEPTUAL IMAGÉTICA****Perfil do respondente**

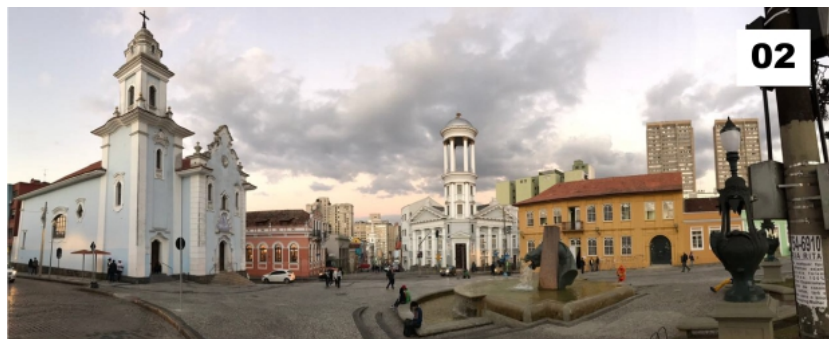
1. Gênero:
() masculino () feminino
2. Idade (em anos completos): _____
3. Bairro onde reside em Curitiba: _____
4. Grau de escolaridade completo:
() fundamental () médio () superior () pós-graduação
5. Profissão: _____
6. Para você, a percepção de beleza na paisagem está associada a qual das sensações a seguir? (mais de uma alternativa pode ser assinalada)
() ordem e harmonia
() tranquilidade
() ordem e harmonia
() grandiosidade
() satisfação
() comoção
7. Considerando as sensações selecionadas no item anterior, escolha, entre as fotografias apresentadas na sequência, a que expressa maior beleza para você.



8. Qual nota de zero a dez você atribuiria a beleza da imagem que você selecionou?
9. Escreva uma palavra-chave para expressar a beleza da imagem selecionada? (pode ser uma sensação, um elemento que chamou a sua atenção, etc)
10. A imagem a seguir apresenta o contexto onde se insere a imagem escolhida por você. Qual nota de zero a dez você atribuiria a beleza desta paisagem? (no questionário on-line ou na aplicação *in loco*, o respondente só teve acesso a foto de contexto da imagem previamente escolhida na pergunta 7)



fonte: Regina Maria M. de Araujo Klein, 2017



fonte: Reinoldo Klein, 2017



fonte: Regina Maria M. de Araujo Klein, 2017



fonte: Regina Maria M. de Araujo Klein, 2017



fonte: Regina Maria M. de Araujo Klein, 2017



fonte: Reinoldo Klein, 2017



fonte: Regina Maria M. de Araujo Klein, 2017



fonte: Regina Maria M. de Araujo Klein, 2017



fonte: Regina Maria M. de Araujo Klein, 2017



fonte: Regina Maria M. de Araujo Klein, 2017



fonte: Reinoldo Klein, 2017



fonte: Regina Maria M. de Araujo Klein, 2017



fonte: Regina Maria M. de Araujo Klein, 2017



14

fonte: Regina Maria M. de Araujo Klein, 2017



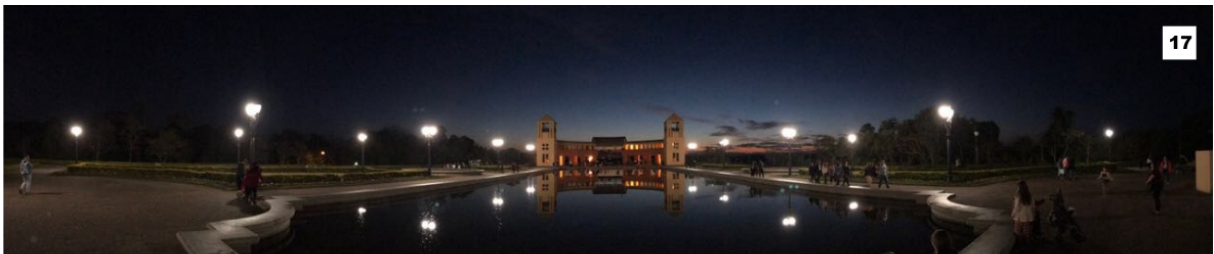
15

fonte: Regina Maria M. de Araujo Klein, 2017



16

fonte: Regina Maria M. de Araujo Klein, 2017



17

fonte: Reinoldo Klein, 2017



18

fonte: Reinoldo Klein, 2017

11. Você já esteve no espaço representado pela imagem escolhida?
() sim
() não, nunca tinha visto
() não, mas conheço pelos meios de comunicação
12. Caso tenha sentido falta de alguma imagem que considere representativa da beleza de Curitiba, fique à vontade para mencioná-la ou para comentar sobre a imagem e a paisagem da cidade.
-

Observação:

As imagens utilizadas na pergunta 7 têm fonte nos *sites* oficiais da Prefeitura Municipal de Curitiba.

C

ANÁLISE DE CONTEÚDO DAS INVESTIGAÇÕES SEMÂNTICAS

Percepção da paisagem oficial

SUB-GRUPOS SEMÂNTICOS										GRUPOS SEMÂNTICOS
aumento de frequência										frequência total / categoria
SUB-GRUPO 1	frequência	SUB-GRUPO 2	frequência	SUB-GRUPO 3	frequência	SUB-GRUPO 4	frequência	SUB-GRUPO 5	frequência	
conhecido 25		turismo 25		reconhecimento 24		fama 10		divulgação 2		86
bem conhecido 6		turismo 11				famoso 2		aparece bastante na tv 1		RECONHECIMENTO
conhecido 5		ponto turístico 3				vista famosa 2		sempre aparece na tv 1		
lugar conhecido 4		bom de visitar 2				fama cachoeira 1				
as pessoas conhecem bem 1		muito visitado 2				famoso no sul 1				
assim que é conhecida 1		ponto turístico famoso 2				arquitetura famosa 1				
conhecida em Curitiba 1		atrai visitantes 1				marca famosa 1				
estádio conhecido 1		onde as pessoas visitam 1				obra famosa 1				
grande e conhecido 1		pessoas visitam 1				rua famosa 1				
mais conhecido 1		principal ponto turístico 1								
todos conhecem 1		ponto turístico bem conhecido 1								
conhecido mundialmente 1										
lugar conhecido nacionalmente 1										
internacionalmente conhecido 1										
beleza 37		bonito 35		exuberância 4		imponência 2		surpresa 2		80
beleza 20		bonito 9		exuberancia 1		arquitetura imponente 1		idos se surpreendem com a vista 1		BELEZA
beleza do lugar 6		lugar bonito 5		exuberancia do local 1		imponência da estufa 1		surpreende as pessoas 1		
beleza natural 3		bonito e com muitos animais 1		exuberancia do lugar 1						
beleza e visitantes 2		bonito e famoso 1		lugar exuberante 1						
beleza e imponencia 1		bonito e lugar cuidado 1								
beleza e ponto turístico 1		bonito e tem história 1								
beleza e referencia historica 1		bonito, grande e prática de esportes 1								
localização e beleza 1		deixam a cidade bonita 1								
pela beleza do lugar 1		grande e bonito 1								
uma beleza no meio da cidade 1		local bonito 1								
		bonito / paisagem 1								
		lugar bonito e bom 1								
		lugar bonito e diferente 1								
		lugar mais bonito 1								
		lugar muito bonito 1								
		lugares mais bonitos 1								
		maior e mais bonito 1								
		mais bonito 1								
		praça bonita 1								
		linda paisagem 1								
		lugar lindo 1								
		linda vista 1								
		maravilha curitibana 1								
marco 19		referência 12		singularidade 12		diferente 11		importância 5		59
marco da cidade 2		graça e referência 1		singularidade 7		diferente 2		importância do lugar 4		SINGULARIDADE
arquitlura marcante 2		ponto de referência 1		não tem em outro lugar 1		arquitetura diferente 1		especiais em curitiba 1		
marco 1		ponto de referência 1		só curitiba tem 1		construcao diferente 1				
marcar curitiba 1		pela referência do local 1		só vi aqui 1		construção diferente e 1				
marco arquitetônico 1		por ser uma referência 1		lugar único 1		diferenciada 1				
marco de curitiba 1		referência 1		obra prima 1		diferente do resto da c 1				
marco histórico 1		referencia de curitiba 1				diferenca marcante en 1				
marco zero 1		referencia em desenvolveime 1				tem um jeito diferente 1				
marcos da rua 1		referência em nome 1				por ser diferente 1				
estufa 1		referencia em turismo 1				mudam a cara da cidad 1				
pela igreja 1		referencia local 1								
pelo olho 1		referencia marcante 1								
presenca do olho 1										
por causa da federal 1										
homem nu 1										
ícone da cidade 1										
destaque da cidade 1										

(Continua)

Fonte: Elaborada com base no subitem 2.2.2.1 – Análise perceptual semântica.

(Continuação)

história	20	antiguidade	5	imigração	4	preservação	2	32
história	7	antiguidade	1	homenagem imigrantes	1	herança para a cidade	1	HISTÓRIA
bagagem histórica	3	casas antigas	1	importância imigrantes	1	locomotiva preservada	1	
valor histórico	2	coisas antigas preservadas	1	lembança da migração	1			
contexto histórico	1	por ser antigo	1	importância e homenagem	1			
história da cidade	1	por ter coisas antigas	1					
história da região	1							
história da rua	1							
importância histórica	1							
lembança histórica da rua	1							
lugar histórico e vivo	1							
prédios histórico	1							
origem aqui	1							
planejamento e inovação	24	organização	6					30
planejamento e inovação	15	organização	5					PLANEJAMENTO E INOVAÇÃO
inovação	5	limpo e bem cuidado	1					
planejamento	3							
prosperidade	1							
natureza	12	ecologia	9	elementos naturais	4			21
natureza	7	imagem ecológica	7	por do sol do lugar	1			NATUREZA
contato com a natureza	1	comprometimento cidade ecológica	1	melhor por do sol	1			
natureza e capivaras	1	símbolo da cidade ecológica	1	queda d'água	1			
natureza e frequentadores	1			tem animais	1			
pela natureza	1							
pela natureza em volta	1							
pessoas	6	pluralidade	7					13
cheio de gente	1	pluralidade	4					ANIMAÇÃO
cheio de pessoas	1	acolhedora de todas as idades	1					
lugar animado e cheio	1	onde tem tudo	1					
muitas pessoas	1	todo mundo vai	1					
as pessoas frequentam	1							
utilizada por muitas pessoas	1							
simbolismo	7	cultura	4	tradição	1			11
pela simbologia do lugar	1	marco cultural	2	tradição	1			SIMBOLISMO
pelo simbolismo olho	1	representa a cultura da cidade	1					
simbolismo	1	valorização cultura	1					
teor simbólico	1							
pelo sentido dele	1							
símbolo sulista	1							
representatividade	1							
uso	10							10
ambiente de lazer	1							FUNÇÃO
feira	1							
lugar pra caminhar	1							
muitos acontecimentos	1							
passeio do fim de semana	1							
passeio e espaço	1							
pelas artes e exposições	1							
pelas atrações	1							
pelos ambulantes	1							
prática de esportes	1							
arquitetura	5							5
arquitetura	2							ARQUITETURA
prédios	2							
investimento em construções	1							

34 palavras sem grupo

17 respondentes sem palavras-chaves

Percepção da paisagem significado

SUB-GRUPOS SEMÂNTICOS									GRUPOS SEMÂNTICOS	
← aumento de frequência →									frequência total / categoria	
SUB-GRUPO 1	frequência	SUB-GRUPO 2	frequência	SUB-GRUPO 3	frequência	SUB-GRUPO 4	frequência	SUB-GRUPO 5		frequência
infância	35	família	35						70	
infância	21	por causa da família	2						FAMÍLIA	
origem nascimento	2	batismo do filho	1							
boas lembranças de infância	1	batismo filho	1							
brincava na fonte	1	bom de levar os filhos	1							
brincava quando pequeno	1	filho escoteiro	1							
crescer e ter parentes lá	1	frequentar com a família	1							
gosta desde pequena	1	gosto de passear com os filhos	1							
na de ouvir o sino quando era menor	1	história com filhos/netos	1							
infância família	1	história da família	1							
lembra da infância	1	ia com a família	1							
lembra tempos de escola	1	lazer com a família	1							
lembranças da infância	1	lembra família	1							
onde cresci	1	leva os filhos	1							
visitava quando novo	1	levava os filhos	1							
		levo meus filhos	1							
		melhores lembranças com o pai	1							
		memórias familiares	1							
		minha mãe me levava	1							
		mudança com família	1							
		passava com meus pais	1							
		passeio com avô	1							
		passeio com a família	1							
		passeio com a família	1							
		passeio com a minha mãe	1							
		passeio com família	1							
		passeio com netos	1							
		passeio com os familiares	1							
		passeio com os filhos	1							
		passeios com a família	1							
		por causa da criação	1							
		vai com a família	1							
		vai com os netos	1							
		visitar família	1							
		lembra o filho	1							
recordação	17	experiência marcante	10	lembrança	4	experiência marcante	8	memória	3	42
recordações	15	marcou minha vida	2	lembrança pessoal	1	onde estudou	2	boas memórias	2	MEMÓRIA
recorda bons momentos	1	estágio marcante	1	lembranças	1	bons momentos	1	memórias	1	
recordações boas	1	fase importante da vida	1	lembranças	1	momentos importante	1			
		marca os natais	1	lembranças felizes	1	visita com alunos	1			
		história com o lugar	1			carinho dos alunos	1			
		começo da vida em Curitiba	1			conheceu pessoas	1			
		primeiro beijo	1			eu lia livros	1			
		primeiro contato	1							
		um dos primeiros locais que conheci	1							
frequência	39	familiaridade	10	cotidiano	2					51
frequência de uso	14	familiaridade	10	lugar do dia a dia	1					COTIDIANO
por frequentar	2			faz parte do trajeto	1					
frequência e boas memórias no local	1									
frequenta	1									
frequenta a paróquia	1									
frequenta desde pequena	1									
frequenta o lugar	1									
frequento	1									
gosta de frequentar	1									
lugar que mais visito	1									
onde mais visito	1									
por ir aos domingos	1									
por passar muitas vezes	1									
por sempre estar no local	1									
por sempre ir	1									
reser histórico e pela frequência	1									
proximidade e frequência	1									
sempre vai	1									
usa todos os dias	1									
vai com frequência	1									
por frequentar e pelas atrações	1									
passeios diários	1									
passa há 15 anos	1									
caminhadas diárias	1									

(Continua)

Fonte: Elaborada com base no subitem 2.2.2.1 – Análise perceptual semântica.

(Continuação)

gostar	25	afeto	6	preferência	5	36
gosto de visitar	8			lugar favorito	2	AFETO
gosto pelo lugar	7	afeto	6	é meu preferido	1	
gosta de visitar	2			favorito	1	
lugar que gosta de ir	2			parque que eu prefiro visitar	1	
gosto	1					
gosto de passear com os filhos	1					
gosto de passear lá	1					
gosto dele	1					
gosto pelo local	1					
porque gosta	1					
trabalhar	17	morar	7	estudar	5	29
trabalho	3	gosta de morar	1	estudos	2	HABITAR
construção da carreira	1	mora desde jovem	1	estuda no local	1	
ganha pão	1	mora perto	1	estudava no lugar	1	
lembra trabalho/amigos/sair	1	onde moro	1	onde se formou	1	
linha que trabalha	1	perto de casa	1			
pelas crianças que ela cuida	1	porque mora no bairro	1			
prazer de lecionar	1	segundo lar	1			
primeiro emprego	1					
primeiro trabalho	1					
sustento da família	1					
tocou em vários	1					
trabalha e habita	1					
trabalha na feirinha	1					
trabalha perto	1					
vende docas	1					
uso	25					25
assiste aos jogos	1					FUNÇÃO
bar do alemão	1					
bom de conversar	1					
encontro e bares	1					
faz caminhadas	1					
feira	1					
feirinha	1					
onde pode-se fazer tudo	1					
funcionalidade	1					
gosta de andar de skate	1					
gosta de caminhar	1					
gosta de ir a missa	1					
gosta de parques	1					
gostar de boliche	1					
incentiva os jovens a dançarem	1					
jogos	1					
lazer do local	1					
lazer, descanso e passeio	1					
local de encontro	1					
lugar de refletir e caminhar	1					
lugar para encontros	1					
lugar pra refletir	1					
passeio com cachorros	1					
pelos shows	1					
vida noturna	1					
cultura	20					20
práticas culturais	18					CULTURA
cultura de festivais	1					
qualidade cultural	1					
história	7	origem	2	antigo	1	10
história	3	origem	2	ponto de encontro antigo	1	HISTÓRIA
passado/presente	1					
vi crescer	1					
viu o bairro evoluir	1					
nostalgico	1					
natureza	10					10
natureza	7					NATUREZA
interação com a natureza	1					
natureza e passeios com família	1					
natureza, beleza e romantismo	1					
amigos	14					14
encontro com amigos	2					AMIZADE
frequenta com amigos	2					
beber com amigos	1					
dar car com amigos	1					
encontrar amigos	1					
encontro com amigos - feirinha	1					
encontro com os amigos	1					
encontro meus amigos	1					
futebol com amigos	1					
onde encontro os velhos amigos	1					
passeio com amigos	1					
tenho meus amigos	1					

(Continua)

Fonte: Elaborada com base no subitem 2.2.2.1 – Análise perceptual semântica.

(Continuação)

beleza	15		15
beleza	8		BELEZA
acho bonito	1		
beleza exótica	1		
bonita	1		
bonito	1		
lugar bonito	1		
lugar lindo	1		
lugar maravilhoso	1		
marco edificado	7		7
monumento	2		MARCO EDIFICADO
arquitetura	1		
estatua interessante	1		
jockey club	1		
parque do trabalhador	1		
santos andrade	1		
religião	4		4
minha missão	1		RELIGIÃO
missa	1		
missões que leva	1		
religião	1		

35 palavras sem grupo
30 respondentes sem palavras-chaves

Percepção da paisagem produto

SUB-GRUPOS SEMÂNTICOS										GRUPOS SEMÂNTICOS
aumento de frequência										frequência total / categoria
SUB-GRUPO 1	frequência	SUB-GRUPO 2	frequência	SUB-GRUPO 3	frequência	SUB-GRUPO 4	frequência	SUB-GRUPO 5	frequência	
tranquilidade	30	paz	11							41
tranquilidade	18	paz	7							TRANQUILIDADE
tranquilo	2	este lugar me dá paz	1							
serenidade	2	paz e harmonia	1							
calma	2	paraíso	1							
tranquilidade e memória	1	descanso	1							
tranquilidade e limpeza	1									
leveza	1									
calma	1									
sossego	1									
aconchego	1									
arquitetura	16	forma	5	composição	4					25
arquitetura	11	Forma	2	Composição dos prédios	1					COMPOSIÇÃO
O estilo da arquitetura/columnas	1	O formato e as cores	1	O todo, O fundo	1					
O estilo arquitetônico	1	Formalidade	1	O conjunto	1					
Estilo da arquitetura	1	As linhas representadas	1	Composição natureza e pessoas	1					
Olhar- arquitetura	1									
construções	1									
beleza	11	linda	8	maravilha	4					23
bonita	7	linda	7	maravilhosa	2					BELEZA
beleza	3	lindo	1	maravilhoso	1					
elegante	1			maravilha	1					
natureza	9	vegetação	7	água	3	meio ambiente	1			23
natureza	7	verde	4	Água corrente	1	meio ambiente	1			NATUREZA
natureza e o lago	1	Vegetação	1	Reflexo na água	1					
natureza, flores e espaço	1	mesclada com elementos construídos.	1	Água	1					
		Grandes áreas verdes	1							
harmonia	11	ordem	3	simetria	3	equilíbrio	2			19
harmonia	8	ordem	2	simetria	2	equilíbrio	2			HARMONIA
harmonia e natureza	1	organização, linhas retas		simetria, contraste e equilíbrio						
harmonia das cores	1									
harmoniosa	1									
memória	7	história	3	origem	3	antigo	1			14
lembrança	1	história real, que resistiu ao tempo.	1	Intocável	1	antigo	1			MEMÓRIA
primeiro contato em Curitiba	1	história	1	e Curitiba mas perca de história	1					
memória e beleza	1	História sempre presente	1	Mantem o original	1					
lembro da minha infância	1									
memória	1									
representa a história da minha vida	1									
momento	1									
iluminação	10									10
a iluminação	2									ILUMINAÇÃO
luz	2									
pôr-do-sol	2									
iluminação e espaços	1									
luz, reflexo e cores	1									
luz e ritmo	1									
equilíbrio de luz e sombra	1									
emoção	5	amor	3	liberdade	3					8
emoção	1	Afeto e cuidado	1	liberdade	3					EMOÇÃO
comoção	1	Amor em sua plenitude	1							
calor	1	Amor	1							
sublime	1									
alegria	1									
visual	4	paisagem	4	contemplação	2					8
horizonte	2	paisagem	4							VISUAL
vista	1									
visual	1									

(Continua)

Fonte: Elaborada com base no subitem 2.2.2.1 – Análise perceptual semântica.

(Continuação)

grandiosidade6 grandioso3 grandiosidade1 escala1 fortaleza1			6	GRANDIOSIDADE
integração3 integração2 ponto de encontro1	movimento3 movimento1 mutabilidade1 fluxo1		6	INTEGRAÇÃO
representação3 realidade social1 representa a vida, Família1 símbolo da cidade1	significado1 significado1		4	SIGNIFICADO
simplicidade3 simplicidade2 despretencioso1			3	SIMPLICIDADE
função2 centro1 parque1			2	FUNÇÃO
contraste2 contraste1 skyline e natureza1			2	CONTRASTE

29 palavras sem grupo

D**PRINCIPAIS INTERVENÇÕES PAISAGÍSTICAS EM CURITIBA A PARTIR DA DÉCADA DE 1960**

Ano	Intervenção
DÉCADA DE 1960: CURITIBA DO AMANHÃ	
1965	Escolha do “Plano Serete” (coordenado por Jorge Wilhelm) Criação do Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba (IPPUC) Alargamento da Rua XV de Novembro
1966	Tombamento do Paço Municipal, da Igreja da Ordem Terceira de São Francisco das Chagas e do Belvedere da Praça Dr. João Cândido
DÉCADA DE 1970: CURITIBA HUMANA	
1971	Delimitação do Setor Histórico Reciclagem de uso dos imóveis de valor histórico, arquitetônico e cultural Restauração do antigo paiol e criação do teatro homônimo
1972	Criação do calçadão da Rua XV de Novembro Elaboração do Plano de Revitalização do Setor Histórico Implantação dos primeiros parques municipais
1973	Implantação da Cidade Industrial de Curitiba (CIC)
1974	Início da implantação da Rede Integrada de Transportes (RIT) Registro da Rua XV de Novembro como patrimônio histórico e cultural do Estado
1976	Elaboração do Plano de Desfavelamento (pela Companhia de Habitação Popular – COHAB)
1979	Criação do Setor Especial das Unidades de Interesse de Preservação (UIPs) Proteção de 586 imóveis testemunhas da história de Curitiba
1980	Implantação do Bosque João Paulo II
DÉCADA DE 1980: CURITIBA PARTICIPATIVA	
1982	Ampliação do Mercado Municipal Aprovação da Lei do Solo Criado, que institui incentivo construtivo para a preservação de imóveis de valor cultural, histórico ou arquitetônico Criação da Comissão de Avaliação do Patrimônio Cultural, que analisa as Unidades de Interesse de Preservação (UIPs)
1983	Restauração do antigo palacete do Barão do Cerro Azul
1985	Criação da Secretaria Municipal do Meio Ambiente (SMMA) Estruturação do Departamento de Parques, Praças e Preservação Ambiental
1988	Criação do Parque Bacacheri

(Continua)

Fonte: Elaborado com base em IPPUC (2016a), IPPUC (2016b), Sakata (2011) e Pace (2015).

(Continuação)

Ano	Intervenção
DÉCADA DE 1990: CURITIBA ECOLÓGICA	
1990	Entrada em circulação do ônibus Ligeirinho
1991	Criação da Rua 24 horas Criação da Ópera de Arame Criação da Universidade Livre do Meio Ambiente Criação do Jardim Botânico
1993	Criação da Rua da Cidadania Criação dos Portais Étnicos Criação das Vilas de Ofícios Criação da Vila Tecnológica Aprovação do decreto de criação das Unidades de Interesse Especial de Preservação (UIEPs) Revitalização da Rua XV de Novembro Reforma da Praça do Japão
1994	Criação do Parque dos Tropeiros Criação do Bosque de Portugal Criação do Parque Tingui
1995	Criação do Bosque da Fazendinha
1996	Criação do Bosque Alemão Criação do Parque Tanguá
1997	Elaboração dos projetos Linhão do Emprego e Linhão do Turismo Elaboração do projeto da Linha Verde Elaboração do projeto Revivendo Curitiba, com início de revitalização e reurbanização da Rua XV de Novembro
DÉCADA DE 2000: CURITIBA SOCIAL	
2004	Criação do Parque Atuba
2008	Requalificação da Praça Tiradentes
2009	Restauro do Paço Municipal, inaugurando o Paço da Liberdade Inauguração da Linha Verde
DÉCADA DE 2010: CURITIBA DA GENTE	
2011	Revitalização da Rua Carlos de Carvalho e Centro Histórico – iniciado na Riachuelo e nas obras do Paço Municipal, seguindo pela rua São Francisco Revitalização da Rua 24 horas
2012	Recuperação do Parque Barigui Reforma do Mercado Municipal
2014	Revitalização das avenidas das Torres e Fredolin Wolf Estruturação dos corredores Aeroporto – Rodoviária e metropolitanos. Requalificação da Avenida Marechal Floriano Reforma do estádio Joaquim Américo Guimarães, rodoviária e aeroporto Construção da ponte estaiada