

CITYSCAPES – SÍMBOLOS, DINÂMICAS E APROPRIAÇÕES DA PAISAGEM CULTURAL URBANA

JOÃO LUÍS J. FERNANDES
Centro de Estudos de Geografia e
Ordenamento do Território (CEGOT)
Universidade de Coimbra¹

RESUMO

As paisagens urbanas têm origem numa sucessão de inscrições materiais e imateriais que, ao longo do tempo, foram modelando o espaço geográfico. A dinâmica destas *cityscapes* respondeu a necessidades funcionais mas resulta também da representação espacial de valores e concepções culturais. Assim se agregam elementos locais e extra-locais e se conjugam dimensões multivariadas, que vão do visual ao sonoro, das quais resultam uma rede global de cidades e paisagens urbanas muito diversificadas. O presente texto, ao ritmo de um *road movie*, focará os principais elementos que, nessa multidimensionalidade, marcam as paisagens culturais de cidades portuguesas e não portuguesas: territórios de *cityscapes* funcionais mas também espaços ideológicos de memória e celebração, com frequência objecto de conflitos e tensões políticas.

ABSTRACT

Urban territories are places in which people have made material and immaterial inscriptions that shaped these landscapes. Urban areas have been changed through time and produced by particular economic needs, values and cultural beliefs. Indeed, cultural landscape concepts and components depend on a wide group of local and non-local features and layers in reality aggregated in a very diversified and changing collection of worldwide urban landscapes. As a *road movie*, this text will travel and explore the main characteristics and dynamic processes that produced and changed cultural urban landscapes in Portuguese and non Portuguese cities: a functional space but also a remembrance and an

¹ Professor do Departamento de Geografia da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra e colaborador do Departamento de Arquitectura do Centro Regional das Beiras da Universidade Católica.

ideological territory, frequently used as an arena for political struggles.

Em grande parte do mundo, as dinâmicas territoriais dominantes têm levado a uma crescente urbanização das populações. Os espaços urbanos concentram as mais fortes densidades demográficas e polarizam os poderes económico, político e simbólico. Em diferentes escalas geográficas, estas aglomerações espaciais, organizadas em redes hierarquizadas, estruturam o espaço político e socioeconómico planetário, organizado a partir do Arquipélago Metropolitano Mundial, expressão de Olivier Dollfus (1998) que se refere ao sistema integrado de cidades com mais forte poder de afirmação, como Londres, Tóquio ou Nova Iorque.

As cidades têm sido nucleares na organização e estruturação de territórios político-administrativos, dos históricos espaços imperiais aos mais recentes Estados-Nação. Por tudo isso, pela sua atractividade e centralidade gravitacional, pelo encontro de diversidade que promovem, mas também pela sua fragmentação interna, as paisagens urbanas são uma complexa realidade cénica, funcional e simbólica marcada por uma multivariada (re) produção do espaço e de diferentes lógicas de poder.

Esta complexidade nega qualquer unidimensionalidade, linearidade e inércia a paisagens urbanas que não se reduzem ao visível e ao mensurável. A cidade é construída ao longo do tempo num processo que, longe de uma estratigrafia perfeita, vai deixando novas inscrições que coexistem ou se sobrepõem a elementos do passado, como os templos cristãos construídos sobre mesquitas em cidades da Península Ibérica, como Lisboa, Elvas ou Sevilha. Esta conjugação de cronologias espaciais constitui um dos mais importantes desafios para o ordenamento do território e para o planeamento urbano, aos quais se impõem opções, muitas das vezes com forte conotação ideológica, entre a coabitação, a preservação e o predomínio de certas inscrições relativamente a outras. Como refere Hugo Capella (2002) a propósito das paisagens urbanas do Quebeque, a selecção dos valores históricos a preservar não está imune a objectivos políticos: neste caso, a sobrevalorização da memória francófona é um instrumento que reforça as pretensões independentistas da região.

As transformações das paisagens urbanas podem ocorrer a ritmos muito variáveis. Ora mais lentas e quase imperceptíveis à escala do ciclo de vida do cidadão, em casos nos quais estas paisagens se vão

adaptando aos novos contextos tecnológicos, políticos e socioculturais, ora mais rápidas e abruptas. Estas mudanças mais bruscas, muitas vezes com o recurso à técnica da implosão, acontecem em diferentes circunstâncias e podem deixar marcas absolutas numa cidade, sobretudo quando o processo resulta de decisões descendentes pouco participadas, como ocorreu na cidade de Coimbra em meados do século XX. Com a construção de novas edificações e a transformação do ambiente físico e geohumano da Alta coimbrã, o poder central deixou uma inscrição política no território, um sinal do contexto histórico que confere à paisagem urbana uma forte componente ideológica. Em muitos espaços urbanos, como nas intervenções que Pequim sofreu na preparação da cidade para acolher os Jogos Olímpicos de 2008, alteram-se territórios do passado com arrojados equipamentos futuristas que, neste caso, instrumentalizam a paisagem urbana numa campanha que pretendeu divulgar uma imagem sofisticada e pós-moderna de um país fragmentado e contraditório, a China. Neste diacronismo, o equilíbrio instável entre *pastscapes* e *futurescapes* pode também sofrer rápidas transformações em contextos como catástrofes ou conflitos bélicos que, em situações agudas, levam à destruição e posterior renovação de espaços urbanos. No primeiro caso, a regeneração da cidade de Lisboa após o terramoto de 1755 e de Londres na sequência do incêndio de 1666, são exemplos paradigmáticos. A reconstrução de cidades do centro europeu após a II Guerra Mundial exemplifica a importância dos conflitos militares enquanto factores de rápida transformação dos espaços urbanos. Em lugares como Dresden, na Alemanha, essa reconstrução fez-se em parte pela revisitação da memória, um revivalismo pela reedificação de construções históricas, o regresso a um passado destruído num momento de agonia da vida da cidade, neste caso os bombardeamentos que, entre os dias 13 e 15 de Fevereiro de 1945, desmoronaram parte importante daquela paisagem urbana.

As mudanças cronológicas da matriz paisagística dos espaços urbanos remetem-nos para o conceito de geodiversidade diacrónica, que se refere a um espaço geográfico que, no visível e no não visível, apresenta diferentes padrões em diferentes contextos temporais.

Esta diversidade pode também marcar o espaço urbano por ritmos de mudança mais curtos e, em muitos casos, cíclicos. Enquanto espaço de fruição sensorial ampla (dos elementos visuais aos sonoros ou aos olfactivos), a paisagem urbana pode, consoante os contextos topoclimáticos, mudar ao ritmo das estações do ano. Novos sons, novas cores e outras sensações marcam a passagem cíclica da

Primavera, do Verão, do Outono ou do Inverno nos territórios urbanos. Por exemplo, a cidade de Nova Iorque apresenta, em Dezembro, panoramas e vivências diferentes do mesmo espaço urbano noutras épocas do ano. A neve, o frio e as pistas de gelo criam novos cenários, novos padrões cromáticos e outras apropriações do espaço. As estações do ano revelam-se ainda nos ciclos vegetativos dos espaços verdes, sobretudo quando formados por cobertos vegetais de folha caduca. Com a queda das folhas, o Outono é, nas paisagens urbanas, um desafio para a gestão do território, pelo que implica de cuidados acrescidos na limpeza dos sistemas de escoamento de águas, mas é também um novo cenário de luz opaca, sombras e dias solares mais curtos, com outras vivências que antecipam um Inverno de fruição mais intimista da cidade.

Esta cíclica geodiversidade diacrónica de curto prazo está ainda associada ao ritmo de acontecimentos sazonais que, como a Semana Santa em Sevilha, o Carnaval no Rio de Janeiro ou o Festival de Cinema de Cannes, criam novas paisagens urbanas, novas formas de apropriação e outras vivências. Nas cidades católicas, o Natal cria também novos cenários, com paisagens urbanas agora mais iluminadas, em espaços públicos e privados, em ruas e fachadas de espaços comerciais, com enfeites evocativos da época que dão um tom mais avermelhado e amarelo à cidade e um território sonoro que também muda, pela música natalícia que envolve alguns espaços exteriores mas também pela ambiência sonora que se percebe em espaços comerciais ou que se adivinha em casas de habitação privada. Nesta época, muitos espaços urbanos cristãos recentram-se em árvores de Natal: símbolos ora de devoção privada e individual, mas abertos à rua por janelas que agora se deixam entreabertas, ora de afirmação pública e colectiva, colocadas em praças e locais de passagem emblemáticos, como a árvore que, nos últimos anos, se tem erguido na Praça do Comércio, em Lisboa, numa lógica que tem tanto de simbolismo religioso quanto de afirmação e marketing, empresarial e do lugar. Com efeito, estas paisagens urbanas natalícias estimulam o consumo privado e criam rotas turísticas para cidades como Nova Iorque, marcada nesta época pela árvore de Natal do *Rockefeller Center*, ou Londres, onde sobressaem as célebres iluminações da *Oxford Street* (Figura 1).

As paisagens urbanas são também modeladas por outros acontecimentos que, de modo ocasional ou regular, lhes trazem novos coloridos, outras vivências e elementos visuais e/ou sonoros diferentes. Eventos como campanhas políticas, provas desportivas ou

espectáculos culturais, constroem cenários ocasionais em paisagens urbanas que identificam o que vai ocorrer, fazem apelos e seduzem e, com isso, vão mudando a fisionomia da *cityscape*, com elementos que hoje se colocam e amanhã, ao ritmo do calendário, se retiram para serem substituídos por outros. Essa informação é veiculada por *outdoors* fixos, por cartazes expostos em paredes visíveis em corredores de circulação ou por ecrãs electrónicos exteriores que, de modo mais ou menos regular, vão apresentando imagens e signos diferentes, quer de informações gerais, quer de mensagens publicitárias.



Figura 1 – Pormenores da *cityscape* de Elvas, em Dezembro de 2006: um presépio na Praça da República e iluminação numa das principais artérias do centro histórico, a Rua da Cadeia.

Deste modo, a paisagem urbana é também um espaço de apelo ao consumo. Esta visualidade cíclica marca mesmo alguns espaços urbanos centrais e simbólicos como, mais uma vez em Nova Iorque e Londres, as famosas *Time Square* e *Picadilly Circus*, com imagens nocturnas associada aos *placards* iluminados, com cores, motivos e inscrições que mudam com uma regularidade que vai dos poucos

minutos até às semanas, quando as informações se alteram, quando muda o cartaz dos espectáculos que ali se promove, quando se renova a publicidade a empresas privadas.

A geodiversidade diacrónica das paisagens urbanas oscila também com a variação entre o dia e a noite. As *daylightscapes* e as *nightscapes* estão associadas a diferentes elementos visuais, a diferentes vivências do espaço urbano, a outras personagens que apropriam a *cityscape* e novos elementos que a condicionam: estabelecimentos que abrem de dia e fecham com o fim da luz solar; outros que têm um ciclo de funcionamento inverso e apenas se abrem a públicos, outros públicos, durante a noite, numa sucessão diária à qual correspondem outros consumos e modos de vida renovados (ALVES, 2006; MOREIRA e SANTOS, 2008). Algumas cidades têm tirado partido turístico dessas paisagens de luzes e sombras, seja pelas vistas iluminadas que se vêm dos cruzeiros que se organizam no Sena parisiense durante a noite, seja pela clandestinidade que se vive no território nocturno de centros urbanos como Amesterdão. Na verdade, a iluminação nocturna prolongou a vida urbana para a noite e (re)centrou novas sociabilidades na *nightscape*, com mais pessoas mas também com menos riscos, em territórios nocturnos mais salubres que contrastam com as paisagens urbanas de escuridão, que alimentaram mitos urbanos como *Jack, the Ripper*, na Londres novecentista.

A *cityscape* está também marcada pela geodiversidade sincrónica, com elementos de identificação que diferenciam os lugares entre si. As paisagens urbanas estão polvilhadas por ícones que as diferenciam, que as marcam e as colocam em rotas turísticas - ícones aos quais se associam cidades que assim se representam, por linguagens intertextuais, em indústrias criativas de grande capacidade de difusão, como o cinema, a fotografia, a publicidade ou os simples folhetos de promoção. Assim se associa Paris à Torre Eiffel, Bruxelas ao Maneken Piss ou Pisa à sua torre inclinada.

Esta simbologia é uma marca de identificação mas também um meio de promoção e marketing territorial, factor importante numa lógica global de concorrência entre cidades, lugares que buscam relevância, poder de atracção e elementos de distinção. Esta cartografia de geossímbolos engloba um vasto espectro de elementos aos quais se atribuíram valores de representação, selectiva e simplificada, de cada lugar. Alguns desses símbolos são rugosidades naturais, pormenores físicos da paisagem urbana que, em muitos casos, como o *monte Licabethus*, em Atenas, se distinguem como pontos privilegiados de observação. O enquadramento físico distingue

também cidades como o Porto e Viseu, marcadas por uma ambiência granítica, de outras, como Lisboa e Coimbra, espaços urbanos mais abertos e luminosos, facto que muito deve à matriz calcária de parte das suas construções mais emblemáticas.

Outros geossímbolos de distinção e afirmação associam-se a personagens relevantes, como o *The Cavern Pub*, numa Liverpool vinculada à imagem e à biografia do grupo musical *The Beatles*. Muitos destes geossímbolos são obras assinadas por arquitectos que, como a Barcelona de Gaudi, conferem relevância, certificam e promovem o lugar. Noutros casos, estas obras de assinatura superlativa podem inverter trajectórias depressivas de desenvolvimento e estimular novos caminhos, como o *Museu Guggenheim*, assinado por Frank Gehry, uma alavanca essencial para a transição pós-industrial da cidade de Bilbao.

De facto, muitas *cityscapes* vinculam-se a autores, reais ou ficcionados, ou a obras específicas, como a Roma de Fellini ou a Paris de Amélie Poulain. As cidades com imagem mais forte são mesmo caracterizadas ora por paisagens literárias vinculativas, como a Instambul de Orham Pamuk, ora por paisagens urbanas cinematográficas. Neste caso, Nova Iorque é das cidades mais filmadas e representadas do mundo, facto que testemunha e reforça a sua relevância no contexto da rede mundial de pólos económicos, políticos e culturais: desde que, em 1933, o realizador Merien C. Cooper, na primeira versão do filme *King Kong*, mostrou uma das primeiras vistas panorâmicas da cidade, que Nova Iorque, sobretudo com a paisagem urbana de Manhattan, se tem projectado no mundo enquanto especial objecto de interesse numa rede de indústrias culturais muito vinculadas ao modelo sociocultural e espacial norte-americano. Assim se associa Nova Iorque a realizadores como Woody Allen ou Martin Scorsese ou a séries emblemáticas e com grande poder de (re) construção e difusão de imagens, como o clássico *Hill Street Blues* ou o mais recente *Sex and the City*.

A geodiversidade sincrónica, isto é, a diferenciação dos lugares pela presença de símbolos identificadores, está também associada a elementos de afirmação de poder que, ao longo dos tempos, se plasmaram no espaço urbano. Estas manifestações de poder político, económico e simbólico têm sido promovidas por actores muito diversificados, que vão do Estado, às entidades religiosas e à própria empresa privada. Assim se marcam as *cityscapes* com palácios, edifícios parlamentares, catedrais ou arranha-céus, de design e

materiais arrojados, que afirmam e simbolizam o poder de corporações privadas.

Estes elementos simbólicos, alguns nucleares na actual centralidade turística dos espaços urbanos, são com frequência testemunhos espaciais de regimes políticos que, pela *cityscape*, pretendem perdurar na memória e deixar o registo de uma época e de uma liderança política - regimes que se afirmam por obras e se glorificam pelas paisagens urbanas. A *cityscape* parisiense, com a associação da *Pirâmide do Louvre* a François Mitterrand, do *Centro Georges Pompidou* ao presidente homónimo ou do *Museu do Quai Branly* a Jacques Chirac, é um exemplo.

Nas paisagens urbanas, o próprio desenho e a planta das áreas construídas reproduzem não apenas as condicionantes topográficas e tecnológicas de cada momento mas também os contextos históricos e as particulares concepções de poder. As malhas concêntricas são comuns em cidades modeladas por poderes absolutos, representados por praças para onde as artérias convergem, como a setecentista *Praça da Concórdia*, também em Paris, onde, para a afirmação do poder central de Luís XV, se ergueu uma estátua equestre do monarca, depois derrubada durante a Revolução Francesa, episódio que confirma o espaço urbano como um território de conflito ideológico.

Esta afirmação do poder fez-se também pelo papel dos principais centros urbanos na estruturação e organização do espaço político-administrativo o que, em contextos histórico-geográficos muito particulares, como a Reconquista Cristã, no caso da Península Ibérica, e as Guerras da Restauração, no caso específico português, levou à construção de elementos de demarcação e fragmentação do espaço, como castelos e muralhas. Porém, edificações outrora instrumentos de defesa contra o *outro*, foram incorporadas em paisagens urbanas que agora se abrem ao exterior e se promovem por geossímbolos hoje de atracção turística, em muitos casos veiculados por classificações de distinção, como a de Património Mundial da Humanidade, promovida pela Unesco.

O mesmo ocorre com elementos outrora funcionais, como os aquedutos, hoje importantes símbolos nalgumas *cityscapes* de cidades classificadas com o estatuto de Património Mundial da Humanidade, como Segóvia, ou em fase de candidatura, no caso da paisagem urbana do centro histórico de Elvas.

Nas paisagens urbanas, a água e a arquitectura da água são também importantes elementos simbólicos, sobretudo em cidades, como as do Mediterrâneo, condicionadas por um regime climático

com um período estival bem demarcado o que explica, em parte, o valor patrimonial das fontes em cidades como Roma, muito simbolizada na *Fontana di Trevi*. A água é também um elemento decorativo muito marcante na (re) qualificação das paisagens urbanas, às quais, com pequenos repuxos ou quedas de água, confere um novo atractivo visual, uma nova sonoridade e um maior aparente conforto, numa ideia nem sempre bem conseguida de encenação de uma natureza que a artificialização deste espaço já mitigou. Com efeito, muitas cidades são marcadas por espaços verdes que, como o *Central Park* em Nova Iorque, são espaços de uso quotidiano na ocupação dos tempos livres e na fruição saudável do espaço urbano mas também lugares de eventos extraordinários, como concertos musicais. Contudo, nas áreas urbanas, a natureza é no geral uma realidade encenada: muitas manchas verdes (como o referido *Central Park*), são espaços artificiais de forte intervenção antrópica. Noutros casos, a natureza é uma simples evocação toponímica (muito comum em áreas de urbanização recente, que adoptam nomes de memória rural como o termo ‘Quinta’) ou uma mera representação visual, com cópias de árvores e outras plantas, com cascatas ou lagos artificiais, em espaços públicos ou privados, como ocorre em muitos centros comerciais.

De facto, a *cityscape* pode ser uma paisagem de evocação e encenação, neste caso, de elementos urbanísticos de outras cidades ou mesmo de iconografias não urbanas. Pela dimensão espectáculo da sua matriz paisagística, Las Vegas é, neste ponto de vista, paradigmática: nesta *cityscape* do Nevada, evocam-se as cidades de fronteira do Oeste norte-americano, representam-se Nova Iorque, Veneza e o Egipto, encenam-se paisagens tropicais e desérticas e construíram-se cópias de símbolos urbanos como a parisiense *Torre Eiffel*, numa criatividade que cresceu à medida que esta *gamescape* foi sofrendo a concorrência de outras cidades norte-americanas no negócio do jogo e do casino.

As *cityscapes* têm também sido paisagens de afirmação do poder religioso, que deixa nos espaços urbanos geossímbolos como, no caso do mundo cristão, capelas, igrejas ou catedrais, em estilos artísticos e arquitectónicos como o românico, o gótico ou o renascentista, que circularam e se difundiram em redes de espaços geográficos descontínuos ancorados sobretudo em pólos urbanos. É também pela toponímia: de bairros, ruas, avenidas, praças ou pracetas que os poderes religiosos têm deixado a sua marca nas paisagens urbanas.

Estes elementos patrimoniais, tal como os edifícios (os arranha-céus) que afirmam o poder de grupos empresariais privados e

promovem um determinado modelo de desenvolvimento económico, são marcantes na forma como criam silhuetas de identificação ou *sky-lines*, que diferenciam cidades e lhes conferem personalidade. Em 2001, os atentados terroristas a Nova Iorque tiveram forte simbolismo também porque destruíram elementos emblemáticos da silhueta e da afirmação global desta urbe (Figura 2).



Figura 2 – A city de Londres e, em perspectiva, um dos símbolos da afirmação financeira da cidade: o edifício *Gherkin*. Em baixo, o *skyline* de Nova Iorque, em Manhattan, onde se destacam as torres do *World Trade Center*, destruídas em 2001.

Esta afirmação de agentes privados, que faz da paisagem urbana um espaço hipervisualizado de sedução e apelo ao consumo, acrescenta símbolos imagéticos e escritos, parte destes deslocalizados por processos globais de difusão por via do *franchising*. Esta estrutura organizativa de promoção de negócios e marcas, torna as paisagens

urbanas mais complexas mas também lhes acrescenta elementos que se reproduzem noutras cidades. De facto, a deslocalização de empresas e a sua distribuição em rede por diferentes países e espaços urbanos, cria iconografias visuais semelhantes em diferentes lugares, o que pode contribuir para uma aparente uniformização e repetição de símbolos e imagens de identificação de conceitos, produtos ou empresas.

Para além do estímulo ao consumo e à adesão a redes de clientes, de bancos ou outras empresas, a hipervisualização que caracteriza muitas das paisagens urbanas pós-modernas tem ainda o objectivo de informar, orientar e impor regras de uso e de circulação no espaço urbano, quer para peões, quer para automóveis - proibição de estacionamento, de circulação numa determinada artéria, limites de velocidade ou obrigatoriedade de circulação num certo sentido, marcas de uma *cityscape* muito condicionada pelo movimento e pelo transporte individual (SARMENTO, 2007).

Nesta paisagem urbana ideológica e política, assistem-se a conflitos de poder: entre o peão e o automóvel, entre os interesses privados e as imposições colectivas mas também entre os grupos dominantes e as (sub) tribos minoritárias. Por isso, o espaço urbano é também uma *cityscape* de contracultura, uma paisagem de manifestação de contrapoder, de contestação, de minorias e subculturas, que se revelam em elementos mais ou menos politizados, como os *graffitis*, ou em eventos ocasionais que, em democracia, marcam muitas cidades, como as manifestações sindicais ou as investidas anti-globalização, que registaram a História recente de cidades como Génova, Nice ou Seattle.

Essa afirmação funcional, política e simbólica de grupos minoritários pode estar também associada à circulação de elementos de identificação através de estruturas migratórias organizadas, como as diásporas. Estas definem-se por um centro difusor, origem a partir da qual divergem as correntes migratórias, e por vértices de acolhimento e recepção desses fluxos. Estes dispersam-se por espaços geográficos descontínuos que, apesar da sua diversidade em dimensão e natureza, se posicionam sobretudo em espaços urbanos. Por esta estrutura migratória - um forte instrumento de difusão espacial, circulam pessoas e diversas formas de capital, mas também elementos culturais de identificação como a língua, a religião e outros factores de filiação, como a gastronomia e a música.

Nesta mobilidade, enquanto factor de reterritorialização dos imigrantes nos lugares de chegada, ocorrem processos de *encenação*

do centro, isto é, reprodução de elementos, alguns com forte poder modelador da paisagem, associados ao lugar (‘centro’) de partida. Estas manifestações têm marcado muitos espaços urbanos, como Lisboa, com a diáspora caboverdiana, ou outras cidades, no caso da reterritorialização funcional e identitária da diáspora chinesa em *chinatowns*, microterritórios de encenação/reprodução simbólica e funcional da China de origem (Figura 3).

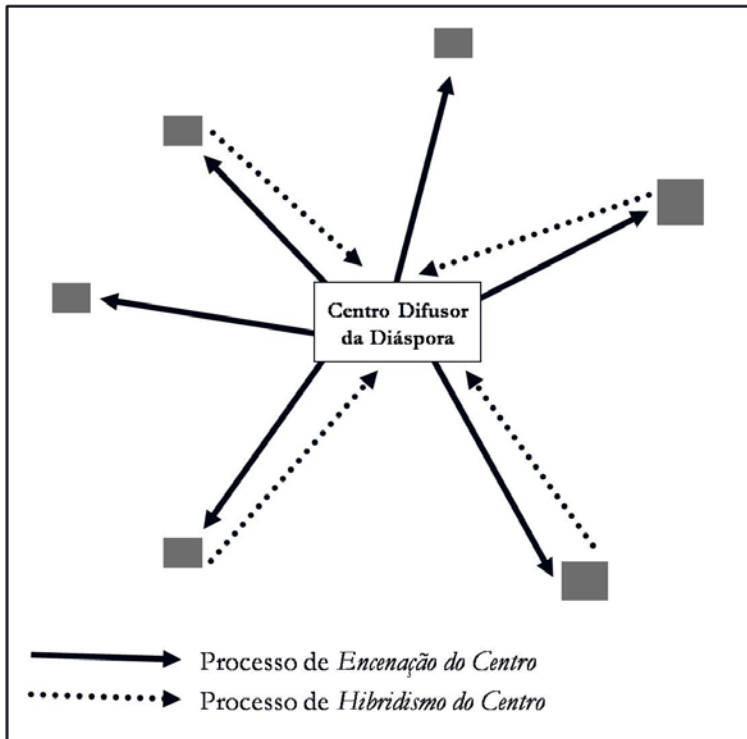


Figura 3 – O processo de difusão numa diáspora e a modificação das paisagens culturais.

Esta estrutura migratória organizada modela ainda as paisagens de partida, uma vez que à *encenação do centro* pode corresponder um processo paralelo mas de sentido contrário, aqui denominado como *hibridismo do centro*. Se é certo que o migrante reproduz e encena, com elementos materiais ou imateriais, o local de origem nas paisagens de chegada, em muitos casos verifica-se também o inverso, isto é, o retorno de elementos identificadores de cada vértice e a sua transposição para a paisagem do local de partida. Assim se modela a paisagem dos lugares de partida com elementos alógenos que servem

a afirmação social e identitária de quem emigrou e regressou com aparente sucesso. Na paisagem cultural portuguesa, em áreas urbanas mas também em espaços rurais, esse hibridismo do centro ficou registado por mudanças arquitectónicas com a importação de estilos do Brasil tropical, nos finais do século XIX e primeiras décadas do século XX, e de modelos centro-europeus de construção a partir da década de 60, no âmbito dos ciclos migratórios que marcaram a demografia portuguesa durante o século passado. Para além da arquitectura da habitação, este hibridismo do centro manifesta-se por outros elementos que foram também acrescentando diversidade às paisagens urbanas portuguesas, como as denominações de casas comerciais, restaurantes ou outros espaços, onde predominam identificações como ‘Restaurante Luso-Francês’, ‘Pastelaria Gallette’ ou ‘Churraqueira Paris’. Esta prática é comum em regiões com maior taxa de emigração e regressos, com posterior abertura de pequenas e médias empresas, em muitos casos, como em Pombal, na área da restauração e pastelaria.

Com efeito, as paisagens, porque resultam de processos instáveis de construção-destruição-reconstrução, são dinâmicas, heterogêneas e constituídas por elementos diversificados. Essa complexidade comporta elementos materiais e imateriais e faz da apropriação, vivência e percepção da paisagem um exercício multissensorial amplo, desde a visualização ao tacto e do cheiro à audição². Neste sentido, o ambiente sonoro é uma importante componente sensorial na relação com a paisagem, porque condiciona a qualidade de vida mas também porque é assumido, quando associado a manifestações culturais, como factor de afirmação identitária e de marketing territorial. Apesar das expressões artísticas sonoras resultarem de complexas mobilidades de populações, instrumentos e composições, que criam fenómenos de hibridismo e diversificação, muitos estilos musicais, em especial os classificados no género da música tradicional, são associados a lugares específicos. Por isso, a *world music* tem sido um meio de afirmação e marketing de lugares perante

² Como, a propósito de Lisboa, refere Filomena Mónica (2009, p.42): “(...) a cidade não é só o que se vê. Compõem-na também os cheiros, a sardinha assada na Madragoa, as castanhas de São Martinho, a humidade do Jardim do Torel, o bacalhau salgado da Rua do Arsenal, o café dos estabelecimentos da Rua da Prata, a madressilva de certos quintais, e, às vezes, quando o rio vai cheio ou o vento está de feição, a maresia. Isto para não falar dos ruídos, as campainhas dos ‘eléctricos’, o barulho dos carros do lixo quando soa a meia-noite, os travões desesperados dos carros que derrapam nas calçadas de asfalto e, ao longe, o miar dos gatos”.

fluxos turísticos hoje com maior mobilidade espacial mas também com apetências mais fragmentadas. A Buenos Aires do tango, a Sevilha do flamenco ou o Rio de Janeiro do samba, ao vincularem expressões artísticas a eventos e ambientes urbanos muito particulares, são cartazes de promoção turística de cidades que se procuram afirmar nos fluxos globais do turismo cultural. De facto, as *soundscape*s marcam cidades e identificam-nas. Em Lisboa e em Dublin, o fado e a música folk irlandesa têm forte inscrição em microterritórios como, respectivamente, o *Bairro Alto* e *Temple Bar*, espaços com forte personalidade nas *cityscape*s daquelas duas cidades.

Na dimensão imaterial das paisagens, às *soundscape*s juntam-se as *tastescapes*, paisagens associadas a determinados sabores e valores gastronómicos: neste ponto de vista, os centros urbanos mais cosmopolitas reúnem ofertas gastronómicas globais, dos restaurantes chineses, aos indianos e aos italianos, cada um associado a sabores e pratos específicos, que se juntam às ofertas locais identificadas como símbolos de originalidade, facto que também confere centralidade turística a muitas paisagens urbanas.

Nesta pluridimensionalidade, as *cityscape*s acabam ainda por ser paisagens de celebração, de comemoração de acontecimentos e homenagem a personalidades consideradas relevantes em diferentes momentos e contextos histórico-geográficos.

Numa intervenção com forte conotação ideológica, as paisagens culturais urbanas celebram e fazem o exercício da memória, registando momentos considerados importantes por quem, num determinado contexto, detém o poder. Foi assim que em Portugal se construíram cerca de 80 monumentos aos combatentes da Guerra de 1914-18: monumentos, inscritos sobretudo em áreas urbanas, que evocam o esforço, confortam as famílias e têm função ideológica e de agregação nacional (GALOPE, 2009). Esta evocação comemorativa dos heróis de guerra é comum em cidades de países que participaram em acontecimentos bélicos relevantes, depois instrumentalizados como momentos de afirmação da identidade e reforço do espírito gregário nacional (Figura 4).



Figura 4 – Monumento aos Heróis da I Guerra Mundial, em Coimbra e, em baixo, monumento evocativo dos Combatentes das I e II Guerras Mundiais, numa praça central de Sheffield.

Nestes símbolos ideológicos que povoam e dão fisionomia às paisagens culturais urbanas destacam-se os monumentos ao soldado desconhecido, centros de afirmação das identidades nacionais e, ao mesmo tempo, como em Atenas, lugares de forte centralidade turística.

Ainda com o sentido de afirmação da nacionalidade e celebração da memória, nas cidades portuguesas também se inscrevem espaços de evocação da saga dos Descobrimentos, da figura de Camões e, em relação à História contemporânea, da implantação da República e do 25 de Abril de 1974, que se revela na apropriação simbólica das paisagens urbanas pela toponímia, pela estatuária ou por elementos como simples inscrições em placas comemorativas. Por isso, Praça da República, Largo 25 de Abril ou Largo Salgueiro Maia são inscrições

toponímicas comuns em espaços urbanos portugueses. Assim, os espaços urbanos apresentam também uma componente biográfica: aqui ocorreu, ali viveu, ali morou! Neste ponto de vista, a cidade de Coimbra é uma paisagem de evocação de personagens e figuras, como Zeca Afonso, Miguel Torga ou Manuel Alegre, associadas à universidade, à cultura portuguesa e a momentos considerados relevantes para a contemporaneidade nacional.

É por isso que a paisagem urbana é um espaço simbólico instável que, no extremo, pode levar a um reordenamento toponímico e de estatutária sempre que se verifica uma mudança de regime político. Este facto, o derrube de estátuas, a mudança de nome de pontes, ruas e praças, faz das cidades um palco de confronto ideológico, que pode também justificar alterações na identificação de uma cidade. Esta mudança, comum nos processos de descolonização, pode estar associada a uma adaptação toponímica às línguas locais mas tem também o propósito de romper com o passado, pela vontade de autodeterminação de populações e territórios outrora pertencentes a impérios coloniais europeus. É assim que, por exemplo, Lourenço Marques se (re) baptizou Maputo e Bombaim assumiu o topónimo Mumbai.

Esta celebração e homenagem a figuras vivas e a personagens do passado materializam-se na importância simbólica de espaços de memória como os cemitérios que, nalguns casos, são importantes lugares de celebração do passado e de atracção turística, num fluxo associado ao chamado *Dark Tourism*. Esta centralidade turística do espaço de memória mas também do lugar do acontecimento dramático ou macabro, é um fenómeno crescente e diversificado que tanto ocorre em lugares como o *cemitério Pierre Lachaise*, como no *túnel de Alma*, em Paris, depois do acidente de automóvel que vitimizou um ícone da época, a Princesa Diana (STONE e SHARPLEY, 2008).

As *cityscapes* da pós-modernidade, para além de elementos fixos, são também marcadas pela mobilidade, pela velocidade e por elementos móveis, alguns deles com forte identificação com lugares específicos, como os mais lentos riquexós, em muitas cidades asiáticas, os eléctricos em Lisboa, os táxis de Nova Iorque (os *yellow taxi cabs*) e de Londres (os *London black taxis*) ou, ainda na capital inglesa, os autocarros de dois andares *routmasters*. Estes últimos, para além da importância funcional na vida quotidiana da cidade, são meios de promoção e intermediação turística entre os visitantes e as paisagens urbanas. No caso de Londres, os *routmasters* percorrem a cidade em *sightseeing tours* que abrem a paisagem ao turista que, em

pouco tempo, ficará com um vislumbre superficial dos mais importantes ícones deste espaço urbano.

Por isso as *cityscapes* estão também vinculadas à circulação, pelo que se confere valor simbólico e icônico a espaços e equipamentos como estações ferroviárias e pontes, de que servem de exemplo a *Estação Nagoya*, na cidade japonesa de Nagoya, e a *Sydney Harbour Bridge*, na cidade australiana de Sydney. A iconografia da paisagem urbana está também modelada pelos pontos de acesso às redes de metropolitanos – escadas que sobressaem na paisagem por elementos de identificação, como o símbolo do *tube* londrino, que acrescenta um importante elemento visual e icônico à *cityscape* da capital inglesa.

O próprio metropolitano e as respectivas redes de estações, mas também os parques de estacionamento subterrâneos, os pisos subaéreos de alguns centros comerciais, ou as redes de catacumbas e refúgios subterrâneos em cidades como Roma ou Edimburgo, conferem às *cityscapes* uma dupla dimensão - horizontal e vertical, esta última englobando tanto a expansão em altura das cidades modernistas e pós-modernistas, como a sua expressão em profundidade, direcção na qual também os espaços urbanos se têm expandido.

Entre a verticalidade e a horizontalidade, o passado e o presente, a lentidão e a rapidez, as paisagens culturais urbanas apesar de muito condicionadas pela velocidade, afirmam-se também por símbolos associados à lentidão ou mesmo à paragem: espaços que, nalguns casos, promovem o mais pausado percurso pedestre e, noutros, o encontro, o debate, a sociabilidade da troca e da criação artística. Refiram-se aqui elementos como algumas pontes pedonais, como a *Millenium Bridge*, em Londres, e cafés, alguns com valor patrimonial pela sua vinculação à topobiografia de personagens, como *A Brasileira*, no caso de Fernando Pessoa. Nesta relevância do ponto de paragem e interacção, destacam-se igualmente as praças, como a *Cibeles*, em Madrid, que assume valor icônico relevante também porque ali se celebram as vitórias de um clube de futebol (o Real Madrid) ou, ainda em Espanha, as *Plazas Mayores*, espaços de valor monumental hoje pontos de encontro da *movida* e territórios centrais na *nightscape* de cidades como Salamanca.

Por tudo isto, as *cityscapes* têm sido centrais sempre que se discutem os equilíbrios, os sentidos e o futuro da sociedade humana. As cidades e as paisagens urbanas são protagonistas em obras que problematizam as visões utópicas ou distópicas do futuro da humanidade, como os filmes *Metropolis* (1927), de Fritz Lang e *Blade*

Runner (1982), de Ridley Scott. Nestas premonições cinematográficas, como nas *cybergeografias* dos videojogos, é nos espaços urbanos que se projectam receios e se materializam profecias: nestas representações, oscilando entre visões mais pessimistas e profecias mais optimistas, a sociedade futura viverá sobretudo em cidades, em espaços urbanos tecnológicos, automatizados e fragmentados (CRANG, 2000).

Em suma, as *cityscapes* de ficção científica, como as paisagens urbanas de hoje, confirmam a importância da mobilidade, da difusão e adaptação local de elementos paisagísticos, que fazem dos espaços urbanos lugares complexos e em transformação. O mundo não se encerra em células estanques e a regra é o hibridismo dinâmico, que resulta da ponderação entre o local e o extra-local, entre o lugar e o não-lugar, entre a homogeneização e a afirmação das particularidades, a funcionalidade e a estética, entre o real e o imaginário (SARMENTO, 2003; AUGÉ, 1998). É por este difícil balanço que se discute agora o sentido do lugar, se problematizam os vínculos e as filiações e os processos de desterritorialização/reterritorialização em espaços urbanos nem sempre à dimensão humana e à escala de uma população com crescente mobilidade espacial e uma matriz identitária mais complexa. Estas *cityscapes* são espaços geográficos de múltiplos territórios e de muitas territorialidades, das apropriações dos turistas aos residentes, daqueles que vivem a cidade sem lá residirem, dos que lá residem sem a viverem em permanência. A paisagem urbana não é, por isso, classificável: porque se vive de modo diferente por cada um, numa fractura que depende da idade, do estilo de vida, da tribo, das pertenças e das filiações.

Referências bibliográficas

ALVES, Teresa (2006); “Noite: uma geografia de emoções”; in *Luzboa*; Edição Extra]muros - associação cultural para a cidade; Lisboa.

AUGÉ, Marc (1998); *Não-Lugares. Introdução a uma Antropologia da Sobremodernidade*; Col. Últimas Letras; Bertrand Editora; Venda Nova.

CAPELLA, Hugo (2002); “On the paths of remembrance in Quebec”; *Perspectives on landscape, memory, heritage and identity*, Cultural Study Group, International Geographical Union; Dublin.

- CLAVAL, Paul (2007); “Changing conceptions of heritage and landscape”; in Niamh Moore and Yvonne Whelan (Edit.); *Heritage, memory and the politics of identity. New perspectives on the cultural landscape*; Heritage, Culture and Identity Series; Ashgate; Aldershot; England.
- CRANG, Mike (1998); *Cultural Geography*; Routledge Contemporary Human Geography Series; Routledge; London.
- CRESSWELL, Tim (1999); “Place”; in Paul Cloke *et al* (editors), *Introducing Human Geographies*; Arnold; London.
- DIEFENDORF, Jeffry M. (Edit.) (1990); *Rebuilding Europe’s bombed cities*; St. Martin’s Press; New York.
- DOLLFUS, Olivier (1998); *A Mundialização*; Publicações Europa-América; Lisboa.
- DWYER, Clairee (1999); “Migrations and Diasporas”; in Paul Cloke *et al* (editors), *Introducing Human Geographies*; Arnold; London.
- FERNANDES, João Luís Jesus (2005); “Imagem e simbolismo dos lugares na problemática do desenvolvimento: o primado da diferença”; in Lucília Caetano (coord.) *Território e trajetórias de desenvolvimento*; Centro de Estudos Geográficos; Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.
- GALOPE, Francisco (2009); “O culto da ‘Grande Guerra’”; in *Visão História*, nº 4; Lisboa.
- HAESBAERT, Rogério (2004); *O mito da desterritorialização*; Bertrand Brasil; Rio de Janeiro.
- HAMNETT, Chris (1999); “The City”; in Paul Cloke *et al* (editors), *Introducing Human Geographies*; Arnold; London.
- MASLOW, A (1954); *Motivation and personality*; Harper & Row; New York.
- MÓNICA, Maria Filomena (2009); *Passaporte. Viagens (1994-2008)*; Aléthea Editores; Lisboa.
- MOORE, Niamh (2007); “Valorizing urban heritage? Redevelopment in a changing city”; in Niamh Moore and Yvonne Whelan (Edit.); *Heritage, memory and the politics of identity. New perspectives on the cultural landscape*; Heritage, Culture and Identity Series; Ashgate; Aldershot; England.
- MOREIRA, Claudete; SANTOS, Norberto Pinto dos (2008); “Análise espacial das actividades de lazer nocturnas em Coimbra”; in *VI Colóquio de Geografia de Coimbra*; Instituto de Estudos Geográficos; Coimbra.
- NASH, Catherine (1999); “Landscapes”; in Paul Cloke *et al* (editors), *Introducing Human Geographies*; Arnold; London.

- SALGUEIRO, Teresa Barata (2005); “Elementos da morfologia” in Carlos Alberto Medeiros (Direcção), *Geografia de Portugal*, tomo 2 – Sociedade, Paisagens e Cidades, parte IV – Paisagens Urbanas; Círculo de Leitores; Lisboa.
- SALGUEIRO, Teresa Barata (2005); “Transformação urbana” in Carlos Alberto Medeiros (Direcção), *Geografia de Portugal*, tomo 2 – Sociedade, Paisagens e Cidades, parte IV – Paisagens Urbanas; Círculo de Leitores; Lisboa.
- SALGUEIRO, Teresa Barata (2005); “A cidade como património” in Carlos Alberto Medeiros (Direcção), *Geografia de Portugal*, tomo 2 – Sociedade, Paisagens e Cidades, parte IV – Paisagens Urbanas; Círculo de Leitores; Lisboa.
- SALGUEIRO, Teresa Barata (2005); “Segregação e fragmentação” in Carlos Alberto Medeiros (Direcção), *Geografia de Portugal*, tomo 2 – Sociedade, Paisagens e Cidades, parte IV – A Cidade como Espaço de Vida e Lugar de Produção; Círculo de Leitores; Lisboa.
- SARMENTO, João (2003); “Variações sobre o urbanismo pós-moderno”; *Revista da Faculdade de Letras – Geografia*, vol.XIX; Porto.
- SARMENTO, João (2007); “Driving through car geographies”; in *Aurora. Geography Journal*, nº 1, ano 1; Núcleo de Investigação em Geografia e Planeamento; Instituto de Ciências Sociais; Universidade do Minho; Guimarães.
- STONE, P.R.; SHARPLEY, R, (2008); “Consuming Dark Tourism: A Thanatological Perspective”; in *Annals of Tourism Research*, Vol 35(2); Pergamon; London.
- TUAN, Yi-Fu (1980); *Topofilia*; Difel - Difusão Editorial, S.A.; São Paulo.
- WHELAN, Yvonne (2001); “Monuments, power and contested space—the iconography of Sackville Street (O’Connell Street) before Independence (1922)”; in *Irish Geography*, Volume 34(1); Geographical Society of Ireland; Dublin.
- WHELAN, Yvonne (2003); *Reinventing Modern Dublin: Streetscape, Iconography and the Politics of Identity*, University College Dublin Press, Dublin.