

ARQUITECTURA DE PASSERELLE

FÁBIO CUNHA

FAUP 2008/2009

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO
INTEGRADO EM ARQUITECTURA

ARQUITECTURA DE PASSERELLE

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO
INTEGRADO EM ARQUITECTURA

PROFESSOR ORIENTADOR: **Álvaro Domingues**

RESUMO

O presente trabalho surge da necessidade de apreender a heterogeneidade da qual vive a cidade contemporânea. Partindo do caso de estudo da rua estrada é analisada genericamente a cidade fragmentada e difusa, onde se constrói sobre múltiplos aspectos uma nova plataforma de relação social. Particularmente a atenção dirige-se para o objecto de estudo central: a arquitectura de *passerelle* edificada ao longo da linha de trânsito.

A parte inicial deste estudo funciona como um mote, onde através de uma “história” se apresenta o caso de estudo e o tema a decompor. São aqui colocados em evidência os assuntos que posteriormente serão escrutinados e desenvolvidos. Como tal, considere-se esta introdução um motor gerador de toda a análise efectuada ao longo do trabalho.

Após esta apresentação tem lugar uma contextualização, onde se analisam alguns factores que levaram ao estilhaçar da cidade compacta. Numa primeira instancia, a emergência móvel e as infra-estruturas que a viabilizam são os elementos dissecados. Elementos estes que estiveram na origem da transição da cidade para o urbano, e consequentemente no estabelecimento de uma nova ordem identitária e imagética.

Desenvolvem-se posteriormente estudos particulares no que diz respeito aos constituintes marginais da via de transito, tendo em conta a característica expositora que esta conserva. A multiplicidade de usos que a linha de velocidade permite é a base de análise para o entendimento da diversidade eclética patente na arquitectura de *passerelle*. A temática visibilidade, inerente à arquitectura banal de beira de estrada é o meio principal para atingir o objectivo esmagadoramente proposto: consumo.

Após a investigação apresentada e numa aproximação às notas finais, a última parte do trabalho reflecte sobre a relação (in)existente entre esta arquitectura vulgar praticada junto à estrada, em comparação com a arquitectura erudita de autor.

ABSTRACT

This work arises from the need to understand the heterogeneity of which the contemporary city lives. From the case study of the street road is generally considered the fragmented and diffuse city in which is built on many aspects a new platform for social relationship. Particular attention is directed to the central object of study: *passerelle*'s architecture built along the line of traffic.

The initial part of this study serves as a motto, which through a "history" presents the case study and subject to decompose. Here are highlighted the issues that will be scrutinized and subsequently developed. As such, this introduction should be considered as an engine for the entire analysis throughout the work.

After this presentation takes place a contextualization, where are analyzed some factors that led to the splinter of the compact city. In a first instance, the mobile emergency and the infrastructure that makes it possible are the elements to be dissected. Elements which originated the transition from the city to the urban, and therefore the establishment of a new identity and imaginary order.

Subsequently, particular studies are developed with regard to the marginal constituents of the transit line, taking into account the exhibit feature that this keeps. The multiplicity of uses that the line speed allows is the basis of analysis for understanding the eclectic diversity reflected in the *passerelle*'s architecture. The visibility subject, inherent to the banal architecture in the side of the road is the main mean to achieve the overwhelmingly issue proposed: consumption.

After the presented investigation and as an approach to the final notes, the last part of the work reflects on the (non)existing relationship between the ordinary architecture practiced near the road, compared with the erudite architecture of author.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO

- Objecto, objectivo, metodologia	8
- O homem que gostava da <i>passerelle</i> “PN14”	10

A IMAGEM DO URBANO

- A sociedade da mobilidade	23
- Identidade imagética	26
- Da cidade à <i>passerelle</i>	29

ARQUITECTURA DE *PASSERELLE*

- Lições de Las Vegas	37
- Uma questão de ornamento	39
- A estrada mercado	43
- Edifício montra	45
- Casa <i>kitada</i>	49
- Edifício <i>pato</i>	56
- O espaço “entre”	58

O CÓDIGO DA PASSERELLE

- O novo código	61
- A heterotopia	63
- Sinalética sobre o edifício	65
- Sinalética de proximidade	67

CONSUMO

- Consumo na <i>passerelle</i>	69
- Simbolismo	72
- <i>Pop Art</i>	76

ARQUITECTURA - DO BANAL AO ERUDITO	79
------------------------------------	----

NOTAS FINAIS	85
--------------	----

ANEXOS

- Conversa ao volante com Álvaro Domingues e Manuel Graça Dias	87
---	----

BIBLIOGRAFIA	107
--------------	-----

INTRODUÇÃO

Objecto

“contemplar cidades pode ser especialmente agradável por mais vulgar que o panorama possa ser” (LYNCH, 1982, p. 42)

A cidade vive uma metamorfose constante. As infra estruturas de acessibilidade são os novos motores de organização do território. Mutação e mobilidade são as palavras de ordem.

Neste caso concreto será feita uma análise à rua/estrada (que é hoje um dos principais geradores de “cidade”) e à sua arquitectura de *passerelle*. Esta arquitectura espontânea de beira de estrada é o mais genuíno reflexo da sociedade contemporânea usufruindo do papel iconográfico intrínseco à estrada em seu benefício próprio. Arquitectura sem arquitectos, que coloca de parte o conceptualismo de autor. A comunicação pura como premissa.

Objectivo

A estrada e a sua construção adjacente são sinónimo de instabilidade. Sendo o consumo um dos principais propulsores desta situação, deverá ser entendida o aspecto como este se manifesta perante as distintas situações. As formas como a arquitectura usa a sua condição de proximidade com o canal de velocidade, tem maioritariamente este factor em conta. Origina-se assim a estrada-mercado com distintas funções (comércio, indústria, serviços, etc), que se ordena a partir da linha de trânsito, exibindo-se e seduzindo o transeunte que aí passa. Neste aspecto, o edifício montra é o mais notório, sendo o que manifesta maior presença e visibilidade, tendo em conta o seu cunho comercial.

Partindo deste pressuposto é necessário perceber qual é o carácter deste edificado (localização,

forma, sinalética) que a estrada alberga: o que procura, que valores lhe estão implícitos, o que une e o que separa, como orienta e identifica, como ordena e desordena, que mecanismos de atracção usa, etc.

Procurar-se-á assim assimilar a relação existente entre estrada e arquitectura, tendo em vista a atractividade do corredor mercado e o seu consequente consumo. A via como catalizador de relação social.

Metodologia

Em toda a sua extensão a estrada funciona como um expositor onde tudo se mostra.

Partindo do caso de estudo da estrada N14, que une o Castelo da Maia com a Trofa, decompôr-se-á a estrada nos seus diversos elementos tendo em vista o seu entendimento. Contudo, as diversas tipologias de edificado com intuito comercial e a múltipla sinalética existente são os principais visados.

Pretende-se assim trazer à discussão esta arquitectura de *passerelle* pouco considerada; retirando-a do seu anonimato.

O homem que gostava da *passerelle* “PN 14”

Será aqui contada uma história. A história, que começa como tantas outras (“Era uma vez”) é sobre um homem. Um homem que gostava de estradas e da sua arquitectura de *passerelle*.

“O vale do Ave foi a primeira cidade-território que nasceu sem planos, com meia dúzia de cidades polarizadas e meio milhão de habitantes – que é o território da industrialização do têxtil, do calçado, mantendo-a. (...) o norte não queria ver a sua própria urbanização dispersa porque ele lhe parecia um patinho feio, porque era uma coisa que não era segundo as regras ou modelos que a gente aprende. Eu procurei mostrar que aquilo tinha uma lógica fortíssima, com a qual também havia que «aprender»”. (PORTAS, 2002, p. 14)

Era uma vez um homem que se fazia sempre acompanhar de uma máquina fotográfica. Formule o leitor a sua constituição física. Saiba-se apenas por agora um dos seus gostos e interesses - a estrada e a sua arquitectura de *passerelle*. Arquitectura esta que desempenha como a própria *passerelle* uma papel expositivo e mostruário.

Após ler a citação de Nuno Portas, sentiu que além de gostar tinha sobretudo que descobrir e assimilar essa “*lógica fortíssima, com a qual também havia que «aprender»*”. Dos diversos exemplos ilustrativos, que poderiam ser encontrados em território português para esta compreensão, o homem adoptou a “PN 14” como cobaia. Esta *passerelle* nacional situada no Vale do Ave faz a ligação Porto - Braga. De forma a afunilar o campo de investigação e análise, foi eleito o troço compreendido entre o Castelo da Maia e a Trofa.

Primeiramente, o homem teve que perceber que a Trofa sofreu nos últimos anos uma explosão demográfica e comercial de grande escala. A configuração do seu território expansivo é disso

testemunha, onde coabitam num mesmo modelo de ocupação do território formas que frequentemente apelidamos como “urbanas” ou “rurais”, da “cidade” ou do “campo”. O desenvolvimento foi instantâneo e atabalhoado, tendo a via como regra de referência. Após esta noção, o homem começou lentamente (com alguma dificuldade ao início) a identificar os elementos resultantes deste crescimento fervilhante.

Descobriu então que coladas à estrada se encontravam actividades variadas: hipermercados, restaurantes, stand de automóveis, lojas de móveis, lojas de candeeiros, cafés, câmaras municipais (sim, há!), capelas, casas unifamiliares (algumas com funções comerciais no rés do chão), bombas de gasolina, etc. Contudo, como boa história que esta pretende ser, começemos pelo seu início, mostrando progressivamente a aventura desta descoberta.

O homem subiu para a sua moto, dando início à sua viagem no Castelo da Maia. Como desafio, propôs-se parar perante aquilo que lhe despertasse qualquer tipo de interesse. Uma enorme tenda azul foi o primeiro local que atraiu a sua atenção. Pela sua configuração o homem entendeu rapidamente do que se tratava - um circo.



Fig. 1



Fig. 2

Tirou aqui a sua primeira foto, reflectindo sobre o imaginário que o circo representa. Despertou do pensamento com o ruído de um carro que passava, constatando automaticamente a dicotomia da realidade que tinha perante si. Girando a máquina para a direita tirou outra fotografia.



Fig. 3

Reparou então o quão enganosa pode ser a fotografia na figuração do cenário que ali se encontrava. Poderiam ser locais completamente distintos se as imagens fossem vistas em separado. O circo encontrava-se ao lado da estrada e ao mesmo tempo de um estranho elemento igualmente circular que lhe dava acesso – uma rotunda.

O homem deslocou-se até à rotunda de forma a entender aquela situação. Para seu espanto, encostado à rotunda encontrava-se também o “caixote” do Minipreço. Começou aqui a perceber que a estrada é uma colecção de diversas actividades, sejam elas efémeras ou perenes. E, que as rotundas em especial são pólos de carga positiva inflacionada no que diz respeito à atracção dessas actividades. Como tal, o Minipreço e o circo coabitam esta rotunda pacificamente. O homem entendeu que já nem o circo estava para brincadeiras, e que neste caso o melhor truque foi o malabarismo do posicionamento junto à estrada.



Fig. 4

A *passerelle* era para esta arte circense o que cada *passerelle* é para qualquer elemento que nela se suspende – um suporte de notoriedade. Tal como nos eventos da moda, é um expositor em linha para onde as atenções se dirigem e o espetáculo se desenrola.

Deixando para trás trapezistas e preços minis, o homem seguiu viagem, consciente da “lógica” que começava a encontrar. Passados alguns minutos, encontrou aquele que provavelmente é o cliente mais assíduo da beira de estrada – o edifício montra. Ficou impressionado pela sua dimensão, e pelas enormes fachadas envidraçadas (quer frontal, quer lateral). Foi seduzido e encantado, sobretudo quando se deparou com o produto em exposição – candeeiros de todas as formas e feitios.

Teve por momentos a sensação embriagante que todos os candeeiros do mundo estavam ali presentes. Quando sóbrio, discerniu a persuasão que o edifício exerceu sobre si, decidiu então entrar, procurando aprofundar o conhecimento sobre esta máquina sedutora. Já no interior denotou o antagonismo entre interior/exterior, onde o “dentro” se resumia a um extenso espaço expositivo. Decifrou depois (já sem encanto) a forma como o edifício, através da sua transparência olhava e cativava o transeunte que ali passava. Vagueou pelos três pisos do edifício, sentindo-se perdido no meio do “mundo dos candeeiros”. Estava num autêntico labirinto. Num estado aturdido, descobriu a saída algum tempo depois. Daqui levou sobretudo a consciência que a pele transparente num edifício montra é um apelo à entrada e à sedução do passante.



Fig. 5



Fig. 6

Seguiu disposto a encontrar novos motivos. Havia coleccionado até ao momento um circo, uma rotunda, um *Minipreço* e um edifício montra. A procura não foi muito prolongada. Ligeiramente mais à frente do último exemplo deparou-se com um dos elementos mais marcantes da beira de estrada – a piscina. Encontrou a situação descabida e sem jeito. Não percebia o motivo pelo qual um objecto que costuma ter a horizontal como posição se encontrava aqui erguido. Percebeu depois com a ajuda da publicidade que o objecto estava à venda. O produto era a sua própria publicidade enfatizando-se com a sinalética que a ele se colava, na qual se expressava a disponibilidade dos vendedores “*Aberto todos os dias, das 9 às 20h (sem intervalo para almoço)*”. A enorme notoriedade que lhe é intrínseca é o trunfo destes elementos. Essa notoriedade advém de um certo carácter escultural, que se encontra “fora de escala” e também da insólita posição vertical. Tudo isto permite que a piscina se torne num objecto de grande visibilidade.



Fig. 7

Começava a compreender a razão da ostentação que até agora tinha encontrado, quando de repente encontrou uma capela na beira de estrada. A situação quase lhe passou despercebida devido à dimensão do objecto e à situação insólita de aperto de que sofria. Na igreja convergiam fios eléctricos, sinais de trânsito e um estranho espaço sobrance. Um espaço de ninguém, que não se percebia se era a entrada da casa, a praça da igreja ou o simples passeio. O homem entendeu que a igreja já ali se encontrava há muito tempo, e tudo que estava à sua volta lhe foi sendo acrescentado, desconfigurando-a. Contudo, as dúvidas sobre o espaço sobrance aumentaram ainda mais quando viu um homem estacionar lá a sua moto. A certeza foi apenas uma: era um espaço de carácter múltiplo, pronto a receber aquilo que cada um quisesse fazer dele – estacionamento, praça, entrada da casa, etc.



Fig. 8



Fig. 9



Fig. 10

O homem começava a sentir a necessidade de interacção, de falar com as pessoas que causavam esta panóplia de situações distintas. De certa forma sentia que apenas elas poderiam explicar verdadeiramente as situações que havia encontrado. A paragem seguinte foi suscitada por “animais embalsamados”: cavalo, porco, vaca, um pequeno chimpanzé e dois leões. Todos eles estacionados junto à beira da estrada. Um “jardim zoológico” por assim dizer. Todavia não estavam sozinhos. O homem, impulsionado pela caricata situação entrou no “zoo”. Percebeu então a enorme diversidade de artefactos que acompanhavam os animais: piscinas, louça em barro, ninfas, golfinhos, plantas, estrelas cadentes, etc. Enfim, todo um mundo de variedades estava ali presente – uma “feira” de beira de estrada.



Fig. 11

Enquanto deambulava por entre os inúmeros objectos, encontrou uma senhora – a dona da “feira”. Questionou-a sobre o motivo de tal aparato animalesco à beira da estrada. Esta respondeu-lhe prontamente.

“ Para chamar a atenção. A si chamou-o! Está aqui não está? (...) Eu só não ponho as coisas no meio da rua porque não posso, senão punha, que era para estorvar, para as pessoas irem contra elas. Para ver se lhes saía algum dinheiro do bolso. (...) Já há 10 anos que ando nisto.”

CARLA MARTINS (proprietária)

Perante resposta tão autêntica o homem seguiu o seu caminho pela “PN14”. Gostou de ter falado com a dona do “jardim zoológico” e propôs-se repetir a experiência. A peripécia seguinte que lhe surgiu surpreendeu-o pela junção de uma função comercial com uma doméstica. Encontrava-se perante uma casa *kitada*. Albergava no seu piso térreo um comércio de motores, bombas e acessórios, aos quais eram também prestadas reparações gerais. Era uma estranha mescla a que ali se verificava. A mostra de artigos feita no exterior denotava que o espaço em frente à casa era público e não privado como seria de esperar. Como tal, “público” e “privado” podem não ser concepções adversas e antagónicas, mas fusões distintas de uma coisa e outra. O acesso (privado) à casa era feito lateralmente. A dicotomia entre os dois corpos (piso térreo e primeiro piso) era notória na sua fachada, que exprimia essa dualidade nos materiais utilizados e nas aberturas



Fig. 12

verificadas no alçado. O homem sentiu também aqui que a arquitectura era utilizada com um carácter de suporte publicitário, pois o anúncio ao “3 MIGUEIS. electro – bombas – motores – acessórios” era mais importante. Resultava disto a posição central que este ocupava na fachada, adquirindo um óbvio destaque. Manifestou especial interesse por este tema de anúncios colados à fachada pois sentiu a forma como a arquitectura se diminuía adoptando um carácter secundário. Desta vez não conseguiu falar com o dono do “3 MIGUEIS”. Contudo, dentro desta temática da “decorated shed” definida por Venturi iria encontrar em seguida um caso exemplar.

O homem com o intuito de encontrar essa maior manifestação da fachada decorada esbarrou no edifício da “altronix – sistemas electrónicos”, verificando que aqui o anúncio tomava conta do edifício sendo seu invólucro, como se de um embrulho se tratasse. As imagens utilizadas na fachada eram alusivas ao slogan “identificação e codificação”, mensagem de marca da empresa. Mais do que na casa *kitada* a arquitectura aqui escondia-se, existindo apenas para manifestação da notícia publicitária.



Fig. 13

O homem ficou perturbado, sentindo que fazia parte de uma sociedade permanentemente consumista. Para seu espanto, após algum tempo fixado nos seus pensamentos e na imagem do edifício, veio ao seu encontro uma mulher saída do interior do mesmo. A mulher perguntou-lhe qual o motivo do estado imóvel em que ele se encontrava, mirando pensativamente para o edifício. Este respondeu-lhe que procurava entender como a arquitectura se tinha tornado invisível. Perante tal dúvida a mulher respondeu-lhe serenamente.

“ decidimos pôr assim a fachada para dar nas vistas, o cliente que passa pode não parar mas fica certamente a saber onde estamos, e esta estrada é muito procurada para o negócio.(...) A fachada está dividida em 3 partes também pelo motivo de uma parte ser de armazém com cargas e descargas. Ao meio está a entrada e depois do outro lado está a sala de reuniões, que tem aquela imagem do código de barras, para também ter alguma transparência para o exterior. Assim quem lá está também apanha um pouco de sol.” SANDRA AFONSO (secretária)

Neste caso, o homem entendeu que não estava aqui em causa a exibição física de qualquer produto. Este outro tipo de sedução era feito através do uso total da fachada pela publicidade. Como tal a arquitectura estava tapada por esta ânsia persuasiva. Estava aqui em jogo a mediatização de uma empresa, e esta usava ferramentas atractivas que causassem impacto no transeunte.

Nesta lógica de “dar nas vistas” relatada anteriormente, o homem encontrou mais à frente um dos instrumentos mais utilizados no que toca à atracção – o corpo feminino (a “PN 14” é sobretudo uma alegoria ao aquecimento, onde coincidem diversos comércios deste tema. Este é um desses casos). Numa primeira fase foi cativado pela quantidade de cartazes publicitários relativos a objectos caloríferos (fogões de sala, recuperadores, salamandras), reparando em seguida no edifício que se encontrava ligeiramente recuado. A sinalética (contrariamente aos casos anteriores) funcionava aqui de outra forma, encontrando-se destacada do edifício. O anúncio publicitário continha a função de dar sinal do tipo de produto que era vendido no edifício ao lado, convidando a entrar. Existem neste caso uma mistura de distintos referenciais. Coincidem a publicidade destacada do edifício, o produto exibido no exterior, o produto exibido no interior, e por último a fachada decorada.



Fig. 14

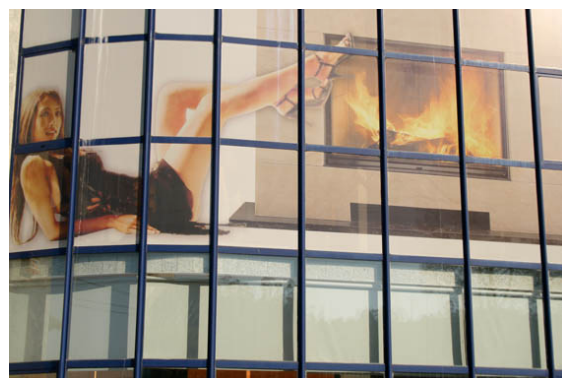


Fig. 15

Todos eles sobre a palavra de ordem da atractividade à peregrinação mais ou menos consumista dos clientes passantes. Todavia, esta fachada decorada aqui presente não esconde o edifício como acontecia no caso anterior. Surge como elemento inserido num conjunto persuasivo. Destaca-se sobretudo pela imagem utilizada – uma mulher deitada com os pés apoiados num recuperador de calor . Foi esta a imagem que instigou o homem a entrar no edifício. Após expor a sua inquietação, o dono do estabelecimento justificou a “armadilha” utilizada.

“ É mesmo publicidade em grande! Até porque a imagem nem era assim. Nós é que tirámos de uma revista e depois fizemos o arranjinho. No lugar do recuperador de calor estava uma televisão. Mas nós aqui é mesmo aquecimento e a mulher também ajuda.” NUNO SILVA (proprietário)

Pensando já ter encontrado tudo que havia para encontrar, o homem que tanto gostava da “PN 14”, encontrou em seguida algo que de certa forma o veio confundir. De tudo que pensava ter apreendido não tinha encontrado nada semelhante ao que ali se deparava. Havia encontrado o híbrido por excelência da “PN 14” – o Tourigalo. Ficou estupefacto com a junção da cabeça de um galo com o corpo de um touro, que dava jus ao nome criado. Percebeu que a mescla não convencional gerava nele um impacto notório. Ou seja, a junção de referenciais completamente distintos, fora do seu contexto normalizado gerava a espectacularidade e estranheza aqui verificada. Assimilou depois que este símbolo fazia publicidade ao restaurante imediatamente ao lado. Encontrou então alguma similaridade aos casos anteriormente encontrados no que toca à sinalética



Fig. 16

junto ao edifício e obviamente à criativa persuasão expressa num símbolo tão caricato. Também aqui um homem vindo do interior do restaurante se dirigiu a ele. Perguntou-lhe qual a causa do estado atónito em que se encontrava. O homem respondeu-lhe que nunca tinha visto o cruzamento de um touro com um galo. O dono do restaurante riu-se, e disse-lhe:

“ Esta publicidade já existe há muito tempo. Já veio com os meus pais da Venezuela, quando eles tinham lá o restaurante. É produto importado. (...) A publicidade vem da nossa vontade de mostrar o nosso forte, que é a carne de frango e de vaca, e quisemos juntar as duas. Vem daí a publicidade e o nome do Tourigalo também.(...) Temos também mais restaurantes na Póvoa, em Aveiro e na Maia.” MÁRIO BORGES (proprietário)

Continuando a sua peripécia pela “PN 14” o homem encontrou outra casa que cativou a sua atenção. Não se pretendia aqui vender nada, e muito menos transformar o piso térreo numa loja comercial. Aqui o único “produto em venda” era a ostentação social. Esta visibilidade perseguida pelos donos resulta muitas vezes de uma rápida ascensão social. Ascensão essa que se quer dar a conhecer, e nada melhor do que fazê-lo junto à estrada para que todos possam ver. Resulta disto a tipologia da casa “ascensora”. O homem entendeu aqui que a casa é sobretudo a manifestação duma forma de estar na vida demonstrando aquilo que cada um é. Todo um referencial é exibido.



Fig. 17



Fig. 18

Neste tema das casas pensava já ter absorvido conhecimento suficiente, quando encontrou a Câmara Municipal da Trofa, exibindo com orgulho o seu anúncio “Município da Trofa”. De todos os casos que encontrou, este foi sem dúvida o que maior espanto lhe causou. Embora a expressão “Casa da Câmara” fosse vulgar na denominação histórica de edifícios governamentais, não entendia e provavelmente nunca entenderá como uma casa alberga uma Câmara Municipal. Isto deve-se a que esta circunstância é provavelmente inexplicável. Encontrou a situação insólita e já não conseguiu obter qualquer tipo de explicação.

O seu filme na estrada estava prestes a terminar. Fez o caminho contrário de regresso ao Porto de noite. A maior surpresa estava então reservada para este final. Foi com admiração que o homem viu como a estrada e os seus constituintes haviam adquirido uma vida distinta com o cair da noite. Observou como algumas coisas se apagavam e outras despontavam repentinamente. Mas reparou sobretudo nos objectos que usufruíam do seu efeito camaleão, de modo a adquirir notoriedade diária e nocturna. Adaptavam-se portanto às distintas ambiências que os circundavam, consagrando como objectivo final a sua evidência representativa. Constatou o quão importante era o tema das luzes, que conferiam a visibilidade referida tanto a anúncios publicitários como a edifícios. Neste caminho de retorno viu como o Tourigalo parecia agora surgir como híbrido alado, destacando-se com espectacularidade do preto envolvente através dos seus néons verdes e vermelhos. Reparou que os cartazes publicitários dos “fogões de sala, salamandras, recuperadores” e seus restantes acompanhantes eram agora iluminados por luzes estridentes, adquirindo



Fig. 19



Fig. 20

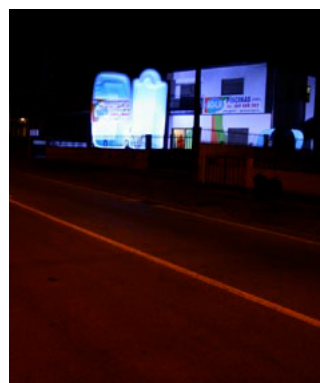


Fig. 21

um destaque superior daquele que demonstravam durante o dia. Observou depois como as piscinas se haviam transformado num objecto extremamente marcante devido à intensa luminosidade azul que transpareciam na escuridão nocturna. A notoriedade individual que haviam adquirido chegava a ser assustadora pois nada acompanhava estas esculturas azuis. Era impossível passarem despercebidas ao olhar de quem passava.

Por último o homem viu o edifício montra dos candeeiros transformar-se num “aquário”. Neste caso a arquitectura não se apagava com o nascer do dia. A forte representatividade era tanto diurna como nocturna, sendo esta última mais enfatizada. Após um dia de observação o homem apreendeu que a estrada vive duma pluralidade de interpretações. Como tal, a “PN 14” não constituía excepção, entendendo a sua constante metamorfose como uma necessidade, que reforça a notoriedade dos seus diversos constituintes. Absorveu assim a “lógica fortíssima” que se propôs compreender no início da sua jornada, e viu como “o patinho feio” pode ser um “patinho bonito”.



Fig. 22

A IMAGEM DO URBANO



Fig. 21 - Nó viário (Aeroporto Francisco Sá Carneiro).

A sociedade da mobilidade

“Na história longa das cidades só havia homens, cavalos e carros de cavalos. Agora podem existir mais de duzentos cavalos num motor de um só automóvel e há mais quem hoje tenha automóveis do que antes os que tinham cavalos. São mudanças a mais para que as cidades sejam como eram.” (DOMINGUES, 2009)

Álvaro Domingues aponta a massificação automóvel como factor explicativo *“para que as cidades já não sejam como eram”*. Sendo isto verdade, este veículo móvel já há algum tempo que começou a perder o seu poder individual devido à excessiva apropriação de que foi alvo e aos limites que esta originou (falta de estacionamento, trânsito, etc). Surge desta forma a necessidade da articulação do veículo particular com transportes de carácter colectivo – intermodalidade. Resulta daqui a nova emergência deslocadora do homem que se caracteriza como mais acelerada e fluída. Como tal o acesso à mobilidade tornou-se na matriz de relacionamento territorial que possibilita ao homem tirar proveito da rede social na qual se encontra inserido (saúde, lazer, educação, emprego, habitação, etc). Numa sociedade enferma que tem como culto a escassez de tempo a acessibilidade é o medicamento prescrito. Como tal a mobilidade social depende totalmente da mobilidade espacial, em que a impossibilidade de perder tempo é a preocupação constante. “Tempo é dinheiro” é o slogan da nossa sociedade, na qual o transporte (terrestre, aéreo e náutico) tem valor incontestável. O homem é um medidor de tempo, e interpreta-o a maioria das

vezes como um objecto temporal de dias, horas a utilizar no que pretende. O tempo perde assim o seu valor como liberdade, pois é submetido a um controlo estandardizado.

“ O tempo constitui uma mercadoria rara, preciosa e submetida às leis do valor de troca (...) Vivemos numa época em que os homens jamais conseguirão perder tempo suficiente para conjurar a fatalidade de passarem a vida a ganhá-lo.” (BAUDRILLARD, 2007, p.164)

Existe actualmente a cultura da mobilidade, através da qual emerge um novo estilo de vida. A exigência da acessibilidade envolve diversas camadas que definem a capacidade de deslocação para um sítio específico. Desta forma a rápida acessibilidade tanto é a consequência das diversas formas de movimento que surgiram através da evolução da mobilidade urbana, como das condições que lhe são inerentes (custo, velocidade, conforto, distancia, etc). Assim, o ritmo no qual vivemos é cada vez mais intenso e frenético. Vivemos um violento período de transição com alterações profundas que atingem o modo de vida de toda a sociedade contemporânea. A palavra globalização tornou-se banal gerando uma propagação à escala global daquilo que até aqui se estabelecia como limite em termos de espacialidade, comunicação, serviços, etc. Como tal, a mobilidade não se refere apenas a uma mobilidade física, mas a uma mobilidade generalizada da qual fazem parte ideias, ciências, temporalidades, informações, capitais, bens, etc. Todavia, o tema aqui a tratar incide sobretudo no espaço físico que se tornou mais fluído, com mutação intensa.

A cidade (se assim se pode chamar) vive uma metamorfose constante. Como referia Francois Choay nos anos 60, vivemos um processo de mutação da cidade para o urbano. E, esta metamorfose não é a simples ampliação da velha cidade que cresceu em mancha de óleo: é uma nova ordem urbana. (cf. CHOAY,1965)

A panóplia de mutações desta nova ordem compreende sobretudo os distintos fluxos, onde o constante *zapping* intermodal tem função principal ao permitir a construção deste novo espaço relacional. Esta estrutura/rede de acessibilidade engloba distintos transportes, cuja origem incidiu (como já foi referido) no uso descomedido do automóvel. Este veículo foi e é o principal promotor do desenvolvimento centrífugo das cidades. Tem aqui suporte a conectividade da urba-

nização linear. As infra-estruturas de acessibilidade (manifestação directa dos distintos fluxos) ramificaram-se pelo território transformando distancia em proximidade, antónimo em sinónimo (distancia pode significar proximidade e vice versa), espaço em tempo. Tal como a velocidade outras ligações espaço-tempo originam assim uma relação territorial comunicativa obviamente baseada numa condição de acessibilidade e mobilidade. Tempo e distancia confundem-se, passando a ter significados semelhantes. Esta compressão espacial, leva a que a acessibilidade seja uma das características intrínsecas na eleição do lugar que se pretende habitar. Assim a saturação de edificado já não corresponde forçosamente à concentração de bens, serviços, residência, trabalho, etc. As infra-estruturas de mobilidade ou o habitáculo móvel são os factores predominantes.

A acção infra-estrutural é inegavelmente o suporte eloquente da transformação urbana. A rede viária é sem dúvida o elemento que detém maior investimento, isto porque este tipo de infra-estrutura possibilita uma distribuição e organização de serviços a nível individual. A livre escolha independente de estruturas organizadas em torno de um elevado número de pessoas provocou a expansão das cidades para o seu território envolvente. É um novo modelo de urbanização que já não se pode ser assimilado como produto originado pela transformação da velha cidade. Como tal, a rede viária sofre permanentemente incrementos, caracterizando-se como um corpo infatigável, uma rede que se estende procurando chegar a todo lado. Contudo, não criemos ilusões. Além da sociedade apoiar vulgarmente a sua mobilidade neste elemento, está aqui também em causa a persuasão que o poder político encontra nele. Em época de campanha para eleições, a acessibilidade é arrebatada como utensílio de máximo interesse e capacidade de sedução, porque o benefício da mobilidade é genericamente percebido por todos como estratégia para ultrapassar os “atritos” territoriais do encravamento social e geográfico, da falta de oportunidades, do distanciamento em relação a serviços imprescindíveis, etc.

A inovação é uma constante da evolução social. Devido à apropriação tecnológica não há espaço nem tempo para travar. A energia consome a sociedade. Esta é cada vez mais a prótese, o passivo, à espera do activo (a tecnologia) para poder funcionar – inversão conceptual. A incansável transformação social leva a que a mobilidade seja forçada a responder à diversidade de usos do território. Esta assume obviamente posição preponderante na disposição e configuração da

nova morfologia urbana, essa “outra cidade”. Cidade dispersa, fragmentada, que encontra nos motores de mobilidade pólos de atracção – a ordem da desordem. Ergue-se desta forma uma nova malha de relação social, um novo espaço originado pelo homem.

Identidade imagética

Torna-se inevitável a compreensão e análise do novo esqueleto estrutural que traça o desenvolvimento desenfreado da sociedade móvel.

“ A cidade tornou-se o território “desconfinado” que é o urbano. Já não é uma realidade abarcável numa perspectiva a voo de pássaro; já não cabe numa imagem e nas mil e tantas palavras que essa imagem contém. Mais complicado ainda, o próprio conceito de urbano é ele próprio, um conceito igualmente desconfinado, por demasiado impreciso, pela dificuldade em lhe situar os limites conceptuais.” (DOMINGUES, 2008a, p. 14)

Em parte, o urbano absorve a identidade imagética da cidade estabelecida, utilizando o código genético desta para configuração das suas características. Kevin Lynch caracteriza a imagética citadina através cinco elementos : vias, limites, bairros, cruzamentos e elementos marcantes. Neste caso particular, ao falar de imagética citadina, significa falar-se da imagem mental, da rede de significações que uma cidade constitui para um largo núcleo de pessoas.

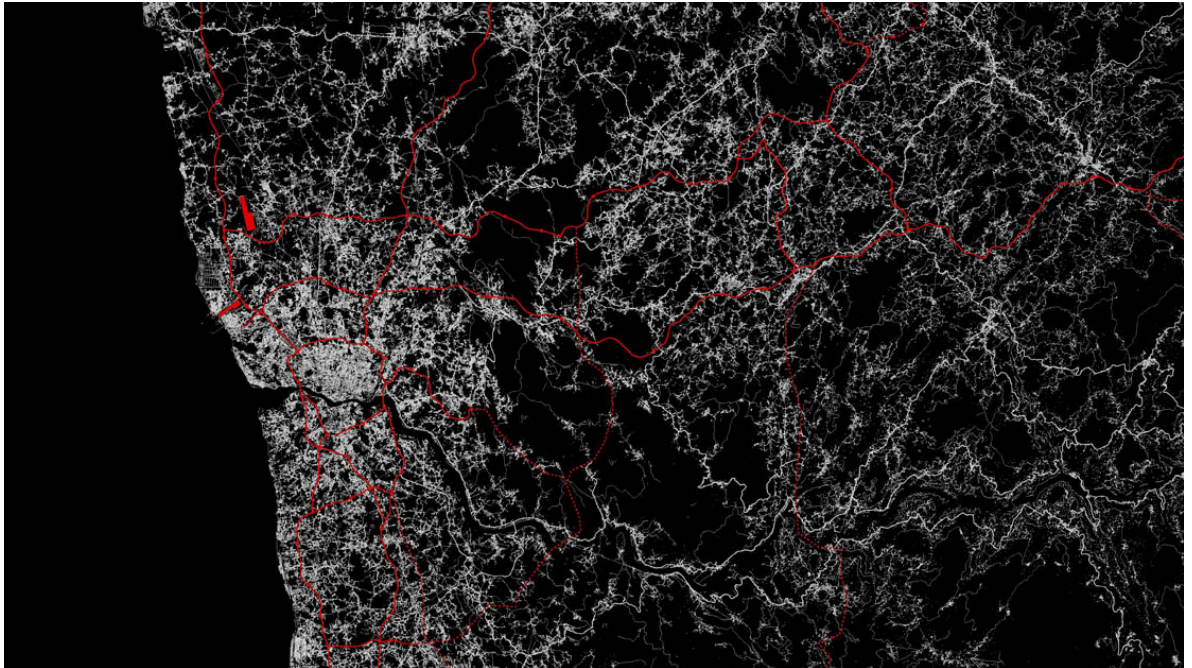


Fig. 22 - Noroeste de Portugal – extensão da infra-estrutura viária e da construção e diferentes padrões de densidade e contiguidade de malha urbana – a vermelho, a rede arterial rodoviária.

“Cada individuo cria e sustenta a sua própria imagem, mas pode haver uma concórdia substancial entre membros do mesmo grupo. São estas imagens de grupo, mostrando o consenso entre um número significativo de membros, que interessam aos planeadores de cidades aspirantes a um modelo de ambiente que muitos possam disfrutar.” (LYNCH, 1982, p.17)

Os elementos mencionados são o conjunto de referencias pelos quais, segundo Lynch o habitante estrutura o seu mapa citadino. É onde se apoia como forma de localização para conhecimento do seu entorno, criando um GPS cerebral próprio. Assim, a representação da cidade tem um significado distinto em cada indivíduo dependendo da experiência sensorial com o lugar e da consequente memória.

“todo o cidadão possui numerosas relações com algumas partes da sua cidade e a sua imagem está impregnada de memórias e significações”. (LYNCH, 1982, p.11)

O urbano contém igualmente este poder de significação. A estrada por exemplo denota uma atmosfera familiar intrínseca. Com o objectivo de ligar pontos próximos é utilizada assiduamente sobretudo por utentes diários que a conhecem e que nela se referenciam. Este elemento urbano ganha lugar cativo no mapa mental urbano de cada utente, servindo-se sobretudo de pontos marcantes.

Estes pontos definidos por Venturi em relação à cidade são locais facilmente identificáveis pelo utilizador diário, que chamam a atenção de quem aí passa pela primeira vez. Alheio ao cenário típico da cidade como “interior”, confinada e com limites precisos, estruturada por uma rede de traçados e um sistema de espaços colectivos, o urbano expressa-se de distintas formas; quer através de edifícios, *outdoors* publicitários ou até mesmo da própria estrada. As íngremes subidas, os cruzamentos, ou as curvas extremamente apertadas são elementos de referência inerentes à via em si. Todas estas especificidades intrínsecas à via servem de “medidores” de estrada, podendo o utilizador determinar o seu posicionamento em relação a um determinado ponto.

“Uma curva, bem pronunciada no sentido descendente, pode ser uma imagem inesquecível.”
(LYNCH, 1982, p.10)

O urbano depende da percepção, da experiência e da memória de cada um para sua própria definição. Cada pessoa tem distintas experiências e relações com o urbano e com os seus distintos locais, dependentes como foi dito, da experiência passada nesse lugar e da consequente memória. Contudo, o urbano rege-se sobretudo através de uma memória colectiva partilhada, construída através de denominadores comuns aos distintos usuários. Há assim uma junção que diz respeito a todos, um imaginário que une as distintas noções, tendo em conta as diversas inter-relações dos inúmeros intervenientes deste cenário.

Apesar das incontornáveis comparações com a cidade consolidada, o urbano tem um código próprio, que o conotam de um sentido de disposição e produção próprias, com leis bem distintas das da imagem da cidade de Kevin Lynch.

A hipertextualidade é possivelmente a característica que melhor define a condição urbana. A evidência formal é rejeitada em função da mescla dispersa das diversas actividades. O essencial

é a forma como se estrutura a produção de sentido, os códigos de leitura e de legibilidade, como se organizam referências de orientação tendo como objectivo a bifurcação, ou seja, decidir o trajecto a percorrer. As formas construídas, a sinalética e outras referências sensoriais serão os novos materiais desta outra “imagem de cidade”.

Da cidade à *Passerelle*

A cidade histórica é hoje elevada à representação de toda uma cidade difusa. Bilhete de identidade para quem lá vive, cartão de visita para quem lá vai. Errado. A excessiva exibição da cidade estabelecida negligencia a presença da “outra cidade”. Torna-se inevitável sair desta nostalgia sensitiva; o centro já não é o único centro, são vários centros. A cidade é extensiva, dispersa, uma mancha no território deu lugar à contenção anteriormente verificada. A centripetação deu lugar à centrifugação, passando a relação que se dirigia a um só ponto a diversos pontos. A multicentralidade é a principal referencia desta “cidade nova”.

A transição da cidade para o urbano envolve assim um diverso conjunto de factores. A mobilidade é a causa principal deste acontecimento. O que antes eram limites rigorosamente delineados, são hoje dúbias fronteiras inexistentes, sendo a fragmentação a imagem a reter. A estrutura rígida e coerente já não existe. A cidade é o lugar incerto, em comparação com a restrição física à qual se encontrou votada em tempos idos. O estilhaçar da realidade representativa da cidade compacta produziu uma heterogeneidade incontrolável no seu entorno.



Fig. 23 - Noroeste de Portugal - extensão do edificado

A cidade rasgou-se em inúmeros retalhos, e aquilo que era uma certeza consolidada passou a uma incerteza fragmentada. O “dentro” passou a ser “fora”, onde forma e função são variantes constantes da urbe extensiva. *Inner city* é agora *outer city*. As próprias denominações de urbano e cidade albergam em si a dúvida daquilo que cada um designa. São conceitos instáveis, demasiadamente imprecisos, que se encontram votados à constante metamorfose quotidiana. A multiplicidade de sentidos e interpretações é infindável, tornando-se numa árdua tarefa balizar as noções que cada um destes termos compreende.

Imageticamente o sentido e o conceito de cidade leva-nos ao peso histórico da delimitação, do “intra” muralhas. Esta estabilidade organizativa faz hoje parte do pacote de nostalgia que nos é legado. A noção conceptual generalista de cidade é essa: um espaço contido, onde a concentração de bens, pessoas, serviços e relações sociais toma lugar desligado da sua envolvente.

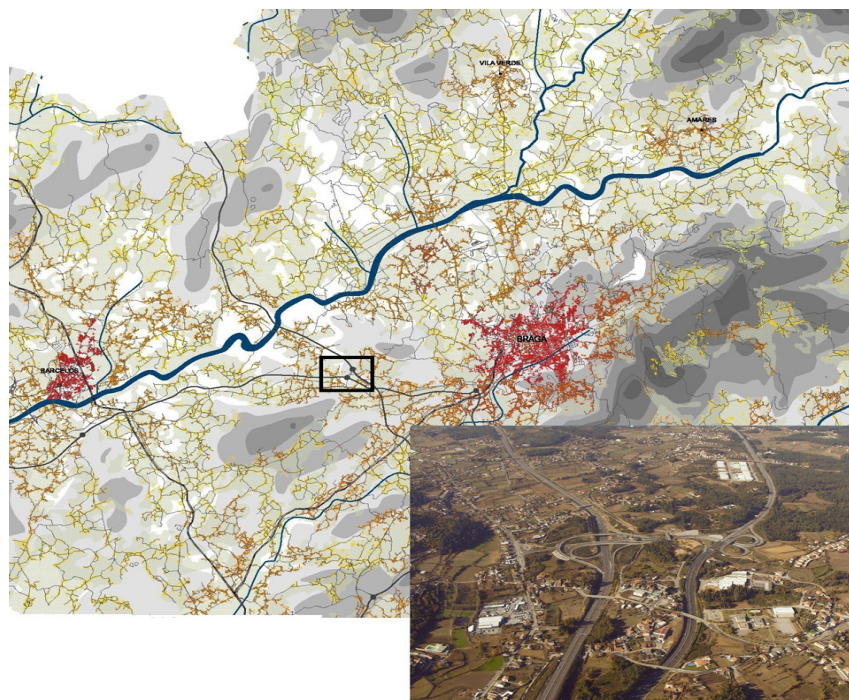


Fig. 24/25 - Nó da A3 com a A11 entre Braga e Barcelos: colonização de estradas e vias secundárias e nós de ligação com a infra-estrutura viária arterial.

Urge portanto a necessidade de incutir neste imaginário da sociedade a realidade da actual situação. O *urban sprawl* há muito que tomou conta do crescimento perimetral das cidades. Esta expansão do território construído é o regime urbanístico da actual sociedade. Importa agora entender esse desenvolvimento e as suas regras de “espalhamento instável”.

Como é visível na imagem, as infra-estruturas de acessibilidade têm aqui papel preponderante, visto serem elas que dão resposta ao habitáculo móvel, cuja proliferação tão intensamente se fez sentir em território nacional. A rede viária assume-se assim como a coluna vertebral de polarização do território construído. A mobilidade, a conectividade e a acessibilidade são as condições que emergem no assentamento das distintas actividades. O divisor comum é o rápido acesso. A inter-relação dos distintos suportes móveis é um dos aspectos centrais nesta nova plataforma de relação social possibilitando a conexão das distintas partes e a sua consequente distribuição.

A formalização desta distribuição leva à origem de uma urbanização fragmentada e, por sua vez viabiliza-a. Não há modelos a seguir. A espontaneidade adquire mais do que nunca um livre trânsito a ser executado na escolha do local e na forma construída. Devido a isto existe uma certo descuido perante a evolução desordenada do território extensivo. É o “patinho feio” rejeitado num mundo “bonito”, liderado pela aparência do estético e do belo, onde a concentração de atenções se volta com afinco obstinado perante uma centralidade inexistente. A urbanização extensiva padece deste “mal”.

“Sendo o contrário da boa forma urbana, não merece tanta atenção quanto devia (...) como está conotada com factores negativos (...) é mais analisada pelo que não é do que pelo que é.”

(c.f. DOMINGUES, 2008b)



Fig. 26 - Nó viário da Arrábida shopping.

A regulação e estruturação do território ficam assim dependentes dos efeitos produzidos pelos nós viários e pelas mega estruturas funcionais que a eles se associam. A colonização envolvente destes elementos é imediata, funcionando estes como ímans atractivos das mais distintas funções. São os “novos centros” da “nova cidade” que é o território urbano polissémico. Estes *landmarks* são os principais responsáveis pelo desenvolvimento dinâmico territorial. Todavia, o

seu crescimento descontrolado é um dos impactos que mais se faz sentir na imagem do urbano. É aqui assinalada a multiplicidade formal que o termo centralidade pode adquirir.

Verifica-se no entanto que estas mega estruturas começam de alguma forma a banalizar-se causticamente pelo território, não obtendo o mesmo tipo de resposta anterior por parte do edificado. Situação esta devido ao facto da acessibilidade já não garantir por si só uma sustentabilidade própria. As vias arteriais de velocidade elevada alastram-se pelo território a uma celeridade alucinante procurando chegar a todo lado. Contudo, o edificado quer habitacional, quer de serviços não acompanha este ritmo desmedido que procura levar a acessibilidade porta à porta. Daí que se torne mais fácil a acumulação urbana, feita através de pequenas somas, numa escala mais diminuta e abarcável. Existem assim distintos processos de urbanização extensiva: mega estruturas/suportes infra-estruturais e a adição de pequenas peças junto à via arterial.

Portanto, o “poder organizativo” que a mega estrutura detém não pertence exclusivamente aos grandes nós de auto-estradas. A rede viária mais vulgar em solo nacional (estradas nacionais), é alvo da forma mais comum e banal de colonização do território. A homogeneidade não faz parte da lista de objectivos, estabelecendo-se a irregularidade como processo construtivo. A lei neste caso é a adição espontânea de tudo aquilo que se quer exhibir perante a passerelle móvel. A estrutura organizativa da cidade consolidada sofre aqui de amnésia. Não há regras pré estabelecidas, e se as há ou são variadas e opostas, ou são ramificações da temática visibilidade. A distribuição compositiva é arbitrária, produzindo o encontro de diversas escalas e distintas actividades gerando o caos aparente que se vive na beira de estrada. Caos aparente porque na estruturação urbana a estrada é o princípio organizativo mais perceptível.

É disto prova o carácter rural que se faz sentir em muitas estradas nacionais. Afinal de contas estas foram durante largos anos o único meio de comunicação física entre múltiplas localidades. É facilmente notória a longevidade dos distintos troços que constituem a estrada devido às distintas mutações que esta vai sofrendo de forma a albergar mais usos.

A estrada é o local onde desde há muito tudo se pega. Desde a venda ambulante às luxuosas vitrinas de automóveis. A confusão acumulativa gera um conflito contínuo. As forças que na “perdida” cidade estabelecida incidiam sobre um ponto central, incidem aqui numa linha. Define-se assim a estrada como um *“centro em linha”*. (c.f. DOMINGUES, 2009)



Fig. 27 - Vale do Ave, área industrial - EN15.

De forma intuitiva, a estrutura urbana da região do Ave mostra o paradigma desta “centilíneção”. A associação entre a estrutura viária e a edificação que nesta se pendura é a noção a reter quanto à estruturação do território urbano. A linha que viabiliza a mobilidade é o elemento a povoar, estabelecendo-se a diversidade/mescla de funções como principal característica. Surge daqui o termo/conceito “*estrada mercado*”, que Vasco Cortez desmonta na sua tese “Estrada Mercado e Edifício Montra no concelho de Paços de Ferreira” incidindo no caso específico do edifício montra. Neste caso de estudo apresentado por Vasco Cortez relativamente à “estrada dos móveis” (EN 207) em Paços de Ferreira pode assimilar-se rapidamente o conceito de *passerelle* como linha onde tudo se exhibe e enaltece. O estudo apresentado na fig.28 é o retrato disso mesmo, no qual se pode constatar a enorme variedade de usos (habitação, comércio, restauração e hotelaria, edifício montra, indústria, serviços a pessoas, equipamentos) que habita a beira da estrada - a via como colectora de funções. (c.f. CORTEZ, 2006)

Nesta perspectiva há também que fazer referencia ao estudo elaborado por Ana Silva relativamente ao caso da EN1, que se centra “*na construção de um conhecimento de uma realidade que tem em consideração a estrada e a ocupação marginal e envolvente próxima*”.

(SILVA, 2005, p. 18)

Fig. 28

EN 207 - localização de funções

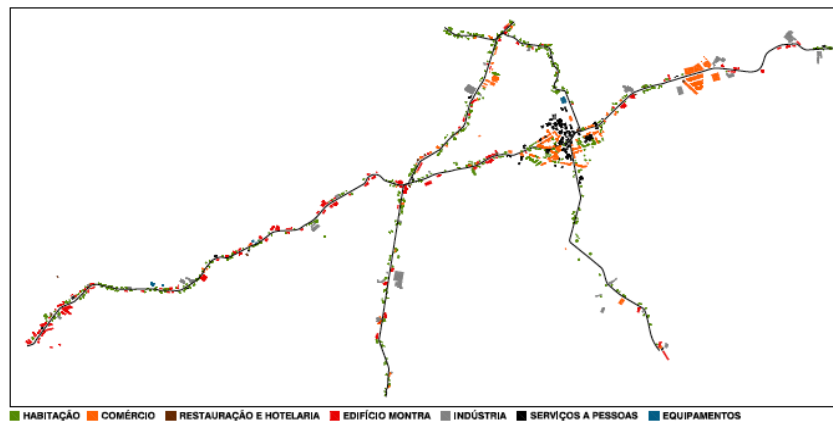


Fig. 29

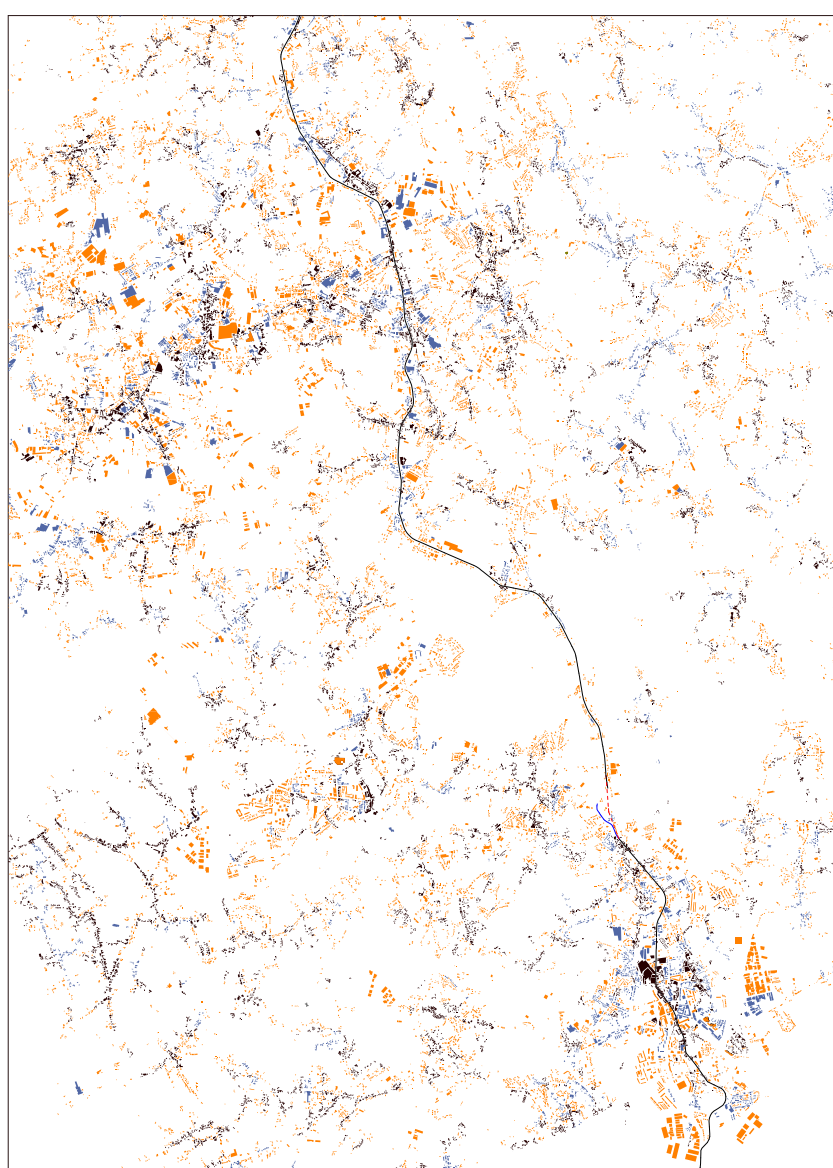
Evolução do edificado desde 1945 até 2000 - concelhos de Santa Maria da Feira e São João da Madeira.

É intuitiva a evolução da construção ao longo da EN1, que resulta como elemento colonizado ao longo do tempo.

■ Cartografia 1945 -1948

■ Cartografia 1973 -1975

■ Cartografia 1995 -2000



Como é possível observar, a estrada estabelece igualmente neste caso uma base linear de edificação, onde se vão adicionando os distintos constituintes. A arquitectura de *passerelle* surge assim como a forma mais banal de construção do território, aproveitando aquilo que a estrada tem para oferecer – visibilidade. Como tal, o presente estudo procurará agora encontrar as lógicas que montam todo este processo do “junto à estrada”, através da análise/investigação dos seus diversos elementos.

ARQUITECTURA DE *PASSERELLE*

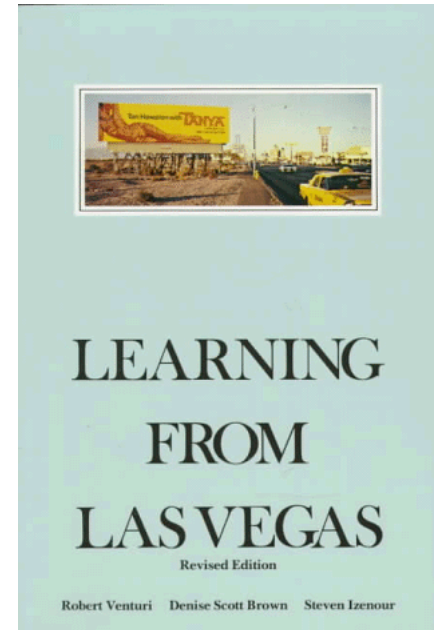


Fig. 30 - *Learning from Las Vegas*

Lições de Las Vegas

Learning from Las Vegas é sobretudo uma obra afirmativa, que analisa o lugar do vulgar e da identidade do senso comum no universo de referência do arquiteto. Transmite uma espécie de defesa dos interesses do senso comum face à prática elitista operada pelo movimento moderno. No livro de Robert Venturi exalta-se o *strip* de Las Vegas. A linguagem é clara e irreverente. Analisando questões relativas ao significado da cultura de massas esclarece que a perseguição da forma heróica e original da arquitetura moderna poderia dar lugar ao ordinário e banal. Venturi procurava demonstrar que o simbolismo era inerente à arquitetura sendo a sua presença uma constante - a mensagem a ser transmitida é mais importante que a composição estética. Ao mesmo tempo criticava o moderno que rejeitava e anulava a decoração em perseguição de uma pureza absoluta.

“Afirmamos tambien que el contenido del simbolismo inadvertido de la actual arquitectura moderna es estúpido. Hemos estado diseñando patos muertos.” (VENTURI, SCOTT BROWN, IZENOUR, 2006, p.201)

O argumento central prende-se assim, ao princípio de que os arquitectos podem aprender mais com o estudo das paisagens populares e comerciais do que com a perseguição de ideais doutrinários, teóricos e abstractos. Os artistas pop são o exemplo a seguir.

“ Para el artista, crear lo nuevo puede significar elegir lo antiguo o lo existente. Los artistas pop supieron volver a aprender esta verdad. Nuestro reconocimiento de la arquitectura comercial a la escala de la autopista, se situa, pues, dentro de esta tradicion.” (VENTURI, SCOTT BROWN, IZENOUR, 2006, p.26)

Discute-se o simbolismo na arquitectura com apoio no estudo detalhado do corredor comercial. Este é o âmago do urbanismo americano, no qual a paisagem está lotada de outdoors publicitários que aproveitam o edificado como suporte. A vitória do símbolo sobre a forma.

“la arquitectura de este paisaje se convierte en símbolo en el espacio mas que en forma en el espacio. La arquitectura define muy pocas cosas: el gran anuncio y el pequeño edificio son las reglas de la carretera 66.” (VENTURI, SCOTT BROWN, IZENOUR, 2006, p.35)

Ao longo de toda a obra sustenta-se desta forma, a defesa de uma arquitectura pura de comunicação, na qual o anuncio ocupa lugar primordial. A publicidade antecede a forma.

“El anuncio del Motel Monticello, la silueta de una enorme cómoda Chipendale, es visible desde la carretera antes el Motel mismo. Esta arquitectura de estilos y signos es antiespacial; es más una arquitectura de la comunicacion que una arquitectura del espacio; la comunicacion domina el espacio en cuanto elemento de arquitectura y del paisaje.” (VENTURI, SCOTT BROWN, IZENOUR, 2006, p.29)

O ornamento criminoso preconizado por Adolf Loos é aqui absolvido e elevado a princípio de referencia, como elemento simbólico e significativo. Constitui neste caso um “mal” necessário,

que se enfatiza tanto na arquitectura decorada “*the decorated shed*” como no “*edifício pato*”, no qual o anúncio se torna o próprio edifício (temas que mais à frente serão desenvolvidos).

Como esperado o livro obteve diversas críticas por partes dos arquitectos modernos. Acusando a abordagem teórica de ter como objectivo reforçar a hegemonia das instituições capitalistas, e o imenso poder que estas já tinham sobre os aspectos da sociedade contemporânea, *Learning from Las Vegas* apresentou-se como uma “pedrada no charco” aquando da sua publicação, envolto em enorme controvérsia e discussão.

Contudo, a construção da cidade contemporânea tal como ela é (difusa, fragmentada, dispersa) já interpretou a seu modo a lição de Las Vegas. Desde a sua publicação em 1972 as proposições desta obra ganharam especial interesse. A realidade do espaço extensivo urbano cada vez mais toma como base a representação construída por meio de símbolos e reproduções, onde a estrada se assume como estrutura dominante.

Uma questão de ornamento

A rejeição do ornamento conduziu à criação do modernismo. O ensaio *Ornamento e Crime* de Adolf Loos foi sem dúvida alguma no início do século XX um dos principais responsáveis pela purista idealização do movimento moderno. As suas opiniões radicais depressa se tornaram a bandeira estandarte deste estilo que começava a emergir. Preconizando a repulsa de adornos, considerava criminoso todo aquele que se ornamentasse. Gerando enorme controvérsia e divergência de opiniões, os seus manifestos tornaram-se um marco desta época. O tom provocatório foi a ferramenta fundamental na sua argumentação, chegando a considerar que a evolução cultural só é possível se o ornamento for banido.

“ Eu cheguei à seguinte conclusão, que quero partilhar com o mundo: a evolução cultural é proporcional ao afastamento do ornamento em relação ao utensílio doméstico.” (LOOS, 2004,p. 224)

Adolf Loos viveu constantemente obcecado com o ornamento, escrevendo diversos ensaios que abordavam todo o tipo de temas (sapatos, pintura, chapéus, roupa interior, etc) que pudessem de alguma forma ser relacionados com a prática ornamental. Com um espírito extremamente revolucionário Loos propunha eliminar tudo que até à data se conhecia em relação a aspectos estéticos, pois identifica no ornamento um retrocesso ao processo evolutivo. Como tal, propõe a sua superação como abertura a um novo ideal.

“ nós superamos o ornamento, conseguimos vencer todos os obstáculos até atingirmos a ausência de ornamentação”. (LOOS, 2004,p. 225)

Já na parte final da sua argumentação, Loos oferece a poção da intelectualidade em detrimento do vírus ornamento.

“ A ausência de ornamentação é um sinal de força intelectual”. (LOOS, 2004,p. 234)

Consequentemente, tornou-se irresistível aceder à verosímil afirmação. Situação facilmente comprovada na sociedade actual. Perante os argumentos de modernidade e minimalismo estético da sociedade contemporânea surgem com frequência na paisagem portuguesa os sinais da adesão a este ideal. São disto prova “os caixotes minimais” que proliferam por toda a parte. Estes são no entanto, um dos maiores sinais de ornamento contemporâneo. Mais do que uma ostentação do poder económico, está em causa a ostentação duma suposta posição intelectual minimalista, depurada de adornos. Contudo, muitas vezes o seu interior não partilha desta idealização, encontrando-se recheado de objectos decorativos que “qualquer outra casa” contem. Esta prática ornamental é um “prazer culpável”, pois o prazer da posse decorativa interior não se adapta ao despojamento exterior. O invólucro é máscara e culpa; o conteúdo é prazer. Toda esta circunstância transmite a sensação de que tudo está no seu devido lugar, sendo impossível remover ou

alterar o que quer que seja. Apenas é possível adicionar, ou melhor, coleccionar.

Apesar desta análise em relação ao ornamento, este não pode ser julgado apenas através de um “caixote” ou duma perspectiva “loosiana”. Não é possível olvidar as centenas de anos ao serviço desse “mestre”. O homem sempre se definiu como um permanente ornamentador. Desde a primata pintura corporal até à actual tatuagem, ou se quisermos, da pintura na caverna ao *graffiti* na parede. Resultando quase sempre da expressão individual de cada um, o ornamento tem um carácter adicional e supérfluo. Contudo, não nos enganemos. Considerando o ornamento como não necessário, chegamos à conclusão generalizada que provavelmente nunca existiu sociedade mais ornamentada do que a nossa. O homem apetrecha-se diariamente de distintos objectos e acções dispensáveis: telemóveis, brincos, maquilhagem, carro, roupa de marca, cigarros, tatuagens, *piercings*, perfumes, *ipods*, pulseiras – o ornamento tornado necessidade.

James Trilling, com um pensamento totalmente oposto ao de Loos identifica no modernismo uma ornamentação selectiva, acusando Loos como pioneiro desta prática. Desta forma o acto decorativo dirigia-se segundo Trilling à escolha detalhada dos materiais.

“ He was, however, the first to use it on a monumental scale, in the most public of settings. By excluding traditional ornament from the facade of the Looshaus he asserted for the first time, as explicitly as it is possible to do in purely visual language, that his flamboyant marble was no longer just a building material, an adjunct to ornament: it was the ornament.” (TRILLING, 2001, p. 198)

Criticando a prática e o processo desta recusa do ornamento Trilling procura demonstrar através de distintas argumentações a onnipresença do acto ornamental desde sempre. Este escritor e historiador dos finais do séc. XX define então o ornamento como um prazer, defendendo que a sua aplicação não significa um vazio de conteúdo.

“Unconstrained by the need to function in the physical sense, ornament is intended, first and last, to give pleasure. It transforms the inessential into a theater for passion and beauty, invention and bravura.” (TRILLING, 2001, p. 6)

“Ornament does not imply the extinction of content, in the sense of recognizable subject-matter or implicit meaning, but it does imply a distinctive relation between content and form. Ornament is elaboration between in wich the visual appeal of form takes precedence over the emotional appeal of content” (TRILLING, 2001, p. 14)

É neste entendimento de *conteúdo emocional* que interessa aqui a análise desta disciplina colecionadora. Coloque-se agora de lado o conjunto de objectos individuais anteriormente citados. A questão ornamental é preponderante para a compreensão do objecto em estudo – a arquitectura de *passerelle*. Desta forma, a análise do signo que o ornamento tem e do significado que transmite, é fundamental para o “entendimento estradal” dos diversos constituintes.

A estrada é toda ela uma peça ornamental. Esta característica é consequência da transposição dos diversos códigos e signos que são colocados nas suas margens. Tudo se torna simples e directo, denotando um carácter supérfluo imediato. Paradoxalmente, neste caso é na superficialidade que está a autenticidade. Os escritos de Loos não foram impressos por aqui, e muito menos lidos. Como tal, o ornamento não é crime mas sim tábua de salvação e representatividade, associando-se à manifestação quimérica da fantasia e superação humana.

“Seen all in a roush, ornament is a wild celebration of freedom and fantasy, a deliberate flouting of whatever canons of naturalism happen to prevail.” (TRILLING, 2001, p. 21)

A estrada mercado



Fig. 31 - Venda ambulante, EN 13.

A urbanização extensiva absorve referencias da cidade tradicional reinterpretando-a.

“Vias: são os canais ao longo dos quais o observador se move, usual, ocasional ou potencialmente. Podem ser ruas, passeios, linhas de transito, canais, caminhos-de-ferro. Para muitos, estes são os elementos predominantes na sua imagem. As pessoas observam a cidade à medida que nela se deslocam e os outros elementos organizam-se e relacionam-se ao longo destas vias.”

(LYNCH, 1982, p.58)

Nesta definição de Kevin Lynch, a via funciona como elemento da imagem de cidade que ordena e orienta. A estrada incorpora esta caracterização, como se de um híbrido se tratasse, i.e, interpreta as particularidades da rua da cidade estabelecida e aplica-as num novo contexto. Sendo consequência directa da necessidade de mobilidade e de extensão da cidade estabelecida, a estrada assume-se como elemento organizador e estruturante do tecido da cidade difusa. É por natureza, a cidade do automóvel, sendo este o catalisador gerador dos distintos serviços. Por conseguinte, o urbano dispõe-se com o intuito de albergar este meio de transporte, uma vez que a sua apropriação em massa é a causa capital das várias mutações que a morfologia urbana tem vindo a sofrer.

Constituindo naturalmente o espaço de circulação do urbano, a estrada congrega uma panóplia

de conotações (passeio, espaço público, caminho, largo, estacionamento, etc) da cidade por si gerada. É o espaço das justaposições, onde tudo incide e acontece, a “praça pública” onde todos se reúnem. Não é de estranhar portanto, que a estrada esteja conotada por um sentido expositivo inerente.

Surge assim a paisagem comercial que se exhibe e mostra junto à via; gera-se a estrada mercado. Este corredor do consumo, é possivelmente a situação em território nacional, cuja relação com o *strip* da capital do espectáculo preconizado por Venturi é mais evidente . As referências a Las Vegas e à sua configuração sedutora foram apreendidas em distintos aspectos pelo nosso território. Embora com distintas funções, mantém-se o âmagô comercial envolto na sedução ao transeunte que aí passa.

“A estrada mercado é um espaço urbano comercial, quase como uma espécie de centro comercial linear, exterior e alargado” (CORTEZ, 2006, p.104)

A estrada mercado constitui uma variedade e mescla de diversas actividades (comércio, serviços, indústria, restauração), onde a lógica da atractividade impera. É o lugar onde tudo se apoia e segura em perseguição da melhor localização para servir de mostruário. A organização é feita unicamente em torno desta linha; modulos da urbanização extensiva. Este é o *modus operandi* do desenvolvimento da cidade contemporânea difusa. Entende-lo significa perceber a forma mais genuína e actual do crescimento centrífugo da cidade tal como ele é.

Característica desta operatividade, o tipo de actividade (aglomeração de um género de serviço, indústria, restauração, etc) localizada num ponto específico confere reconhecimento e notoriedade a esse local. Casos como Paços de Ferreira (capital do móvel) ou Mealhada (capital do leite), são exemplos significativos desta situação, onde o *strip* de Las Vegas é precursor, tendo os casinos como temática adjacente/inerente.

“ A concentração de um costume ou de actividades especiais numa rua pode conceder-lhe um lugar predominante na mente do observador.” (LYNCH, 1982, p.61)

É na caracterização deste contexto exposto da estrada mercado que a arquitectura espontânea de beira de estrada é aqui analisada. Arquitectura pouco considerada, que aplica em benefício próprio as novas condicionantes do território e do modo de crescimento da cidade, usufruindo do papel iconográfico intrínseco à estrada. Colocando de parte o conceptualismo fechado da arquitectura de arquitectos para arquitectos, suporta-se numa corrente convencional de pura comunicação, uma arquitectura sem arquitectos para não arquitectos.

São diversos os exemplos que podem ser encontrados em território nacional da situação exposta. É no entanto junto das localidades que esta situação ganha maior afluência, onde tudo se mistura com maior intensidade. A proximidade a ligações a auto estradas é também um factor de intensificação do edificado.

Para o caso de estudo interessa sobretudo a vertente comercial; tema sobre o qual se debruça esta análise. Dirigir-se-á assim a atenção para os seguintes casos: o edifício montra (exposição de moveis, automóveis), a casa *kitada* e o *edifício pato* (expressamente pensado para a situação de beira de estrada) definido por Venturi em *Learning from Las Vegas*.

Edifício Montra

A acção comercial desde cedo foi um catalizador de encontro no espaço público da cidade. Caracterizando-se primariamente por um movimento nómada, sente posteriormente a necessidade sedentária da fixação, promovendo desta forma um local de reunião determinado. Numa primeira fase o artigo era colocado no exterior da loja, no chão ou na fachada – comércio tradicional. Contudo, devido ao desenvolvimento sócio-económico e à imposição comercial, passa progressivamente a ocupar uma posição no interior do estabelecimento. Descrito de forma sucinta, tem assim origem o objecto aqui em análise – a montra.



Fig. 32 - Montra, Casa Oriental

“ O espaço específico que é a montra, nem interior nem exterior, nem privado, nem público, que é já a rua mantendo, no entanto, por detrás da transparência do vidro o estatuto opaco e a distancia da mercadoria, semelhante espaço específico constitui também o lugar de uma relação social específica. O «travelling» das vitrinas, a sua magia calculada que se revela sempre ao mesmo tempo como frustração, a valsa – hesitação do «shopping» surge como a dança canaca de exaltação dos bens antes da permuta. Os objectos e os produtos apresentam-se numa encenação gloriosa e numa ostentação sacralizante.” (BAUDRILLARD, 2007, p.176)

A montra distingue-se portanto como objecto sedutor sustentando um espectáculo fantasista e ilusório. Como se referiu, a tipologia advém do edifício comercial tradicional que tem como função a exposição de artigos utilizando a vitrina como elemento de visibilidade e persuasão para compra do produto exibido. O banal torna-se imprescindível e o imprescindível inalcançável. A montra convida à entrada sendo o transeunte o alvo a cativar. Os artigos expostos actualmente em montras são de uma diversidade surpreendente, adquirindo esta uma particularidade multifuncional. Desde talhos a restaurantes, passando por calçado, vestuário, mercearias, joalharias, ópticas, etc. Tudo se quer exhibir. E, se nalgum caso esta situação não se verifica de uma forma directa encontra-se presente implicitamente. A montra é frequentemente substituída por grandes

envidraçados (restauração, bares) que de igual modo incitam a entrada de quem passa. A funcionalidade montra continua deste modo a “exercer o seu direito”.

No caso em estudo, o edifício montra absorve os princípios fundamentais do edifício de comércio tradicional reinterpretando-o. As necessidades na beira da estrada são outras e a montra teve aqui que se reinventar e adaptar. Na maioria dos casos, o edifício transforma-se totalitariamente numa montra, residindo na exposição do produto em venda a função absoluta.

A velocidade é o primeiro factor a ter em conta. Contrariamente à cidade consolidada onde a montra aguarda serenamente o olhar de quem passa. Para ser uma montra de estrada é necessário inquietude, desassossego, há que dar resposta ao habitáculo móvel que passa a 80km/h. A montra é na arquitectura de estrada usada por distintos produtos, desde o artigo barato (candeeiros) ao dispendioso (móveis, automóveis), sendo este maioritário. A vitrina faz da cobiça ferramenta, colocando o artigo numa espécie de altar platónico que apela ao nosso instinto de posse convidando a entrar.

Todavia, surge frequentemente a exposição de automóveis assim como de outros produtos (louças, piscinas, alimentação) com ausência de edifício que os albergue. Esta situação estendeu-se a partir da venda ambulante praticada - metamorfose do largo da feira em berma de estrada (esta situação adquire um comportamento periódico, ou seja existe de alguma forma um entendimento dos dias em que a venda ambulante é praticada, com o objectivo de dar resposta a “clientes habituais”



Fig. 33 - Edifício montra com espaço expositivo exterior

No exemplo da fig.33 a elevação da montra em relação à estrada é o truque empregue em favor da persuasão, permitindo ao mesmo tempo a criação de um espaço com intuito expositivo onde os carros podem ser colocados. Maior visibilidade é o objectivo óbvio desta subtil inclinação do terreno. Como sinalização do produto em venda é colocado um carro numa espécie de altar, que dá notícia destacada dos objectos ali presentes.

A caracterização corrente do edificio montra de beira de estrada passa pela concessão de importância dada à fachada principal, orbitando as restantes em torno desta. Como tal, a ênfase que lhe é prestada é preponderante. Esta é normalmente composta por planos envidraçados, proporcionando uma expressividade de transparência e abertura para o exterior. Circunstância necessária à sedução que se quer transmitir, considerando a atracção de compradores. Distribuindo-se algumas vezes por pisos diversos, acentua a espectacularidade do alçado envidraçado. Demonstrem-se assim as layers constituintes do edifício, originando uma montra na qual se justapõem pisos sucessivos. Consequentemente, esta tipologia ostenta-se e destaca-se sobretudo através da forma, dimensão e construção aparatosa.

Existe no entanto neste tipo de edifícios uma dicotomia generalizada entre exterior e interior. Por mais que o edifício se “folclorize” com a grandeza e espectacularidade que o caracterizam, encontra-se constantemente em desacordo com o espaço expositivo que contém. Trata-se portanto de um revestimento, ao qual cabe enaltecer o espaço interior indigente. Resulta tudo isto numa adulterada caixa de surpresas, pois esta é sempre similar atribuindo ao espaço interior um carácter monótono. O contra-senso existente entre o “dentro” e o “fora” advém substancialmente da descaracterização daquilo que estes edifícios realmente são – vastos espaços expositivos.



Fig. 33 - Edifício montra *Santicob*

O invólucro é estabelecido como elemento marcante e sedutor, portador de mensagens persuasivas. Atendendo a isto, estes edifícios comerciais colados à estrada são conotados de uma enorme carga simbólica. Usam diversos elementos e opções para fazer ouvir a sua mensagem, concebendo uma arquitectura da comunicação. Resulta, não só daqui mas também o novo código da estrada (analisado posteriormente).

Casa “Kitada” (c.f. DOMINGUES, 2009)

Híbridos

“I’m interested in the moment when two objects collide and generate a third. The third object is where the interesting work is.” (MAU, 2005,p.20)

Já não vem de agora o interesse do homem pela colisão entre corpos. Desde a mitologia clássica que este tema se encontra presente entre nós. Desde sereias a centauros, passando por minotauros, unicórnios, etc. Hoje, estes são traduzidos em super heróis com poderes fantásticos (super homem, homem aranha, *batman*). A mitificação destas personagens faz parte de um imaginário de largo espectro que dotam o ser humano de capacidades que este não possui. No imaginário humano sempre houve espaço para o metafísico, o sobrenatural. Biologicamente o termo híbrido é imediatamente reconhecido como ser que advém da fusão genética de distintas espécies. Todavia, em arquitectura a tradução deste conceito não é literal mas é em múltiplos casos uma referencia óbvia.

A arquitectura moderna desejou a pureza, o objecto único e puro que se esgota em si próprio. Um egocentrismo exacerbado, cuja direcção para outros objectos é nulo. A função destinada a esse e só esse objecto, cada qual com seu valor irrepetível. Todavia, o ser humano é dotado de um sentido multifuncional. A subversão de funções é a proposta imediata do senso comum, onde a “necessidade faz o engenho”. É nesta perspectiva que se encaixam as casas *kitadas* de beira de estrada onde o cruzamento de distintas géneses tem lugar. A mestiçagem é formal, funcional, cuja estranheza detém o nosso olhar. É a intersecção complexa de referencias múltiplas, a fricção multidisciplinar do híbrido que tem na beira de estrada sua vertente mais caricatural e ao mesmo tempo a realidade espontânea do banal. O posicionamento é sobretudo subjectivo, não existindo barreiras nem limites à adição desmesurada pouco ou nada reflectida. A fusão como origem, o híbrido como produto. No caso em estudo, o suporte físico desta noção denota-se tanto em casas que absorvem uma função comercial, como em “*casas de sonho*” – super heróis tornados casas. (c.f. VILLANOVA, LEITE, RAPOSO, 1995)

Casas *kitadas* com função comercial

Ao longo da análise aqui apresentada a estrada é retratada através de uma enorme variedade tipológica e funcional. Como tal, esta diversidade é expressa pelos seus diversos constituintes. É comum encontrar em estradas nacionais casas unifamiliares que albergam conjuntamente a função comercial. A proximidade com a habitação torna obviamente mais fácil a gestão do negócio de cariz familiar. Com uma escala doméstica esta tipologia condensa em si diversos paradoxos. A casa encontra-se num género de corda bamba entre uso doméstico ou comercial, terminando por acolher ambos. Subversão do esquema.

Testemunho desta situação é o espaço imediatamente em frente à casa. Pode ser o estacionamento para clientes, que embora se encontre confinado tem como constante a indefinição publico/privado. Adquire algumas vezes uma função de mostruário exterior onde se exibem os produtos. Dissolve-se aqui a dicotomia espaço familiar / espaço social, ou se quisermos espaço lazer / espaço trabalho, uma vez que se dispõe como um espaço de carácter múltiplo. Coincide uma mistura de distintas referências tendo o ornamento e o ecletismo como primazia. A estética da dissonância. A própria fachada da casa manifesta a sua dúvida, que por norma apresenta grandes envidraçados ao nível do rés do chão (função comercial), e no primeiro piso as janelas de dimensão doméstica. A casa habitação pode também passar despercebida, localizando-se numa parte recuada da respectiva casa, procurando a casa comercial afirmar-se como elemento único. No exemplo apresentado vende-se “formação”. É um centro de explicações que começa pela aula do frontão. A mensagem é clara e evidente. A repetição deste elemento clássico, ao mesmo tempo que apela ao “peregrino” que aí passa, confere à casa uma notoriedade intuitiva devido à insólita repetição usada.

Fig. 34 - Casa *kitada* com função comercial



Fig. 35 - Teseion, templo dórico em Atenas



A função comercial distingue-se então pela localização no piso térreo, pela fachada totalmente envidraçada, e pelo ligeiro avançar em relação à função residencial situada no primeiro piso. Embora exista um duplo frontão, o inferior ganha maior representatividade, pois aí localiza-se a função comercial que se deve destacar. O insólito frontão superior serve de pleonasma à representação do produto em venda.

Casas : o sonho e a ascensão

Esta análise da categoria de casas envolve distintas ramificações. Pode ser como se viu anteriormente a casa – loja, mas pode também ser “simplesmente” a casa com ou sem jardim expositivo.

Por norma esta situação denota uma procura de ostentação de um qualquer *status* social (fig.36). Dito de forma bastante intuitiva, são casas para “dar nas vistas”, para noticiarem a presença pública de quem nelas habita. A estrada tal como em qualquer caso, funciona uma vez mais como um amplificador de visibilidade. Esta é a vertente de um “novo riquismo” exacerbado pela casa como montra dessa condição social. A forma não segue, mas sim persegue a função. E, a função é a notoriedade social. São casas que procuram aderir à moda que lhes interessa, que consideram actual ou que lhes foi sugerida. Exige-se sobretudo que seja uma casa “moderna”. Há dinheiro e o céu já não constitui limite.

De qualquer modo, não se deve esgotar a análise desta tipologia no afunilamento de certa forma “negativo” proposto neste último parágrafo. Coloque-se de lado a avaliação indigente baseada no juízo do gosto. Encaremos estas casas como os projectos de vida que a maioria representa.



Fig. 36 - casa de sonho

Elas são a mais genuína caracterização de interesses individuais. Pessoas que projectam no seu habitat e com toda a legitimidade, as influências e vontades de uma vida. Não aceitando a imposição de uma moda são casas que muitas vezes se executam sem arquitecto, constituindo um investimento monetário para o qual se trabalhou arduamente.

“A casa é um objecto de transferência de economias” uma vez que “ A lógica material é inseparável do significado simbólico de enraizamento e de fixação”

(VILLANOVA, LEITE, RAPOSO, 1995. P.47)

O ter é sinónimo de alcance. Estas casas são metas traçadas e alcançadas. Reside em grande parte destas casas o produto final de opções que conduziram a uma melhoria de qualidade e nível de vida. Fala-se neste caso das casas dos emigrantes, sobre as quais recai um papel central no objectivo da emigração. Situação ilustrada exemplarmente no livro *casas de sonho* , que faz uma análise reflexiva da panóplia de considerações às quais estas casas atendem, explicando o porquê de serem como são – sinceras e autênticas.

“ Emigrar para construir, para mim, era a coisa mais importante da vida, para não ficar a viver debaixo do tecto dos outros. A minha ideia foi sempre a de construir uma casa e regressar, um dia, para o meu país natal, onde estou agora, e sinto-me contente.”

(CLEMENTE in VILLANOVA, LEITE, RAPOSO, 1995, p.43)

As casas dos emigrantes deixaram uma pegada marcante no urbanismo português. Estes trouxeram os seus modelos importados que invadiram o território nacional, gerando uma enorme controvérsia e discussão, que por vezes originava uma certa negligência e discriminação para com aqueles que regressavam.

“O espaço e arquitectura do emigrante andam à procura de si mesmo. Falam-nos de miséria e grandeza de quem os produz, do drama de um povo que quer ser gente sem saber como (...). Paradoxalmente, o emigrante no seu amor pela terra-mãe, cai numa arquitectura de desenraizamento da própria terra-mãe.” (VILLANOVA, LEITE, RAPOSO, 1995, p.192)

Tornando-se num alvo de crítica fácil, a rejeição perante estas casas alcança maior notoriedade na beira de estrada, onde o factor expositivo se dilata. É aqui latente uma forte transição do rural para o urbano. Como tal, foram estas casas que induziram um desenvolvimento notório, em diversas situações que se verificavam na urbanidade precária existente. Foram motores de mudança, seguindo a manifestação plausível de que cada qual pode construir a sua casa como bem entender. Daí que os regulamentos sejam vistos como entraves à realização dos “sonhos” que estas casas propõem. Não sendo possível desenvolver a casa como se pretende, esta ramifica-se de forma distinta até alcançar o objectivo pretendido.

Todavia estes “sonhos”, não pertencem apenas a emigrantes. A população residente deposita de igual forma no seu abrigo um projecto de vida. De tal modo, assiste-se hoje em dia a uma mescla, sendo cada vez mais difícil discernir a diferença entre as casas da população local e as dos emigrantes. Na actual urbanização extensiva já não se sabe quem influenciou quem. A diluição foi lançada.

Na análise aqui exposta às casas de beira de estrada (função comercial, sonho e ascensão), a instabilidade e a diversidade é denominador comum. São casas que passam pela tradição e pela modernidade, pelo artesanal e industrial, pelo popular e erudito, mesclando os distintos modelos numa justaposição infatigável. A soma é sempre bem vinda, uma vez que o problema tem sempre solução, seja ela pior ou melhor. A mutação é a fonte inesgotável, onde as diversas transferên-

cias de códigos e signos se vão acomodando. É disto exemplo o recurso contínuo aos símbolos do jardim aristocrático, com as suas fontes, ninfas, etc. Neste caso, o espaço imediatamente em frente à casa, que faz a transição público – privado organiza diferentes usos e elementos. É um espaço representativo de um determinado nível económico (o tamanho importa) ou de uma valorização individual doméstica. Referência ao jardim barroco (fonte, arbusto, etc) que nos dirige para a imagética da casa. O imaginário funciona como certeza de origem que nos tranquiliza. A mensagem pretende ser directa, e o confronto pouco convencional e eclético com os restantes elementos da estrada é superficial e instantâneo.

“ a crise de modelos que hoje se reconhece ao urbanismo e à arquitectura contemporânea radica precisamente aí: no entendimento (dos sonhos) das pessoas – sejam eles cidadãos de cidade ou não ” (PORTAS, 1995, p.43)

Atendendo aos aspectos anteriormente analisados a casa *kitada* e a casa “ascensora” são seguramente uma das imagens marcantes do edificado em território nacional. Sejam sonhos pouco ou nada interpretados ou mesclas comerciais, estas casas caracterizam-se como a forma mais banal de construção do projecto individual de cada um. Em comparação com essas outras casas que foram pioneiras na colonização da beira de estrada (casas de cantoneiros) apenas têm em comum esse aspecto – a localização junto à linha viária. Tudo o resto mudou e a limpeza deu lugar à ostentação e à visibilidade.



Fig. 37 - casa de cantoneiros

Edifício *Pato*

(c.f. VENTURI, SCOTT BROWN, IZENOUR, 2006)

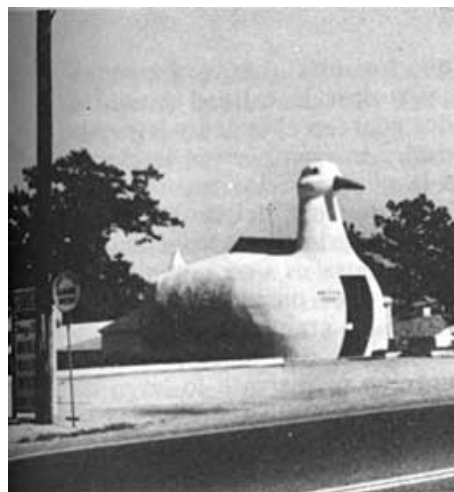


Fig. 38 - Edifício *Pato*

Neste caso é exacerbada a arquitectura *media* de estrada. Comunicação em estado puro, expressão da função mediante a associação (loja de *hamburguers* com forma de *hamburger*) perseguindo a persuasão comercial. O edifício autopublicita-se como peça de design, ou seja o edifício transforma-se no próprio artigo que pretende vender. Este é o nível máximo do simbolismo em arquitectura do qual o pato de Long Island evidenciado por Venturi é o modelo representativo por excelência. São edifícios infeccionados pelo próprio artigo que procuram vender.

A arquitectura comercial atinge aqui o seu máximo sentido simbólico. A intuitiva linguagem utilizada produz uma legibilidade directa e imediata do produto a ser consumido. A arquitectura erudita não teceu aqui qualquer opinião. Pelo contrário, o ornamento é elemento fundamental na comunicação da ideia, funcionando como signo de identificação visual.

Um outro ex-libris destes casos é o “edifício cesto” localizado em Newark (Ohio - EUA). Localizado junto à rede viária, este edificio alberga a sede da empresa *The Longaberger Basket Company*. Mais uma vez dá-se a metamorfose arquitectónica do edifício em função do produto. Estes exemplos constituem-se sobretudo como imagens que rapidamente são ingeridas por quem passa, recorrendo à sua insólita e marcante presença.



Fig. 39 - Edifício Cesto

Em território nacional podemos encontrar o *pato* na EN 13 - saída da Póvoa de Varzim. O *pato* é neste caso um barco que não “deu à costa”, mas sim “à estrada”. É um restaurante que de forma intuitiva demonstra a sua especialidade – peixe que o *Marinheiro* trouxe directamente das profundas águas salgadas para servir exclusivamente junto à *passerelle*. Torna-se então difícil resistir a este poder persuasivo exercido pelo antagonismo de um barco em terra, que ao mesmo tempo apela ao imaginário simbólico do passante.



Fig. 40 - restaurante *Marinheiro*

A arquitectura usa o simbolismo e o simbolismo usa a arquitectura, seja de maneira explícita nos modelos comerciais aqui apresentados ou implícita no modelo em geral. O anúncio neste caso é gerado a partir do próprio edifício, ou seja, o anúncio é o edifício convertendo-se no condutor de transmissão da mensagem. O edifício é o sinal. Este sinal é a iconografia de estrada em estado puro, usando e abusando do simbolismo. Arquitectura como máquina representativa e comunicante.

“ *Los edificios tambien son anuncios.*” (VENTURI, SCOTT BROWN, IZENOUR, 2006, p. 35)

Contudo, como veremos adiante o rótulo é mais perspicaz, mais rápido que o edifício transformado no seu próprio produto, pois este tem a vantagem de anteceder a forma.

O espaço “entre”

Torna-se cada vez mais difícil delinear uma definição daquilo que é o espaço público. O lugar físico de encontro (praças, ruas, cafés, etc) passou a lugar virtual e o homem encontrou novos suportes de relacionamento e debate.

A *passerelle*, tal como a cidade canónica partilha desta incerteza na regulamentação do que é considerado público. Todavia, as dúvidas aumentam pois estamos perante diferentes leis que não consideram os elementos comuns de construção de cidade (rua, jardim, praça, etc). Desta forma, emerge na rede viária uma espontaneidade eclética quanto à construção do espaço adjacente.

Todos os exemplos analisados anteriormente (casas, edificio montra, edificio pato) encontram-se relacionados com este espaço adjacente que os separa da rede viária. É aqui que se confrontam os maiores problemas da *passerelle*, que adquire nesta situação variadas disposições.

A estrada e a sua construção adjacente são sinónimo de instabilidade, constante *work in progress*, sendo o espaço entre edificado e via a manifestação dessa instabilidade. Existe assim um compromisso difícil entre a velocidade do caudal de tráfego e a acessibilidade às funções urbanas de um lado e outro, sendo o espaço sobranceiro seu efeito directo. Passar da estrada para o edificado implica passar por este espaço interstício. É o local onde se conjugam todos os problemas. É tudo e não é nada ao mesmo tempo. É de todos e não é de ninguém. Estacionamento, jardim, passeio, valeta, local de paragem. O conflito é agente constante, sendo a indefinição a sua maior definição. Esta situação advém também da fuga tipológica a qualquer espaço público. Não há referenciação, daí a difícil tarefa em dar a este espaço instável uma solução.

“Público não é o que não é privado, nem privado é aquilo que não é público.”

(c.f. DOMINGUES, 2009)

Fig. 41 - indefinição do espaço interstício



Fig. 42 - espaço interstício, estacionamento



Um dos exemplos apresentados (fig.41) mostra a indefinição característica deste tipo de espaço. Não se sabe se estamos perante a praça da capela, o passeio ou o espaço de saída/entrada na casa. Este espaço é tudo e não é nada, apelando à capacidade inventiva de cada um. Como tal, neste caso servirá momentaneamente de estacionamento, contrariamente ao restaurante da fig. 42, que dispõe de um estacionamento permanente para clientes.

Este espaço “entre” é um problema fulcral que apela cada vez mais por uma reconstrução linear, atribuindo-lhe um carácter de boulevard que permita a circulação de peões, estacionamento, acesso, etc. Caso contrario, continuará votado ao conflito, não estabelecendo qualquer ligação ou interesse quer com moradores, quer com quem passa. Todavia, e apesar dos problemas que este espaço negligenciado acarreta ele é essencial para o funcionamento da estrada.

O CÓDIGO DA *PASSERELLE*

O novo código

O código (sinais de trânsito) mudou. A nova lei é a publicidade que usa a estrada como fonte de rendimento e ostentação. Brota assim a paisagem comercial, em que a relação espacial se estabelece sobretudo com símbolos.

“el símbolo domina el espacio (...) la arquitectura no basta”

(VENTURI, SCOTT BROWN, IZENOUR, 2006, p.65)

Este novo código da estrada tem como principal aliado o hipertexto polissémico que nos remete para os mais variados lugares. Por seu lado, a sinalética (elemento essencial de orientação) estrutura o mapa mental do utente identificando ou orientando. Como tal, a localização face à estrada é palavra chave do sucesso do anúncio. O ponto de charneira entre duas rectas (curva, contracurva) é um dos locais mais apetecíveis pois o objecto/anúncio encontra-se no centro da perspectiva do enfiamento. Outros pontos fulcrais localizam-se na intersecção entre vias, o gaveto de estrada que nos remete para a situação de encontro de ruas da cidade estabelecida. Este é hoje em dia o ponto mais apetecível para o estabelecimento publicitário, sobretudo se o nó viário der acesso a uma auto-estrada.

A sinalética é assim o meio de atracção por excelência, que juntamente com a localização e a forma, constituem as ferramentas essenciais da sedução de estrada. A via assume assim uma junção de todo o tipo de sinalética, uma *playlist* em que o *shouffle* é o botão que se prime continuamente.



Fig. 43 - Diversidade sinalética



Fig. 44 - Sinalética eliminada

Obtém-se uma construção de mensagens originada através da sobreposição de múltiplos signos e significados. A interpretação é polissémica, dependendo da inter relação dos distintos elementos que compõem a estrada com o transeunte que aí passa. A nova sinalética da estrada vive assim numa pluralidade constante. A eficiência da atractividade é trabalhada sob dois suportes - variação e identidade, conjugados simultaneamente. A estrada é múltiplas vezes saturada de sinalética, seja ela constituinte do código de estrada para veículos ou do código consumista. A sobrelotação e compactação são características já inerentes desta linha atractiva.

Veja-se o exemplo da imagens apresentadas. A imagem encontra-se massificada por distintas sinalizações, desde a publicidade ao *Pingo Doce* até à indicação direccional do *Atlético Clube Bougadesense*. Fez-se o exercício de eliminar a sinalética existente. O resultado é imediato e directo. A figura é praticamente rasurada quedando apenas a representação parcial do céu e da estrada.

A *passerelle* obedece portanto às leis deste novo código, sendo que a maioria dos seus adereços visa a persuasão. Se estes forem retirados a linha viária fica desprovida de atracção. O consumo é a nova orientação.

A heterotopia

Vive-se quotidianamente no período do acontecimento simultâneo e justaposto. A *passerelle*, com tudo aquilo que alberga e compõe inverte diversas vezes os valores nos quais se baseia representando um dos paradigmas mais relevantes do social actual. É fácil encontrar casos exemplificativos desta situação, em que discerníveis aspectos sociais se defrontam e convivem lado a lado numa atmosfera justaposta.

“A heterotopia consegue sobrepor, num espaço real, vários espaços, vários sítios que por si só seriam incompatíveis” (c.f. FOUCAULT, 1967)

A beira da estrada é hoje o local preferencial de venda ambulante. Prima-se por uma relação directa produtor/consumidor, e a persuasão comercial é feita à base da sabedoria popular. Os utensílios são básicos: caneta vermelha e papel branco são suficientes.

O mercado sedentário citadino transforma-se em feira nómada de estrada. Tem aqui lugar uma peculiar/attractiva forma publicitária que *“dói doi mas este preço não dói”*, convivendo com o mundo *Dior* ali ao lado, onde a exaltação do corpo feminino funciona mais uma vez como velha arma do êxtase consumista.



Fig. 45 - Heterotopia.



Fig. 46 - Sinalética, venda ambulante

Sobrepõem-se aqui realidades completamente distintas. Por um lado o mundo capitalista, onde a técnica persuasiva mediática é altamente enfatizada e induzida através do desejo. Desejo esse de adquirir a fragrância *Dior*, para ser desejada, e quem sabe adquirir o corpo e a cor dourada resplandecente da actriz Charlize Theron. Por outro lado a publicidade rural/tradicional do vendedor ambulante, que com os diversos *slogans* feitos à mão defende a veracidade do seu produto, “ *o produto que você sonhou ao preço que nunca imaginou*”.

É neste instante efêmero (intrínseco da venda ambulante), que se cruzam estas dualidades publicitárias – heterotopia fugaz. Esta acumulação e sobreposição expressa a condição da sociedade actual. Queremos acumular, absorver tudo e ao mesmo tempo. As heterotopias surgem essencialmente de uma determinada condição do foro humano, tendo em conta aspectos físicos, mentais, sociais, etc. Michel Foucault classifica as heterotopias em distintas categorias enunciando os seus diferentes princípios.

“A heterotopia (...) espécie de utopia realizada na qual todos os outros sítios reais dessa dada cultura podem ser encontrados, e nas quais são, simultaneamente, representados, contestados e invertidos.” (c.f. FOUCAULT, 1967)

Diametralmente opostos às utopias (sítios irreais – não lugar) e inteiramente distintos de qualquer lugar comum, este tipo de espaço preconizado por Michel Foucault assenta na justaposição de distintos lugares. Esta noção é facilmente assimilável no caso em estudo. A *passerelle* é o local onde tudo se acumula, onde tudo se sobrepõe, onde se fundem os mais distintos lugares. Surge a cidade “nova”, que tendo um código genético próprio não esquece as referências que lhe deram origem. Gera-se a cidade heterotópica. Adoptam-se portanto várias facetas que no caso concreto se traduzem na cidade “outra”, que constantemente se identifica com a cidade centrípeta, montando uma distinta rede de relação social, onde lugares estranhos se sucedem uns aos outros.

Sinalética sobre o edifício

A sinalética é acima de tudo comunicação que se expressa e exhibe de distintas formas. Dependendo de distintos factores provocará diversos efeitos no consumidor. Um dos locais mais banais da localização da sinalética (neste caso consumista) é sobre o edifício; seja na sua parte frontal ou lateral. A *passerelle* é por excelência, um dos paradigmas da localização publicitária sobre o edifício, tirando partido da construção que ali se encontra presente. A sinalética procura sobretudo cativar o passante provocando neste estímulos perceptivos.

“ Cuando un estímulo es muy fuerte o intenso, estamos, en consecuencia, virtualmente forzados a percibirlo conscientemente. Lo mismo puede decirse si se trata de un estímulo repentino. Un repentino silencio, por ejemplo, atraerá nuestra atención tan fácilmente como un fuerte ruido.”

(ELLIS, McCLINTOCK, 1993, p.28)

Tendo como base o *outdoor* publicitário, a arquitectura surge aqui como refúgio, suporte imediato de exibição. O símbolo cola-se ao edifício, remetendo a arquitectura para um carácter secundário.

“El rótulo es mas importante que la arquitectura. Esto se refleja en el presupuesto del propietario. El rótulo, en primer plano, es un grosero allarde, el edificio, en segundo plano, una modesta necesidad. Lo barato aqui es la arquitectura.”

(VENTURI, SCOTT BROWN, IZENOUR, 2006, p. 35)

O rótulo é o que veste esta arquitectura; diluindo-a em favor do significado. A arquitectura é assim neutra, sendo substituída pela comunicação. Neste caso a orientação face à estrada toma lugar maioritariamente na fachada lateral , ponto fulcral de exposição. A empena é onde o anúncio adquire obviamente maior visibilidade. Venturi denomina em *Learning from Las Vegas*, este tipo de sinalética como *“tinglado decorado” - decorated shed*.

“el tinglado decorado es un refugio convencional que aplica símbolos”

(VENTURI, SCOTT BROWN, IZENOUR, 2006, p. 115)

Ou seja, estamos perante construções que são dominadas pelo *decorated shed*, orientadas única e exclusivamente para o automóvel. A arquitectura não tece aqui qualquer opinião, funcionando apenas como base publicitária.

Atente-se aos exemplos apresentados. Em ambos os edifícios encontram-se decorados com publicidade referente ao produto que procuram vender. Seja no grande edifício (onde se destaca o enorme *letring* colocado juntamente com o logotipo da empresa MOFIL), seja no pequeno “barraco” (que alberga uma estação de serviço para ligeiros e pesados – Estação de serviço Nuno e Miguel, LDA.) a comunicação intuitiva através da sinalética é o objectivo desta publicidade colada no edifício. Só isso importa, e a discussão estética daquilo que está por baixo (arquitectura) não entra aqui em jogo.



Fig. 46 - Sinalética sobre o edifício, MOFIL



Fig. 47 - Sinalética sobre o edifício,
Nuno e Miguel LDA

Sinalética de proximidade

“Si prescindimos del anuncio, nos quedamos sin lugar.”

(VENTURI, SCOTT BROWN, IZENOUR, 2006, p. 40)

Segundo Venturi, prescindir do anúncio origina ausência de lugar. A sinalética de proximidade pode estar colocada imediatamente junto ao edifício, indicando neste caso o lugar; ou afastada deste funcionando como um *front office* do edifício que indica a sua localização “*Feira Nova - 300 m à direita*”. Esta tipologia é normalmente agigantada, usando a altura em seu favor, buscando seduzir a pista de velocidade .

“ El ojo en movimiento en un cuerpo en movimiento tiene que esforzarse por captar y interpretar una gran variedad de ordenes cambiantes y yuxtapuestas.”

(VENTURI, SCOTT BROWN, IZENOUR, 2006, p. 79)

É aqui com frequência, que o espaço real nos remete para o virtual. O *outdoor* com o site da empresa, sendo o endereço convencional de número de porta substituído pelo endereço *online*. A apropriação tecnológica que se vive quotidianamente faz com que este mundo virtual, para o qual somos constantemente remetidos assumam uma importância primária na publicitação do produto em causa. Isto, porque actualmente o espaço de encontro já não é a praça, ou o largo ou até mesmo o café. Este carácter de encontro encontra-se hoje na “caixa mágica pixelizada”. *Chats, blogs, sites* são as novas praças. É aí que se pode facilmente aceder, em milésimas de segundo e de qualquer lugar. Qualquer macro ou micro empresa que pretenda publicitar o seu produto tem conhecimento desta necessidade, daí que o “www” prolifere desenfreadamente pela estrada fora.



Fig. 48 - Cartaz publicitário, HABIGREEN.



Fig. 49 - Cartaz publicitário, Maxmat.

No exemplo apresentado é publicitada a *HABIGREEN* - imobiliária do futuro. Como tal, fazendo jus ao *slogan*, não poderia deixar de marcar presença na internet, caso o consumidor queira ver os produtos confortavelmente em casa. Mas se preferir, pode já a 150m ver o que esta imobiliária tem para oferecer. O rótulo publicitário antecipa a forma.

Esta tipologia de sinalética pode também indicar edifícios que estão a 8min (referencia temporal e não espacial), ou que estão “já ao virar da esquina”, fornecendo variadas vezes as indicações específicas para chegar ao local pretendido. Neste caso, o *Maxmat*, localiza-se “*junto ao Modelo da Póvoa de Varzim*”. O painel publicitário adquire muitas vezes proporções que o conotam de com uma visibilidade avassaladora perante aquilo que o rodeia. Este facto depende, como também já foi referido da sua localização, mas não só. A forma, a cor, o *slogan* publicitário, o simbolismo, o imaginário; toda esta mescla de elementos assegurar-se-á de dar ao cartaz toda a ênfase de que este necessita.

CONSUMO

Consumo na *passerelle*

Os *media* mantêm a ilusão de um acontecimento, fazendo da opinião publicada a opinião pública. O objectivo é apontado ao consumo não só de objectos, mas também cultural.

“chegamos ao ponto em que o consumo invade toda a vida” (BAUDRILLARD, 2007, p.19)

O consumo é portanto a arte da manipulação. O âmbito atractivo consiste na exploração de frases conotadas com verdades simultâneas incontornáveis, deixando espaço aberto às múltiplas interpretações existentes. Qualquer forma de persuasão consumista baseia-se na intrínseca necessidade que determinado objecto deve transmitir ao utente.

“Todo o discurso sobre as necessidades assenta numa antropologia ingénua: a da propensão natural para a felicidade.” (BAUDRILLARD, 2007, p.47)

Existem caracteres distintos na persuasão da imagem tendo em conta a velocidade do consumidor: a imagem fugaz que passa, expressa no outdoor do autocarro publicitário, e a imagem estagnada, que é absorvida pelo olhar de quem passa. A velha máxima de que *“uma imagem vale mil palavras”* é provavelmente a primeira lei do mundo consumista. Ver uma imagem, numa fracção de segundo é intuitivamente apreensível. Há obrigatoriedade implícita de olhar primeiro para uma imagem do que ler. Tal como ao ler este texto, o leitor direcciona primeiro o olhar para a imagem. A imagem é a primeira palavra.

No caso em estudo, a imagem está parada, usando os mais diversos mecanismos para chegar ao consumidor; já que o espicaçar do consumo necessita criatividade e adaptação à situação em concreto.

“mas a alma deste mundo é – como já se disse – um êxtase materialista” (ECO, 2004, p. 224)

Tudo aquilo que se cola à estrada (excepto a casa unifamiliar) é uma ramificação *media*, tudo apela ao consumo (sendo a sinalética anteriormente referida o seu grosso) desde a pequena indicação de entrada ao grande placar publicitário.

O consumo assenta assim numa noção intuitiva de persuasão, que pressupõe a adesão a uma determinada mensagem. Contudo usa também a dissuasão, uma vez que, ao tornar credível determinada mensagem pode implicar uma alteração de juízo em relação a outra mensagem (concorrência entre *Feira Nova* e *Modelo* por exemplo). Esta situação surge também devido à procura da publicidade e do consumo pelo social, que pretende encontrar e seleccionar criteriosamente os produtos a consumir: qual o produto mais barato? Onde? Quando? Ou de outra forma, pretende dar *“resposta à pergunta funcional e dirigida que os objectos constituem”*. (BAUDRILLARD, 1991, p.97).

Surge assim a noção dos *media*/consumo como simulacro, uma vez que se torna indiscernível a distancia entre os agentes intervenientes. O emissor confunde-se com o receptor. Ou seja, começa-se a gerar uma certa confusão de quem persegue quem. São os *media* e o consumo que perseguem o utente, ou pelo contrario é o utente que necessita a cada passo de estar actualizado. Torna-se necessário saber onde determinado produto é mais barato, em que data especifica determinado filme estará em exibição, quando será determinado musical, etc. Esta dicotomia afirma-se cada vez mais como uma dúvida no nosso quotidiano. Quando pensamos que vivemos num excesso de informação, esquecemo-nos com frequência que muitas vezes somos nós que a provocamos e procuramos.

“por toda a parte, em todo e qualquer domínio, político, biológico, psicológico, mediático, onde a distinção dos dois pólos já não pode ser mantida, entra-se na simulação e, portanto na manipulação absoluta – não a passividade, mas a indistinção do activo e do passivo”

(BAUDRILLARD, 1991, p.46)

A estrada *passerelle* é assim um lugar onde as distintas publicidades se atropelam na busca do seu espaço. Gera-se a entropia, em que o excesso de comunicação lota o espaço originando uma sopa de letras, em que cada letra é um símbolo e a sopa o seu conjunto. Confusão como produto final.

Este caso é bastante intuitivo na rotunda existente no final da EN14 (sentido Castelo da Maia – Trofa), em que o acotovelar de publicidades referentes aos distintos hipermercados aí existentes é evidente. Como é perceptível, esta actividade comercial “hipermercadora”, encontra-se bastante dependente da estrada, que a viabiliza.

A *passerelle* é um canal condutor de consumo que se renova constantemente. Exigência esta determinada pela sua circunstancia persuasiva, pois de outro modo ficaria votada à obsolescência. Daí que os elementos que se colam à *passerelle* necessitem de alterações constantes (sobretudo *outdoors* publicitários) para poder atrair o passante. Caso contrário negligenciariam o poder inerente da sua localização. Acontece nestes casos aquilo que acontece com múltiplos objectos, que são permanentemente modificados para continuarem a ser consumidos.



Fig. 50 - rotunda, EN14

Na via é o objecto que incita ao consumo que (seja o próprio edifício ou a publicidade) vai sofrendo pequenos ajustes que lhe permitem manter a sua persuasão.

“ O consumo produz a produção de um modo duplo, (1) porque é um produto torna-se um verdadeiro produto só quando é consumido. Por exemplo uma peça de roupa torna-se uma verdadeira peça de roupa só no acto de ser usado, uma casa onde ninguém vive não é, de facto, uma verdadeira casa; assim o produto, ao contrário de um mero objecto natural, torna-se um produto só através do consumo. E (2) porque o consumo cria a necessidade de nova produção, isto é cria a causa ideal, intensamente impelidora para a produção, que é o seu pressuposto. O consumo cria o motivo para a produção.” (MARX, 2007,p.534)

Simbolismo

“ O simbólico não é nem um conceito, nem uma instância, nem uma categoria ou uma «estrutura», mas um acto de troca e uma relação social que põe fim ao real, que dissolve o real e, simultaneamente, a oposição entre o real e o imaginário.”

(BAUDRILLARD, 1996, p.22)

O símbolo é um elemento que faz referencia a algo. Tanto pode representar um objecto, como um conceito ou um lugar, etc. Em qualquer dos casos o símbolo caracteriza-se como um meio essencial no sistema comunicativo, uma vez que é reconhecido por um largo espectro de pessoas.

Fala-se neste caso de símbolos reconhecidos genericamente, pois outros menos abrangentes são assimilados num âmbito específico, seja este social, político, cultural, religioso, etc. O símbolo identifica-se e traduz-se portanto em objectos, artigos ou palavras facilmente identificáveis e memoráveis, pressupondo uma lógica comum, de carácter iconográfico. Contudo, o significado de um símbolo pode variar de pessoa para pessoa, atendendo à forma particular como cada qual o entende.

“ En este modelo hay una interrelacion entre el signo, el objeto a que se refiere y el interprete que da significado al signo y lo entiende de una forma particular.” (ELLIS, McCLINTOCK,1993, p.115)

“En cada caso, hasta qué punto adscribimos al signo uno o muchos significados posibles de donde lo veamos y de nuestras asociaciones pasadas con el objeto a que el signo hace referencia (...) Dependen los signos, para su interpretacion, de la situacion en que se perciben y la experiencia de quien los interpreta.” (ELLIS, McCLINTOCK,1993, p.118)

Na estrada, canal de velocidade, o jogo com os referentes simbólicos do usuário é preponderante. Daí que muitas vezes a familiaridade seja factor decisivo do sucesso. Alguns edifícios (*Feira Nova, Intermarche*, etc), pela sua representatividade em diversas cidades, tornam-se algo que nos pertence, que nos é próximo.

“ Numa área de trinta quilómetros em redor, a setas vão-nos espicaçando em direcção a estes grandes centros de triagem que são os hipermercados, em direcção a este hiperespaço da mercadoria onde se elabora, sob muitos aspectos, uma nova sociedade.” (BAUDRILLARD, 1991, p.97)

“ El uso de signos familiares, esperados, aumenta la probabilidad de que el mensaje sea fácil de descodificar de forma adecuada. (...) sabemos también que cuando un símbolo se convierte en demasiado previsible y demasiado familiar puede pasar desapercibido.” (ELLIS, McCLINTOCK,1993, p.106)

Se este serviço é encontrado num ponto distinto do país, esse símbolo é o que cativa o utente a encontrar um tipo de atendimento que já conhece, no qual pode confiar. A sinalética é assim uma das próteses mais importantes do simbolismo, que Venturi aponta como a substituta da arquitectura.

“ la señal gráfica en el espacio ha pasado a ser la arquitectua de este paisaje ”

(VENTURI, SCOTT BROWN, IZENOUR, 2006, p. 76)

No entanto o simbolismo não se limita aos sinais gráficos, ele pode ser encontrado tanto na casa de uso doméstico (jardim barroco, etc) já referido anteriormente; assim como no *edifício pato* que é seu expoente máximo. O simbolismo sempre perseguiu a arquitectura, contudo é na arquitectura de estrada que este encontrou o reafirmar do seu papel ao serviço do consumo. A arquitectura é aqui pura comunicação.

Contudo, neste campo da simbologia o homem vive um medo constante, sendo esse a perda de valores e de referenciais, ou seja do próprio símbolo. Surge assim a simulação, em que se tenta a todo custo sobrevalorizar os signos reais. Vive-se desta forma em universos estranhamente paralelos, onde a nostalgia é principal catalizadora.

“A história é o nosso referencial perdido, isto é, o nosso mito” (BAUDRILLARD, 1991, p.59)

Um notório exemplo deste uso do símbolo em proveito próprio, é o restaurante Tourigalo, no fim da EN14, já bem próximo da Trofa. A sinalética deste restaurante baseia-se na fusão e mistura de dois dos maiores símbolos do imaginário português: o galo (que empresta a cabeça), com óbvia referencia ao galo de Barcelos, e o touro (que empresta o corpo), animal de tauromaquia por excelência. Juntos em prol da persuasão gastronómica do respectivo restaurante, no qual se come carne de frango e vaca. O despoletar da imagética referencial através de um largo denominador comum é o objectivo primário.

“Por otra parte, el uso de lo inesperado e imprevisible en la comunicacion puede excitar nuestro interés en una forma que la informacion redundante no puede hacer. Nos hace reir porque es incogrúente. O nos hace pararnos a pensar en el mensaje, porque no podemos descodificar inmediatamente su significado.” (ELLIS, McCLINTOCK, 1993, p.109)

O exemplo do Tourigalo é o exemplo estandarte da afirmação de Ellis e McClintock, uma vez que a surpresa do híbrido causa o nosso interesse pela figura em questão. Ou seja o factor persuasivo é duplo, impondo-se através da simbologia e da surpresa híbrida.

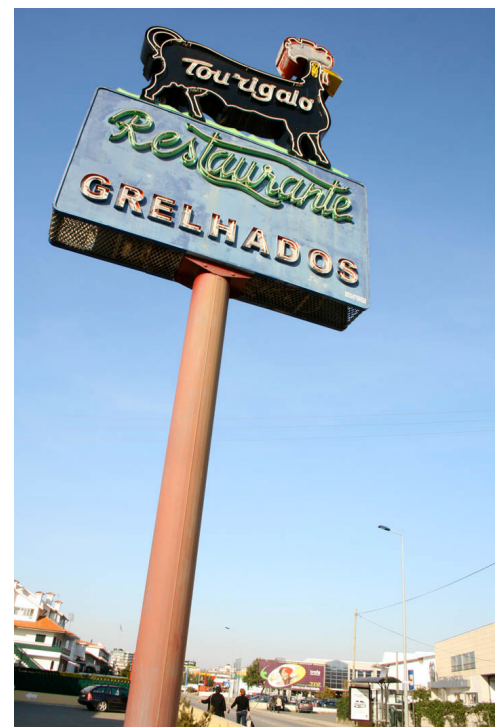


Fig. 51 - Tourigalo

Pop Art



Fig. 52 - *Pop Art*, Marilyn Monroe

A Arte *Pop* decifra a iconografia da arte popular, almejando um fácil reconhecimento dos seus símbolos a nível mundial. A preferência pelo popular representa uma posição artística oposta ao enclausuramento da arte moderna. Adoptando como tema central a interpretação da sociedade dominada pelo consumo, pela publicidade e pelo capitalismo, procura eliminar a fronteira entre arte popular e arte erudita.

Das ideologias do principal representante da *Pop*, Andy Warhol, nasce provavelmente toda uma contemplação à volta do objecto comum. Os artistas populares notaram então que a criação da obra de arte já não dependia única e exclusivamente do artista.

“se é o processo de “mercadorização” que cria a beleza dos objectos, então qualquer objecto comum pode ser desfuncionalizado como objecto de uso e refuncionalizado como objecto de arte.” (ECO, 2004, p. 164)

Esta afirmação de Umberto Eco é facilmente identificável nas latas de sopa *Campbells* ou de *Coca-Cola* de Andy Warhol, que faz igual referência à produção industrial através da repetição das serigrafias de Marilyn Monroe, Liz Taylor, Elvis Presley, etc. Este movimento representou toda uma revolução cultural e social, deixando uma inegável marca no imaginário colectivo. Foi



Fig. 53 - Pop Art, sopa Campbells

o retorno a uma arte figurativa, em oposição ao expressionismo abstracto que nesta altura controlava a cena estética dos anos 50. A pop arte caracteriza-se assim sobretudo pela aversão ao estabelecido. O vulgar substituiu o épico. O aproximar da arte à cultura popular gerou um processo criativo e artístico baseado na utilização do objecto quotidiano, desvanecendo-se a barreira entre arte erudita e arte banal.

Contudo este movimento que valoriza a cultura de massas e o objecto comum encontra as suas raízes no Dadaísmo, surgindo Marcel Duchamp como seu incontestável representante. Dirige-se aqui atenção para para a criação de um novo sentido. Elevando objectos da rotina diária ao campo das artes Marcel Duchamp cria o conceito *ready made*. A atribuição de um novo contexto a um objecto banal através da desfuncionalização do mesmo é a principal característica deste movimento.

O trabalho mais conhecido de Duchamp é o referente máximo do trocadilho artístico no qual o artista de baseia. Como tal, um simples urinol é retirado do seu contexto funcional através da sua inversão posicional, exibido-se como peça escultórica. Seguindo este fundamento conceptual os novos artistas populares expressam a sua arte na galeria da beira de estrada, dirigida ao consumo de quem passa. Partindo de um mesmo ideal, o vendedor de beira de estrada usa objectos fora de escala, contradiz elementos, procurando criar situações insólitas, uma vez que



Fig. 54 - A fonte, Marcel Duchamp



Fig. 55 - Petro Lebução, EN 103

novos contextos equivalem a novos significados. Como tal surgem nas passarellas nacionais muitas voadoras, híbridos de touros com galos, barcos, etc. Este primeiro exemplo situado na EN103 entre Chaves e Vinhais mostra como uma mota serve de elemento publicitário à *Petro Lebução* que se encontra ali ao lado. Retirada do seu contexto e colocada numa situação anómala a mota é o genuíno exemplo da *Pop Art* de estrada.

Obviamente podem aqui ser incluídos os exemplos do restaurante em forma de navio da Póvoa de Varzim (*Marinheiro*) e o painel publicitário referente ao *Tourigalo*. Em ambos os casos segue-se uma lógica *Pop Art*/Dadaísta de descontextualização, de insólito, procurando assumir-se como excepções de forma a atrair o olhar do passante.

Daí que a *passerelle* seja bastante profícua no encontro destes exemplos, que pela sua espectacularidade se tornam marcas e ícones de estrada.

ARQUITECTURA - DO BANAL AO ERUDITO

A posição da arquitectura enfrenta uma imprecisão em relação às diversas áreas que envolvem a sociedade. Isto é, existe nas outras áreas de forma legível, um determinado limite daquilo que é aceitável ou não. Há entidades legitimadoras que absorvem ou rejeitam o que é proposto. No campo arquitectónico vive-se uma inexistência deste elemento, pois o saber da arquitectura encontra-se altamente polarizado, distribuído pelos seus distintos intervenientes. Como é do conhecimento geral, existem actualmente, diversas abordagens perante a arquitectura. Mediatização de uns, institucionalização de outros, o que é certo é a inexistência de um “poder” central legitimador. Não existe um modo institucionalizado ou socialmente reconhecido de “como fazer”. A arquitectura vive então quotidianamente a falta de um paradigma que até hoje sempre existiu. Desde sempre fomos definidos por paradigmas, modelos que nos situam no tempo. Actualmente, assiste-se à rarefacção deste *modus operandi*, que tanta certeza e identidade legou a gerações anteriores. Somos o movimento, a era sem nome, sem título. Há então que estabelecer e diferenciar objectivamente as dicotomias que definem a prática arquitectónica nos dias de hoje, tendo em conta as divergências entre o presente objecto de estudo - a arquitectura banal, não erudita em confrontação à arquitectura de autor, erudita. E, fundamentalmente compreender o não diálogo, o afastamento entre ambas e o porquê.

A hipertextualidade é uma constante, enquanto arma de entendimento da conjuntura social arquitectónica. O sentido de uma permanente revolução, aliada à falta de coerência por parte dos distintos protagonistas dá origem a um acréscimo do campo labiríntico permanentemente aberto. A experimentação não regulada torna-se numa demanda individual, que a maioria das vezes busca uma mediatização própria.

Existem pontos autónomos que não se tocam entre si, mas que se relacionam e orbitam em torno de alguns objectivos comuns. De repente um desses pontos destaca-se e evolui, desenvolvendo-se em relação aos outros. A competição torna-se frenética. Actualmente, o fora do comum

torna-se rapidamente em inovação, em objecto a ser admirado. A espontaneidade encontra-se assim asfixiada pela incansável intenção inovadora. Esta situação é apoiada pelos críticos, que estabelecem a sua interpretação de um determinado trabalho como verdade única que se dilui na cultura generalizada. Entram obviamente aqui os *media* como manipuladores de opinião.

Como definir então o social e o “poder” da arquitectura?

Pierre Bordieu denomina o campo de poder como um espaço relacional entre os distintos intervenientes, que têm em comum o capital necessário para ocupar posições dominantes.

“The field of power is the space of relations between agents or between institutions having in common the possession of the capital necessary to occupy the dominant positions in different fields (notably economic or cultural).” (BORDIEU, 1966, p.215)

Existe assim uma hierarquia estabelecida entre os distintos tipos de capital, onde a produção cultural é escrutinada, legitimada ou não, controlada e submetida provisoriamente dentro do campo do poder. O campo arquitectónico encontra-se portanto submetido a uma estrutura que envolve diversos intervenientes. Como tal, é multi-polarizado em esferas ou sub-campos distintos, onde actuam instituições (Universidades, Ordem dos Arquitectos, etc), revistas da especialidade, atribuição de prémios, exposições, conferências, etc. Todas estas plataformas digamos, servem de legitimação e distinção a diversos arquitectos. De toda a diversidade existente resultam obras desde o mais banal e quotidiano até à obra icónica, de excepção. Obviamente é impossível existir uma única forma de fazer perante tão largo espectro. Com tal, o trabalho do arquitecto é observado diariamente pois a sua produção tem uma exposição social inerente, sendo analisado funcionalmente, economicamente, simbolicamente, etc. Fruto desta exposição, a arquitectura é uma disciplina cada vez mais perseguida pelos *media*, sendo transportada para os distintos campos que a envolvem (político, artístico, económico, etc).

Está então aqui em discussão a posse de poder/capital intelectual dentro do campo arquitectónico. Consequentemente, a busca pela autonomia é uma luta inesgotável, pois dela depende o estado de relação entre as forças. Assim aqueles que ocupam a posição dominante temporária, ou seja que ditam num espaço de tempo as “leis” de produção (fala-se aqui do *star system* da arquitectura

e também de instituições de ensino) são os que estão mais próximos de alcançar posição de destaque no campo. Como tal, assistimos vulgarmente a uma arquitectura erguida de arquitectos para arquitectos, pois é através dela que se poderá alcançar o grau de independência dentro do meio reconhecido. Este é o factor que determinará o *principio de hierarquização interna*.

“ the principle of internal hiararchization, that is, the degree os specific consecration, favours artists (etc.) who are known and recognized by their peers and only by them (at least in the initial phase of their enterprise) and who owe their prestige, ar least negatively, to the fact that they make no concessions to the demand of the general public” (BORDIEU, 1966, p.217)

Uma vez alcançado esse grau passa-se ao nível seguinte, o campo social, ou seja, a dimensão do número de adeptos leigos pelos quais determinada arquitectura é reconhecida.

“ the size of the audience (wich implies its social quality) undoubtedly constitutes the surest and clearest indicator occupied in the field.” (BORDIEU, 1966, p.218)

Há edifícios que estão intrinsecamente destinados a uma exposição mediática, e esses são de facto os pontos chave na acreditação de determinada arquitectura. Vejamos o exemplo do estádio olímpico de Pequim, de Herzog & De Meuron. Como é do conhecimento generalizado estes arquitectos suíços são sem dúvida dos mais conceituados a nível mundial. Contudo será que o eram para a sociedade em geral? Dentro do *principio de hierarquização interna* eles não necessitavam deste edifício. Todavia, a mediatização social pela qual foram abrangidos reforçou a sua posição no campo. Foi uma oportunidade sabiamente aproveitada, sendo que a imagem do estádio substituiu até a imagem de Mao Tse-tung (o líder do regime comunista chinês) nas notas chinesas. Se o estádio tivesse sido projectado por arquitectos *low profile*, este sofreria com certeza o mesmo tipo de atenção mediática e possibilitaria a esses arquitectos uma consequente ascensão no campo. Todavia, para almejar a realização deste tipo de edifícios mediáticos, é necessário pertencer de certa forma a esse “ciclo restrito” que lidera o *principio de hierarquização interna*.

A produção de arquitectura encontra-se (como no caso referido) cada vez mais relacionada com

o sucesso comercial que procura obter - condição de autonomia. Surgem daqui diversas abordagens gerando-se uma discussão infundável em que cada qual defende a sua prática. Em relação a este tema Bordieu afirma o seguinte:

“Perfect illustrations of the distinct of the distinction between relations of interaction and structural relations wich are constutive of a field, they may never meet each other, or may even methodically ignore each other , and yet remain profoundly determined, in their practice, by the relation of opposition wich unites them.” (BORDIEU, 1966, p.218)

No campo arquitectónico embora existam posições diametralmente opostas, elas são discutidas e defendidas. Isto porque existem códigos (plantas, cortes, alçados, etc) que permitem analisar e compreender a obra do outro. Todavia, assiste-se a um curvar lento e progressivo da arquitectura perante a afirmação acima transcrita. Esta situação, transcorre da necessidade mediática que cada qual pretende alcançar. De forma subjectiva e ambígua, recai sobre a opinião do trabalho que uns têm sobre os outros o reconhecimento de cada qual. De realçar, que os próprios *media* são geridos por arquitectos, podendo estes dar a palavra a quem bem entenderem. Consequentemente, podemos de forma sucinta definir os princípios pelos quais o reconhecimento de determinada arquitectura erudita se encontra balizado: exposição mediática, reconhecimento do meio arquitectónico e a quantidade de público angariado. Partindo destes factores gera-se a polarização (já referida) que existe dentro do campo, definida também pelos distintos métodos de abordar e solucionar problemas. Contudo, mais do que entender esta polarização, urge entender de que forma ela é extravasada. Significa isto, compreender em que circunstância a redoma de vidro foi quebrada.

Pedro Gadanh aponta para uma reaproximação do arquitecto com o social quotidiano, de modo a ingerir novas influencias, com vista à criação de práticas híbridas arquitectónicas, baseadas no que nos rodeia. Esta *arquitectura do código aberto* será segundo Gadanh uma abordagem que virá por em causa a prática arquitectónica tradicional.

“ O potencial do código aberto arquitectónico, porém, vive da própria transformação de linguagens, das referencias e dos valores através das quais a arquitectura se relaciona de novo com a cultura popular do quotidiano.” (GADANHO, 2007b, p.22)

“Talvez a natureza das práticas urbanas contemporâneas que rodeiam a arquitectura – híbridas e populares como elas são – esteja a alterar as nossas anteriores perspectivas modernistas sobre as funções e os valores que a cultura arquitectónica tem a representar na sociedade actual.”
(GADANHO, 2007b, p.22)

Nesta perspectiva denota-se sobretudo uma análise a uma prática arquitectónica emergente, que lentamente se vai fazendo notar. Prática essa que até aqui não se inseria nas abordagens registradas. Cabe então falar do banal, do não erudito como influência nesta nova atitude.

A arquitectura não erudita não se encontra dentro dos “limites” do campo da arquitectura de autor. Começando pela evidência de ser uma arquitectura de não autor, constitui-se não como um sub-campo do campo erudito (pois não se rege por qualquer principio imposto por este), mas sim como um campo radicalmente diferente porque aqui deparamo-nos com a situação de não discussão. O diálogo não é proposto e muito menos estabelecido. Existe rejeição que leva à exclusão. A rivalidade não existe, sendo esta a prova irrefutável de que estamos perante campos distintos. A arquitectura sem autor, não reconhecida pelos *media* é desvalorizada e ignorada pela arquitectura de autor, pois uma vez que pertence a outro campo não representa qualquer ameaça na procura incessante de autonomia. É uma peça de um jogo de damas no meio de um jogo de xadrez.

A *passerelle* é um palete de cores quanto à exposição de arquitectura não erudita, surgindo como “solução” de toda uma problemática. Absorvendo as diversas referencias e noções que se encontram no seu entorno assume-se como íman eclético e híbrido que tudo a si atrai, contrapondo-se à contemporaneidade tantas vezes autista e indiscernível. Incorpora de igual forma o passado, a *pop art*, o minimal, etc. A mescla é a receita. Mais é mais. A influência vem dos pontos mais divergentes devido à carência de legitimidade, paradigma, regras, leis. Este é o esquema da indefinição no qual nos encontramos inseridos.

A arquitectura sem autor, encontra-se obviamente condicionada pelo poder económico. No entanto, não se considera aqui a noção de capital cultural como acontece na arquitectura erudita. Existem sim, regras e princípios próprios da localização junto à estrada, ocupando estes a “cultura” e o saber da *passerelle*.

Após a exposição feita das bases que regem a arquitectura erudita e não erudita, há que reter a noção que actualmente se caminha silenciosamente para uma possível diluição de barreiras entre ambas. É com relativa facilidade que se encontra nas estradas uma arquitectura erudita/minimalista banalizada, que anteriormente era sinal de força intelectual. Agora das duas uma, ou o “intelectual” veio viver junto à estrada, ou a arquitectura minimalista/erudita começa realmente a banalizar-se. Da mesma forma vemos alguma arquitectura (num panorama sobretudo internacional) assumir questões de índole mais comercial, publicitária, *pop*, etc. Contudo estas abordagens circulam muito pouco nos *media* da especialidade, pois estes continuam a devorar vorazmente a arquitectura dita erudita.

A arquitectura de *passerelle* é neste contexto o exemplo directo da espontaneidade, onde a única preocupação é a exibição. Este é o princípio inerente à localização junto à estrada, caracterizando-se como o aspecto mais explorado desta prática.

NOTAS FINAIS

“ O mar do Algarve é feito de cartão como nos cenários de teatro e os ingleses não percebem”
(ANTUNES, 1980)

O presente estudo incidiu sobre a problemática do descontínuo urbano, focando-se na forma mais vulgar do seu desenvolvimento – a estrada e a sua arquitectura de passerelle. Procuraram-se entender as regras que fazem esta cidade nova e esta outra arquitectura. Arquitectura banal, que embora exista em número superior é negligenciada e pouco analisada. A maioria não faz a força, ou então os arquitectos perderam o hábito de observar e estudar o que muda, e assim tornaram esta realidade numa amnésia.

Da análise e investigação aqui exposta, há que reter sobretudo uma noção elementar. A *passerelle* e a fragmentação urbana são o mais puro reflexo do avassalador desenvolvimento da actual sociedade. Dos distintos geradores desta situação a mobilidade foi agente capital de todo o processo extensivo. Desta forma é necessário que se olhe menos para o “*mar do Algarve*”, e que se estude com especificidade o urbano fragmentado e a sua arquitectura banal. A *passerelle* regista sobretudo uma enorme diversidade de acontecimentos, onde se misturam edifícios-montra, casas *kitadas*, sinaléticas, vendas ambulantes, etc. A instabilidade e a incerteza são as características desta nova cidade, e sobretudo do espaço “entre”, terra de ninguém que vai do alcatrão à entrada do edifício. Este assume-se como o maior problema da via de tráfego. Contudo a resolução desta problemática depende de distintos intervenientes e reguladores: políticos, económicos, administrativos.

A arquitectura aqui praticada e tudo aquilo que a envolve, é um meio para atingir um fim: comerciar, anunciar, vender, comprar, ou seja “cidade” enquanto significado de lugar de troca e de comércio. Como tal, existe uma consciência generalizada daquilo que se está a fazer, onde actua o saber do senso comum, como se pode comprovar nos testemunhos relatados ao homem que

gostava da “PN 14” durante o seu filme na estrada. Desta forma a *passerelle* assume-se como um laboratório experimental das diversas práticas expositivas, onde prevalece uma criatividade informal mas não despreocupada. A comunicação intuitiva e sedutora que apela ao consumo é a linguagem assumida, cuja consequência é diversas vezes uma arquitectura manipulada para ser suporte publicitário.

No final desta análise diversas questões ficam em aberto. Dará lugar a casa *kitada* a uma casa “erudita”? Ou será uma mescla de ambas? Continuarão a ter lugar a venda ambulante e o edifício montra perante a crescente adesão ao shopping? Poderá inclusive ser abandonada a *passerelle* pelo utente devido à concorrência de outras vias e corredores de mobilidade (metro, auto-estrada, comboio)? Mas sobretudo continuará o arquitecto-artista ou o arquitecto erudito, fechado em formas conceptuais e espaciais a negligenciar esta nova realidade? Possivelmente muitas das perguntas colocadas passam por uma redefinição do papel do arquitecto como personagem mais activa e interveniente com o social, o quotidiano e o vulgar que o envolvem de forma a poder encontrar utilidades até aqui não exploradas, dando resposta às diversas indefinições. O contexto aqui é outro, exigindo-se uma nova leitura do local, onde a relação do edifício com o território é bem distinta da cidade consolidada. Longe dos critérios normativos que durante séculos caracterizaram a produção de “cidade”, na estrada a sociedade exprime-se com maior liberdade e espontaneidade, percebendo-se melhor o sentido e o conteúdo das mudanças, do estar em sociedade e do que isso explica na produção das formas arquitectónicas. Este é um lugar e um trajecto onde sempre se aprende alguma coisa. Só desta forma os ingleses começarão a olhar para o mar do Alentejo.

ANEXOS

Conversa ao volante com Álvaro Domingues e Manuel Graça Dias

Esta conversa/entrevista ao volante foi realizada no âmbito da publicação do nº 6 da revista *dédalo*, fazendo também parte da investigação realizada para o presente trabalho.

CONVERSA AO VOLANTE com Álvaro Domingues e Manuel Graça Dias

Moderadores/Condutores: Fábio Cunha e Mariana Simões

Dédalo – Centrifugação será o tema do próximo número da revista *dédalo*, que servirá como contraponto ao número anterior - centripetação. Utilizando a metáfora através deste habitáculo móvel, propomos sair do Porto em direcção à Trofa, analisando os elementos que compõem a urbanização extensiva, diametralmente oposta à cidade consolidada. Como tal, acompanham-nos nesta conversa ao volante o professor Álvaro Domingues e o professor Manuel Graça Dias.

Álvaro Domingues – Eu quero fazer um comentário. Tu falas em centrifugação não é? E depois dizes assim: “vamos fazer uma viagem do Porto à Trofa”, e o “artista” pensa assim “eles vão ver como é que o Porto centrifugou para a Trofa”. É essa a ideia que eu não concordo de todo. O Alberto Sampaio, quando estudou as formas de povoamento do Norte Portugal (o livro chama-se “As Vilas do Norte de Portugal”), ficámos a perceber que já desde a primeira estatística que se fez, que foi no séc. XIII – As Inquirições da Idade Média, que por exemplo concelhos como Barcelos já tinham 90 paróquias, que são hoje as 90 freguesias que Barcelos tem. Ou seja, a matriz do povoamento desta região é uma matriz completamente identificada. Portanto, o processo de povoamento não pode ser analisado como se isto fosse um ovo estrelado do Porto a centrifugar para a Trofa, ou para Aveiro, ou para Espinho. É um processo bastante mais complexo, porque todas estas terras já tiveram séculos de vidas, tiveram momentos de crescimento, de crise, etc. Portanto, o processo de urbanização tanto pode ser a clássica centrifugação, como pode ser a simples colonização de infra-estruturas.

Manuel Graça Dias - Posso então agora intervir? Tudo isto sendo verdade, vamos aqui perguntar ao geógrafo Álvaro Domingues, o que é que distingue o que se passava no século XIII, XIV, XV e essas paróquias todas com a actual situação? Certamente que não iríamos ver as pessoas a viver no Porto e a trabalhar na Trofa ou vice-versa. Portanto, é por analogia com esta situação que eles estão a criar este artifício. Há hoje uma realidade totalmente distinta. Apesar do povoamento disperso, hoje há uma ocupação que foi permitida pelos novos meios de comunicação, que

pressupõe uma vivência num determinado espaço e é isso que distingue a contemporaneidade.

AD – Falando em Física teórica, diminuiu imenso o atrito no território. Durante séculos existiram sociedades agrárias (antes da revolução agrícola, pós descobrimentos e pós revolução agrícola). Sociedades cuja economia fundamental era a produção agrícola de auto consumo digamos. Portanto, ainda havia aquilo que hoje já não há, que era a coincidência do rural e do agrícola. O agrícola era a actividade dominante e o rural era a cultura e o território dessa economia. Para mim o que é a Trofa? A Trofa não é um dormitório, porque a quantidade de gente que faz esse movimento é muito pouca em relação ao total de pessoas que vive na Trofa. Inclusivamente se o modelo fosse entre a periferia, a Trofa até era contra pendular como é a Maia, porque sempre atraiu mais do que as pessoas que saem. Hoje os movimentos são assim muito “brownianos”. Em Lisboa é completamente diferente porque Lisboa é uma área metropolitana que...

MGD – Sabias que Lisboa é uma área metropolitana e o Porto é...

AD – É um “mix mox”...

MGD – É um...aglomerado....qual é o nome técnico?

AD – Eu não sei, eu chamo-lhe transgénico.

MGD – Sabes sabes! Há um clássico...

AD - Conurbação.

MGD – Conurbação exactamente, é um nome muito feio aliás...

DDL – Podemos começar a falar deste compressor de espaço/tempo (VCI), no qual estamos prestes a entrar...

MGD - Estamos a entrar num compressor de espaço/tempo?

AD – Diria o Einstein que estamos a entrar num buraco negro.

MGD – Com esta luz toda? (risos)

AD – Buraco negro no verdadeiro sentido do termo, onde há uma força gravítica enorme, em que o tempo se acelera e o espaço se comprime. É isso que o automóvel faz. Nós saímos dali do espaço da faculdade, em que o tempo e o espaço eram o peão, as distancias curtas, o andar a pé... e agora estamos lançados numa outra espacialidade.

MGD – Uma espacialidade mista. Agora já não há passeios, mas até aqui estávamos numa situação de alto tráfego com passeios e moradias com os seus jardins...

AD – Eu se fosse semiótico diria que é a tal heterotopia, não é? Porque isto não é um lugar. Esta ideia de ser um lugar em movimento que depois tem várias próteses, porque pode ser o telemóvel, o computador, a rádio. Estamos a falar aqui dentro, e ao mesmo tempo toca o telefone e remetemo-nos para o universo da casa, dos amigos, etc. O automóvel é uma flutuação. Portanto, tem esta possibilidade de nos colocar em espacialidades e temporalidades diferentes, e a seu modo não tem vida própria.

MGD - Se estivéssemos aqui em hora de ponta estaríamos bloqueados e parados. Assim essa possibilidade ficaria reduzida a alguns dos seus componentes.

AD – Eu que sou um “carro dependente”. Tenho uma visão positiva disto porque normalmente o carro é o meu lugar de descanso.

DDL – Consideram então que o automóvel traz liberdade?

AD - Eu acho que sim...

MGD - É uma liberdade muito limitada. Repara, se eu agora disser: “Pára, para fumar um cigarro e fazer xixi”. Tu não podes parar aqui. Portanto, essa liberdade acaba numa série de regras que têm que possibilitar a gestão desta situação.

AD – Estás a falar de um absoluto de liberdade. Isso não existe.

MGD – Não é um absoluto. Estou a falar da liberdade que conheço na cidade.

AD – Olha eu digo-te assim; durante séculos ou milénios as pessoas ou andavam a pé, ou andavam de burro, ou andavam a cavalo. Os muitos ricos tinham cavalo e carruagem...

MGD – Em qualquer das situações podia-se parar para mijar.

AD – Com certeza, e os burros mijavam imenso. Um dos problemas da gestão de espaço público era estarem cheios de merda. Durante séculos a sociedade europeia que nós conhecemos foi uma sociedade muito ingrata. A vida urbana era fundamentalmente dos senhores porque o aparelho do poder militar ou do poder da religião dominavam, e basicamente os outros trabalhavam e eram mais ou menos escravizados. As pessoas não tinham a possibilidade (a não ser com as pernas) de vencer o atrito, e havia cavalos e carros de cavalos. Eu no meu carro tenho 80 cavalos, e desconfio que hoje em dia os carros estão melhor distribuídos que antigamente os cavalos.

MGD - É quase verdade, é quase verdade...porque no principio do século também tiveste o

transporte público, ou no final do século XIX se quiseses. Essa fase por exemplo, talvez pudesse aspirar a ser mais democrática do que este veículo individual.

AD – Eu distingo os suportes tecnológicos como é o automóvel, ou como é o tgv, ou o avião da apropriação social deles. Como nós não estamos no paraíso com Adão e Eva antes da serpente, infelizmente desigualdades sociais há-de haver sempre. A mim interessa-me saber se o automóvel é mais democrático socialmente hoje em dia, do que era o comboio no séc. XIX. E, quando leio a sociologia do operariado do séc.XIX (os grandes clientes do comboio), de facto aquilo não me traz nenhum discurso assim especialmente positivo.

DDL – Qual será então o mais vantajoso?

AD - Eu acho que o mais vantajoso é a capacidade de escolha. Eu também gosto de andar de metro, de comboio, de avião, etc. Quem me dera ter um helicóptero que era o que eu queria. O que realmente é importante é a capacidade de escolher. E tu dizias: “ Olha, vou para Lisboa”, como o Graça Dias que passa a vida do Porto para Lisboa. Basta ir de comboio, porque entre outras coisas pode-se trabalhar, pode-se ir ao bar, é confortável. Amanha digo assim: “Vou para Melgaço”, apetece-me ir de quê? De carro obviamente. Quero ouvir música, falar com os meus filhos, parar naquela estrada magnífica entre Braga e Arcos de Valdevez, quero tirar fotografias...

MGD – Claro, com certeza. Contudo, o caso em que estamos (VCI) não tem nada a ver com a tua viagem romântica para Melgaço, não é? Quer dizer, isto é uma chatice, é uma seca. A esta hora ainda é possível transitar, mas daqui a uma hora ou duas isto é um pequeno inferno. É uma vida que no discurso consumista parece uma situação que permite liberdade, mas que na maior parte dos casos não o permite. Este meio de transporte traz à cidade estas estruturas todas que só servem para ele e não servem para mais nada, ao contrario dessas ruas onde andavam apesar de tudo os cavalos dos mais ricos.

AD – O Manuel Graça Dias está a isolar uma imagem da VCI que é verdadeira. Não se pode dizer que isto é mentira porque não é. O problema é que eu no quotidiano não penso nisto. Quando usas o automóvel não pensas só no automóvel; pensas no sistema de questões a que ele pertence. O meu problema não é pensar que vou no automóvel na VCI. O meu problema é estar no Marquês a uma hora específica, porque depois vou não sei onde. No meio disto tudo há questões de senso, de dinheiro, de stress, pode haver questões de qual é o zapping onde se insere este especial

trajecto...

DDL – Estamos a ser completamente enxovalhados pelo buzinar dos carros....

MGD - Estamos a ser completamente enxovalhados por pessoas que querem andar mais depressa. Nós onde é que estamos já? Estamos na VCI ainda? Não...

DDL – Estamos na Via Norte.

MGD – Olha esta situação. Um peão que queira passar de um lado para o outro tem que subir esta porcaria desta rampa.



AD – Aquilo são regulamentos.

MGD – Aquilo é um susto. Eu não acho que o automóvel esteja democratizado. Os automóveis ainda subsistam porque mais de 50% da população faz uso dos transportes públicos (mesmo que tenha automóvel próprio). Porque no dia em que todos decidissem utilizar o automóvel próprio (mesmo que fosse desfasado meia hora) desde as 6 da manhã até às 10 da noite, isto era completamente inviável.

AD – Mas tem mecanismos de auto regulação.

MGD – Auto regulação? Então estas VCI cada vez se alargam mais.

AD – Ó Graça Dias!

MGD – Ó Domingues! (risos)

AD - Como eu não sou masoquista, se a VCI estivesse entupida todos os dias já tinha mudado de estratégia. Felizmente, como a VCI ainda não “crachou”, não colapsou, continuo.

MGD – Mas pode vir a “crachar” não é?

DDL – Podemos chegar ao ponto em que estas estruturas deixem de ser utilizadas?

MGD – Eu acho que sim. Imagina que isto leva um faixa ou duas para carros, ambulâncias, táxis e coisas assim verdadeiramente urgentes. A Maia poderia ter um eléctrico rápido, com paragens de 500 em 500 metros e isto ficaria uma estrutura urbana muito interessante.

AD - Se tu quiseses desmontar aquela passadeira a tutela não te deixa. Há um excesso de sectorialização das políticas, num tema que é o ordenamento do território. Ao mesmo tempo, há disfunções na pirâmide administrativa. O poder em Portugal é “esquiveiro” porque ou está em Lisboa ou está nos municípios. No meio não há nada. Portanto, o planeamento não é o somatório das lógicas sectoriais, nem é o somatório das lógicas municipais. O problema é esse.

DDL – Estamos prestes a fazer a transição da Via Norte para a EN 14...onde o tráfego automóvel começa a ficar mais caótico.

MGD – Eu não acho mais caótico. Acho até mais simpático porque vai mais devagar e podemos sentir estas árvores à nossa volta. Há sobretudo aqui um momento em que isto remeteu para uma possibilidade mais interessante que a auto-estrada.

AD – A auto-estrada podia ser assim não é?

MGD - Exactamente, a auto-estrada podia ser muito mais agradável.

AD – Olha ali o metro a passar por cima da auto-estrada. Isto é que é intermodalidade. Há aqui uma coisa curiosa, aqui à esquerda. Como a crise imobiliária “crachou”, esse loteamento serve como estacionamento. As pessoas deixam aqui o carro para apanhar o metro. Até os meus conterrâneos de Melgaço já sabem que podem deixar aqui o carro.



MGD - Deixam à entrada com medo da grande cidade. Agora temos uma situação bastante mais estúpida e difícil ainda. Enquanto estávamos nas auto-estrada, eu dizia-vos que me pareciam muito pobres e pouco urbanas aquelas estruturas. Agora aqui, que estamos a mudar para o modo

estrada habitável lateralmente é também muito difícil. Habitar aqui deve ser bastante insalubre não é? Do ponto de vista acústico, um “gajo” tentar dormir com esta quase auto-estrada a passar-lhe à frente, ou sair de casa para ir às compras ou para levar o filho à escola é muito expulsador da alegria de viver. Aliás, basta olhar para os tamanhos dos passeios, que mesmo que fossem grandes quem é que quer andar neles? Isto aqui parece realmente o ultimo sitio do mundo onde qualquer um de nós gostaria de viver.

DDL – Devemos então encarar a condição da estrada como um ordenador ou desordenador de território?

AD – Bom, eu que sou ao contrário, acho que é ordenador. Por uma questão muito simples...

MGD – Eu não disse que não era ordenador. Eu disse é que era difícil viver aqui.

AD – Estamos a deixar a última intensificação da rua da estrada, que é quando a rua da estrada apanha a auto-estrada. Foi o que aconteceu dali até aqui. Há uma dramatização e uma concentração.

MGD – Com muita habitação unifamiliar não é?

AD – E muitas memórias. A rua da estrada para mim é um dos objectos de análise mais interessantes por esta diversidade toda. Vai desde o edifício montra ao comércio que associa áreas de estacionamento, e vendas muito episódicas concentradas às vezes só no domingo à tarde ou só ao sábado. Combinam um modelo de habitação que vem do passado e ainda está como está; como se fosse conservada com as misturas possíveis e imaginárias. Eu costumo chamar-lhe casa “kitada”, que é uma casa que já foi casa. A partir do momento em que a estrada ganha tráfego todas as pessoas que passam são potenciais clientes do negócio. Portanto, como dizia um “É preciso fazê-los parar” e as pessoas vão aproveitando essa situação de beira da estrada para abrirem negócios. Se eu fizer um levantamento funcional ao longo de uma estrada, vou ter a mesma diversidade e a mesma riqueza funcional que tenho na cidade canónica.

MGD - Mas há aqui uma coisa interessante que eu gostava de referir. É que o modo como o Álvaro Domingues refere estas questões, é um pouco como o cientista que fica animado com o anómalo não é? Quer dizer, com certeza que poderá existir um médico que diga “Este individuo de três braços, quatro pernas e duas cabeças é um fenómeno fantástico. Tomara eu poder estudá-lo de fio a pavio”.

AD – Eu ando há 20 anos a estudar estatística para dizer assim: o município do Porto chegou no seu auge a ter 300 000 habitantes numa região que de Aveiro a Braga tem 3 000 000. Nós andamos há não sei quantos anos com a famigerada cidade e entretanto andamos a ocultar um modelo de urbanização que pelos vistos vem do séc.XIII. Eu comecei a trabalhar em Guimarães, onde de manhã tinha uma reunião com o Távora. Falava-se sobre a pré-história da política do centro histórico em Guimarães e à tarde falava-se do ordinário, da cidade ordinária. No entanto, era uma evidência estatística há 20 anos como é hoje, que dois terços do emprego da população do município de Guimarães estão fora do seu aglomerado urbano. Quer dizer, não estamos a produzir dislexias.

MGD – Acredito que sim e o discurso parece-me todo ele bem encadeado. O que eu quero dizer é o seguinte: há pouco referíamos a questão da liberdade e tu definiste-a como uma hipótese das escolhas. E eu pergunto-te porque é que este tipo de cidade é tão exclusora?

AD – Mas porque é que exclui?

MGD – Eu vou-te já dizer. Porque é que uma velha que não saiba guiar, que não tenha filhos que tenham carro e que queira comprar uns mosaicos só pode vir aqui à Trofa?

AD – Eu respondo-te de outra maneira. O preço das casas neste sítio é caríssimo, exactamente por causa do interesse da estrada. As pessoas serão masoquistas? Podem vender a casa e mudar, podem ir para a rua de santa Catarina se quiserem.

MGD – Não têm lugar à porta.

AD – Tu tens uma opinião quanto ao automóvel completamente diferente da minha. Dizes que uma pessoa que mora ali naquela casa é infeliz. Eu sei lá se é. Eu não tenho esse julgamento.

MGD – Com esse tipo de raciocínio não podemos nunca mudar o mundo, porque nunca sabemos nada sobre o que gerar. Eu sei lá se os “gajos” que vivem na China miseravelmente para os meus padrões não são felizes?

DDL – E este elemento que estamos agora a encontrar (rotunda). O que é que representa? É um simples obstáculo à velocidade ou tem outros significados? O que pretende toda esta sinalética que aqui se justapõe?

AD – Estás a falar de semiótica. Todos esses grafismos e comunicações, umas espontâneas e outras profissionais obviamente que têm lógica. Para um geógrafo, a coisa é muito simples. Há o

território e há uma sociedade que muda. À medida que a sociedade muda, vai-se territorializando de diferentes formas.

MGD – Essa rotunda onde passámos é um espaço que só serve para uma coisa, para os carros diminuírem a velocidade. A cidade é feita de situações que servem para muita coisa ao mesmo tempo. A boa arquitectura deverá ser aquela que realmente propõe soluções para um determinado aspecto da vida do homem, mas sem o saber quase acabará por criar soluções para muitos outros aspectos ainda por decodificar. Cheira mal como a merda aqui.

AD – Isto é um caso engraçadíssimo. Temos uma agricultura economicamente funcional no meio de um espaço intensamente urbanizado e estamos numa das zonas de maior concentração industrial da região Norte.

MGD – E se as pessoas gostam...se elas são felizes assim...quem sou eu? Ó pá, mas aqui cheira mal. Até marca o dia não é? Até marca a hora. (risos)

AD – Há aqui uma coisa que se está a tornar escassa que se chama emprego. Eu repito e insisto muito sobre isto. A minha questão à partida é social, não é formal, não é estética. Dentro de uma boa solução social podem caber muitas formalizações. Por exemplo, aqui vive-se com uma relativa prosperidade, não é propriamente a Califórnia, mas há emprego. Nós estamos muito perto de um dos gigantes da indústria farmacêutica portuguesa que é a Bial; é ali ao fundo. Tem lá dentro quase 300 investigadores de topo de gama. Portanto, para um geógrafo é isto: a sociedade muda, a tecnologia muda, a economia muda, etc. Aquilo a que chamamos o urbano é a expressão da territorialização da sociedade. Agora podemos fazer com que ele seja mais confortável, mais cómodo? Com certeza. O que eu acho é que há um défice de investigação muito grande sobre estas coisas porque nós somos viciados na “Eis a cidade. Esta é linda, esta é feia, eis isto, eis aquilo”.

DDL - E isto é lindo ou é feio?

MGD - Isto são as arquitecturas que se vão fazendo. São os vossos colegas que saem da escola...

AD - Isto é a bio-diversidade.

MGD - Nisso eu estou perfeitamente de acordo. Aliás, eu estou aqui a fazer o papel de advogado do diabo mas com certeza que também sou sensível a alguma desta vitalidade. Prefiro, e acho

que é preciso termos disponibilidade para analisar todas estas manifestações de vitalidade. Estou perfeitamente disponível para aceitar que a cidade como a entendemos ou conhecemos quando nascemos possa ir adquirindo novas configurações igualmente equivalentes, onde o homem encontra também algumas hipóteses de felicidade. O que eu digo, é que há realmente no meio deste mundo que a cultura automóvel promove um grande autismo que não encontrávamos noutras soluções de cidade.

DDL - E esta senhora a varrer?

AD - Isto é o amor pela estrada. Varre a estrada como quem varre a casa.

MGD - É o amor pela casa que deve estar cheia de pó! Está a varrer a sua entrada, mas isso acontece em várias partes da cidade.

AD - Este território felizmente está cheio de diversas actividades. Nós estamos num modo de urbanização do território que não tem nada a ver com aquele modelo: “Eis a cidade que é a gema do ovo estrelado, depois o branco que é o subúrbio (que é mono residencial) e depois o campo”. Aqui nunca foi assim.

DDL - Então nunca podemos entender este movimento como centrifugação?

AD - Não, para mim é floculação. Tens leite misturado com chá; se esperares umas horas ele flocula. Portanto, há aqui uma complexidade muito grande de processos de edificação, de produção de infra-estruturas, localização de actividades, e “das duas três”: ou partes do conhecimento disso para ver como é que o concertas, ou então se lhe queres ajustar modelos que foram testados noutras cidades não funciona.

MGD - Claro, mas não é disso que estamos a falar, não é?

AD - Não, mas isso é um problema muito grande hoje em dia. Muitos regulamentos dos planos são standard. Um regulamento é igual para o Algarve e para a Maia. Não faz sentido nenhum.

DDL - Esta realidade que estamos aqui a analisar não nasceu do nada. Há sempre referências e isto não foi criado por obra do acaso. Estabelecemos isto com uma certa lógica...

MGD - Ainda que grande parte da cidade seja criada acidentalmente...

DDL - E transportam-se as referências da cidade canónica para aqui?

MGD - Eu penso que não, essas referências já se perderam. As pessoas gostam minimamente da cidade histórica para ir passear em turismo. Gostam de ir visitar Barcelona e depois ficam lá a

passar a pé...

AD - Ou Óbidos por exemplo, que é o parque temático de Lisboa.

DDL - Então resume-se a um imaginário? Um bilhete de identidade para quem vem visitar o centro da cidade?

AD - É uma das funções. Veneza é isso a nível mundial.

MGD - Neste momento as antigas cidades estão transformadas em parques temáticos. Alimentam a indústria do turismo e é uma pena que a maior parte das pessoas as encarem assim também; os próprios habitantes.

AD - Tomáramos nós mais turistas no Porto!

MGD - Ai não, não digas isso; quanto mais turistas mais a cidade se aparvalha.

AD - Está bem, mas nós precisamos de “guito”.

MGD - Eu gosto imenso da ideia do turismo, mas do turismo para ao qual não é preciso fazer nada, que vem invejar a vida dos outros.

DDL - E este caso das piscinas com o qual nos deparamos agora. Existe aqui uma lógica sedutora bastante presente não é?



MGD - Isto é o consumo daqui da zona. As pessoas têm casas individuais e aspiram a um modelo. Há vários patamares de ascensão social e inventou-se este da piscina que é uma obsessão.

AD - Tens a palmeira...

MGD - A palmeira é mais antiga, vem do século dezanove.

AD - A estrada é como a cidade canónica, vai registando padrões. Portanto, para mim é como andar num *travelling*, numa curta-metragem a ver a sociedade e a maneira como esta muda.

MGD - É completamente verdade.

AD - Houve uma altura em que a onda era ter chorões. As pessoas estavam cansadas da palmeira; toda a gente tinha palmeira...

MGD - E o chorão cresce muito depressa também...

AD - E tem esta poética do chora não é?

MGD - Não sei se tem poética. Eu acho o chorão uma das árvores mais feias do universo.

AD - Tu classificas tudo pá!

MGD - Olha, eu é que classifico?

AD - O chorão é a estética neo-romântica.

MGD – Acredito, mas são muito feias.

AD - Diz isso de outra maneira, diz: “Eu não gosto”. Eu também não gosto de palmeiras, eu detesto palmeiras!

MGD - A palmeira é uma anti-árvore. Dá-te pouquíssima sombra, é um tropicalismo. Nesse sentido tem graça por ser realmente uma transformação profunda do mundo natural. Isso é muito interessante.

DDL – Esta casa que estamos a ver tem uma enorme mistura referencial, não é?

MGD - Completamente. E as lanças? Que protegem o “castelo”. As lanças que te protegem do inimigo, portanto tu tens coisas que te roubem. Nesse sentido tens a casa protegida, mas como és pobrezinho acabaste por ter uma coisa que qualquer pessoa levanta com uma perna.

AD - Eu acho é que a estética daquilo a que chamamos o *kitch* é a estética dos referenciais misturados.



MGD - E incompreendidos.

AD - Mas compreendidos por quem os põe.

MGD - Incompreendidos na sua origem, digamos assim. Não é que as coisas não possam ser transformadas e retomadas...

[Apito dum camião]

MGD - Estás a ver como nós não podemos ser livres no automóvel?

AD - Não, mas não somos livres em lado nenhum.

DDL - Falemos agora um pouco das montras exteriores onde se expõem os produtos, procurando atrair e chamar atenção do passante.

MGD - É nitidamente uma montra feita para automóvel, para passarmos em velocidade. Aproveita-se a extensão da fábrica ou do armazém. Todo o terreno vazio que é bastante extenso vai sendo preenchido com parte da fazenda, tal e qual como na cidade a pequena montra de 2,5m é preenchida.

AD - As mercearias antigas, em que a mercadoria transbordava para o passeio...

MGD - Exactamente, para quem andava a pé poder ler e lembrar-se que precisa daquilo. A única diferença entre este modelo (e nisso talvez resida parte do seu encanto) e o modelo americano é que o modelo americano é mais pré-determinado e pressupõe entradas para o automóvel com parques de estacionamento à frente. Aqui, felizmente ainda estamos numa grande mistura e por isso conseguimos agora estar a passar por um momento lindo.

AD - Isto se fosse nos Estados Unidos estava museificado.



MGD - O que acaba por ser interessante nesta solução é o ser completamente casuística. O facto de ainda gerar muitos conflitos torna-a animada e interessante porque realmente se isto tivesse sido americanizado à séria o conflito era muito menor. Os carros deslizavam, entravam, saíam, compravam, etc. Aqui podemos ter um “gajo” a chamar-nos de nomes da camioneta, porque realmente só cabe um carro de cada vez e quem quiser parar não pode. No modelo americanizado a street foi adaptada a este tipo de comércio automóvel, pois pressupõe um espaço para estacionamento.

AD - Tem escalas e modos de apropriação muito distintos. Eu chamo-lhe a membrana, aquilo que faz as várias situações de transição do que é puramente público e puramente privado. A membrana aqui mistura tudo. Há coisas que são claramente a face pública da esfera privada. Têm um uso intensamente colectivo, quer em termos de produção de signo, quer em termos de funcionalidade e apropriação, e que é um tema que na estrada devia ser valorizado em desenho. Sempre que eu tenho uma folga entre o corredor do asfalto e a construção confinante, o que é que eu posso fazer disso que não seja apenas o passeio? O passeio é o grau zero do conforto. Tem uma geometria móvel, ora apertada ora alarga, ora tem muro ora não tem, ora tem espaço de estacionamento ora de exposição. Como é que posso pegar nisso como um objecto projectual para diminuir o conflito? Gerir quem pára, quem encosta, quem vem em velocidade mais lenta e quem vem mais rápido, que é um dos grandes problemas de resolução deste tipo de padrão da rua da estrada.

MGD - Tudo isto é muito irritante porque tem a funcionalidade muito à flor da pele. Nunca há a agradabilidade do espaço, nunca é tida em conta...

AD - Nós também estamos muito condicionados por estamos dentro dum carro a fazer este trajecto assim...

MGD - Bem... imagina-te a pé que seca!

AD - Podíamos dizer assim: “vamos parar aqui e gravar esta conversa para ver quais são as vivências que se produzem”. Provavelmente são muito mais ricas do que nós pensamos. Nós também emitimos opinião a passar.

MGD - *En passant...*

AD - Portanto, temos mais tendência a valorizar a lógica do *en passant* do que a do outro tipo.

MGD - A do *en vivant*!

AD - Mas também queremos traduzir aquilo que estes carros que passam por nós têm noção. Estamos um pouco a estudar o que é que eles assimilam disto tudo. Embora não o sintam de uma forma tão directa, porque não vão aqui a pensar, vão a pensar noutra coisa qualquer e não na publicidade que aparece à frente...

MGD - Estamos fora do Porto, mas realmente percebe-se aqui que isto é profundamente misturado em termos de habitação com uma enorme densidade comercial, fabril. Com certeza que a vivência aqui não é como nós podemos fantasiar noutros sítios aparentemente mais confortáveis, mas há uma vivência.

AD - Mas este padrão é muito comum, aqui entre Aveiro e Braga ou quase Viana do Castelo. Isto é o mais vulgar que há como forma de territorialização da sociedade.

MGD - Mas isso não é um exclusivo aqui da região Norte. Estou-me a lembrar da zona de Azeitão. Há situações destas perto de Lisboa e a N125 no Algarve é muito isto; com uma intensidade às vezes muito interessante. Eu acho é que o ponto fulcral, e aí a nossa divergência, é o meio de transporte através deste sistema. Eu posso ter um grande trauma com o barulho; mas acho que realmente esta violência da estrada tira à partida qualquer hipótese de tornarmos uma vivência aqui mais amena e agradável.

DDL - Então a solução aí seria investir nos transportes públicos, numa rede viável?

MGD - Pois, mas tudo isso é romantismo porque cada caso é um caso. A dominância é o transporte privado.

AD - Porque a apropriação desta estrada não tem a lógica do transporte colectivo.

MGD - Mesmo que a dominância não seja o transporte privado, ele é de tal maneira intenso que acaba por dominar visual e acusticamente estes ambientes.

DDL - Estamos já próximos da Trofa. Sente-se uma maior densidade da construção e de todos estes expositores de carros. Aquela rotunda ali à frente é bastante colonizada, quer através de publicidade, quer através dos edifícios que se aproveitam dela. Já estamos a ver daqui a publicidade ao Pingo Doce.

MGD - Isso faz parte desta lógica. Nós não podemos também deixar de perceber uma coisa. O grande Pingo Doce é equivalente à joalharia ou à mercearia na escala do peão. O que temos aqui é um momento muito massificado ou muito universalizado/mundializado. Estas coisas depois

repetem-se em todos os sítios e as marcas multinacionais como a Honda e as nacionais como os Pingos Doces aparecem em todo o lado.

AD - Temos ali ao Tourigalo por exemplo que só existe aqui.

MGD - E daí o facto daquela peça ser muito mais específica e mais interessante para a memória de quem por aqui passa...

AD - Se o Andy Warhol tivesse visto o tourigalo tinha-se encantado.



MGD - Pois, isto é um nome incrível.

AD - Um nome mítico. A imaginação simples é quando tu imaginas coisas com base no referencial que tens não é? As imaginações compostas são assim: eu posso pensar num touro e pensar num galo, e a imaginação dá um tourigalo. Portanto, nós vivemos neste mundo da imaginação composta, que se torna um signo. Quase que remete para as religiões clássicas dos centauros e das hidras, e ao mesmo tempo é nos familiar.

MGD - Pois porque a crista do galo é a crista do Galo de Barcelos.

AD - Exactamente. Eu noutra dia disse a um espanhol que esta era a solução do iberismo. É o touro da Osborne com o Galo de Barcelos.

DDL – Estamos agora a encontrar aquilo que se pode chamar a “Casa da Câmara”...

MGD – “Casa da Câmara?!”

AD – Estamos perante uma casa da Trofa, aquela arquitectura muito engraçada que não está estudada. Nos anos 80 quando houve o boom de têxtil aqui na Trofa.

MGD - Foram aí uns desenhadores que fizeram muito dinheiro...



AD - Sempre que existem processos de mobilidade social ascendente muito rápidos, as pessoas através do carro, da casa, da roupa, dos seus hábitos e círculos de amigos dão sinais do seu estatuto social. A forma mais vulgar é a casa e o carro porque são muito visíveis. Na Trofa apareceu um gabinete que ainda existe que inventou o pós-moderno antes de ter o nome. Esta agora está caiadinho de branco mas elas não eram assim, eram muito mais exóticas.

MGD - Exuberantes.

AD - Muito exuberantes. Então agora conto a minha história. Andava eu a fotografar coisas da estrada e estava ali naquele café. Às tantas não sei como, olho e... ui! a Câmara da Trofa! Ainda não me tinha dado conta que a Trofa já era município e que tinha feito um concurso para o espaço do concelho. Não tinha corrido bem e então...

MGD - Tinha uma moradia!

AD - Alugou uma moradia que é uma típica casa da Trofa. Eu saí ali do café para fotografar e quando entrei de novo no café o homem estava zangadíssimo comigo e saiu-se com esta: “Está a fazer pouco de nós? É jornalista? Pois toda a gente já percebeu que é uma Câmara e que está numa casa, que não é suposto estar...”. E digo eu assim: “Não. Ouça lá, então a Trofa não é filha da estrada,? A Trofa não existe porque é o cruzamento da estrada Porto-Braga com a outra estrada poente-nascente que faz Esposende-Guimarães e depois veio o comboio e reforçou esta cruz? Portanto não há Trofa sem perceber a lógica da passagem do cruzamento, não é? Ora bem, se a Trofa agora é Município, o Município da Trofa está à beira da estrada como lhe compete” . E diz ele assim: “Tem razão”. Pronto e já não gritámos mais.

MGD - Viu que eras um estudioso do tema. Deixa-me fotografar já agora...



AD - Olha, não temos recreio?

DDL - Estamos quase a chegar ao fim...

AD - Ah, pensei que íamos tomar café...

DDL - E vamos!

AD - Olha lá está a casa da Trofa. O modelo mais conhecido e fotografado é este. A célebre casa do esquadro.

DDL - Mas isto tem o seu sentido. Ou não?!

AD - Isso é para arquitectos, eu não me meto nesse assunto.

MGD - Tem qual sentido?

DDL - Estamos a falar da casa do emigrante, da ascensão social...

MGD - Sim, o problema que se passa aqui é que nós também às vezes romantizamos as coisas e queremos que isto seja o equivalente popular de muita outra arquitectura vernácula. Ele é, só que o mediador aqui é um técnico, um desenhador; e o desenhador também não é nenhum ser virgem de influências e inculto. Ele tem uma cultura, só que é uma cultura a maioria das vezes realmente disparatada e descentrada. Está mais perto destas populações e interpretou o seu gosto.

AD - Mas tem referências eruditas? Digo eu, deve ter...

MGD - Tem, mas são referências mal treslidas de arquitecturas modernas que não se percebia bem por que é que eram assim, de certos jogos e abstracções. Os telhados desencontrados, os grandes balanços das coberturas, tudo isso nasceu durante o século XX.

AD - Mas por exemplo o caso das correntes a substituir os tubos das caleiras?

MGD - Exactamente, é uma coisa que veio da arquitectura japonesa que a certa altura nos anos sessenta mesmo os arquitectos mais cultos faziam isso. Essa parte era fácil de copiar e o resto da

casa não necessariamente.

AD - Curiosamente era mais comum (aqui há uns anos agora não sei) este tipo de arquitectura ter o nome de marca da casa do esquadro, por causa do dito esquadro, daquela forma que vem até ao chão, do que arquitectura da Trofa.

MGD - O que eu acho mais interessante, e isso é que talvez seja de relevar é que apesar de tudo, isto representa um período mais fresco com alguma pulsão mais intensa do que o momento que estamos a viver. Agora as pessoas estão demasiado educadas e condicionadas por uma série de clichés de integração e de respeito pelo património, que os leva a fazer coisas como aquela que vimos há pouco daquela casa de pedra com colunas clássicas, que são tão disparatas como esta. São tão tergiversadas em termos culturais como estas, mas ao menos estas têm uma certa inventiva e as outras na maior parte dos casos não. As outras ao serem integracionistas ou patrimonialistas são mais estúpidas.

AD - Eu vejo sempre o patrimonialismo como um resultado da pulsão identitária.

MGD - Mas não é. Neste momento é muito mais resultado duma pulsão de lugares comuns, de pensamento único e mainstream.

AD - O que eu ia dizer é que está ali um gesto patrimonialista muito poético. Fizeram ali uma rotunda e para a decorar o que é que foram buscar? A tralha ferroviária, o signo da tralha ferroviária.

MGD - Que é a cultura da máquina de costura não é? Transformar a máquina de costura em mesa de recepções.

AD - Já vamos ver ali... aquilo podia ser uma vitrina dum museu, da patrimonialização da memória do caminho de ferro. É tão engraçada aquela rotunda!

MGD - Queres desligar esta máquina terrível? Que já deve estar a ferver...

DDL - Sim...vamos então lanchar?



BIBLIOGRAFIA

ANTUNES, António (1980) “ O Conhecimento do inferno” Editorial Vega, Lisboa.

BAUDRILLARD, Jean. (2007), “A sociedade de consumo”, Edições 70, Lisboa (1ª Ed. De Noel, 1970)

BAUDRILLARD, Jean. (1996), “A troca simbólica e a morte”, Edições 70, Lisboa (1ª Ed. Gallimard, 1976)

BAUDRILLARD, Jean.(1991), “Simulacros e simulação”, Edições Relógio de Água, Lisboa (1ª Ed. Galilée, 1981)

BISPO, Cristina. (2008) “A territorialização do urbano e a sua representação”. Prova Final para Licenciatura em Arquitectura apresentada à Faculdade de Arquitectura da Universidade do Porto

BOURDIEU, Pierre (1966), “The Rules of Art: Genesis and Structure of the Literary Field”, Stanford University Press.

CHOAY, Francois. (1965) “L’Urbanisme, utopies et réalités”, Editions du seuil, Paris.

CORTEZ, Vasco. (2006) “Estrada mercado e edifícios montra no concelho de Paços de Ferreira”. Prova Final para licenciatura em arquitectura apresentada à Faculdade de Arquitectura da Universidade do Porto.

COSTA, Ana. (2006) “Novas estratégias urbanas para um novo concelho, o caso do núcleo urbano da Trofa”. Prova final para licenciatura em Arquitectura apresentada à Faculdade de Arquitectura da Universidade do Porto

DOMINGUES, Álvaro. (2007) “O urbano enquanto território de relação”. Revista *dédalo* (# 4.3). AEFAUP, Porto. AEFAUP (pp. 5-11)

DOMINGUES, Álvaro. (2008a) “Imagens faladas”. Revista *dédalo* (# 4.1). AEFAUP, Porto, (pp. 13-15).

DOMINGUES, Álvaro. (2008b) “A urbanização extensiva”, policopiado.

DOMINGUES, Álvaro. (2009) “A rua da estrada”, Ed. Dafne. (no prelo).

DOMINGUES, Álvaro, (coord), (2006), “Cidade & Democracia, 30 anos de transformação urbana em Portugal”, Ed. Argumentum, Lisboa.

ECO, Umberto. (2004), “História da Beleza” , Difel 82- Difusão editorial, S.A, Algés (1ª Ed. RCS Libris S.p.A, 2004)

ELLIS, Richard. McCLINTOCK, Ann (1993) “Teoria e práctica de la comunicacion humana” Ediciones Paidós Ibérica, S.A, Barcelona.

FOUCAULT, Michel (1967) “De outros espaços” . Conferência no Cercle d’Études Architecturales. (http://www.virose.pt/vector/periferia/foucault_pt2.html)

GADANHO, Pedro. (2006), “Para que serve a arquitectura?”, Ópusculo 2, Dafne Editora, Porto, (pp. 3-10)

GADANHO, Pedro. (2007a) “Arquitectura e Mediatização Generalista 1990 -2005, uma critica cultural do campo arquitectónico”. Tese de dissertação de doutoramento em arquitectura apresentada à Faculdade de Arquitectura da Universidade do Porto.

GADANHO, Pedro. (2007b) “A arquitectura do código aberto”, revista *arq/a* (#43), Lisboa (pp. 22-27)

GRAHAM, Gordon, (2001) *Filosofia das Artes – “Introdução à estética”*, Edições 70, Lisboa (1ª Ed. Routledge 1997).

INNERARITY, Daniel (2008) *Encuentro Ibérico de Directores de Planes Estratégicos Urbanos y Territoriales*, Zaragoza; “Las ciudades en un mundo globalizado: hacia una nueva forma de ciudadanía.” (<http://www.ebropolis.es/File/Encuentros/2008/conferenciainnerarity.pdf>)

LEACH, Neil. (2005), *A anestética da arquitectura*, Edições Antígona. Lisboa (1ª Ed. The MIT Press 1999)

LOOS, Adolf. (2004), “Ornamento e crime”, Edições Cotovia, Lda, Lisboa (1ª Ed. Innsbruck, 1931)

LYNCH, Kevin. (1982), “A imagem da cidade”, Edições 70, Lisboa (1ª Ed. The MIT Press 1960)

MARX, Karl (2007) “Grunchisse dês kritik der Politishen Okonomie” in **GADANHO**, Pedro. “Arquitectura e Mediatização Generalista 1990 -2005, uma critica cultural do campo arquitectónico”. Tese de dissertação de doutoramento em arquitectura apresentada à Faculdade de Arquitectura da Universidade do Porto.

MAU, Bruce in **MONTEIRO**, Pedro. (2005), “Quando os objectos colidem” , *Revista Jornal dos Arquitectos*, nº 220/221 – Híbrido. Caleidoscópio – Edição e Artes Gráficas, Casal de Cambra, (pp. 20 – 23)

MUNARI, Bruno. (1968) “Design e comunicação visual” , Edições 70, Lisboa.

MONTEIRO, Pedro. (2005), “Quando os objectos colidem” , Revista Jornal dos Arquitectos, nº 220/221 – Híbrido. Caleidoscópio – Edição e Artes Gráficas, Casal de Cambra, (pp. 20 – 23)

PINTO, Teresa (1998) “Modelos de habitat, modos de habitar: o caso da construção clandestina do habitat”, Revista Sociedade e Território, nº 25/26 – Mudança social e formas de habitar, Edições Afrontamento, Porto, (pp. 32-44)

PORTAS, Nuno. **DOMINGUES**, Álvaro. **CABRAL**, João. (2003) “Políticas Urbanas: tendências, estratégias e oportunidades”, Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa

PORTAS, Nuno, (2002). “Depoimento de Nuno Portas – Entrevista de António Fonseca Ferreira”. Revista Sociedade e Território nº 33 – Urbanismo & ordenamento do território, Edições Afrontamento. Porto (pp. 8-22).

PORTAS, Nuno in **VILLANOVA**, Roselyne. **LEITE**, Carolina. **RAPOSO**, Isabel. (1995) “Casas de sonhos”, Edições Salamandra lda, Lisboa. (1ª Ed. Créaphis, 1994)

SILVA, Ana. (2005), “Estrada nacional EN1: rua da cidade alargada: estratégia para uma intervenção orientada e programada”. Mestrado em Planeamento e projecto do ambiente urbano apresentado à Faculdade de Arquitectura da Universidade do Porto.

SOARES, Luís, (2002), “A realidade incontornável da dispersão”, Revista Sociedade e Território, nº 33 – Urbanismo & ordenamento do território, Edições Afrontamento, Porto, (pp. 123-129)

TRILLING, James (2001), “The language of Ornament”, Thames & Hudson Ltd, London.

VENTURI, Robert. **SCOTT BROWN**, Denise. **IZENOUR**, Steven. (2006) “Aprendiendo de Las Vegas”, Editorial Gustavo Gili, SL, Barcelona (1ª Ed. The MIT Press, 1972)

VILLANOVA, Roselyne. **LEITE**, Carolina. **RAPOSO**, Isabel. (1995) “Casas de sonhos”, Edições Salamandra lda, Lisboa. (1ª Ed. Créaphis, 1994)

WARHOL, Andy. (1975) “The Philosophy of Andy Warhol (From A to B and Back Again)”, A Harvest Book Harcourt Brace & Company, New York.

IMAGENS

Fig.1- Autor

Fig.2 - Autor

Fig.3 - Autor

Fig.4 - Autor

Fig.5 - Autor

Fig.6 - Autor

Fig.7 - Autor

Fig.8- Autor

Fig.9- Autor

Fig.10- Autor

Fig.11- Autor

Fig.12- Autor

Fig.13- Autor

Fig.14- Autor

Fig.16- Autor

Fig.17- Autor

Fig.18- Autor

Fig.19- Autor

Fig.20- Autor

Fig.21- Nuno Lopes

Fig.22- CEAU-FAUP, documento policopiado. Plano Regional de Ordenamento do Território da Região do Norte, (doc. interno).

Fig.23- CEAU-FAUP, documento policopiado. Plano Regional de Ordenamento do Território da Região do Norte, (doc. interno).

Fig.24- CEAU-FAUP, documento policopiado. Plano Regional de Ordenamento do Território da Região do Norte, (doc. interno).

Fig.25- Álvaro Domingues

Fig.26- Filipe Jorge, “Portugal Visto de Céu”, Ed. Argumentum, Lisboa, 2007.

Fig.27- Filipe Jorge, “Portugal Visto de Céu”, Ed. Argumentum, Lisboa, 2007.

Fig.28- CORTEZ, Vasco. (2006) “Estrada mercado e edifícios montra no concelho de Paços de Ferreira”. Prova Final para licenciatura em arquitectura apresentada à Faculdade de Arquitectura da Universidade do Porto.

Fig.29- SILVA, Ana. (2005), “Estrada nacional EN1: rua da cidade alargada: estratégia para uma intervenção orientada e programada”. Mestrado em Planeamento e projecto do ambiente urbano apresentado à Faculdade de Arquitectura da Universidade do Porto.

Fig.30- <http://www.ebooknetworking.com/.../big026272006X.jpg>

Fig.31- Álvaro Domingues

Fig.32- Autor

Fig.33- Autor

Fig.34- Autor

Fig.35- <http://www.historiadaarte.com.br/imagens/TESEION.JPG>

Fig.36- Autor

Fig.37- Autor

Fig.38- artecapital.net/uploads/arq_design/12-ok.jpg

Fig.39- <http://hekate-hkt.blogspot.com/2008/06/arquitectura-esdrxula-7.html>

Fig.40- Autor

Fig.41- Autor

Fig.42- Autor

Fig.43- Autor

Fig.44- Autor

Fig.45- Autor

Fig.46- Autor

Fig.47- Autor

Fig.48- Autor

Fig.49- Autor

Fig.50- Autor

Fig.51- Autor

Fig.52- <http://www2.kenyon.edu/Depts/IPHS/Projects/pop.up/art.htm>

Fig.53-http://visualarts.qld.gov.au/media/andy_warhol/details.asp?ID=62

Fig.54- http://didotdesign.com.br/didot_blog/?p=35

Fig.55-Autor

