

## DEBRUÇADOS SOBRE A PAISAGEM: MUDANÇAS NA FORMA SEGUNDO O CONTEXTO

Helloá Vicente Fernandes<sup>1</sup> (arqhelloa@gmail.com)  
Márcia Metran de Mello<sup>2</sup> (marciametran@yahoo.com.br)

### Resumo:

O presente artigo trata do espaço doméstico dos edifícios coletivos verticalizados de habitação, produzidos no entorno de parques urbanos em Goiânia, como fruto do imaginário urbano. Questiona-se a influência das imagens e imaginário que são absorvidos, produzidos e reproduzidos pelos veículos de comunicação na produção dos arranjos espaciais dos edifícios verticalizados. O objetivo desta pesquisa é refletir sobre as relações entre imagem e imaginário, paisagem urbana e arranjos espaciais dos edifícios verticalizados no entorno dos parques em Goiânia através de pesquisa bibliográfica e análise de folders, guias e folhetos divulgados na cidade.

**Palavras-chave:** Imagem-imaginário; paisagem urbana; arranjos espaciais.

---

<sup>1</sup> Arquiteta e Urbanista, mestranda no Programa de Pós-Graduação Projeto e Cidade da Universidade Federal de Goiás.

<sup>2</sup> Arquiteta e Urbanista, doutora em Sociologia pela Universidade de Brasília (2004), professora da Universidade Federal de Goiás.

## 1. Introdução

[...] Aqui o sentimento de identidade está sendo tomado no seu sentido mais superficial, mas que nos basta no momento, que é o sentido da imagem de si, para si e para os outros. Isto é, a imagem que uma pessoa adquire ao longo da vida referente a ela própria, a imagem que ela constrói e apresenta aos outros e a si própria, para acreditar na sua própria representação, mas também para ser percebida da maneira como quer ser percebida pelos outros. (POLLAK, 1992, p.205)

O presente artigo trata do espaço doméstico dos edifícios coletivos verticalizados de habitação, produzidos no entorno de parques urbanos em Goiânia, como fruto do imaginário urbano. Questiona-se a influência das imagens e imaginário que são absorvidos, produzidos e reproduzidos pelos veículos de comunicação na produção dos arranjos espaciais dos edifícios verticalizados.

O elevado número de empreendimentos no entorno de parques urbanos é resultado de um processo de verticalização acelerada que tem ocorrido na cidade de Goiânia, aliado à ideia de consumo do lugar, qualidade de vida e consciência ecológica. Este fenômeno ocorre em áreas cujas imediações valorizam-se cada vez mais com o surgimento de novos empreendimentos, geralmente são destinados a um público de renda elevada que pode pagar pela localização privilegiada.

O poder público e os incorporadores utilizam-se de propagandas publicitárias que transmitem a ideia de cidade bem administrada, propícia para novos investimentos, com qualidade de vida e belezas naturais que são cada vez menos presentes nas grandes metrópoles. Neste sentido, a natureza passa a ser mercadoria e exerce um papel simbólico que representa qualidade de vida e bem-estar.

Para Bourdieu (1997), o espaço urbano é resultado físico do espaço social que cria uma diferenciação entre os agentes sociais, que têm a capacidade de diferenciar o tipo de apropriação dos recursos nele presentes. Além disso, para ele, estas estruturas sociais são reproduzidas em estruturas espaciais que, conseqüentemente, criam uma hierarquização no espaço construído, sendo ela naturalizada e repetida frequentemente no pensamento, na linguagem e no espaço físico urbano.

Esta diferenciação e hierarquização do espaço construído já está naturalizada nas estruturas mentais e na linguagem, tanto da sociedade quanto dos agentes empresariais que oferecem oportunidades de moradias em locais tidos como privilegiados e diferenciados, justamente por sua localização e representatividade social.

Ainda segundo Bordieu:

[...] o espaço é um dos lugares onde o poder se afirma e se exerce e, sem dúvida, sob a forma mais sutil, a da violência simbólica como violência despercebida[...]. Os ganhos do espaço podem tomar a forma de *ganhos de localização*, eles mesmos susceptíveis de ser analisados em duas classes: as

rendas (ditas de situação) que são associadas ao fato de estarem situadas perto de agentes e de bens raros e cobiçados (como equipamentos educacionais, culturais ou de saúde); os *ganhos de posição ou de classe* (como os que são assegurados por um endereço prestigioso), caso particular dos ganhos simbólicos de distinção que estão ligados à posse monopolística de uma propriedade distintiva [...]. Eles podem também tomar a forma de *ganhos de ocupação* (ou de acumulação), [...] podendo ser uma forma de manter à distância ou de excluir toda espécie de intrusão indesejável (BORDIEU, 1997, p.163).

A natureza é ideia e objeto, pode ser capitalizada e mercantilizada, possui consumidores e clientes, pessoas transitam por ela, passam, viajam, a compram e a consomem, tanto no sentido literal quanto metafórico, como símbolo, imagem, ícone poder ou *status*. (HENRIQUE, 2009)

A demanda pela proteção da natureza, bem como a busca pela proximidade com a natureza nas cidades, tornou-se onipresente em todos os planos de governos, planos diretores e outros instrumentos de planejamento. A sua concretização ocorre através de reservas, florestas nacionais, praças, jardins e parques públicos. É praticamente impossível encontrar uma pessoa ou grupo que se posicione contrariamente a construção de uma praça ou com a manutenção de uma grande área verde em um espaço altamente adensado de uma cidade. (HENRIQUE, 2009, p. 20)

Imagem e o imaginário não são sinônimos. A imagem é uma informação que está relacionada a um espaço na cidade, enquanto que o imaginário é o acúmulo de imagens que são interpretadas através do estímulo ou de elementos construídos ou não que estão presentes cotidianamente no meio urbano. (FERRARA, 2000)

A unidade imagem e imaginário estão presentes também na arquitetura. A imagem arquitetônica associa as experiências do homem no mundo com a experiência de seu corpo através do processo inconsciente de internalização, identificação e projeção. Além disso, é um convite à ação “o piso convida à movimentação e atividade, a porta é um convite para entrar ou sair, a janela, para olhar para fora, a mesa, para se reunir em volta dela.” (PALLASMAA, 2013, p.43)

A arquitetura produz um impacto sobre a experiência humana que é inerente em termos existenciais e não pode ser concebida apenas como elemento de projeto visual. Ela é capaz de provocar sensações de tranquilidade ou medo, ser agressiva ou acalante, claustrofóbica ou libertadora, sem graça ou animada em decorrência das escolhas do arquiteto (PALLASMAA, 2013). Neste sentido, a arquitetura possui um papel fundamental na qualidade e intensidade das experiências, sensações, lembranças e memórias que o usuário irá desenvolver no espaço.

O objetivo desta pesquisa é refletir sobre as relações entre imagem/imaginário, paisagem urbana e arranjos espaciais dos edifícios verticalizados no entorno dos parques em Goiânia através de pesquisa bibliográfica e análise de *folders*, guias e folhetos divulgados na cidade.

## 2. IMAGINÁRIO NOS PARQUES URBANOS

A capital goiana, concebida pelo arquiteto Atílio Corrêa Lima no ano de 1933, desde sua criação tem a presença de áreas verdes urbanas. Ao projetar a nova capital goianiense, Atílio preocupou-se com a presença de áreas verdes que seriam destinadas ao lazer e com a arborização das ruas, necessária para amenizar o clima seco e garantir o uso paisagístico da cidade. Segundo Peres e Barabosa (2010), Atílio destinou 14% da área urbanizada da cidade para áreas verdes com intuito de proporcionar aos moradores espaços livres. Segundo o arquiteto:

[...] incluir e preservar certos sítios, já beneficiados pela natureza, para servir de parque ou jardim, evitando, tanto quanto possível, a sua destruição”. Como se tratava de uma cidade em formação, o propósito era deixar “[...] o campo livre à expansão de terras e arruamentos novos, não havendo carência de terras para a edificação (LIMA, 1942, p. 144).

Em Goiânia, a paisagem urbana é caracterizada por notáveis áreas verdes, como praças, bosques e parques, presentes em toda a cidade. No ano de 2007, Goiânia recebeu o prêmio de capital brasileira com melhor qualidade de vida, da Organização Brasil Américas. Segundo divulgado no site da prefeitura de Goiânia,

A Capital goiana apresenta um histórico que faz compreender o motivo de tal título. Goiânia praticamente não apresenta favelas, a área urbanística melhorou significativamente e o projeto Macambira Anicuns contribuirá ainda mais para a qualidade de vida da população. Além disso, Goiânia é considerada a melhor capital brasileira e a segunda do mundo em área verde, sendo 94 metros quadrados de área verde por habitante, segundo informações fornecidas por outras cidades brasileiras em relação ao índice de área verde por habitante e através de estudo realizado pela Agência Municipal do Meio Ambiente. (PREFEITURA DE GOIÂNIA, 2009, Disponível em: <http://prefeitura-goiania-go.jusbrasil.com.br/politica/4156424/goiania-recebe-o-titulo-de-melhor-cidade-em-qualidade-de-vida-do-pais>. Acessado em: 17/01/2014)

Para atrair capitais e promover a imagem da cidade, o poder público, aliado à imprensa local e a empreendedores do ramo imobiliário, utilizaram a paisagem dos espaços verdes como símbolo para representar a cidade, divulgada através de cartões postais e materiais publicitários diversos. Neste caso, a natureza tornou-se uma possibilidade fértil para o imaginário urbano, naturalizado pela sociedade goianiense no decorrer dos anos.

Goiânia passou a ser conhecida deste então, como “cidade dos parques”, “capital verde”, “capital com melhor qualidade de vida do Brasil”. Estas denominações reforçaram uma identidade associada ao ambiente natural intensamente veiculadas pela mídia local. Além disso, elas são tomadas como signos que constroem significados urbanos e que qualificam a cidade através da imagem e do imaginário (FERRARA, 1997). “Embora autores de significados distintos, a imagem e o imaginário especificam os lugares, qualificando-os e, a partir da

distinção entre eles, é possível pensar numa tipologia dos lugares da cidade.” (FERRARA, 2002, p.16-17)

Os parques públicos são associados à preservação da natureza e à qualidade de vida. Exploram o elo identitário com o passado rural e interiorano, característico da sociedade goiana, e lançam uma nova identidade pautada no progresso econômico e na modernidade, na qual se insere a necessidade de preservação ambiental e convivência com “ambientes naturais”. O imaginário de cidade com qualidade de vida valorizou e transformou as propagandas publicitárias, tanto dos empresários quanto do poder público, que passaram a anunciar a capital como uma cidade que se diferenciava das demais cidades brasileiras.

A cidade é produtora de imagens que a representam, caracterizam e produzem signos que atuam como mediadoras do conhecimento dela. A imagem é a concretização de uma informação relacionada a um significado que é construído através de uma série de dados que a torna singular e intransferível, portanto, ela possui apenas um significado. É também um código urbano que está inserido no espaço construído da cidade e determina uma interpretação e uso. (FERRARA, 2000)

De outro modo, o imaginário é produzido pela necessidade que o homem tem de se relacionar e estabelecer ligações com as informações que absorve no seu entorno, produzindo e aumentando seu conhecimento através da atribuição de significados a significados. O processo de multiplicar os significados que ele produz inconscientemente, não torna estas associações únicas, mas as acumula. Logo, o significado da origem dá lugar a um segundo, terceiro e, assim, sucessivamente. Segundo Ferrara (2000, p.118), “Pelo imaginário, a imagem urbana de locais, monumentos, emblemas, espaços públicos ou privados passa a significar mais pela incorporação de significados extras e autônomos do que em relação à imagem básica que lhe deu origem.”

A imagem não é resultado do imaginário, mas são construídos reciprocamente, um é a própria existência do outro. Sentir e imaginar são manifestações claras e indispensáveis para compreender o mundo. Sentir, entender e imaginar são reações conaturais e uma não se sobressai sob a outra. Não há predomínio, precedência ou sucessão entre elas. Neste sentido, o significado resultante da unidade imagem/imaginário corresponde à percepção real da experiência urbana em decorrência do uso do espaço construído e de seus lugares. (FERRARA, 2000)

O conceito de imagem se refere a um objeto da percepção sensorial real, podendo ser uma representação pictórica ou uma imagem mental imaginativa. Em outro sentido diferente à compreensão usual da palavra a imagem poética pode ser uma experiência sensorial evocativa, afetiva, significativa, associativa, dinâmica e relaciona-se com a memória e o desejo. Nossas associações, emoções, reações e pensamentos são direcionados pelas estruturas mentais presentes nas imagens poéticas (PALLASMAA, 2013). Estas imagens

poéticas são evocadas frequentemente pelas propagandas publicitárias que se utilizam dos desejos presentes no imaginário coletivo para comercializar seus produtos.

As paisagens urbanas e contextos naturais, assim como as paisagens mentais internas pessoais de cada indivíduo, são manipulados pela indústria da imagem. As imagens são geradas e empregadas com intuito de informação, educação, entretenimento, para fins comerciais, ideológicos, políticos e expressão artística (PALLASMAA, 2013). Neste sentido, o autor afirma que as imagens e o imaginário atuais produzem um mundo de ficção, conforme trecho abaixo:

“[...] Contudo, as excessivas técnicas de imagem atuais e o imaginário instantâneo da arquitetura frequentemente parecem criar um mundo de ficções de arquitetura autônomas, que negligenciam por completo a base e os objetivos existenciais fundamentais da arte da edificação. Trata-se de um mundo arquitetônico alienado, sem gravidade e materialidade, tato e compaixão. As primeiras visões da arquitetura refletiam uma forma viável de cultura e estilo de vida, enquanto as visões que, hoje, são geradas por computador normalmente aparecem como meros exercícios gráficos, sem a sensação de vida real. Os contextos temáticos e simulacros arquitetônicos fictícios da atualidade - como os *shoppings centers* e praças urbanas – exemplificam essa perda de sinceridade e inocência culturais. Será que, hoje, somos manipulados por imagens criadas por nós mesmos? Sim, somos – e as imagens arquitetônicas estáticas de nossa era de exibicionismo pessoal e narcisismo ocultam questões fundamentais e decisivas de estilo de vida e de valor, além de embaçarem a visão de um futuro ético e biologicamente saudável.” (PALLASMAA, 2013, p.19)

Geralmente, nos *folders* e materiais publicitários, as imagens da edificação são apresentadas desvinculadas do contexto da paisagem, cultura e realidade social e são avaliadas como objetos estéticos longe da visão de mundo ou imagem da vida e dos valores que transmitem. Portanto, não podem ser consideradas como representações reais de sua aplicação na cidade. É imprescindível que a representação dos edifícios seja a mais contextualizada possível, pois as obras arquitetônicas guiam e organizam as percepções e pensamentos na cidade.

A arquitetura está dividida por dois processos antagônicos que são a instrumentalização e o esteticismo. As edificações estão se tornando estruturas cada vez mais instrumentalizadas e destituídas de significados mentais, produzidas apenas com intuito econômico e funcional. Ao contrário da instrumentalização, o esteticismo tem se utilizado da arquitetura para chamar a atenção através da produção de imagens sedutoras, mas sem profundidade existencial e sem um verdadeiro e profundo desejo de vida. (PALLASMAA, 2013)

Diferentemente do imaginário representado, simulado ou retratado nas mais variadas formas de expressão artística, a arquitetura está presente cotidianamente no mundo real. Sua função ética é de fazer parte da vida e aprimorar as experiências existenciais do homem, conferindo à sua vida o significado e entendimento reais do espaço que o circunda e o qual ele faz parte. (PALLASMAA, 2013)

Figura 1. Material publicitário com forte apelo a relação com a natureza e representação do edifício descontextualizada de seu entorno



Fonte: Consciente Construtora e Incorporadora, 2013.

A imagem é resultante de uma referência contextualizada, enquanto que o imaginário relaciona e produz novas imagens e novos significados a partir de uma imagem inicial concreta. (FERRARA, 2000)

Contrariamente à imagem, os dados que compõem o imaginário urbano são particulares ao indivíduo como resultado de suas experiências, sentimentos, memória e informações urbanas captadas ao longo de sua vida. O imaginário é instável, contínuo, variável e indeterminado, por isso não se constrói fisicamente, mas pode ser indiretamente sugerido. (FERRARA, 2000)

Ainda segundo Ferrara (2000), o espaço urbano é capaz de produzir diversas sensações no indivíduo tais como: afeto, alegrias, tristezas, luxo e pobreza e também de produzir estímulos visuais, olfativos, de volume e rugosidades. A cidade não é composta pela soma dos lugares, mas da relação que eles estabelecem entre si e da forma como são interpretados. A percepção do lugar é um ato visual, subjetivo, um modo de ver particular e de interpretação imprevisível, mas se fortalece com a forma e densidade da cidade que serve como cenário e contexto.

“A percepção do lugar não depende da forma da cidade, mas do olhar do leitor capaz de superar o hábito e perceber as diferenças: um olhar que se debruça sobre a cidade para perceber suas dimensões e sentidos, que estabelecem o lugar como fronteira entre a cidade pelo lugar, porque se a visualidade da cidade está nas formas que a constroem, a visibilidade está na possibilidade do sujeito debruçar-se sobre a cidade, seu objeto de conhecimento para, ao produzi-lo cognitivamente, produzir-se e perceber-se como leitor e cidadão. Um

cruzamento entre conhecimentos; enxergar para ver/ver-se: viver.” (FERRARA, 2002, p.128-129)

A imagem urbana é um dado perceptivo e o imaginário desenvolve um processo de apreensão mais complexo, como percepção e como recepção. Na percepção, a imagem é um reconhecimento e um modo de ver e o imaginário requer juízo perceptivo. Como recepção, a imagem é uma fruição e o imaginário necessita de participação e comparação entre experiências, o que possibilita desenvolver a informação estimulada pela vivência urbana. (FERRARA, 2000)

Palasmaa (2011) afirma que percepção, memória e imaginação se interrelacionam. No mundo real, o presente se relaciona as imagens de memória e fantasia e constroem a cidade com evocações e recordações que estão imbricados na mente humana.

Segundo Lynch, os usuários que usufruem do espaço urbano estabelecem elementos que favorecem sua identificação com o local, criam relações e procuram se encaixar em grupos com características semelhantes.

As imagens ambientais são resultado de um processo bilateral entre o observador e seu ambiente. Este último sugere especificidades e relações, e o observador - com grande capacidade de adaptação e à luz de seus próprios objetivos – seleciona, organiza e confere significado àquilo que vê. A imagem em si é testada, num processo constante de interação, contra a informação perceptiva filtrada. Desse modo, a imagem de uma determinada realidade pode variar significativamente entre observadores diferentes [...] Cada indivíduo cria e assume sua própria imagem, mas parece existir um consenso substancial entre membros do mesmo grupo. Essas imagens de grupo, consensuais a um número significativo de observadores, é que interessam aos planejadores urbanos dedicados à criação de um ambiente que venha a ser usado por muitas pessoas (LYNCH, 2011, p. 7 e 8).

Existe uma memória que valoriza os lugares memoráveis, dignos de celebração histórica. Outra que transforma o lugar na institucionalização do acontecimento e de fatos marcantes que tomaram o lugar como cenário e assim, o fizeram notável. Existe também a memória criadora do lugar, onde a referência do fato real não é considerado, pois a lembrança do lugar resulta àquela apropriação e é responsável pela identidade do pertencer. Ela recolhe as marcas e signos do passado que fazem sentido no presente e as recupera em palavras, imagens, visões, gestos, nomes e índices. (FERRARA, 2002)

Segundo Henrique (2009), houve um aumento significativo de empreendimentos imobiliários que utilizam a ‘propaganda verde’ na divulgação de seus empreendimentos. Nomes como jardim, parque, vila, reserva, bosque e em outros idiomas como: park, jardin, garden, villagio, entre outras denominações, passaram a ser utilizados intencionalmente com maior frequência para se referirem à ideologia do contato com a natureza.

Goiânia é conhecida como “cidade dos parques”, “capital verde”, “capital com melhor qualidade de vida do Brasil”. Estas denominações são signos e reforçaram uma identidade associada ao ambiente natural e também à ideia de natureza selvagem que ainda



está presente no imaginário da sociedade goianiense (SILVA & ALMEIDA, 2012).

Pode-se dizer que os parques urbanos são repletos de signos e representações que são estimulados pelos meios de comunicação, sendo que estes trabalham com o inconsciente e imaginário da sociedade. Lynch afirma que:

Uma imagem ambiental pode ser decomposta em três componentes: identidade, estrutura e significado. É conveniente abstrai-los para a análise desde que não se perca de vista que sempre aparecem juntos. Uma imagem viável requer, primeiro, a identificação de um objeto, o que implica sua diferenciação de outras coisas, seu reconhecimento enquanto entidade separável. A isso se dá o nome de identidade, não no sentido de igualdade com alguma outra coisa, mas com o significado de individualidade ou unicidade. Em segundo lugar, a imagem deve incluir a relação espacial ou paradigmática do objeto com o observador e os outros objetos. Por último, esse objeto deve ter algum significado para o observador, seja ele prático ou emocional. O significado também é uma relação espacial ou paradigmática (LYNCH, 2011, p. 9).

Com características distintas, o espaço é objeto de investigação de várias áreas do conhecimento. A função da arquitetura é de resolver o espaço enquanto ambiente construído e funcional. A complexidade das possíveis interpretações do espaço sugere que este seja um tópico interdisciplinar de investigação, o qual não se pode pensar ou interpretar sem considerar experiência humana cotidiana, no tempo e espaço (FERRARA, 2002).

Existe uma relação direta entre a arquitetura e as construções que são inseridas na cidade. “A arquitetura pressupõe a cidade, mas pode se constituir no interior de uma cidade ideal, de relações perfeitas e harmoniosas, onde ela desenvolve e constrói seus termos de referência” (ROSSI, 2011, p.163).

Para o mesmo autor, a arquitetura transforma-se em momento decisivo da história, tornando-se signo e acontecimento para poder constituir uma nova época. Neste sentido, a evolução da paisagem marca várias formas do imaginário dos usuários. As propagandas publicitárias são figurativas e carregadas de signos que determinam as imagens da paisagem, dos usuários e da cultura (ROSSI, 2011).

As edificações e cidades contribuem para o entendimento e questionamento da condição existencial humana. A arquitetura não só produz objetos de sedução visual, como também relaciona, media, sugere significados. O significado de uma edificação ultrapassa o âmbito da arquitetura, ele redireciona a consciência para o mundo e estabelece laços identitários (PALLASMAA, 2011, p.11).

A arquitetura relaciona as medidas humanas com as dimensões do espaço, tornando-os toleráveis, habitáveis e compreensíveis. Ela é o principal instrumento da relação entre o corpo, espaço e tempo. Para o mesmo autor, o contato com um espaço provoca trocas inconscientes e instantâneas; “entro e ocupo o espaço, enquanto o espaço entra e me ocupa.” (PALLASMAA, 2013, p.42).

A arquitetura é a principal referência e orientação do homem no mundo. A casa define em cada indivíduo um significado particular e definitivo da interioridade e exterioridade, familiaridade e estranheza. O encontro corporal com uma edificação, ou espaço e luz da arquitetura equivale a uma experiência humana. A arquitetura produz imagens convidativas e instigantes: “o piso é um convite para que fiquemos eretos, tenhamos estabilidade e possamos agir, a porta nos convida a entrar e passar por ela, a janela, a olhar para fora e observar, a escada, a subir e descer.” (PALLASMAA, 2013, p.123 - 124).

Ainda para o mesmo autor, a casa é o refúgio do corpo, memória e identidade. A edificação é sentida, contemplada, tocada, ouvida, medida e as sensações por ela produzidas a torna única, organizada e articulada em todo do centro do corpo do indivíduo. Vivenciar verdadeiramente a arquitetura significa experimentar a linguagem tectônica da edificação e construí-la para os sentidos (PALLASMAA, 2011).

Segundo Ferrara (2002, p.26), a decisão econômica está imbricada na verticalidade das altas torres de concreto, mas se disfarça atrás das fachadas e da nobreza dos materiais utilizados como vidro, aço ou mármore. Os espaços internos não correspondem à dimensão das fachadas, pois o poder econômico e empresarial utilizam do artifício da verticalidade como forma de obter prestígio e assim, representar o poder e eficiência global.

A construção de um edifício está relacionada a um projeto, uma visão determinada e com os materiais definidos. A unidade constituída entre os materiais e procedimentos projetivos são indissolúveis, sendo eles vistos e interpretados através dos signos visuais que os relaciona (FERRARA, 2002).

A Casa da Cascata (1936) de Frank Lloyd Wright exemplificam claramente a relação entre forma e paisagem. Neste projeto ele recuperou grandes horizontais da paisagem trazendo a arquitetura, não como moldura arquitetônica, mas como elemento da paisagem a ser visto. No Brasil, um exemplo de relação entre arquitetura e a paisagem é do Museu da Escultura/MUBE (1995) de Paulo Mendes da Rocha, na qual as soluções formais são ao mesmo tempo estranhas e íntimas à contemplação que convida a percorrer os mesmos caminhos e a descobrir um novo modo de ver a paisagem e arquitetura (FERRARA, 2002).

Figura 2. Casa da Cascata de Frank Lloyd Wright (1936)



Fonte: <http://www.fallingwater.org/>

Figura 3. MuBE de Paulo Mendes da Rocha (1995)



Fonte: <http://jornalprimeiraimpressao.com/site/?p=7573>

Neste sentido, para Pallasmaa (2013) a edificação se relaciona o tempo todo com o corpo humano, é encontrada, acessada, confrontada, adentrada, explorada, percorrida e utilizada com finalidades diversas, também direciona, confere escala, ações, relações, percepções, pensamentos e articula as relações interpessoais.

[...] as experiências arquitetônicas básicas têm a essência dos verbos, não dos substantivos. As experiências autênticas com a arquitetura consistem, por exemplo, em se aproximar do volume de uma edificação e sentir sua presença física, em vez da apreensão formal da fachada; o ato de entrar ou cruzar o limite entre duas esferas espaciais, não a apreciação da imagem visual da porta; olhar para fora da janela e se reconectar com o mundo externo, em vez de apenas com a janela como uma unidade de projeto visual. A qualidade de uma janela está na maneira pela qual ela elabora e expressa suas características típicas de janela, como ela faz a mediação entre exterior e interior, emoldura a vista e lhe confere escala, articula luz e privacidade, anima o cômodo e lhe dá escala, ritmo e ambiência especiais [...]. A arquitetura transforma um espaço em um espaço específico. Ela direciona nossa atenção para longe dela própria; a janela revela a beleza do pátio e da árvore lá fora ou foca a silhueta distante de uma montanha. Um cômodo pode ser assustador ou tranqüilizante, agressivo ou acalmante, claustrofóbico ou libertador, sem graça ou animado, simplesmente por meio da natureza de suas janelas. Assim, o impacto da arquitetura sobre a experiência humana é tão profundamente arraigado em termos existenciais que não pode ser considerado unicamente como elemento de projeto visual. (PALLASMAA, 2013, p.124)

A casa pode ser uma metáfora do corpo humano. As janelas podem ser consideradas os “frágeis olhos da casa”, que nota os acontecimentos no exterior, domesticam, selecionam e prevêm a paisagem. As aberturas de uma casa emolduram, direcionam e focam paisagens que adquirem identidade e significados específicos. “A casa proporciona proteção para o sonhador, mas somente as janelas lhe permitem sonhar com liberdade. [...] A imaginação humana deseja o céu e a linha do horizonte.” (PALLASMAA, 2013, p.131)

Conforme dito anteriormente, em Goiânia, assim como em outras metrópoles, os espaços verdes da cidade são signos que remetem principalmente à qualidade de vida e bem-estar. Por esse motivo, as propagandas publicitárias tomam estes signos e o imaginário coletivo e as transforma em imagens que são veiculadas nos meios de comunicação. Alguns empreendimentos se utilizam da proximidade com estas áreas verdes públicas da cidade para torná-los o “jardim do edifício”. (HENRIQUE, 2009)

Figura 4. A Sacada Gourmet funciona como ‘varanda para o jardim do edifício’



Fonte: Autora, 2014.

Figura 5. Enquadramento da paisagem urbana de Goiânia



Fonte: Autora, 2014.

Estas ações do poder público e da mídia refletem diretamente nos programas arquitetônicos que são oferecidos aos novos usuários, tanto nas áreas comuns dos edifícios quando nos apartamentos. A valorização dessas paisagens, a opção de contemplação e extensão da casa para o ambiente externo, contribuiu para uma mudança significativa nos arranjos espaciais dos apartamentos, com destaque para as varandas *gourmet*.

A varanda - tradicionalmente concebida para a ventilação da casa, como elemento de fachada para proteção solar, para apreciar a paisagem e eventual cultivo de plantas - passou a ganhar novos usos nos últimos anos. A varanda *gourmet* criou um novo conceito de morar e os usos passaram a ser comuns entre salas de estar, varanda e cozinha, o que favoreceu a recepção de mais pessoas em casa. Além disso, costuma oferecer churrasqueira, bancada com pia e possibilidade de colocar mesa para receber os amigos e familiares com maior frequência e intimidade. A varanda *gourmet* passou a ser cada vez mais demandada como objeto de consumo, tornando-se um item diferenciador do projeto arquitetônico.

Além da comodidade de permanecer em casa para receber amigos e familiares, a varanda *gourmet* passou a ser um elo de ligação entre o apartamento e o exterior, geralmente com vistas privilegiadas para áreas verdes e parques na cidade. Pode-se dizer que a sacada *gourmet* funciona também como varanda para o jardim do edifício, que é caracterizado pela paisagem urbana.

Propagandas publicitárias de uma incorporadora da cidade mostram o apelo ao uso do parque como objeto de consumo. É possível notar, nos títulos que caracterizam os ambientes, frases que buscam diferenciar o empreendimento dos demais, tais como: “Visão exclusiva: Torre única em frente ao lago e ao Parque Flamboyant”, “Terraço Parque”, “Varanda Parque *gourmet*”, “imponência e leveza para viver à beira do parque”, “área de lazer cercada pelo verde com exclusividade e privacidade para seus eventos”, entre outros.

A arquitetura deve ser vivenciada, não somente nos quesitos práticos do dia-a-dia, mas ser vivida, experimentada, sentida, tocada, observada com outro olhar. Uma edificação não é somente uma edificação. Ela possui sua tectônica, materialidade, peso ou leveza, importância, estética, pode ser fluida ou não, separa ou une, convida para que seja explorada. Pallasmaa (2011, p.60) afirma que “experiências autênticas de arquitetura consistem, por exemplo, em abordar ou confrontar uma edificação, em vez se apropriar formalmente de uma fachada; em olhar para dentro ou para fora de uma janela, em vez de olhar a janela em si como objeto material [...]”.

### **3. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A cidade sofre influências constantes dos veículos de comunicação e informação que são, em parte, responsáveis pela globalização da civilização através da possibilidade de

criar e divulgar a informação. Além disso, eles transformam a vida urbana em uma imagem padronizada que agrega os espaços públicos e privados, tornando-os em um padrão comum e geral.

A arquitetura não tem como função apenas abrigar, estimular prazeres e descobertas sensoriais e facilitar o cotidiano das atividades humanas. Também não pode ser concebida a partir de imagens padronizadas pelos meios de comunicação, ela deve sim, ser fonte de experiências humanas verdadeiras e reais. As edificações são exteriorização da imaginação, extensão das funções humanas e projeção mental e capacidade de conceituação. Assim como as edificações, as cidades possuem significados específicos e únicos, resultados das experiências e memórias que o homem carrega ao longo de sua existência.

A função primordial da arquitetura não é de chocar, criticar, surpreender ou entreter, mas sim de ser uma referência no mundo real de forma que se imponha e estabeleça uma posição crítica perante a cultura e a vida. É preciso viver de forma com que o mundo faça sentido em termos existenciais e que as imagens produzidas sejam autênticas. Neste sentido, a arquitetura precisa remeter à memória e às essências iniciais que constituem o íntimo e inconsciente do homem em suas experiências existenciais.

## REFERÊNCIAS:

- BOURDIEU, Pierre. Efeitos do Lugar: In: \_\_\_\_\_. *A miséria do mundo*. Petrópolis: Vozes, 1997.
- FERRARA, Lucrécia D'Alessio. *Os significados urbanos*. São Paulo: Fapesp/Edusp, 2000.
- \_\_\_\_\_. *Design em espaços*. São Paulo: Edições Rosari, 2002.
- HENRIQUE, Wendel. *O direito à natureza na cidade*. Salvador: EDUFBA, 2009.
- LIMA, Attilio Corrêa. Plano diretor da cidade. In: *Goiânia*. Rio de Janeiro: Serviço Gráfico do IBGE, 1942.
- LYNCH, Kevin. *A Imagem da Cidade*. São Paulo: Martins Fontes 1980.
- PALLASMAA, Juhani. *A imagem corporificada: imaginação e imaginário na arquitetura*. Tradução: Alexandre Salvaterra. Porto Alegre: Editora Bookman, 2013.
- \_\_\_\_\_. *Os olhos da pele: a arquitetura e os sentidos*. Porto Alegre: Bookman, 2011.
- PERES, Maria de Lourdes Corsino; BARBOSA, Ycarim Melgaço. *O imaginário na reprodução da natureza no espaço urbano: Parques Vaca Brava e Flamboyant*. Revista Contemporânea, Ed.14, Vol. 8, n1, 2010. Disponível em: [http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed\\_14/contemporanea\\_n14\\_16\\_corsino\\_barbosa.pdf](http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_14/contemporanea_n14_16_corsino_barbosa.pdf). Acessado em: 18/01/2014
- POLLAK, Michael. *Memória, esquecimento, silêncio*. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, vol. 2, n. 3, 1989.
- PREFEITURA DE GOIÂNIA, *Goiânia recebe o título de melhor cidade em qualidade de vida do País*, 2009. Disponível em: <http://prefeitura-goiania-go.jusbrasil.com.br/politica/4156424/goiania-recebe-o-titulo-de-melhor-cidade-em-qualidade-de-vida-do-pais>. Acessado em: 17/01/2014
- ROSSI, Aldo. *Arquitetura da cidade*. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2001.
- SILVA, Clarinda Aparecida da; ALMEIDA, Maria Geralda de. *Parques Públicos em Goiânia: Paisagens de consumo e de representações sociais*. Revista Fragmentos de Cultura, Goiânia, V.22, n3, p.269-280, jul./set. 2012.