

Antonio Carlos Gaeta

SÃO PAULO: fisionomia urbana e fetiche

Novas formas urbanas e o processo de alienação

**Tese de Doutorado apresentada
ao Departamento de Geografia
da Faculdade de Filosofia,
Letras e Ciências Humanas da
Universidade de São Paulo sob
orientação da Profa. Dra.
Claudette Barriguela
Junqueira.**

São Paulo

1995

A minha orientadora Profa. Dra. **Claudette Barriguela Junqueira** pelo estímulo e dedicação na orientação deste trabalho.

Aos meus familiares, esposa e filhos, pelo apoio, companhia e compreensão.

A minha esposa, Denise Carollo, pelo estímulo intelectual.

Ao CNPQ, pelo apoio financeiro.

Aos amigos da Unesp, desenhista (Arnaldo) e bibliotecárias (Neusa e Terezinha) pelo apoio na pesquisa.

A todos os colegas, professores do Departamento de Planejamento Regional da Unesp (Rio Claro), pelo incentivo

A Profa. Dra. Ana Maria Marangoni, pela amizade e respeito.

Lembrança:

Profa. Dra. Helena Kohn Cordeiro

Dedicatória:

Aos meus pais, Beatriz e Manoel.

Índice

PREFÁCIO, I

INTRODUÇÃO:
Geografia e Alienação, 1
Urbano e Fetichismo, 6

PARTE 1 **São Paulo e as novas formas urbanas**

Novas formas urbanas, 17
Produção material, 82
Ruptura, 91

PARTE 2

Alienação

Alienação e história, 105
Alienação e capitalismo, 112
Alienação e produto, 120
Alienação e produção, 126

PARTE 3

A cidade fetichista

A cidade: espelho do homem, 135
A cidade autonomizada, 138
A cidade abstrata, 141
A cidade ilusória, 146
A cidade impessoal, 150
A cidade irracional-racional, 154
A cidade dos errados, 163
A cidade do valor, 165

CONCLUSÃO, 188

APÊNDICE, 193

BIBLIOGRAFIA CITADA, 200

Índice de Ilustrações

- Localização das áreas de estudo na Grande São Paulo ..., 19
- Localização das áreas de estudo no município de São Paulo ..., 20
- Fachada (I) do Shopping Center Iguatemi, 31
- Fachada (II) do Shopping Center Iguatemi, 32
- Centro Empresarial de São Paulo (vista), 37
- Centro Empresarial: perspectiva (tridimensional), 39
- Centro Empresarial e arredores (curvas de nível), 40
- O Centro Empresarial de São Paulo e seus arredores (mapa), 41
- Escritórios: deslocamento da área eletiva, 47
- Lançamentos de grandes centros de escritórios na Marginal, 51
- Alphaville: residenciais, 62
- Shopping Center West Plaza (planta base e acessos), 77
- Shopping Center Iguatemi: estrutura interna, 195
- Condomínio Centro Empresarial de São Paulo (estrutura interna), 197

Índice de gráficos e tabelas

- Novas formas urbanas e pioneirismo (tabela), 22
- Shopping Centers no Brasil reconhecidos pela Abrasce (tabela), 23
 - Shopping Centers no Brasil: 1966-1994 (gráfico), 24
 - Escritórios: área construída disponível (tabela), 44
 - Escritórios: área construída disponível (gráfico), 45
 - Escritórios: valor por localização (tabela), 45
 - Escritórios: valor de aluguel por localização (gráfico), 45
 - Escritórios: valor de venda por localização (gráfico), 46
 - Área construída de escritórios por localização (tabela), 49
 - Residenciais de Alphaville (tabela), 63
 - Nomenclatura de ruas em Alphaville (tabela), 63
 - Lote padrão nos residenciais de Alphaville (tabela), 66
 - Distribuição de Alphaville por município (tabela), 67
 - Principais shoppings de São Paulo (tabela), 75
- Participação de setores e grupos de setores na indústria de transformação (tabela), 83
 - Grupos de setores de produção e de consumo na indústria (gráfico), 83
 - Setores da indústria (gráfico), 84

A verdade no homem é o amor e a fé, a coragem e a ternura, a generosidade e o sacrifício. O resto é obstáculo feito pelo progresso da sua ignorância.

(Condenado em Alphaville: Alphaville, 1965, Jean Luc Godard)

acumula incansavelmente ruína sobre ruína e as dispersa a nossos pés. Ele gostaria de deter-se para acordar os mortos e juntar os fragmentos. Mas uma tempestade sopra do paraíso e prende-se em suas asas com tanta força que ele não pode mais fechá-las. Essa tempestade o impele irresistivelmente para o futuro, ao qual ele vira as costas, enquanto o amontoado de ruínas cresce até o céu. Essa tempestade é o que chamamos de progresso.

O anjo da história ... Seu rosto está dirigido para o passado. Onde nós vemos uma cadeia de acontecimentos, ele vê uma catástrofe única, que acumula incansavelmente ruína sobre ruína e as dispersa a nossos pés. Ele gostaria de deter-se para acordar os mortos e juntar os fragmentos. Mas uma tempestade sopra do paraíso e prende-se em suas asas com tanta força que ele não pode mais fechá-las. Essa tempestade o impele irresistivelmente para o

PREFÁCIO

Este trabalho tem como referência imediata a dissertação "*Acumulação e Transformação do Espaço Urbano. O processo geral de formação dos shopping centers em São Paulo*". Porém, desdobra-se, com uma maior extensão horizontal e com maior profundidade, procurando desenvolver uma leitura específica da urbanização moderna a partir da alienação e, através dela, uma visão integradora, de totalidade. Nesta perspectiva são analisadas novas formas urbanas presentes em São Paulo, como os shopping centers, os centros empresariais e os condomínios residenciais horizontais.

A discussão do urbano, a sua nova qualidade, o fragmentário aparente, as novas formas grandiosas, exigem uma aproximação entre a geografia e a questão da alienação. Trata-se de compreender a "cidade moderna", a urbanização, pela perspectiva da alienação, como elemento fundante.

A alienação é vista como um processo histórico, que se bem se constitua num sentido amplo o espírito de toda a época moderna, materializa-se a partir de condições determinadas, em diferentes potencialidades.

O espaço urbano, por sua vez, também é visto como história. Porém, aqui, centrado no seu processo de constituição. O "novo" urbano é ancorado numa análise das fontes genéticas.

Aproximado-se desse tema de pesquisa encontra-se não somente **Marx**, mas também **Adorno** (o sujeito perdido), **Benjamin** (o fetichismo, mas também o seu avesso), a sociedade urbana expandida (**Lefêbvre**), a administração do cotidiano (**Adorno**, **Marcuse**). Passando pelo sujeito perdido divisa-se com a psicanálise e com a leitura semiológica.

O urbano, como extensão do fetichismo, relaciona-se com a visibilidade do poder e com a administração do cotidiano. A reificação (coisificação) das relações sociais é vista como uma questão do cotidiano, das formas, da vivência espacial determinada.

Fisionomia Urbana e Fetiche é, de alguma forma, uma alusão a Walter **Benjamin**. Na sua reflexão sobre a metrópole do século XIX, **Benjamin** faz notar que a idéia de uma *fisionomia urbana* remetia ao próprio sujeito que vive na cidade. Na aparente forma vazia havia um sujeito que se esvaziava. Assim, a partir de tipos humanos, **Benjamin** analisa-os como mônadas, cheias de tensões e refletindo a totalidade.

Note-se que o termo *fisionomia* não é desconhecido da geografia, embora com um emprego algo diferente do usado aqui. No trabalho sobre *A Evolução Urbana de*

¹. **GAETA**, Antonio Carlos, *Acumulação e Transformação do Espaço Urbano. O processo geral de formação dos shopping centers em São Paulo*. Dissertação de Mestrado. São Paulo: Universidade de São Paulo, 1988.

São Paulo (São Paulo: 1955, Coleção da *Revista de História*), feito pelo Departamento de Geografia da FFCL-USP para as comemorações do IV Centenário da fundação da cidade de São Paulo, Pasquale **Petrone** (*A cidade de São Paulo no século XX*) usa correntemente o termo *fisionomia*. Um dos itens do seu artigo é denominado *Fisionomia da cidade no primeiro quartel do século XX*². A questão é entendida como um retrato da cidade, destacando os relatos³ de viajantes e suas impressões. Tal como nos escritos do século passado, valoriza-se o "estranho". Descrevem-se as funções, beleza, elegância, o popular, o centro da cidade, o bairro "mais elegante", o bairro popular, etc.

No título fisionomia urbana e fetiche, os dois termos procuram destacar, de um lado, a fisionomia urbana como algo vivo onde o sujeito está presente. A forma urbana é a aparência que revela um processo de construção pelo sujeito distanciando desse mesmo processo. Fetiche, porque a cidade se converte em domínio sobre o sujeito, mas também adoração.

O subtítulo *Novas formas urbanas e o processo de alienação* aparece como extremos. As formas como aparência. A construção é imanente a elas. O processo de alienação é imanente a construção delas. A mediação é o processo de produção material.

O presente trabalho está dividido em 3 partes. Na primeira parte (*São Paulo e as Novas Formas Urbanas*) são apresentados os aspectos novos, formalmente constituídos, do urbano em São Paulo. Na segunda parte (*Alienação*) é analisada a alienação como um processo histórico, constitutivo do urbano e que pode ser lida também na transformação urbana recente. Na última parte, "*A Cidade Fetichista*", os fatos urbanos apresentados na primeira parte são explicados, interpretados, à luz da alienação como processo constitutivo.

A análise da alienação mantém uma distância da cidade. Não se trata de encontrar soluções para tal ou tal questão especificamente. Não se trata de se encantar com a ordenação ou organização dessas formas aí escolhidas ou qualquer coisa como planejamento versus caos. Não se trata de fazer um discurso moralista da segregação. Mantém-se uma distância para entender esse outro. A perspectiva é de crítica ao urbano como totalidade capitalista.

². Da mesma forma, no mesmo trabalho, Odilon Nogueira de **Matos** (*A cidade de São Paulo no século XIX*) tem como itens do seu artigo "Fisionomia da cidade na primeira metade do século XIX" e "A fisionomia da cidade na segunda metade do século XIX". Por outro lado, a historiadora Maria Luiza **Marçillo** em seu livro *A Cidade de São Paulo: Povoamento e População, 1750-1850* (São Paulo: Pioneira-Edusp, 1973), fala em "conjunto da fisionomia da cidade de São Paulo" resgatando, assim, o termo consagrado no século XIX.

³. Um desses relatos destacados é o de Roberto **Capri** (1920) que fala em uma Avenida São João "extensa e borbulhante", uma Avenida Angélica "quieta e suave", uma Avenida Higienópolis "aristocrata e grave", uma Avenida Paulista "ampla, rendez-vous do povo chic".

As novas realidades urbanas podem ser vistas como **quebra**⁴ a partir de um processo material de transformação. Conjuntamente, há um avanço da autonomia, descolamento, do chamado setor improdutivo no urbano. Há uma descontinuidade, uma descontextualização. Há um desprendimento frente ao tecido urbano já constituído. Passa-se a uma aderência, a uma montagem sobre o tecido urbano.

Há uma complexidade crescente nesse processo de objetivação alienante, nesse processo de subjetividade perdida. Como se fosse uma caminhada dirigida por um "Deus oculto" há nessa rota, nesse percurso, um crescente desconhecimento (um não reconhecimento) do mundo, deste mundo. Apresenta-se, então, a questão da orientação no espaço, como rota. Rota como nos supermercados e nos shopping centers. A rota tendo como par a exposição de mercadorias. O espaço como rota do consumo.

Algumas questões estão presentes nesta análise:

- ① O que estas novas formas indicam como qualidade nova do urbano em São Paulo?
- ② Como é a relação entre a autonomização do capital e a localização?
- ③ Haveria uma geografia gerenciada e administradora do cotidiano revelando-se através do distanciamento, da fragmentação e da invisibilidade do poder?
- ④ Como as diversidades espaciais são incorporadas num processo de fragmentação?
- ⑤ Como se pode entender as externalidades enquanto constrangimento e enquanto liberação de potencialidades no espaço?

Outras questões também mereceriam atenção e devem ficar apontadas:

- ① Situações como a de Alphaville ou do Centro Empresarial tem possibilidade de expandir-se, reproduzir-se geograficamente, tendo em vista as limitações de terreno em São Paulo?
- ② Como a alienação crescente aparece no urbano através do avesso? Haveria algo semelhante a mimeses (repetição involuntária), de forma que a memória assinalasse como trauma recorrente de **Freud**?

⁴. Vale a pena aqui também lembrar que o tema não é isento de uma certa tradição no debate geográfico. Pasquale **Petrone**, na obra já citada, fala em fracionamento na história da cidade de São Paulo. No primeiro quartel do século XX, em São Paulo, "grandes espaços vazios continuavam a existir, separando as zonas mais densamente ocupadas, em plena cidade ... De um modo geral, a cidade continua a formar blocos que dão a idéia de várias pequeninas cidades sucessivas e sucessivamente agrupadas, dentro de um perímetro constituído por uma periferia instável, dado que se expande a olhos vistos" (p.88). E citando Ernst Von **Hesse-Wartegg** (*Zwischen Onden und Amazonas*. Stuttgart, 1915): "São Paulo não é uma grande cidade ..., mas um amontoado de pequenas cidades construídas uma ao lado da outra e uma dentro da outra, uma cidade que está em vias de se transformar em cidade grande, e a única coisa grandiosa nela é seu futuro" (p.88). A respeito da fisionomia da cidade em 1925 afirma: "Como se vê, São Paulo era ainda uma cidade fracionada..." (p.91). Sobre a São Paulo atual (em 1954): "Embora não mais ofereça o aspecto fragmentário e estelar do primeiro quartel do século, São Paulo ainda possui um número elevado de trechos vazios, dentro da área urbana" (p.113). Assim, no passado da cidade, o fracionamento é seu crescimento, mas também é o que antecede a totalização.

INTRODUÇÃO

GEOGRAFIA E ALIENAÇÃO

No Brasil a relação entre alienação, geografia e o urbano está longe de ter sido desenvolvida pelos geógrafos de maneira a trazer uma contribuição original¹. Esta é a tentativa deste trabalho.

Alguns geógrafos, porém, mencionaram o interesse pela problemática da alienação, como é o caso de Antonio Carlos Robert de **Moraes** e de Armando Corrêa da **Silva** (mais particularmente). Robert de **Moraes** chama a atenção para a importância do sujeito no discurso geográfico².

Já Roberto Lobato **Corrêa**, embora enfatizando a importância da forma na geografia, alerta para o espacialismo estéril associado à perda da noção de função e de contexto histórico.

A preocupação exterior, do aparente, tem sido quase que absoluta na geografia, mesmo não sendo a aparência fenomênica sinônimo de estrutura e dinamismo (**Marx**). A forma é importante, mas quem dá forma é o trabalho que "*humaniza a natureza, (e) dá à matéria uma forma adequada às necessidades humanas*" (**Hegel**).

Armando Corrêa da **Silva** apontou já, para a geografia, tanto a questão das formas novas, como a questão da essência da forma geográfica e da alienação. Preocupado pelo fato de talvez a geografia não possuir um discurso teórico, alerta para a aceitação pura e simples do aparente e do novo³.

Eis aqui uma questão que nos interessa de perto: as formas novas. A crítica de Armando Corrêa da **Silva** insere o problema da essência da forma geográfica e caminha

1. E mais: uma leitura da alienação precisa avançar dentro da psicanálise e da semiótica, mesmo estando elas ainda *distantes* do pensamento geográfico e nós, geógrafos, com um conhecimento bastante elementar nesses temas.

2. Há na geografia uma "leitura do marxismo que acaba por banir a figura do sujeito do processo real ... uma visão que coloca as questões ... da subjetividade ... como um universo reativo, explicável externamente por *causas* econômicas ... concepção ... profundamente permeada por uma ótica positivista que concebe um finalismo não nos indivíduos (nos "homens reais)". Desta forma, "trabalha-se um capitalismo desistoricizado, pura abstração econômica. Enfim, uma leitura economicista da obra de Marx, que encontra guarida numa disciplina profundamente marcada pelas formas positivistas de pensamento. A ênfase na problemática do sujeito repõe as tentativas do marxismo de renovação da geografia num patamar mais rico de reflexões" (*Ideologias Geográficas. Espaço, Cultura e Política no Brasil*. São Paulo: Hucitec, 1988, p. 21-22).

3. Silva alerta para a ausência de "um discurso teórico ... sua linguagem seria a do senso comum, na apreensão das aparências do real". Sendo assim, "no que diz respeito à modernização o novo manifestar-se-ia por formas novas e isso seria tudo" (**SILVA**, Armando Corrêa da, *De quem é o Pedaco? Espaço e Cultura, "Além da modernidade"*. São Paulo, Hucitec: 1986, p.118).

para a teoria do valor. Não é exatamente o caminho neste trabalho, mas a questão é próxima. O autor está preocupado em refutar o discurso do novo, do "queremos o progresso", "a crença na forma"⁴.

Uma outra questão que o autor traz é a subjetividade perdida⁵, mas por um ângulo especulativo inspirado na esquizofrenia. Numa análise que contempla sujeito, significado e o outro, **Silva** identifica o espaço *reificado* como um espaço morto⁶.

A nível mundial há estudos específicos sobre o urbano, sobre metrópoles, que põem de relevo a questão da alienação dentro de uma perspectiva marxista, como também colocam como preocupação o *algo de novo* que a realidade urbana traz em período recente.

Patrick **Ashton**, relacionando capitalismo monopolista e a criação de uma cultura de consumo, aponta uma **alienação pandêmica** que se revela pelo uso do consumo na expressão da subjetividade⁷. Larry **Sawers**, numa outra perspectiva, adverte a respeito das análises "estritamente" espaciais e o **fetichismo do espaço** que delas decorre⁸.

4. Idem, ibidem, p.121.

5. "Quando se perde a subjetividade, perde-se, com ela, a objetividade. Por isso, recuperar a objetividade é, antes de mais nada, ter a si próprio como sujeito, como consciência." Idem., ibidem., "*O Espaço Esquizóide: Suposições Heurísticas*", p. 126.

6. "Ter a si próprio como sujeito, como consciência, é ser capaz de ter referências, que são relações de significado. Por isso, pode-se dizer que um espaço sem significado é um espaço , reificado. A presença do espaço reificado põe-se nos momentos de decadência; a reificação significa também o desaparecimento das relações que dão significado à identidade. O espaço da mente esquizóide é, então, um espaço , reificado, onde ocorre o empobrecimento das relações de significado ou o seu desaparecimento. Por isso, o espaço esquizóide é um espaço fora-de-si, alheio. É um espaço dos outros". Ao contrário, o espaço de vida é um espaço "que se separa fisiologicamente da sua matriz ... é um espaço do espaço que vai ganhar progressivamente autonomia num processo de prolongada dependência" (Idem, ibidem., p. 126).

7. "These latter developments (o desenvolvimento econômico no século XX, a industrialização e a fuga para os subúrbios nos EUA) were in some sense generated, as well as accompanied by, the creation of a national consumer culture. The consolidation of monopoly capitalism in the second decade of this century provided giant corporations with the productive ability and the financial resources to satisfy as well as to create national markets. Advertising became a vehicle by which to encourage people to meet all their varied needs through consumption of commodities. Not coincidentally, the success of this strategy bolstered effective demand. The needs for which commodity consumption was touted as the only solution included, of course, basic physiological ones like food, clothing and shelter. But they also included needs for personal security, a sense of belongingness, and self-esteem. It is these three needs in particular that advertising has so skillfully exploited and manipulated. Pandemic alienation, rooted in production but expressed in all capitalist institutions, has made consumers more vulnerable to this sophisticated manipulation. More and more in this society, individuals are defined by what they consume. The effects on community of the generalization of alienated commodity consumption have been paradoxical. On the one hand, there has been a rejection of the traditional notion of community (which economic forces were dismantling anyway). Advertising encourages people to utilize consumption to express their individuality. The model of community put forth, such as it is, patterned on the free market. In this view, sometimes called "community without propinquity" physical proximity and geographical ties are seen as unnecessarily confining; association, it is argued, should be freely chosen on the basis of an instrumental, utilitarian calculus"(ASHTON, Patrick J., *Urbanization and the dynamics of suburban development under capitalism*,

A questão da alienação também é percebida por outros ângulos, não marxistas, que abordam o urbano. Fala-se na constituição de uma *Cidade Genérica*⁹, aproximada ao pós-moderno, como é comum aos que percebem uma alteração recente na sociedade. Nesta cidade, um dos aspectos novos, e talvez positivos, seria a possibilidade de comparar¹⁰.

Deixando por ora a questão da ruptura, da temporalidade propriamente dita, há uma questão mais essencial que parece *percorrer* a geografia, embora um pouco esquecida. A geografia, conhecida pela sua preocupação com o espaço, com os lugares, com a localização (e só isso é a geografia escolar), passa pelo espaço constituído, pelas cidades, por exemplo, com uma despreocupação histórica. É incomum na geografia marcar períodos de constituição do espaço ou marcar transformações qualitativas das formas espaciais. E, ainda menos comum, é a preocupação em mergulhar no significado dessas constituições, principalmente porque elas são coisificadas. As cidades são lidas como coisas que, se bem tendo origem numa tal relação homem-natureza, distanciam-se dela e seguem seu caminho por si sós. Trata-se então de aproximar uma *cidade perdida* de um *sujeito* que se perdeu.

Aqui deve existir um cruzamento. Conhecer o lugar. Conhecer o homem. Aqui, a geografia se aproxima da filosofia e se constitui como filosofia. Aqui, ela se aproxima da perdição. Aqui, ela se aproxima dos caminhos¹¹.

*Filosofia significa em sentido próprio nostalgia do lar,
aspiração a estar, por toda parte, em sua casa". (Novalis)*

em **TABB**, William K. e **SAWERS**, Larry, *Marxism and the Metropolis. New perspectives in urban political economy*. New York: Oxford, 1984, p.67-68. (Grifos meus).

8. "The lack of a class analysis leads to an error which might be called the fetishism of space. ... Two parts of the earth's inanimate surface cannot have opposing interests. History is made only when groups of people have interests opposed to those of other groups of people. Spatial fetishism plays a prominent role in confusing the important social relations which shape urban space" (**SAWERS**, Larry, "*New Perspectives on the Urban Political Economy*", em **TABB**, W. e **SAWERS**, L, op.cit., p.7).

9. "Perhaps about five years ago I was taken to lunch in the new Indianapolis Center, a three-level complex made of stainless steel, with white walls and green plants, which had high-quality convenience shops on the bottom, trendy formula stores in the middle and an ethnic food court on the top. It adjoined a large department store and hotel, was across the street from the Hoosier Dome, down the block from the rehabilitated theatre and only several hundred yards from the train station now converted into a smaller Midwestern city's concept of Covent Garden. I suddenly realised that I only thought I was in Indianapolis. I was actually lunching in the Generic City" (**LEVEN**, Charles L., *Distance, space and the organisation of urban life*, Urban Studies, vol. 28, 3, 1991).

10. "But why then, as places have become so predictably alike, have we become so preoccupied with ratings of their quality of life? Partly, perhaps, this is precisely because they have become more comparable" (Id., *ibid.*, p. 324, grifos meus).

11. O desenvolvimento do cadastramento e da cartografia tem também algo ou muito a ver com a questão do "homem perdido" ser um grande tema da geografia. Essa preocupação intensa com o controle é índice de que a marca pessoal desaparece.

Não seria esta uma preocupação fundamental para a geografia? Dentro desse ponto de vista, o distanciamento entre o sujeito e o objeto, a fetichização do objeto, é, num sentido geográfico, o desconhecimento do seu próprio mundo. Desconhecimento da sua criação enquanto morada e, mais que isto, uma caminhada dirigida por um *Deus oculto*.

Bem-aventurados os tempos que podem ler no céu estrelado o mapa dos caminhos que lhe estão abertos e que têm de seguir! Bem-aventurados os tempos cujos caminhos são iluminados pela luz das estrelas! Para eles tudo é novo e todavia familiar; tudo significa aventura e todavia tudo lhes pertence. O mundo é vasto e contudo nele se encontram à vontade, porque o fogo que arde na sua alma é da mesma natureza que as estrelas. O mundo e o eu, a luz e o fogo distinguem-se nitidamente e, apesar disso, nunca se tornam definitivamente alheios um ao outro, porque o fogo é a alma de toda a luz e todo o fogo se veste de luz. Assim não há um único ato da alma que não adquira plena significação e não venha a finalizar nesta dualidade: perfeito no seu sentido e perfeito para os sentidos: perfeito porque o agir se destaca dela e porque, tornado autônomo, encontra o seu próprio sentido e o traça como que em círculo à sua volta
(Lukács)¹².

Essa transparência está perdida e é de se questionar se a sua recuperação está assegurada. Aqui novamente a geografia se aproxima da filosofia.

A filosofia, sintoma de uma entre interioridade e exterioridade; de uma incongruência, tem por tarefa -- quando verdadeira -- o desenho daquele mapa arquetípico
(Haroldo de Campos).

Onde está a perdição? O que significa essa perda? Como ela se constitui nessa fase recente? Essas questões apontam para a importância da alienação e do fetichismo para a geografia, para o estudo do urbano. E é, como muitos indicam, através da "saudade", desse nosso *passado*, de nós mesmos, que nos aproximamos do significado desse nosso exílio:

Ora, o exílio, "monopólio sentimental" do povo judeu (que, na Cabala, chega a vê-lo como metáfora da própria Criação, pois Deus teria se auto-exilado de uma parte do todo que ocupava para dar lugar a sua obra) e a saudade estão intrinsecamente ligados. A nostalgia do judeu exilado no Egito e na Babilônia e, depois, a do judeu errante prefiguram o "mal lusitano". Em tradução portuguesa, o salmo 137 (a "canção do exílio" da Bíblia) começa assim:

12. LUKÁCS, Georg, *A Teoria do Romance*. Lisboa: Presença, s/d (orig. 1920).

*"A beira dos canais da Babilônia nos sentamos, e choramos
com saudades de Sião"¹³.*

13. ASCHER, Nelson, "*Palavra remete ao exílio dos poetas e dos judeus*". Folha de São Paulo, 28.06.92, p. 6-6.

URBANO E FETICHISMO

Em um texto de 1930, considerando os contos fantásticos de Hoffmann e de Oskar Penizza, Benjamin interessa-se pelo dualismo, religioso na sua opinião, entre a vida e o autômato. Para ele, os contos de Hoffmann constroem-se pela identificação entre o automático e o satânico e concebem a vida do homem comum como regida, através de um perverso mecanismo artificial, pelo demônio. Sua danação é inevitável: Nataniel só descobre a natureza mecânica de Olímpia, a boneca fabricada pelo diabólico Copélio, quando já enlouqueceu de paixão. Mas o que é fatal ao herói de Hoffmann é o desconhecimento da identidade de Copélio, aquele que lhe determina o destino por suas sinistras reaparições (Kátia Muricy)

Diversas questões, como as levantadas neste trabalho, estão, de alguma forma, presentes na metrópole moderna já no século XIX. Muitas delas estão particularmente acentuadas na realidade norte-americana atual, como por exemplo nas chamadas "edge cities"¹⁴.

A construção da metrópole moderna, as tendências mais agudas na realidade urbana norte-americana, constituem-se em referências importantes para compreender o presente em São Paulo, permitindo encontrar elementos que ancoram a análise.

CONSTRUÇÃO DA MODERNIDADE NA TRANSIÇÃO DA CIDADE DO SÉCULO XIX PARA O SÉCULO XX

Do século XIX ao século XX a transformação da produção material permitiu um enorme avanço da sociedade mercantil capitalista, tanto num sentido exterior (e aí o

14. "Most startling about "edge cities" is their anonymity. Few have names or geographical features. All are created as a series of independent preserves without a common identity. These places are so homogeneous it is hard to tell one from another. But what does it say about us that the middle class, having left traditional urban areas behind to be used by the rich and the poor, prefers to live near and work in these new office parks? What does it mean about the future of traditional cities?" (Hardy, Hugh, "The End of the City", Spazio e Società, 1992, 15, n.58, p.55).

imperialismo), como num sentido *interior*. Essa transformação do interior significa não só uma transformação do indivíduo como também uma transformação do espaço e da cidade em particular. É uma transformação do campo, o aparecimento das cidades industriais, das metrópoles e da multidão. Por outro lado a mudança interior, a mudança de forma, significa uma mudança de ritmo. Essa transformação no tempo e no espaço significa, num certo sentido, que junto com as continuidades afloram as rupturas.

Uma das questões essenciais reside na própria idéia de que a cidade é um espelho do eu. A transformação interior tem, então, um duplo aspecto. Trata-se de ver a cidade pela subjetividade, porque a cidade não é objetividade pura. Esta é uma questão que interessa, mas não para retratar tipos humanos. Ver a cidade pela subjetividade através da própria cidade. A fragmentação do indivíduo, a sua perda de identidade (que por outro lado o joga na saudade de um passado mítico), acompanham o próprio desenvolvimento do capitalismo e a formação das aglomerações urbanas modernas.

A transformação do capitalismo no século XIX criou grandes concentrações, em função da criação de grandes instrumentos de transformação e em função da destruição acelerada dos resíduos da organização social e produtiva anterior. Ao mesmo tempo, é um fenômeno de dispersão, de generalização do urbano no mundo, a urbanização do mundo. Isto constituiu o fenômeno urbano. O fato da consagração do trabalho morto-capital subjogando o sujeito significa uma nova relação sujeito-objeto. Há uma perda das antigas relações pessoais de dominação, do controle do trabalhador. Essa realidade, já no século XIX, criou, conforme Nelson Brissac **Peixoto**, duas imagens de homem: o autômato e o rebelde, o autômato ou o rebelde.

Nesse momento histórico a percepção estaria se automatizando através de hábitos e condicionamentos. Na multidão (que, contraditoriamente, também é vista, pela burguesia, como algo inquietante e aterrador) haveria como que uma obediência a um *poder invisível* que traria gestos automáticos e reações instintivas.

Ou seja, não só o homem da fábrica estaria sendo subjogado pela automatização, *como também* o homem fora da fábrica. O homem, como um todo, estaria sendo subjogado pelo próprio avanço da racionalidade capitalista que se esparramava por todo o tecido social e por toda a vivência. O movimento intermitente e ritmado teria como pressuposto o tempo útil do trabalho, pois as atividades urbanas, já no século XIX, haviam perdido quaisquer vínculos com o tempo da natureza. Essa *subordinação ao tempo abstrato* como potência disciplinadora invisível é o marco.

A multidão na cidade capitalista, ainda de acordo com **Peixoto**, apresentaria elementos representativos da perda de parcela dos atributos humanos, como o estar dissolvido no viver coletivo, ter suspensa a identidade individual (habitante da metrópole) e

ser parte de uma potência indiscernível e temida. A multidão como insegurança representando que está havendo uma perda de identidade das coisas e que a *marca pessoal está desaparecendo*. Constitui-se uma fantasmagoria.

Mas há também o outro lado da multidão, destacado por Benjamin, que é a possibilidade de não deixar rastros, de permanecer incógnito, incontrolável. Aqui, de alguma forma, tem-se reproduzida a luta razão-mito, razão crítica-razão instrumental, associando-se a isso o caráter dúbio que contrasta a cidade do século XVIII (cidade como um espaço fechado) e a cidade do século XIX (cidade como um espaço aberto). A cidade moderna é uma racionalidade, mas uma racionalidade que submete. Mesmo submetendo ela permite alguma forma de libertação. Mas, enfim, a perda de parcela dos atributos humanos significaria assemelhar-se a espectros. Na multidão você teria sombras de homens.

Um outro aspecto a destacar, já na metrópole do século XIX e que se desenvolve, é a vida como espetáculo, como imagem, como representação. Aqui já se teria os elementos para a realidade virtual que faz parte das formas modernas (embora, talvez, ainda não seja um elemento fundamental nelas). Brissac, numa procura genética, associa multidão, desfile, metrópole, trajetos longos e a imposição aos olhos da atividade de observar coisas e pessoas. A questão de observar torna o sujeito desse mundo um observador (e que tem, também, múltiplos significados). Esse estar à mostra aproxima-se do indivíduo como mercadoria. Por outro lado, numa situação assim fragmentada é, contraditoriamente, pelo olhar que se podem captar imagens, conforme Benjamin, para se ter o conhecimento de si, dos outros e da cidade. Ou seja, tem-se a imagem como condensadora (mônada), enigmática e, portanto, passível de revelação.

Uma outra questão que leva ao ordenamento, à administração do cotidiano, do espaço, além da necessidade puramente econômica (que teria que esperar condições de desenvolvimento da produção material para tal), é que ao mesmo tempo que cria as formas novas do urbano (e aí, ainda sem programação), como as metrópoles modernas, as cidades industriais, cria-se um problema para o capitalismo. Ele não se isenta de contradições e receios. Há uma questão de como se colocar na multidão, a relação cotidiana indivíduo-coletivo, cidadão-cidade como sociedade. Aliás, nessa transformação os contrastes são violentos e pouco entendidos e controlados. É justamente, então, que há uma transição estética da noção de belo para a de sublime (Brissac **Peixoto**). A noção de belo, para a cidade, apresenta problemas, devido às medidas do belo (ser humano perfeito), e por ser ela uma noção de harmonia e daí imediatamente dada. Até o século XIX a "paisagem urbana" estava dominada pelo classicismo (renascentista), com suas concepções geométricas, matemáticas, simétricas. Esse ideal de belo e perfeito necessariamente entra em crise com a

cidade industrial. Por isso contrapõe-se a noção de sublime, como fascínio e medo. Algo assustador e terrificante levando a idéia de contrastes rápidos.

A multidão-sombra, o *sujeito que pode se esconder nela*, tem também no seu tempo linear como no seu espaço um outro lado: a multidão da noite, o espetáculo noturno. Além dos restaurantes, teatros, orquestras, jogos, também tem-se o crime, as prostitutas, os jogos, o movimento de recolhimento no interior das casas. Há também um outro ritmo, lento e silencioso. De alguma forma é *um despertar dos demônios*, o preenchimento dos espaços urbanos pelos demônios.

"O perigo pressuposto como presença em repouso (durante o dia) põe-se de toca nos becos, nas reentrâncias da rua".

No entanto, note-se o lado dúbio, contraditório, libertador: nessa noite, a multidão se adensa, *tornando-se insondável*. Mas, mesmo na vivência diurna, há no estar na multidão, no andar na rua, a questão do estranho, o estranho familiar. Esse outro refere-se tanto aos outros sujeitos, como ao outro objeto, mercadoria e daí o grande Outro.

Uma outra questão refere-se explicitamente a espacialidade, entendida no sentido de ocupação e de expansão. Hans **Blumenfeld**¹⁵ informa que até a metade do século XIX nos Estados Unidos, o transporte dentro da cidade se fazia a pé ou a cavalo. Sendo assim o limite das cidades fazia um raio de 5 km a partir do centro. O limite na expansão horizontal era completado pelo limite na *expansão vertical* (fato normalmente esquecido), já que não havia elevadores. A cidade expandia-se pelo preenchimento dos espaços vazios. No final do século XIX a situação se alterou com o bonde, o metrô, *o telefone e o elevador*. Posteriormente houve o impacto do caminhão e do automóvel.

Destaque-se nisto a questão de expansão da cidade. Mas veja: não se trata de um sujeito cidade. Trata-se de uma cidade que se forma pela expansão do capitalismo. A questão da "cidade expandir-se preenchendo os espaços vazios" altera-se radicalmente. O significado de espaço vazio alterou-se, verticalizou-se, aprofundou-se. É interessante pensar num paralelo com o mercado.

Na situação nova (final do século XIX e começo do século XX nos Estados Unidos), **Blumenfeld** afirma que permitiu-se uma nova movimentação: se o aumento da divisão do trabalho, da especialização, da cooperação, da produtividade, forçou a *concentração* (força centrípeta), essa mesma condição materializada em técnica permitiu inserir a distância (força centrífuga)¹⁶.

15. **BLUMENFELD**, Hans, *A Metrópole Moderna*, em: **DAVIS**, Kingsley e outros, *Cidades. A Urbanização da Humanidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 1977 (3a. ed.).

16. "É a ação conjunta dessas tendências (que) produziu a nova forma de estabelecimento que denominamos metrópole. Já não é a cidade, como essa instituição era compreendida no passado, mas por outro lado, evidentemente, não é campo" (Idem., *ibidem.*, p. 55).

A nova comunicação, a nova mobilidade, a nova horizontalidade, a nova verticalidade, são elementos, então, que estão inseridos nessa nova forma de cidade, na cidade que surge com a transformação capitalista do final do século passado. Isto nos Estados Unidos e também em partes da Europa. Veremos adiante como isso entra na racionalidade capitalista. Pois bem, esta questão vai se radicalizar nesse final de século. Paul Virilio vai trabalhar com essa questão.

A CIDADE DO SÉCULO XX

No século XX os elementos que estavam dados na transição para a metrópole desenvolvem-se. Alterar o caráter da espacialidade, desenvolver o tempo linear tornam-se fundamentais. Permitir romper com os limites do já constituído, com as determinações é fundamental, de início só para a produção e, depois, para as demais fases do circuito produtivo. Introduzir o tempo linear de forma a transpor a própria medição de tempo na fábrica e extravasá-la para todos os poros sociais.

Uma das questões fundamentais para o capitalismo, quando se fala em espacialidade, é que o social sempre foi visto pelo privado como um constrangimento (quando se fala em localização e em constituição organizada a se desenvolver). O social é sempre a porta do reconhecimento, a porta para a comunhão, a porta para a identificação. Segundo Alain Lipietz¹⁷, no estágio concorrencial do capitalismo, a empresa está livre de regulamentos e normas, mas também está completamente afastada do social, que para ela é o mercado. Ou seja, este é para ela um *ambiente natural*, rígido, dado, sem opção, que não comporta desejo, e ela está irremediavelmente submetida a ele. Nessa situação o espaço social é visto pela empresa como um dado, uma divisão inter-regional do trabalho, um capital fixo materializado pré-existente, uma localização dos "mercados", um estado do sistema de transportes e de telecomunicações, uma estrutura de espaço jurídico. É nessa "paisagem dada" em que ela vai se inserir.

No monopolismo, no capitalismo tardio, essa contradição já está parcialmente absorvida pela empresa. Não é mais a inscrição pontual no espaço sem alteração da "paisagem" e sim uma *imposição*, uma modificação radical da micro-formação social. Esta questão é sentida primeiramente para a produção em regiões de alta concentração (Europa, Estados Unidos) onde vai se falar em "áreas de indiferença", por causa da elasticidade das condições de localização das indústrias ou pelo menos de certos

17. LIPIETZ, Alain, *Le Capital et son Espace*. Paris: La Decouverte/Maspero, 1983.

tipos de indústrias e portes de indústrias. Inclusive, como nos casos estudados por **Castells** e **Godard**, uma indiferença da indústria frente à cidade pré-existente.

A empresa, então, *passa a englobar diversos mecanismos e funções antes desenvolvidos no mercado e pelo poder público*¹⁸. A tendência é se opor a uma germinação necessária a partir de um dado e impor uma anulação do espaço pré-existente¹⁹. O impor vem acompanhado, como salientam **Lipietz** e outros, de uma programação no tempo de um novo espaço. O que é determinante é o investimento (a capacidade de, o retorno esperado) e não o custo para se inscrever espacialmente. A escolha depende da capacidade do capital e não da determinação do já constituído, mercado, demanda.

Esse desprendimento, isso que se pode identificar como *descolamento*, aparece no urbano deste fim de século caracterizado de uma forma genérica, principalmente nos Estados Unidos. É mais que uma suburbanização da sociedade (que nesse sentido é real lá). No trabalho de Joel **Garreau** (*Edge City: life on the new frontier*), há um retrato do subúrbio, que nos EUA remonta a década de 20. Mas há novidades importantes. Muitas dessas construções a beira de estradas nem nome tem, tal a rapidez de formação e falta de identidade. Uma outra novidade é a aproximação de formas longamente planejadas, como os próprios condomínios, junto com conjuntos de edifícios de escritórios, shoppings e a "parafernália de fast-food ... clubes de vídeo, aeróbica e lojas de departamentos"²⁰. Nestas cidades a questão velocidade-espaço-tempo é fundamental²¹. Há um contraste entre uma procura interior e o esvaziamento²².

Essas novas constituições urbanas passam a ser vistas como fundamentais nas novas percepções que se estruturam. **Paul Virilio**, por exemplo, vê a questão pelo ângulo da velocidade. Não é o caminho deste trabalho, mas ele apresenta aspectos a serem

18. A "intervenção pública" não se resume a "socializar as perdas e privatizar os lucros", visa também a atenuar a incapacidade da iniciativa privada em suscitar o desenvolvimento do espaço social: o que o mercado não pode resolver deve ser remetido ao Estado.

19. Um exemplo: a criação de um centro comercial regional, prevalidado pelo espaço regional pré-existente, pode modificar a imagem micro-regional de um bairro, permitindo então sua mutação na divisão econômico-social do espaço, e mesmo validar investimentos pelos quais se espera uma mutação do lugar, do bairro, na divisão internacional do espaço.

20. Idem., *ibidem.*

21. "O modelo pioneiro para a "edge city" é Los Angeles, que nunca foi uma cidade, mas uma aglomeração de subúrbios, onde ninguém se espanta em rodar 80 km para ir ao cinema ou visitar um amigo". Idem., *ibidem.* Ao invés de pioneiro, o mais apropriado seria radical.

22. "coisas vitais estão ausentes em uma edge city. Ela não tem um centro, um espírito comunitário ou uma alma. Os habitantes não criam maiores laços emocionais com seu hábitat. As edge cities carecem de sabor e tensão. Não há perigos na esquina, porque não existem esquinas" (Idem., *ibidem.*). É de se perguntar se um tal espírito existe nas metrópoles? Por outro lado a questão da alma perdida não pode ser desprezada. Ainda, os subúrbios tradicionais (que não tinham essa complementaridade toda) tem simbolizado o perigo nos EUA. São inúmeros os filmes de terror que tem como ambiente justamente os subúrbios.

realçados. Partindo da cidade e da orientação pelos sinais, nos termos de Robert Venturi, há, num 1º estágio, o grande centro de comércio que exclui, de início, a necessidade de signos (ou pelo menos de signos complexos). Num 2º estágio, aparecem pequenos cartazes anunciando as coisas. Há um novo elemento, a vitrine. A nossa relação interno-externo é mediada pelo vidro. Num 3º estágio, a avenida larga que corta a cidade é referencial. Tudo é feito para ser visto a alta velocidade. Essa mudança de ritmo, essa aceleração que acompanha o desenvolvimento urbano capitalista (aqui tomando como base o século XIX), relaciona-se com a forma. No 3º estágio perde-se o referencial urbano (micro) e tem-se as grandes formas *abstratas* que, pelo uso, transformam-se em símbolos. Estas (e aqui é uma leitura bem norte-americana) *desconectam o prédio da rua* e criam entre eles um enorme estacionamento. Para Brissac Peixoto, isso significa que o símbolo (contiguidade *instituída* entre significante e o significado) no espaço ficou mais importante que a forma.

Segundo Paul Virilio²³, há uma tendência à aceleração. Há uma *perda de pontos de referência específicos*. A trama (traçado, linhas definidas) urbana vai ficando cada vez mais fraca, se esgarça. Perde-se a noção (a velha?) de localização. Para Virilio, assim se dá a fragmentação. Com a fragmentação a própria auto-estrada deixa de ser o fator de articulação. A cidade só é articulável pela telecomunicação. Há uma substituição do espaço pelo tempo, um espaço-tempo e *não espaço-superfície*.

Com as telecomunicações diminuem-se as distâncias. Mas, a cidade aparece como em telas, como um único espaço superficial, segundo Virilio. O próximo-próximo não existe (como a televisão). Há uma nova forma de interação social onde a vizinhança acaba. Para Virilio, os lugares não tem mais lugar. Somos mais e mais habitantes do tempo. Assim, para a cidade tem-se: 1º sedentarização, 2º deslocamento, 3º telelocalização.

Alguns urbanistas vem a coincidir nestes pontos. Para Christopher Tunnard²⁴, a cidade americana, já na década de 20, constituía-se a partir de projetos independentes, contrastando com a cidade do século XIX, onde todas as classes se misturavam nas ruas e viviam em intimidade²⁵. A própria concentração é vista como um

23. Veja-se de Paul Virilio, *L'espace critique e L'horizon negatif*.

24. TUNNARD, Christopher. *A Moderna Cidade Americana*. Rio de Janeiro: Bloch, 1971.

25. Essa cidade se faz através de "uma série de "projetos" independentes, ou áreas com funções restritas, circundadas por um mosaico de subdivisões isoladas a se estenderem até os limites urbano-rurais, servidas apenas por transporte individual, isto é, automóveis particulares dirigidos pelos próprios donos" (Idem., ibidem., p. 131). Maria Stella Bresciani (Espaço e Debates, 34, 1991) cita que em Londres, já no século XIX, tem-se, com a acumulação de capital, não só uma fragmentação das atividades como também uma especialização por bairros, de modo que as pessoas vivem sempre os mesmos lugares ou nascem, vivem e morrem sem nunca saírem e não terem a dimensão da cidade. Ou seja, há o fragmentário urbano também no século XIX como no XX. Também há situações em que não se conhece a cidade como um todo. Porém, no

ponto fraco na *era da bomba atômica*²⁶. Essa fragmentação e distanciamento, no sentido de **Virilio**, apresentaria, no momento, alguns limites²⁷.

Na relação entre distância e velocidade há uma outra questão, a do controle e da entrada. Esta transformação do espaço, para **Virilio**, faz com que as fronteiras sejam *transportadas para dentro da cidade*, como é o caso das portas dos aeroportos²⁸. Essa questão dos olhos permanentes parecem estar próximas do cotidiano administrado, já levantado por Adorno.

século XIX a perspectiva horizontal (de extensão, de conhecimento extensivo) é suprema. Hoje o fragmento se comunica. Hoje há uma universalização.

26. "Desapareceu a necessidade de concentração ... e, de fato, na era da bomba de hidrogênio, a concentração reclama destruição. A principal necessidade de contínua concentração, comunicação face a face, desaparecerá logo que se façam mais praticáveis as mensagens transmitidas por feixes de luz modulada. Boulding visualiza uma sociedade da qual a população se espalhe pelo globo em lares quase auto-suficientes, cada qual dispo de comunicação imediata com bibliotecas, organizações culturais e quaisquer indivíduos na face da terra. Admitindo que tais idéias sejam de pura ficção científica, Boulding, no entanto, sugere que, se elas se transformarem em realidade, os homens provavelmente quererão voltar à cidade clássica puramente para fins recreativos; e vê essa tendência em embrião na mudança de ricos para os velhos centros e no desenvolvimento das avenidas comerciais" (**BOULDING**, Kenneth E., *The Death of the City*, em: *The Historian and the City*, Cambridge, 1963). Essa relação entre existência e morte é muito interessante e deve ficar apontada. Outra coisa a destacar é a previsibilidade parcialmente confirmada. Por outro lado, a visão otimista do indivíduo isolado (fechado mas aberto para a cultura, por exemplo) está em contradição com o domínio que os bens de consumo duráveis de alta tecnologia exercem sobre o homem e sua vivência em diversas formas grupais como a família. Outra questão referente à desconcentração: na medida em que instaura-se um urbano de aparência, sutilmente administrado, tem-se um poder mais eficiente porque é menos localizável.

27. "Atualmente, mais de 40 milhões de americanos trabalham em escritórios e, a despeito de sofisticados sistemas de comunicação, a maioria das atividades que nele se realizam ainda exige contatos pessoais" (**CHUDACOFF**, Howard P., *A Evolução da Sociedade Urbana*. Rio de Janeiro: Zahar, 1977, p.338).

28. "A partir des années soixante-dix, au début de la crise économique mondiale, la construction de ces aéroports allait être d'ailleurs soumise aux impératifs de la défense contre les "pirates de l'air". "Tous les circuits et ruptures de charges (passagers, bagages, fret ...) ainsi que les différents mouvements de transit devaient être soumis à un système de dérivation du trafic (intérieur/extérieur), la forme architecturale de l'édifice résultant moins désormais de la personnalité de l'architecte que des précautions nécessaires à la sécurité publique". "Des lors, il ne s'agissait plus, comme par le passé, d'isoler par l'enfermement le contagieux ou le suspect, il s'agissait surtout de l'intercepter sur son trajet, le temps d'ausculter son vêtement, son bagage, d'ou cette soudaine prolifération de caméras, de radars et de détecteurs dans les lieux de passage obligés". "... les prisons françaises abritant des "quartiers de haute sécurité" allaient être équipées de ces mêmes portiques magnétiques installés depuis plusieurs années dans les aéroports, l'équipement de la plus grande liberté de déplacement servant paradoxalement de modèle à celui de l'incarcération pénitentiaire. Déjà, dans nombre de zones résidentielles américaines, la police n'était plus assurée que par une télévision en circuit fermé, reliée au poste central de la ville. Dans les banques, les supermarchés comme sur les autoroutes ou les péages répercutaient en miroir l'antique porte urbaine, le rite de passage n'était plus intermittent, il devenait immanent" (**VIRILIO**, Paul, *L'Espace Critique*. Paris: Christian Bourgois Ed., 1984, p. 10).

O URBANO COMO FETICHISMO

No urbano parece se desenvolver uma geografia gerenciada que remete diretamente à questão da administração do cotidiano²⁹. Numa primeira leitura, surgem como qualidades novas no urbano, o controle, o gerenciamento, monopolizados, constituindo um novo cotidiano, preenchido e administrado. Essas seriam faces do processo de alienação recente.

No urbano o fenômeno parece surgir, através de novas formas. Primeiro, como *distanciamento* do processo de formação e da compreensão deste, da compreensão da transformação dos elementos (a rua, etc...), considerando-se a relação entre o sujeito e o objeto. Em segundo lugar, como *programação* (coisificação) da vida a nível espacial, como determinação da coisa sobre o sujeito. Esses aspectos envolvem o cotidiano. A reificação desse cotidiano tem a dimensão de vivência espacial determinada, na qual as formas são a aparência.

Por outro lado, a extensão do que se poderia chamar de fetichismo no urbano une a administração do cotidiano à visibilidade do poder³⁰. Essa autoridade "nacional" e sem rosto aparece também nos regulamentos, nas portarias, etc³¹.

29. "Enquanto a organização capitalista da vida social não invade e ocupa todos os espaços da existência individual, como ocorre nos períodos de emergência e consolidação do capitalismo (nas etapas, sobretudo, do capitalismo comercial e do capitalismo industrial-concorrencial), ao indivíduo sempre resta um campo de manobra ou jogo, onde ele pode exercitar minimamente a sua autonomia e o seu poder de decisão, onde lhe é acessível um âmbito de retotalização humana que compensa e reduz as mutilações e o prosaísmo da divisão social do trabalho, do automatismo que ela exige e impõe, etc. Na idade avançada do monopólio, a organização capitalista da vida social preenche todos os espaços e permeia todos os interstícios da existência individual: a manipulação desborda a esfera da produção, domina a circulação e o consumo e articula uma indução comportamental que penetra a totalidade da existência dos agentes sociais particulares ____ é o inteiro cotidiano dos indivíduos que se torna administrado, um difuso terrorismo psicossocial se destila de todos os poros da vida e se instila em todas as manifestações anímicas e todas as instâncias que outrora o indivíduo podia reservar-se como áreas de autonomia (a constelação familiar, a organização doméstica, a fruição estética, o erotismo, a criação dos imaginários, a gratuidade do ócio, etc) convertem-se em limbos programáveis" (PAULO NETTO, José, *Capitalismo e Reificação*. São Paulo: LECH, 1981, p. 81).

30. "... fenômeno peculiaríssimo: a visibilidade do poder opressivo (outrora, por exemplo, o capitalista) se esvaneceu ____ ele é tanto mais eficiente em suas manifestações econômicas, sociais, políticas e culturais quanto menos é localizável; mais funciona, menos é identificável" (Idem, *ibidem*, p.83).

31. "Enquanto a produção mercantil transitava pela manufatura e pela industrialização incipiente, o trabalhador tinha a impressão de que o seu trabalho e o produto dele lhe eram estranhos porque outro (o capitalista, que ele identificava como uma pessoa ou um grupo de pessoas) expropriava; na sociedade burguesa constituída, além desta realidade, a esmagadora maioria dos homens, proletários e não-proletários, tem a impressão de que a sua existência (mais do que o seu trabalho e os frutos dele) é direcionada por uma instância alheia, incógnita, impessoal ____ uma instância factual, que se manifesta pelo conta-gotas do

Há uma universalização do mistério que **Marx** localizou na forma mercadoria³². É assim:

"... uma pseudo-objetividade intransitiva: remete-se a si mesma, aos seus desdobramentos reiterativos. Todas as relações são vividas e percebidas como algo distinto da natureza e seus determinismos e, ademais, como engrenadas numa sequência impessoal, inatingível em sua dinâmica e sentido pela intervenção de qualquer agente social particular. A sua "naturalidade" decorre apenas da aparência de inexorabilidade, de fatalidade do processo geral de produção e reprodução da vida social, e não advém de qualquer analogia com a natureza em si"³³.

institucionalizado: coisas organizadas como a família, a fábrica, o colégio, o banco, a universidade, a companhia, etc, e, obviamente, esta outra coisa ..., o Estado" (Idem, *ibidem*, p.84).

32. "... uma objetividade imediata (logo, uma pseudo-objetividade) que apresenta a aparência de uma "naturalidade" que não se remete à natureza" (Idem, *ibidem*, p.84).

33. Idem, *ibidem*, p.85.

PARTE I

SÃO PAULO E AS NOVAS FORMAS URBANAS

" — Bem, o que eu quero são Fatos. Ensine a estes rapazes e a estas meninas uma coisa apenas: Fatos. Na vida, só precisamos de Fatos. Não plante outra coisa e arranque fora tudo o mais. Só é possível formar os espíritos de animais racionais com Fatos; fora disso, coisa alguma lhes será de utilidade. É sobre este princípio que educo os meus filhos e também será nesta base que devem ser educadas estas crianças. Cinja-se aos Fatos, senhor!"

(Charles Dickens, *Tempos Difíceis*)

NOVAS FORMAS URBANAS

O princípio de Alpha 60 é de calcular e prever as consequências as quais Alphaville obedecerá. Não diga por que mas porque. Na vida dos indivíduos tudo é consequência.

(Alphaville, 1965, Jean Luc Godard)

Este estudo apresenta três tipos de formas urbanas novas presentes em São Paulo e que tem apresentado uma grande repercussão no espaço urbano, uma *capacidade de descolamento*¹ diferente do que então existia. Trata-se de:

1. Shopping Centers;
2. Centros de Serviços;
3. Conjuntos Residenciais.

Nessas modalidades foram escolhidos os empreendimentos pioneiros, com exceção dos shopping centers onde também foi escolhido um exemplo mais recente que enfatiza as tendências apontadas no caso primeiro. Tem-se então selecionados:

1. Shopping Centers: Shopping Center Iguatemi e West Plaza;
2. Centros de Serviços: Centro Empresarial São Paulo;
3. Centros Residenciais: Alphaville Residencial.

As formas selecionadas para este estudo estão apresentadas em dois mapas denominados *Localização das Áreas de Estudo, na Grande São Paulo, em função das Principais Vias de Circulação* e *Localização das Áreas de Estudo, no Município de São Paulo, em função das Principais Vias de Circulação e do Centro Histórico*. Esses mapas procuram não somente apresentá-las enquanto localização, mas também apresentá-las numa primeira leitura como espraiamento. A referência aqui é o centro tradicional de São Paulo.

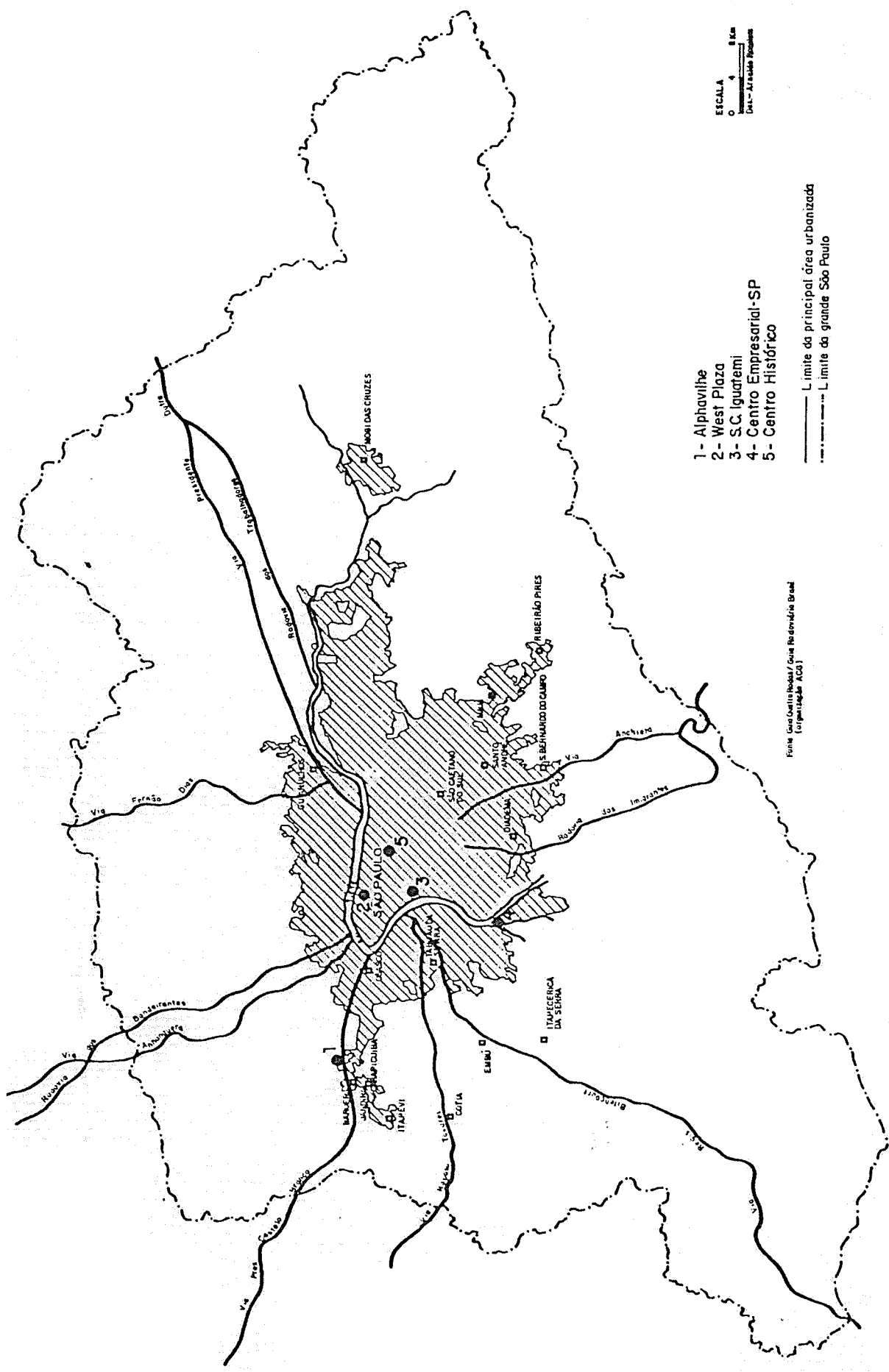
1. O descolamento está significando a relação entre a textura local e a inserção material de uma nova forma. Envolve a consideração maior ou menor desta textura e também o diálogo (relações de vizinhança) entre a nova forma e o seu espaço imediato.

Nas figuras está destacada a localização da área de estudo frente aos grandes eixos rodoviários e às marginais. Não se trata de recuperar a velha teoria da localização em função do transporte, mesmo porque há uma mudança de escala que ressignifica todas as vias e todas as proximidades.

A localização próxima às rodovias é menos importante que a proximidade da Marginal pois a principal consumidora é a cidade de São Paulo. Um exceção é Alphaville, onde a localização tem como parâmetro a auto-estrada mas também a sua facilidade de ligação com a Marginal, já que "está a poucos minutos do Alto de Pinheiros"². No caso, sempre intervém essa tendência de fusão tempo-espaco que traz uma certa pasteurização para os grandes empreendimentos. Alphaville segue também uma lógica de um eixo industrial e, de longe, uma expansão da área "nobre" para o sul e oeste.

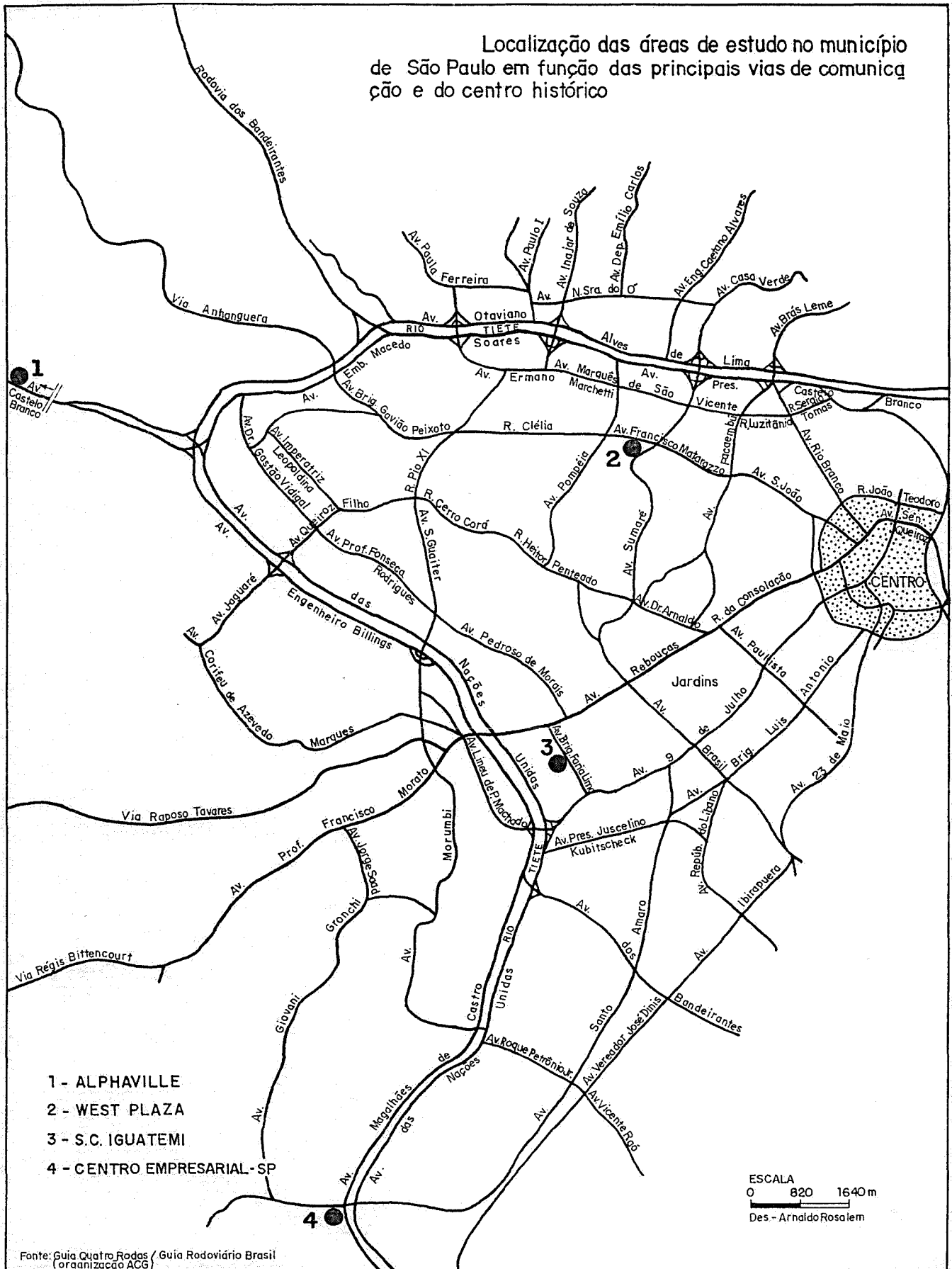
Quanto ao Shopping Center Iguatemi e ao Centro Empresarial São Paulo tem-se que o primeiro segue, de modo mais evidente hoje, o eixo de expansão residencial do sul da cidade. O segundo é uma nova escala do novo eixo.

2. Conforme material propagandístico referente à Alphaville.



Localização das Áreas de Estudo, na Grande São Paulo, em Função das Principais Vias de Circulação

Localização das áreas de estudo no município de São Paulo em função das principais vias de comunicação e do centro histórico



- 1 - ALPHAVILLE
- 2 - WEST PLAZA
- 3 - S.C. IGUATEMI
- 4 - CENTRO EMPRESARIAL-SP

ESCALA
0 820 1640 m
Des - Arnaldo Rosalem

Por ora está sendo destacada a continuidade. É como se houvesse uma continuidade espacial que unisse um século de história. Uma continuidade de segregação que já tem como agentes os empreendedores imobiliários (e a prefeitura) em função dos próprios desejos de classe das oligarquias paulistas. Como se esse princípio segregador unisse a fuga do centro velho (do cerco dos cortiços), dos Campos Elíseos (e da febre), alcançando as colinas, Higienópolis, a Paulista e descendo pelos Jardins, atravessando o rio em direção ao Morumbi.

Mas essa é uma continuidade aos empurrões, aos tropeços, com escalas bastante diversas. Nessa história outros interesses se impuseram, tendo outra leitura da cidade. A cidade virou metrópole. A mercantilização penetrou por todos os poros e deu um sentido diferente a esse espaço. Assim, a medida que se expande o eixo, a *continuidade se rompe*.

O West Plaza, também está próximo da Marginal, porém da Marginal Tietê que ainda não é a principal área dos grandes empreendimentos. Corresponde à expansão da própria idéia de shopping center para outras áreas da cidade. Sua proximidade da Marginal, sem dúvida, facilita o acesso dos consumidores da zona norte e central. Seu eixo fundamental, no entanto, é a zona oeste a partir da ligação tradicional com a avenida Francisco Matarazzo.

O centro antigo e novo são referências para o deslocamento mostrado. A área de entorno do centro histórico está distanciada das formas em análise.

West Plaza e Shopping Center Iguatemi são nas suas respectivas áreas (Jardim Paulista e Água Branca) tradicionais áreas residenciais de padrão superior (ou igual) a das vizinhanças. Não é o caso do Centro Empresarial e nem de Alphaville.

Os mapas tendem a mostrar a linearidade, mas no estudo dessas formas a leitura destacada é outra. Acentua-se o rompimento com a linearidade e instaura-se o fragmentário. Essas formas fechadas aqui assinaladas, com seus códigos privados de uso, altamente seletivas na nossa realidade, pousam na cidade, inocentadas pela administração, pelo chamado gerenciamento científico. Substituem-se à cidade enquanto coisa negando a ela o caráter de processo, de problema: "a cidade, ao invés de ser pensada como processo ou problema, é sempre colocada como uma coisa, um objeto reprodutível"³.

As formas selecionadas são três modalidades de *consumo* que representam o caráter com que o desenvolvimento da *produção* capitalista tem se revelado no Brasil. Elas representam um mesmo momento. Sobre essas formas deve-se salientar, de imediato, que elas apresentam características tais como:

3. CHOAY, Françoise, *O Urbanismo: Utopias e Realidades*. São Paulo: Perspectiva, 1979.

1. códigos privados de uso;
2. formas fechadas;
3. rompimento com a linearidade da cidade: fragmentam-se;
4. alta seletividade;
5. peso fundamental da administração.

Há nelas uma conjunção entre pioneirismo-momento, relação com a produção material e peculiaridades da forma. No entanto, rigorosamente, o momento não é o mesmo nesses três casos selecionados.

<i>Forma</i>	Início da Construção	Inauguração
Shopping Center Iguatemi	1965	1966 ^a
Centro Empresarial São Paulo	1974	1977 ^b
Alphaville Residencial	1974	1976 ^c

Notas: a. sofreria depois inúmeras modificações internas e externas

b. primeira instalação da empresa

c. inauguração do Residencial I

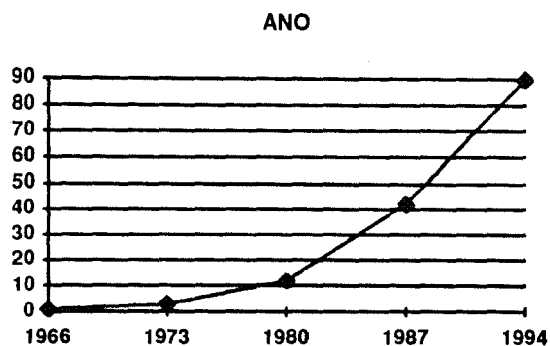
Apesar dessa aparente precedência da forma shopping, é de se lembrar que o Shopping Center Iguatemi constitui-se numa grande exceção na década de 60. A Associação Brasileira de Shopping Centers reconhece o Iguatemi como o pioneiro, como o único que se materializou dentro das concepções de funcionamento de um verdadeiro shopping.

Shopping Centers no Brasil reconhecidos pela ABRASCE (94)

ANO	Número de SC inaugurados	SC - acumulado
1966	1	1
1971	1	2
1973	1	3
1975	3	6
1976	1	7
1979	1	8
1980	4	12
1981	4	16
1982	5	21
1983	4	25
1984	5	30
1986	4	34
1987	8	42
1988	3	45
1989	11	56
1990	5	61
1991	9	70
1992	8	78
1993	9	87
1994	3	90
1995 (previsão)	8	98
1996 (previsão)	1	99

A tabela mostra como a experiência inicial permaneceu caso isolado durante anos (houve empreendimentos fracassados também), passando a ganhar peso só na década de 70. A expansão só viria nos anos 80.

Shopping Centers no Brasil: Acumulado 1966-1994



Fonte: ABRASCE

Apesar disso deve ficar subentendido que houve *condições de maturação* (materiais) para que um shopping-referência pudesse se materializar. Sendo assim, estas mesmas condições devem ter se desenvolvido, de forma a não só permitir a proliferação dos shoppings, como também de outras formas comparáveis, como os centros de serviços e os centros residenciais, todos com essa aparente autonomia, esse ar de ilha.

A leitura da realidade urbana enquanto fragmentos, o respeito as suas compartimentalidades, não impede que eles sejam inseridos numa idéia de totalidade que os recomponha.

Vem dos países exteriores, sr. Johnson?

(Pergunta feita ao visitante detetive-jornalista Ivan Johnson, correspondente do Pravda-Figaro. **Alphaville**, Jean Luc Godard.)

Qual a marca do seu carro?

(Primeira pergunta ao detetive Johnson feito no interrogatório em Alphaville.)

SHOPPING CENTER IGUATEMI

Empreendedor: Construtora Alfredo Mathias S.A.

La Fonte Empresa de Shopping Center Ltda. (após 79, grupo Jereissati-Metalúrgica La Fonte S.A.; participação do Fundo de Pensão Philips com 20%)⁴

Lançamento: 1965 (pesquisas de mercado desde agosto de 1964)

Inauguração: 27.11.1966

Localização: Av. Brigadeiro Faria Lima (ex- rua Iguatemi), Jardim Paulista

Área: 41.418 m² (terreno), 50.800 m² (total construído), 33.529 m² (bruta locável)

Pioneirismo: O primeiro shopping center que deu certo (as primeiras iniciativas, sem a mesma importância e sem sucesso, foram feitas no Rio de Janeiro, na década de 60, como o shopping center Meier). Construído a mesma época que o chamado Shopping Center Lapa, e pelo mesmo empreendedor, somente o Iguatemi veio a ser reconhecido como autêntico shopping center.

O Iguatemi tornou-se um espelho para os demais empreendimentos, um pequeno *outra*. Há quem veja na sua história um autêntico mergulho no interior do desenvolvimento urbano, uma arqueologia urbana⁵. A sua presença tem provocado belas imagens que questionam a sua *dimensão paralela*⁶.

Originariamente o desejo dele existir não estava totalmente definido. O empreendedor, Alfredo Mathias, representante de grandes empreendimentos comerciais no

4. A Associação Philips é um dos maiores fundos de pensão e tem um patrimônio de mais de 180 milhões de dólares. A sua participação em shoppings é expressiva, como por exemplo no Morumbi Shopping. Neste shopping ela está associada a outras fundações, como a da Telebrás (Sistel) e do BNDES (Fapes). Os fundos são entidades de previdência privada, criados pela Lei Federal 6435/77. A maioria dos grandes fundos de pensão pertence a empresas estatais. Como as aplicações dos fundos são fixadas pelo Conselho Monetário Nacional e se "limitam à títulos públicos, ações, *mercado imobiliário*, poupança e poucos outros", há um direcionamento natural para imóveis, principalmente os de escritórios, de forma que acumulavam um patrimônio estimado em 10 bilhões de dólares (em 1989). Um desses grandes negócios é com o Centro Empresarial de São Paulo. "O CMN fixa um *mínimo* entre 25 e 30% para ações e títulos públicos e um *máximo* de 20% para o mercado imobiliário" ("*Dólares na Construção*". **A Construção São Paulo**, 2167, 21.08.89, p.17)

5. "Assim como o geólogo estuda as diferentes fases da história natural do planeta examinando as sucessivas camadas de rochas superpostas, talvez um hipotético estudioso do futuro detecte algumas mudanças ocorridas no comércio varejista das cidades brasileiras através das camadas resultantes das sucessivas reformas do Shopping Center Iguatemi, em São Paulo". ("*Shopping Center Iguatemi: o retrato da evolução do varejo*". **Projeto**, 119, 1989).

6. "E como moderna esfinge do consumo, continua propondo questões: sou a melhor solução para a distribuição varejista para as cidades brasileiras? Devo me sobressair agressivamente ou passar despercebido? Devo ficar fora do tempo e do espaço, numa dimensão paralela onde só existe o comprar? Decifra-me ... ou não." Idem, *ibidem*.

centro novo da cidade de São Paulo, representante da afirmação das grandes galerias comerciais, mas também representante da diversidade da atuação imobiliária como conjuntos residenciais, pede estudos para a área de 61.000 m² (um bosque de eucaliptos) na "então acanhada rua Iguatemi, na região dos Jardins, em São Paulo, ameaçadoramente afastada dos tradicionais centros comerciais mais importantes"⁷. Um estudo propôs, sob encomenda, um projeto habitacional (escritório Croce, Aflalo & Gasperini Arquitetos). Outro propôs, sob encomenda, um projeto de shopping center (escritório João Henrique Rocha, responsável pelo projeto pioneiro do shopping center do Méier). A proposta escolhida pelo empreendedor só então foi o shopping center, e ainda assim para ser desenvolvido em conjunto com o escritório Gasperini: "a principal deformação sofrida pelo projeto na forma em que foi originalmente pensado foi a *amputação de um terço da área de estacionamento, para a construção de um conjunto de edifícios* (palavras do arquiteto Henrique Rocha)"⁸.

Um outro fato importante que une a história das três formas pioneiras selecionadas para o estudo é que, em todos os casos, houve uma certa *resistência* por parte dos consumidores do espaço (os que participariam do empreendimento). Houve descrença no Centro Empresarial assim como no Shopping Iguatemi. Neste caso é certo que o shopping vivia vazio nos seus primeiros anos. Até o uso da televisão, pioneiro, foi feito, trazendo imagens das lojas em programa da tarde. "*A cidade não estava preparada, os lojistas achavam absurdo abrir as portas de suas lojas para um local fechado e não para a rua, aparentemente o consumidor continuava preferindo fazer suas compras e seu footing na Augusta ou na Barão de Itapetininga e o automóvel ainda não estava tão popularizado entre as classes médias*"⁹. Isto atesta o seu caráter de novidade, de rompimento com esquemas, de pioneirismo de forma urbana. Ao mesmo tempo, o crescimento rápido dos

7. Idem, ibidem. Isto numa época em que as referências de distância eram outras. O avanço da metrópole tornou a Rua Augusta, importante centro comercial na época do lançamento do Iguatemi, vizinha. Além disso, a expansão, tanto do centro da cidade como dos bairros de alto padrão de consumo, seguia a tendência para o sul e oeste. O próprio entorno dos Jardins era uma situação confortável. Por outro lado, não se pode esquecer que é justamente a partir deste período pioneiro do Shopping Iguatemi que se começa o esboço das novas áreas comerciais, a partir de uma transformação na metrópole de São Paulo. A expansão metropolitana "cria novas áreas comerciais bastante complexas em bairros e cidades, mas ao mesmo tempo coloca em questão a organização comercial tradicional do centro (que sofre um processo de desgaste), de tradicionais e aristocráticas ruas comerciais (como a Augusta) e mesmo de centros locais e bairros (como a Teodoro Sampaio, Voluntários da Pátria, etc). Novas formas de comercialização se sobrepõem a estas áreas comerciais, associando-se ou não a elas, como os super e os hipermercados, grandes lojas de departamentos e shopping centers" (Gaeta, Antonio Carlos, *op.cit.*, p.204).

8. Idem, ibidem.

9. Idem, ibidem. Estas afirmações fazem-se num nível muito aparente. A cidade não estava preparada ... Não, as condições gerais estavam dadas. Tanto é verdade que o Iguatemi hoje é a referência e o líder de vendas. A velha cidade sim. Esta desconhecia essa nova racionalidade. Apesar disso, este sentimento de desconforto atesta a novidade e o significado de deslocamento que a forma introduz.

shoppings, baseados no Iguatemi, mostra como já havia uma condição material que concretizou o preparo que a racionalidade capitalista desenvolvia.

O pioneirismo do Iguatemi (apesar de experiências anteriores fracassadas) é também um atestado do seu significado como difusão tecnológica. Segundo Roberto Aflalo (Aflalo & Gasperini), "*não havia qualquer experiência em shopping centers no Brasil. Foi contratada uma empresa de engenharia, que realizou o levantamento de lojas necessárias, das novidades de consumo da região e, de posse desse estudo, os arquitetos visitaram vários shoppings nos EUA, principalmente na Califórnia e Flórida*"¹⁰.

Alguns vêem uma continuidade entre os shoppings no Brasil e as galerias comerciais do centro da cidade, bem como da rua Augusta¹¹. As galerias comerciais, por terem o mesmo empreendedor e serem um interior, uma forma interior, dentro da rua comercial. A rua Augusta, pelo tipo de comércio voltado a um público de alto nível de consumo e por se interiorizar na área residencial de mais alto padrão da cidade.

Estas ligações existem. *A nível local*, estas referências foram importantes para o shopping Iguatemi. Porém, a existência do shopping equivale a uma mudança *qualitativa*, que rompe com a linearidade então existente, sobrepõe-se a esquemas locais, cria *subitamente* uma realidade comercial nova, que *regula e administra* toda uma dinâmica de comércio *escolhendo* sua composição e se ligando *organicamente* a outras frações de capital.

Sendo assim, é difícil entender a Augusta como um pequeno *outro* para o Shopping Iguatemi, o seu espelho. A questão é justamente o despreendimento e autonomia em relação aos esquemas locais. O nosso pequeno outro talvez esteja localizado há muitos quilômetros de distância. Há uma mediação local, mas muito acessória. Ela só ajuda a compor periféricamente. Há, de fato, uma questão de vida e morte entre a Augusta e Iguatemi. Mas isto é uma outra história.

10. Idem, ibidem.

11. É possível ver ainda uma continuidade com os supermercados. Isto porque os supermercados desenvolveram também um planejamento e um mix com "colocação estratégica das mercadorias e seções para conduzir o consumidor a circular mais pelo estabelecimento", conforme a opinião de Felipe Crescenti, da Zoomp. Os shoppings no entanto já partem desta concepção e a tem muito mais elaborada, tratando-se na verdade de administração centralizada sobre capitais independentes, o que os diferencia também neste ponto dos supermercados. Os supermercados, ou melhor, os hipermercados procuraram se aproximar um pouco da noção de shopping e muitos deles desenvolveram corredores com um mix de lojas semelhantes aos shoppings, como é exemplo o Paes Mendonça Morumbi e o Carrefour Raposo Tavares (ou o Carrefour Butantã que empreende um shopping). Ainda assim, exemplos menores. De qualquer forma, no caso do Iguatemi, pelo próprio pioneirismo, embora a **informação** (elementos de **gestão** e formação de um espaço qualitativamente novo) estivesse obtida a gestão (capacidade de manipular a informação) apresentou problemas iniciais, de forma que o administrar lojistas, consumidores, só lentamente se automatizou.

Essa complexidade de referência altera, principalmente nos primeiros momentos, "*heróicos*", a aparência do Iguatemi. Assim, pelos padrões da Califórnia e Flórida da época, o Iguatemi deveria ser um shopping aberto (e na realidade paulistana sempre foi o mais claramente identificado com isto), mas nos anos posteriores "houve uma mudança gradativa no *aproveitamento* do espaço e uma aproximação gradativa ao conceito de shopping fechado"¹². Este conceito se impôs com a construção do Ibirapuera, Eldorado e Morumbi. A concorrência entre as formas de mesmas características ("personalidades"?) transformou o que era de início um shopping de vizinhança, para atender os Jardins, com um caráter de marcante exclusividade¹³, em um centro de compras **regional**. Uma curiosidade em relação à questão da exclusividade é que na época da construção do Iguatemi houve uma grande simplicidade, em função mesmo da dificuldade com financiamentos e crença na novidade. O "luxo" era estar voltado somente para os Jardins com as mesmas lojas da Augusta. Porém, na medida em que houve uma regionalização do shopping, na medida em que os shoppings regionais passaram a caracterizar o comércio em São Paulo, "a concorrência entre os vários shoppings passou a ser feita através do acabamento, com a utilização de granito, mármore, cachoeiras, escadas rolantes, cristais e outros materiais nobres e caros ..."14. O Iguatemi, quando voltado para fora de "sua área", precisou de outros elementos para ser reconhecido "por fora", diferentemente da "intimidade" dos Jardins.

À medida que a concorrência entre os shoppings aumenta, à medida que os shoppings reduzem o espaço de atuação do comércio tradicional, à medida de sua maturação, os shoppings, o Iguatemi, impõe sua racionalidade mais claramente (é aí uma questão de sobrevivência). Segundo Felipe Crescenti, arquiteto da Zoomp, esta "racionalidade" não se impôs de imediato no Iguatemi. Aos poucos ela se fixou de modo a "transformar os shoppings em máquinas de fazer compras, onde as atitudes dos frequentadores fossem passíveis de minucioso planejamento"¹⁵. "Foi nessa época que surgiu a noção de que a luz natural deveria ser totalmente abolida. Ao entrar no shopping, o consumidor deveria entrar em outra dimensão, perder a noção de tempo, temperatura, desconforto e até direção. **Viver num espaço separado** onde apenas o consumo era importante"¹⁶. Como um alucinógeno.

12. Idem, *ibidem*.

13. O que na verdade era um sintoma de fraqueza, semelhante aos supermercados pioneiros.

14. Idem, *ibidem*., conforme Roberto Aflalo.

15. Idem, *ibidem*., conforme Felipe Crescenti.

16. Idem, *ibidem*, conforme o arquiteto Henrique da Rocha.

Apesar de transformações na organização interna recente dos shoppings, é necessário afirmar que a questão essencial de controle permanece¹⁷. Permanece o planejamento alienante que é a base desse urbano. Permanece a máquina de fazer compras. Permanece a perda da noção de tempo. Permanece a perda da noção de espaço. No West Plaza, por exemplo, são insistentes as placas com "VOCÊ ESTÁ AQUI". Permanece a simulação, a realidade virtual. Alguns vêem grande transformação na aliança entre lazer e consumo e no aparente abandono da grandiosidade (como acontece nos Estados Unidos), mas o discurso fundamental é o mesmo¹⁸. Assim é que Henrique da Rocha afirma que o "o consumidor deve ficar fascinado com a loja e não com o lustre do corredor"¹⁹.

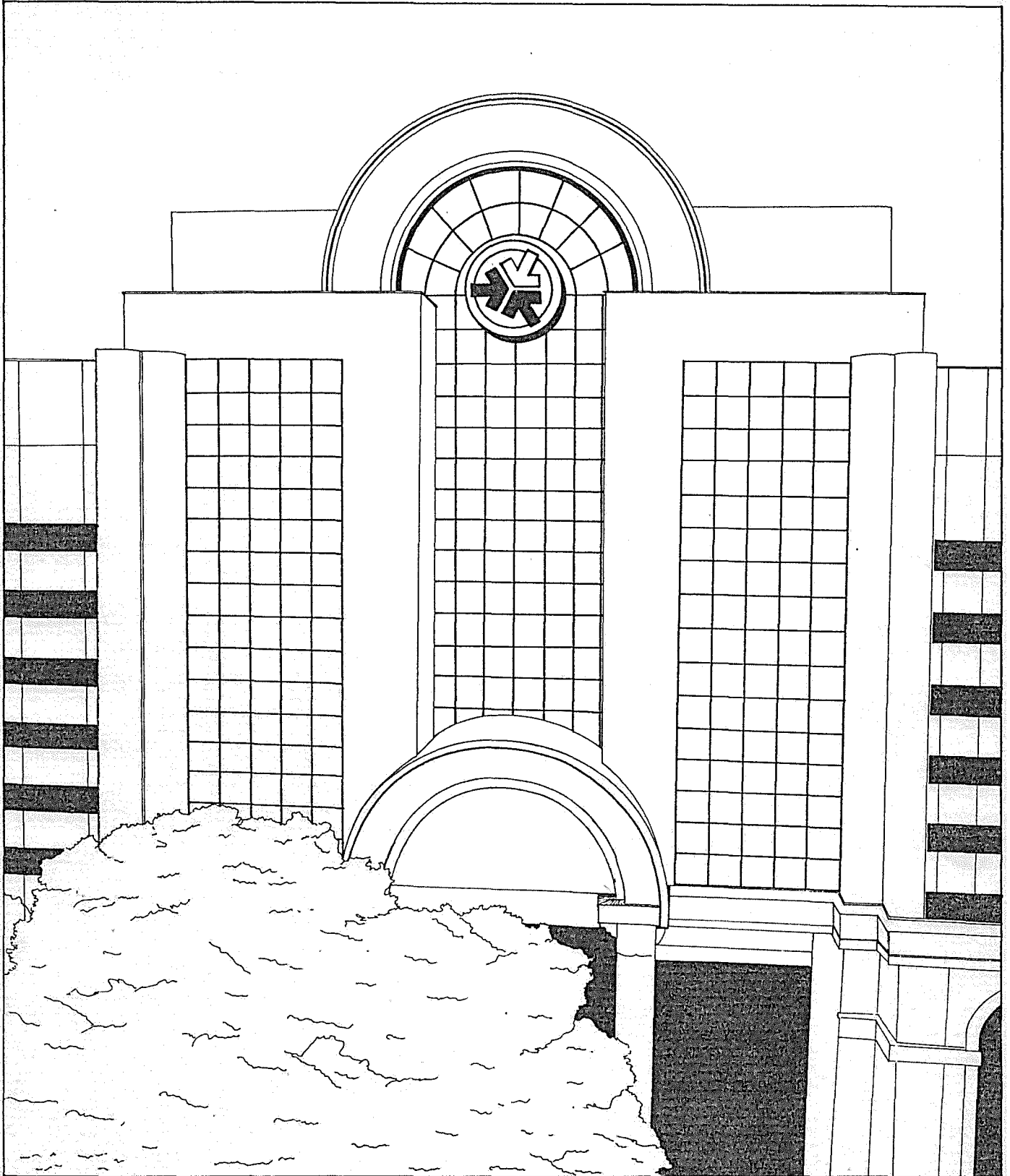
O Shopping Iguatemi inicialmente tinha um porte que hoje seria considerado incompatível para um shopping regional. Muitas reformas foram feitas de maneira a ampliar a área de vendas e introduzir inovações que a concorrência entre shoppings trouxe. Um exemplo foi a criação de pontos de alimentação, coisa antes rara no shopping. Era um shopping voltado exclusivamente a compras em lojas que não expunham preços. Outro exemplo foi o das ampliações do estacionamento, comprometendo inclusive o conjunto arquitetônico, mas que permitiu um certo desafogo: já era uma época de popularização do shopping e as ruas das imediações ficavam lotadas. Porém a última grande reforma, a que começou em 1986 e findou em 1988, foi especial. Recentemente a saída da Sears ampliou os pontos de venda (mais 23 novas lojas de moda e alimentação) na área antes ocupada por uma âncora que serviu por muito tempo para identificar o Iguatemi. A de 86, no entanto, mexeu com todo o shopping e procurou apresentar uma linguagem de maneira a identificar o vovô dos shoppings no Brasil como o protótipo do pós-moderno. Este caráter pretensioso, monumental e eclético pode ser vislumbrado nas figuras do *Shopping Center Iguatemi - Fachada (I e II)*.

17. Vide Nota 1: **O controle dentro dos shopping centers.**

18. Felipe Crescenti aponta que nos Estados Unidos "o consumidor está sendo tratado com clareza, que se traduz pela troca da suntuosidade pelo conforto e pela construção de um lugar agradável e seguro, com o verde substituindo os cristais". E mais, "hoje os shoppings nos principais centros desenvolvidos estão se voltando para a construção de restaurantes, lanchonetes, áreas de lazer para crianças e adultos, numa tentativa de prender o frequentador pela criação de uma situação agradável e não pelos artificios de uma suposta dimensão separada no tempo e no espaço". Idem, *ibidem*. Conforto, segurança, verde ... Estamos ainda no moderno.

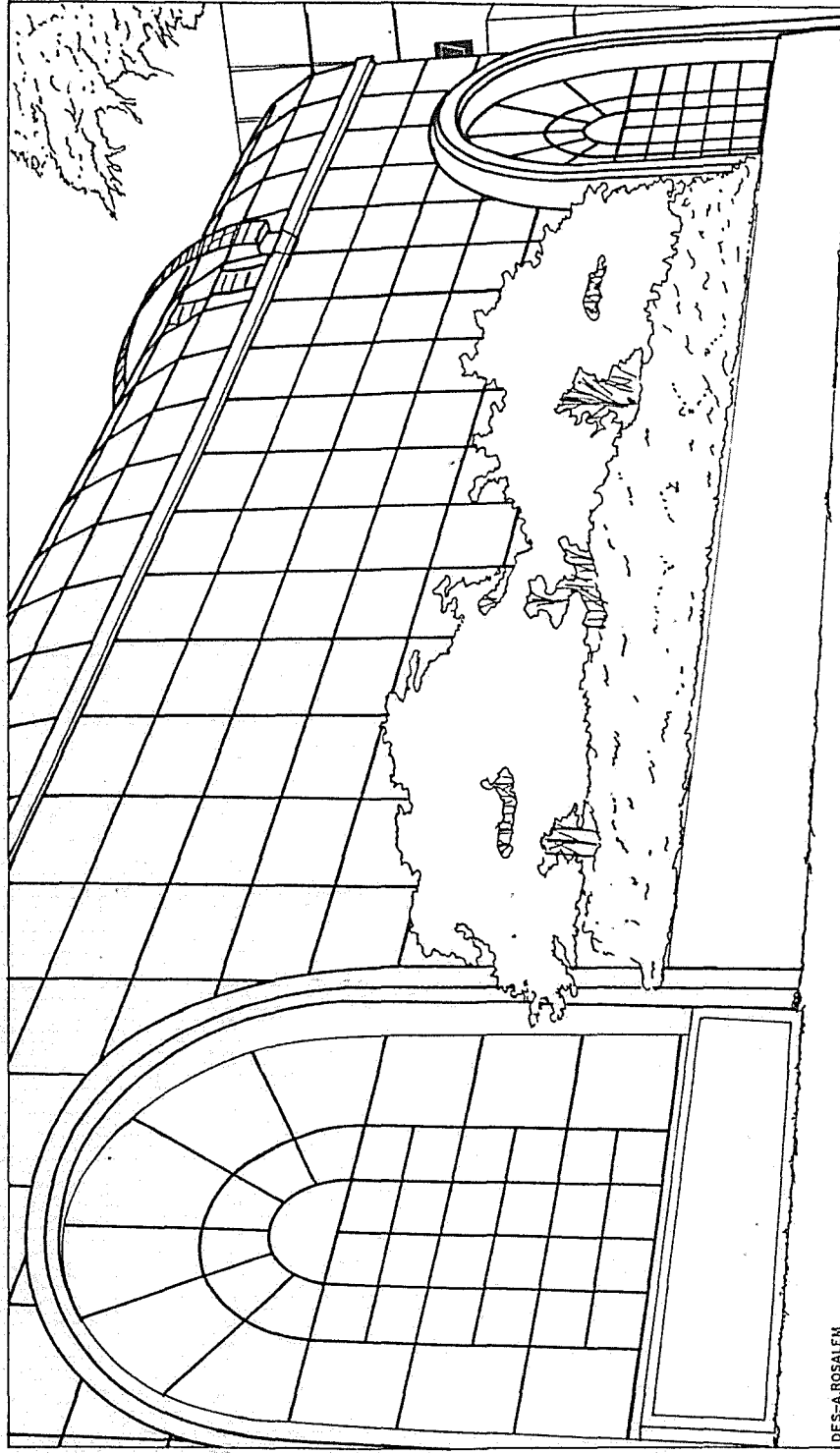
19. Idem, *ibidem*.

SHOPPING-CENTER IGUATEMI - FACHADA I



Des.-A. Rosalem

SHOPPING-CENTER IGUATEMI - FACHADA II



DES-A. ROSALEM

Figura Shopping-Center Iguatemi - Fachada principal após a reforma. Procura do pós-moderno. A arquitetura despojada, fechada, recebe do seu contexto novas exigências. Um falso olhar para fora (não se expõe, se impõe)

A reforma ampliou os pontos de venda para mais de 300, criou mais 2200 vagas de estacionamento e acrescentou 46.386 m² ao shopping. Mais novos 58 pontos de venda e 3 cinemas. O início da reforma foi em novembro de 1986 e a obra pronta em 29 de setembro de 1988, sendo totalmente finalizada em outubro de 1988. O projeto contemplou a construção de um edifício-garagem na Avenida Faria Lima (que destruiu o tradicional estacionamento frontal) e a mais um terceiro piso em cima do shopping existente, com mais três cinemas. O edifício-garagem comporta duas lojas amplas na parte de baixo (C&A e Dillards, esta depois substituída com novo projeto). Este edifício tem, então, 6 pavimentos que se comunicam com as garagens antigas em três níveis. E ele já comporta a previsão de *uma ampliação* na parte final do último pavimento (3.000 m²) e mais um andar de *escritórios*.

Esta reforma teve portanto grande porte num momento em que o shopping já se encontra ilhado em função de alterações profundas da área entorno (maturidade da Faria Lima, transformada em corredor viário composto por inúmeros prédios de escritórios e comércio; redução da área original com a formação da Faria Lima). Assim houve uma questão de falta de espaço para reforma e para canteiro de obras: "Os operários _ cerca de 1.200 _ foram abrigados num alojamento em Itapeverica da Serra e vinham para a obra em ônibus alugados. *Na saída, aguardavam o transporte dentro do tapume*, para não atrapalhar o funcionamento do shopping, *que nem sentiu a presença deles*"²⁰.

A reforma e a alteração do shopping traz uma outra questão. Partiu-se de um shopping relativamente *afastado* da avenida (um estacionamento frontal) para uma *aproximação* com a "rua" confundindo-se, até certo ponto, com a volumetria característica, composta por grandes edifícios, e lembrando, remotamente, as fachadas das tradicionais lojas de departamentos centrais. Segundo Hugo Segawa²¹, há uma "*áspera conversação*" entre os shoppings *no Brasil* e o urbano concreto. Essas "cidades intramuros" confundiam-se como forma com os edifícios industriais, não fossem os outdoors²². Nas diversas regiões brasileiras a mesma volumetria guardaria "um suposto universo urbano ameno, alegre, seguro e limpo", e muitos até mesmo, tal como os edifícios industriais, pousariam às margens de rodovias (o Centervale, de São José dos Campos, é reciclagem de fábrica)²³.

20. Luiz Alarcon Júnior, diretor da BRR Engenharia e Construções, empresa responsável pela coordenação e fiscalização técnica do empreendimento. "A ampliação do Iguatemi", *Obra*, 7, 1988, p.14.

21. "Os arquitetos e os shopping centers". *Projeto* 119, 1989, p. 84.

22. Idem, ibidem. Essa aproximação indústria-shopping parece ser significativa, na medida em que além da aparência, há no ambiente fechado da indústria um processo de produção de mercadorias e no ambiente fechado do shopping um processo de produção de consumidores.

23. Aqui há uma crítica que abarca o universo brasileiro. Mas a questão parece ser mais geral. A proliferação dos shoppings nos Estados Unidos-Canadá, e mesmo na Europa, retrata uma outra necessidade

Há um distanciamento e uma crítica dos arquitetos quanto à inserção dos shoppings na cidade, "alterando radicalmente relações urbanas tradicionais". Esta homogeneidade não seria inevitável (padronização que desconsidera o regional). Haveria a possibilidade de disciplinar o seu impacto, como nos Estados Unidos. Impor a diversidade cultural brasileira frente a "impressionante uniformidade de marketing" dos shoppings de todas as regiões brasileiras²⁴.

que vai além de fechar os olhos para um urbano indesejado (como o abandono do centro de São Paulo ou das periferias, cortiços e favelas). Haveria como que uma necessidade desses espaços administrados, *naturalizada* pela população.

24. Ver a crítica ao planejamento feita por Castells. Não se trata de uma questão essencial que a "pós-modernidade" não possa solucionar.

CENTRO EMPRESARIAL DE SÃO PAULO

Eu, Alpha 60, sou apenas o modo lógico dessa destruição.
(Alphaville, Jean Luc Godard)

Empreendedor: Lubeca, braço imobiliário do grupo Moinho Santista²⁵.
Lançamento: 1974.
Inauguração: 1977 (Rhodia, primeira empresa a se mudar; depois Sanbra, Gessy Lever, Alcoa, Coral, American Express).
Localização: Avenida Maria Coelho de Aguiar (ao lado da Marginal do Pinheiros, nas proximidades de Santo Amaro)
Área total do terreno: 233.496 m²
Área total construída: 409.258 m²
Área total privativa: 258.452 m²
Área total comum: 150.806 m²
Área construída por bloco (andares): 32.256 m²
Área útil andar tipo: 2.844,05 m²
Distância centro da cidade: 18 Km
Número de empresas: 30
Número de lojas: 90
Número de bancos: 06
População fixa: 10.800
População flutuante: 5.000/dia
Estacionamento de veículos: 5.400 vagas
Veículos circulantes: 7.500/dia
Restaurantes: 06
Refeições rápidas: 06
Patrimônio Estimado: US\$ 250 milhões

(Fonte: Informe publicitário, outubro de 1991)²⁶

25. A administração do Centro Empresarial é feita pela Panamby Empreendimentos e Administração Ltda (25% do Centro). O Centro é propriedade não só do Grupo Bunge Brasil (Moinho Santista)/Grupo Bunge y Born, como também da Mercedes Benz, Rhodia, Vera Cruz e mais 12 fundos de pensão.

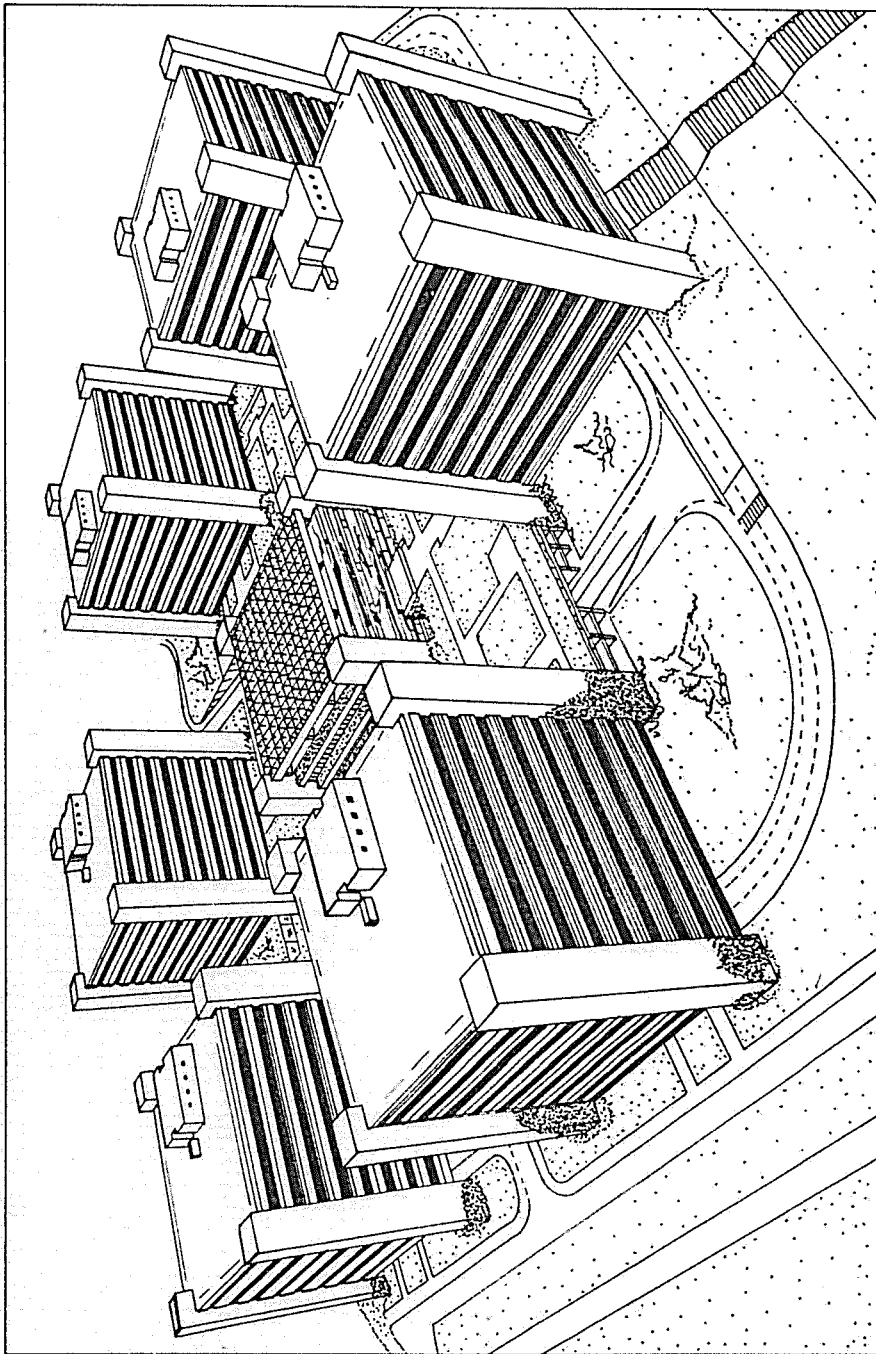
26. Em 1994, contabilizavam-se 100 lojas e 24 restaurantes (incluindo as refeições ligeiras). Serão construídas, ainda, creches e uma academia de ginástica (em forma de pirâmide, numa área de 3.500 metros quadrados) para as quase 11.000 pessoas que trabalham no Centro Empresarial. "Centro Empresarial recupera condôminos". O Estado de São Paulo, 19.04.94, p.B-14.

O Condomínio Centro Empresarial de São Paulo está situado junto à Marginal do rio Pinheiros (entre esta e a avenida Maria Coelho de Aguiar) ocupando um terreno de mais de 23 hectares. Do alto de uma colina, o Centro Empresarial se impõe, acenando para o fluxo da Marginal e para as áreas nobres da zona sul, ao mesmo tempo que se isolando através do labirinto que é o seu acesso. O desenho de fachada, denominado *Centro Empresarial de São Paulo*, apresenta este aspecto de monumentalidade e fortificação. A própria colina o isola de toda vizinhança, de toda contiguidade, seja o bairro vizinho de auto-construção ou a favela próxima, seja o Hipermercado Paes Mendonça.

No gráfico tridimensional *Centro Empresarial: Perspectiva*, a situação de proximidade topográfica e de "espelho" negado entre o Centro Empresarial e o bairro de auto-construção fica destacada. O gráfico mostra, através da volumetria, essa situação de destaque do Centro Empresarial (laranja) frente à Marginal (amarelo), e de presença face-a-face frente ao bairro de auto-construção (vermelho). O mapa *O Centro Empresarial de São Paulo e seus Arredores* destaca as duas referências vizinhas: Centro Empresarial de São Paulo e Jardim Monte Azul (auto-construção).

O gráfico de curvas de nível, *Centro Empresarial e Arredores* reforça esta leitura. O Centro Empresarial está destacado, pela sua altitude, frente à Marginal, e se confronta com a área vizinha de forte declividade, separados pelas quotas mais baixas percorrida pela avenida Maria Coelho Aguiar.

CENTRO EMPRESARIAL DE SÃO PAULO

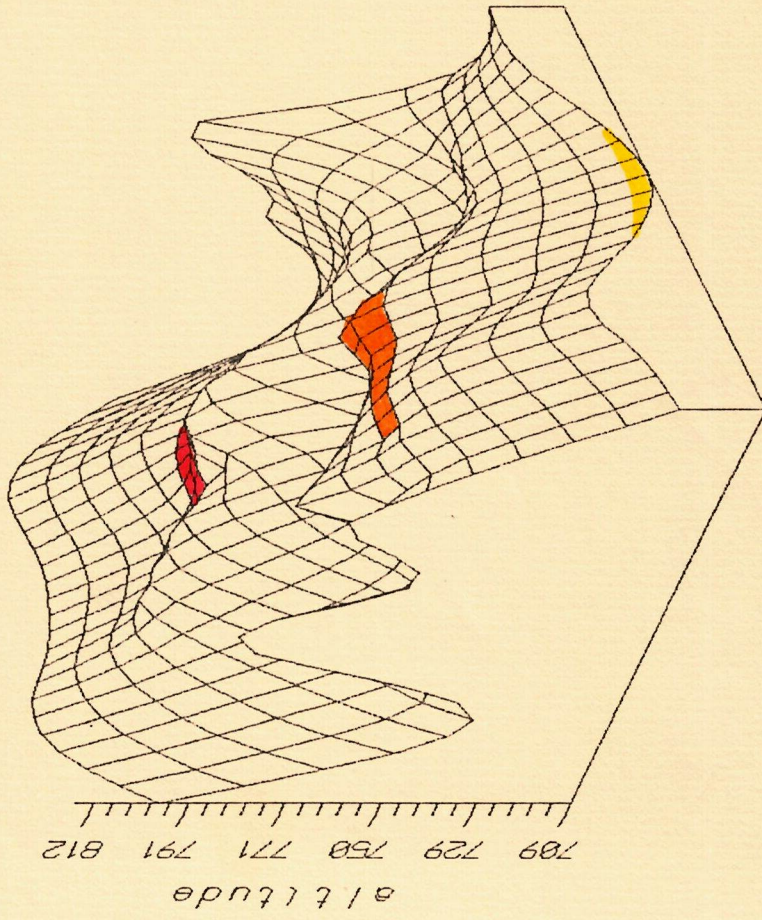


des. A. Rosalem

Esses elementos são importantes na compreensão do Centro Empresarial. O fluxo da Marginal, no presente, é uma referência importante. Mas, paralelo a ele, e indicando uma "pré-história", há os corredores paralelos, do curso do rio Pinheiros e da estrada de ferro (Fepasa), e, mesmo, outras referências que se associam a uma São Paulo quase pré-metropolitana (como as *Estradas* de Santo Amaro, de Itapecerica e do Morumbi), como se pode observar no mapa *O Centro Empresarial de São Paulo e seus Arredores*. Esses outros corredores orientam (orientavam) fluxos de antigos ritmos que se limitavam, e bastante, às realidades locais ("naturais"). Hoje representam mais contornos que direções.

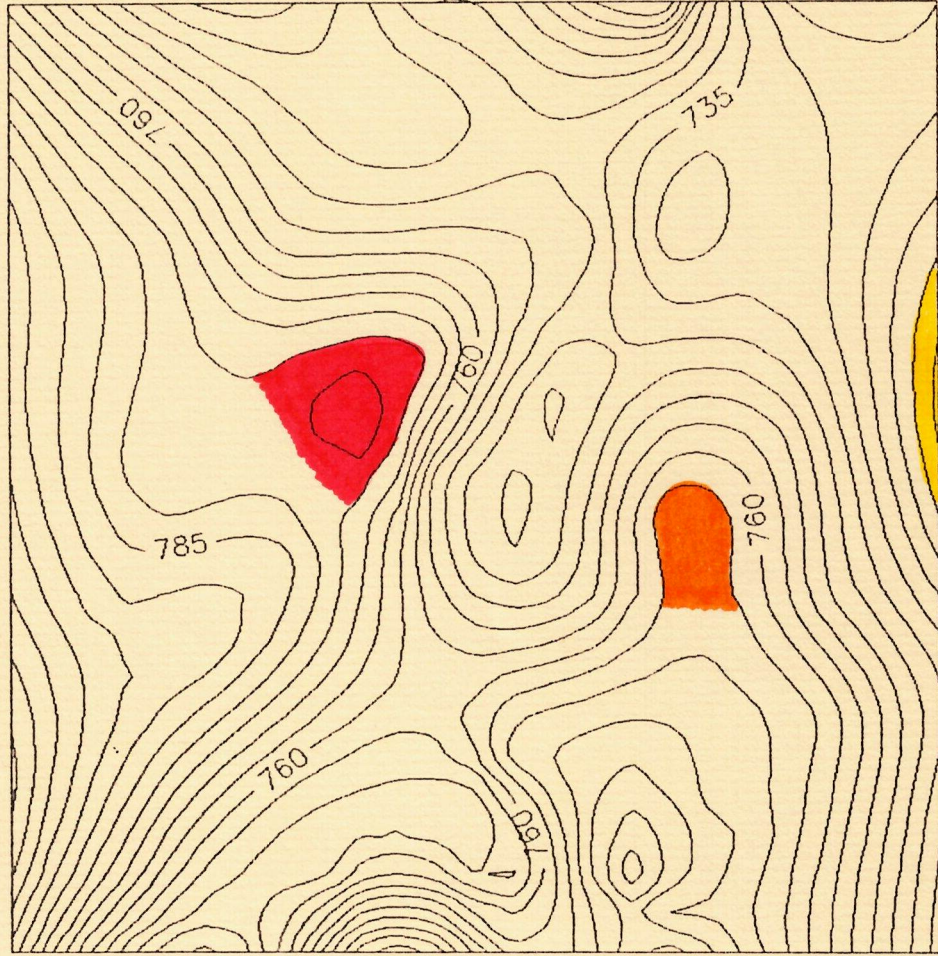
O Centro convive sem nenhuma continuidade com a vizinhança. Há duas áreas residenciais que contrastam com esse setor de serviços, dirigido a empresas poderosas e de "primeiro mundo". Uma é a área defronte à avenida Maria Coelho de Aguiar, composta por residências de auto-construção em área com grande declive. As duas como que se espelham, mas não se completam. A outra, é a área próxima e na Marginal, composta por favelas. Essa favela tem, na área de auto-construção, uma certa continuidade.

Por outro lado, há, vizinho ao Centro, junto à avenida Maria Coelho de Aguiar, o empreendimento comercial de lazer *The Waves*. Ele é posterior ao Centro Empresarial. Entre si eles não tem nenhuma espécie de vínculo orgânico. Porém, enquanto formulação planejada de grande impacto e que passa por cima da maioria das referências imediatas locais, os dois tem semelhanças.

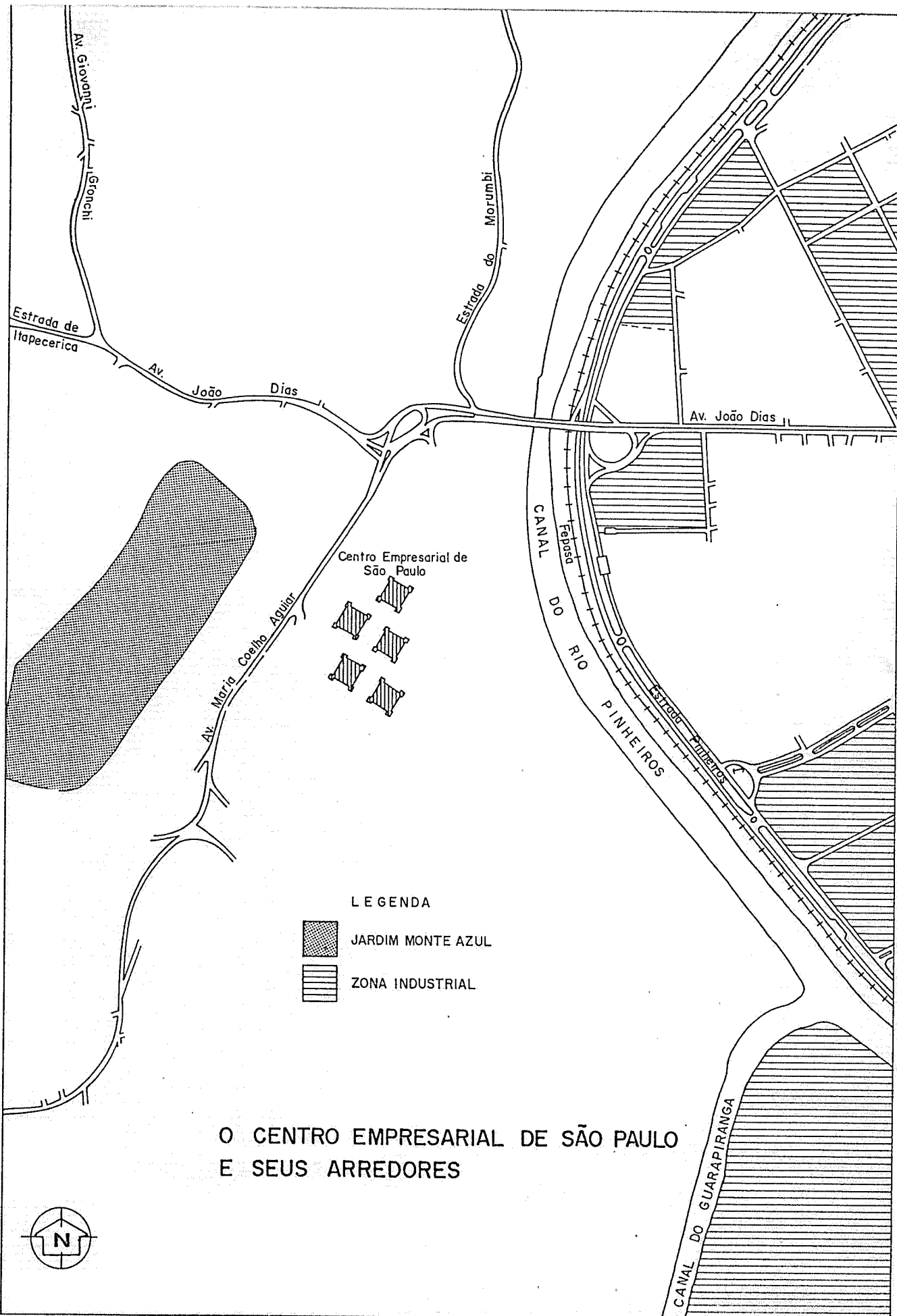


CENTRO EMPRESARIAL: Perspectiva


CENTRO EMPRESARIAL E ARREDORES




Marginal do Pinheiros



LEGENDA

 JARDIM MONTE AZUL

 ZONA INDUSTRIAL

O CENTRO EMPRESARIAL DE SÃO PAULO
E SEUS ARREDORES



Somente considerando essa análise simples, há duas espécies de referências. Uma é a ocupação lenta e espontânea, seguida nas áreas próximas ao rio, relativamente esquecidas até há poucas décadas. Tanto numa margem como na outra, até os anos 70, havia uma ação bastante limitada e definida por parte do poder privado ou público, numa *urbanização formal*²⁷. Havia, e há, favelas dos dois lados e terrenos baratos ao longo das estradinhas que vislumbravam Santo Amaro. Essa referência tem um ritmo lento e de continuidade que é atropelado pela nova formalização que se impõe.

O outro ritmo é o da aceleração. Nesse sentido a Marginal é importante. É muito importante, por exemplo, para *The Waves* que precisa de um acesso cuja referência é o automóvel (e aí um padrão de consumo). É também um local de grandes áreas disponíveis que se encaixam nas novas necessidades de mega-projetos. O Centro Empresarial tem em conta, então, essa "realidade local" e, até, outras como a menção à presença de grandes empresas industriais no entorno, do outro lado do rio. No mapa *O Centro Empresarial de São Paulo e seus Arredores* há uma situação do *Centro* como que referido a tal zona industrial. Porém, ele não se instala em função de especificidades locais. Ele não considera nem a tradição (de serviços que não há), nem o ritmo natural (que há e é ou o de passagem do trem e um vazio, ou o da ocupação como área residencial desvalorizada comercialmente). Ele altera, ou torna-se referência para empreendimentos que descaracterizam funções mais tradicionais e definidas para a área (como a industrial, nestas proximidades do rio, principalmente a outra margem). Ele é tão ou mais *alheio* que o *The Waves*, o Shopping Center Morumbi e até mesmo o Centro Empresarial da Auto Latina, que são realidades mais próximas (afinadas) de si. Mas, dentro de sua lógica, ele não precisaria estar exatamente ali. Ele teria dentro da cidade um referência bem maior que passa por cima de inúmeras particularidades. Nem o *ali* é fundamental. Sua existência não passa pelo pré-requisito das linhas de ônibus que servem o local, dos bares e restaurantes que existem na vizinhança, da distância da tradicional área de escritórios no centro, etc.

As suas torres se impõe como fortes, centrados na área interna de circulação, nas *galerias*, denominadas *Auriverde*, *Sol*, *Orquideas*, *Amizade e do Encontro*. São as irônicas referências à harmonia com a natureza, a própria humanidade, ao avesso da alienação, e até mesmo a própria nação. A galeria *Auriverde* une os blocos onde estão as sedes da Mercedes-Benz, Alcoa e Sanbra. Nos andares estão as sedes administrativas das

27. O que não havia era uma urbanização diversificada e intensiva. Não se pode esquecer nem da estrada de ferro nem da preocupação com o curso do rio. Nestes casos, porém, há mais um sentido de passagem que um olhar interessado. Houve, no entanto, na margem oposta, uma ocupação industrial significativa, com intervenção do poder público e participação de importantes empresas privadas. Por toda a área, principalmente contrastando com Santo Amaro e Morumbi, os entornos imediatos, um certo esquecimento.

grandes empresas. Mas é no térreo que estão os serviços, de forma a dar um ar de complementaridade, misto de shopping e auto-suficiência:

Uma verdadeira cidade, com infra-estrutura completa de comércio e serviços que atende a todas as necessidades dos usuários. Planejado para funcionar com independência em relação à cidade.

(Informe publicitário do C.E.)

A proposta original do empreendimento, de abrigar escritórios de empresas de grande porte, dentro de um complexo multi-integrado, sofreu algumas resistências de início, porque ela surge independente da sinalização dos próprios futuros usuários. "No início foi muito difícil. As empresas não queriam vir para cá"²⁸. "A direção da Lubeca foi chamada de visionária quando, em 1974, começou a levantar seu projeto do Centro Empresarial São Paulo". "Quase ninguém acreditou no sucesso de um empreendimento que ousava surgir **numa área considerada completamente inóspita para prédios comerciais**"²⁹. É a mesma questão que foi enfrentada pelo Shopping Iguatemi. A questão de um pioneirismo de forma que rompeu com estratégias locacionais até então consagradas.

Aqui se coloca a questão do futuro e de progresso. O Centro Empresarial se colocando como visionário, apontando tendências. Por outro lado o futuro é, de alguma forma, identificado com esse fetiche tecnológico que, ao mesmo tempo que aproxima o homem (da tela, da realidade virtual), afasta-o da capacidade de definir esse futuro:

Uma visão de futuro: no Centro Empresarial as atividades vitais ... caminham para a completa automatização digitalizada. É o Intelligent Building ...

Em 1977, o conjunto era composto por quatro torres. Em 1989 já eram seis espigões e espaço para mais um. O sucesso do Centro Empresarial abriu caminho para inúmeros empreendimentos semelhantes, tanto para a Lubeca (projeto Cidade Panamby), como para outros empreendedores. Não se trata apenas de uma nova área eletiva, mas de uma nova formalização de empreendimentos destinados ao setor de escritórios³⁰.

28. O Estado de São Paulo, 03.09.89, p. 10, "Centro Empresarial teve começo difícil". Declarações de José Maria Simões, diretor-geral da Lubeca.

29. Idem, ibidem. Os destaques são meus.

30. Há uma outra questão que envolve os escritórios e que não tem uma referência direta nessa formalização. Trata-se da terceirização. Isto tem sido muito mitificado como se fosse um contraponto na acumulação de capital. No caso dos escritórios há evidentemente terceirização. Mas há algumas novidades que ainda são pouco presentes no Brasil. Existem redes mundiais (como a HQ Network Systems) que

A presença do Centro Empresarial São Paulo deixou um rastro que foi seguido por inúmeros outros empreendimentos semelhantes. Hoje pode-se falar da Marginal do Rio Pinheiros como se fosse um corredor, como a Avenida Paulista. Há, no entanto, diferenças fundamentais, a começar pela escala. A Marginal não é uma rua que permita vizinhanças. Por outro lado, grande parte destes empreendimentos são verdadeiras ilhas, independentes, que não permitem um percorrer, tal como numa rua de comércio. De qualquer forma, é possível admitir que formas autônomas possam criar áreas de envolvimento, sem o sentido tradicional.

Segundo avaliação de um importante consultor imobiliário³¹, a ocupação de espaços para construção de escritórios em São Paulo está sempre a reboque da ocupação residencial (por todo e qualquer espaço disponível) e da ocupação comercial (atípica e particularíssima). A ocupação para escritórios seria "bem mais comportada". Trata-se, sem dúvida, de uma visão linear tanto no tempo quanto no espaço. É como se não houvesse, de verdade, formas capazes de romper com determinações puramente locais. Por outro lado, essa pesquisa, realizada em 1992, já apontava a Marginal (ainda só a do rio Pinheiros) como uma das quatro principais áreas de escritórios da cidade, ao lado do centro da cidade, Avenida Paulista e a região dos Jardins. O gráfico *Escritórios: Área Construída Disponível* mostra o crescimento da construção de escritórios na Marginal Pinheiros.

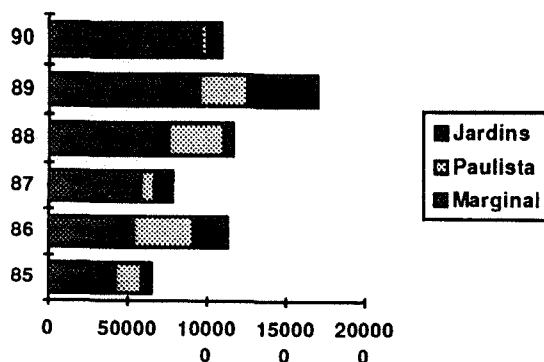
Escritórios: Área Construída Disponível/M2 úteis

ANO

ÁREA	85	86	87	88	89	90
Marginal	42.126	53.319	58.095	75.255	95.012	95.912
Paulista	16.950	38.254	8.823	35.152	30.462	4.116
Jardins	5.790	21.285	11.057	5.622	44.448	8.884

oferecem para os grandes grupos econômicos (como Coca-Cola, American Express, Alcoa, Apple, GE, Hitachi, Toshiba, etc) serviços de escritórios (o chamado *business center*) sem os custos administrativos com pessoal e serviços de um escritório tradicional. O custo varia conforme o número de horas, os serviços e a área. A HQ Network pretende instalar centros assim no Brasil (20 nos próximos 10 anos, de forma a atingir mundialmente 400 centros até o ano 2000) e para isso, em São Paulo, está procurando edifícios qualificados. "*Franqueadora dos EUA investe em escritórios*". O Estado de São Paulo, 14.04.94, p.B-12.

31. "A tendência de dos escritórios para a Marginal do Pinheiros". *A Construção São Paulo*, 1779, 15.03.82, p. 14-16. A análise é de Richard Ellis, empresa inglesa, instalada no Brasil desde 1980, e especializada em fornecer subsídios para compra, venda, locação, avaliação e construção de escritórios.

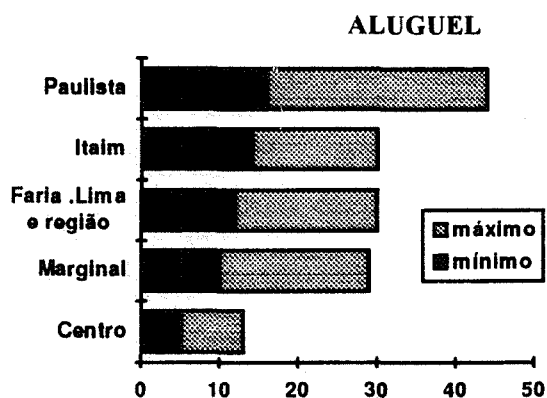


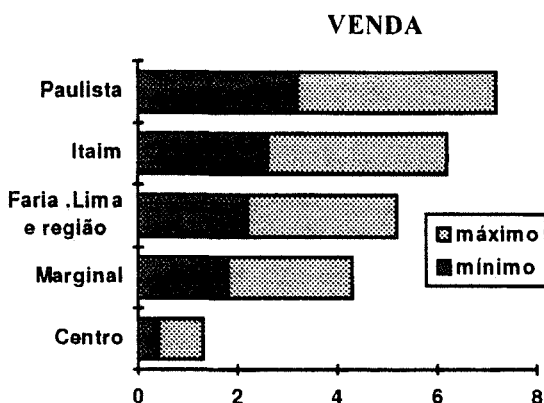
Fonte: Richard Ellis

Os gráficos *Escritórios: Valor M² US\$ (1993)* e *Escritórios: Valor do Aluguel US\$ M² (1993)* mostram a valorização da área quando comparada com outras tradicionais de escritórios e, por outro lado, a sua capacidade de concorrência em preços frente a Faria Lima e Paulista.

Escritórios: valor em US\$/m² (1993)

ÁREA	Aluguel		Venda	
	mínimo	máximo	mínimo	máximo
Centro	0,4	0,9	5	8
Marginal	1,8	2,5	10	19
Faria .Lima e região	2,2	3	12	18
Itaim	2,6	3,6	14	16
Paulista	3,2	4	16	28



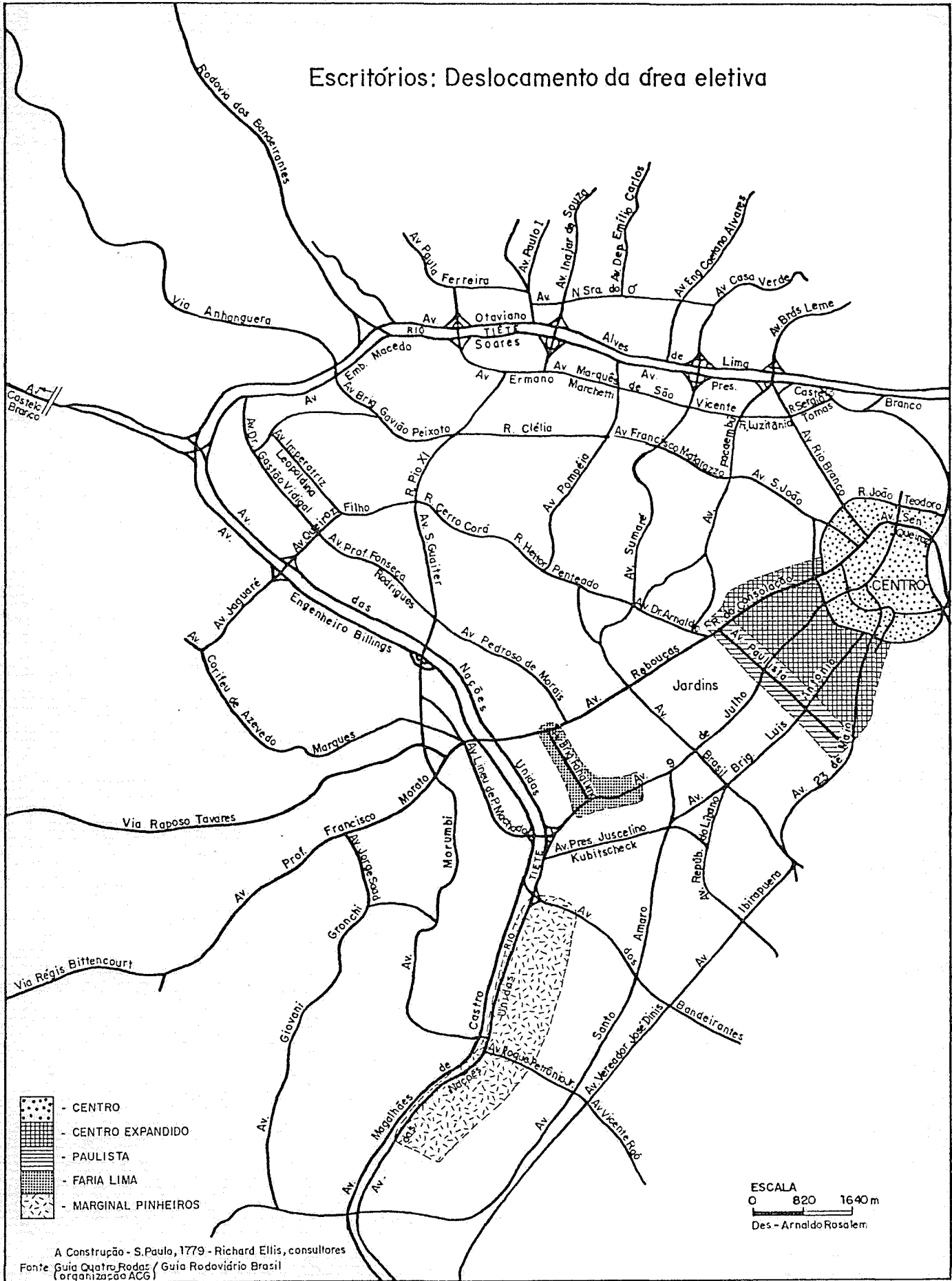







A questão da continuidade está maximizada na pesquisa da Richard Ellis. A planta *Escritórios: Deslocamento da Área Eletiva*, representa a concepção presente nas conclusões daquela pesquisa comercial e destaca as principais áreas de escritório em São Paulo, em sua continuidade geográfica e sucessão temporal.

*"O caminho percorrido pelas ocupações de espaço por escritórios começa pelo Centro Velho, sobe o espigão da Paulista, desce para os Jardins, atingindo, hoje em dia, as margens do rio Pinheiros". "A partir de 1930 os empresários descobrem a, até então, aristocrática avenida Paulista e, ali, centralizam seus investimentos. Ano após ano, vão desaparecendo os casarões dos e, em lugar dos palacetes, surgem grandes edifícios, dotados de estrutura apropriada para o recebimento de escritórios, ao contrário daqueles localizados nos prédios do centro". "A medida que os espaços escasseiam na Paulista, o empresariado desloca-se para a avenida Faria Lima". Nos anos 70 "a residencial Faria Lima cede progressivamente lugar aos edifícios de escritórios, projetados sob uma ótica mais moderna do que os até então construídos na Paulista. Com a proximidade do esgotamento das possibilidades de construção na Faria Lima, o fluxo de ocupação direciona-se para a ainda virgem avenida Nações Unidas, paralela ao rio Pinheiros"*³².

32. Idem, ibidem.

Escritórios: Deslocamento da área eletiva



-  - CENTRO
-  - CENTRO EXPANDIDO
-  - PAULISTA
-  - FARIA LIMA
-  - MARGINAL PINHEIROS

ESCALA
 0 820 1640 m
 Des. - Arnaldo Rosalem

A Construção - S. Paulo, 1979 - Richard Ellis, consultores
 Fonte: Guia Quatro Rodas / Guia Rodoviário Brasil (organização ACG)

Há, nessa abordagem, inúmeros senões que forçam a questão da continuidade. Assim é que a ocupação desses lugares não se deu, como parece, exatamente uma seguindo a outra. Transformações na Paulista foram enormemente dinamizadas justamente nos anos 70. É essa época que conhece uma expansão sem precedente de novas áreas. Não se trata, também, de gerações de edifícios mais ou menos "modernos". Um exemplo recente é o admirado edifício do City Bank na Paulista (ou mesmo do novo prédio *pós-moderno* do Banespa, da praça da República). Outra questão, que não parece ser essencial, é o fato dos empreendedores tomarem como parâmetro a questão do "esgotamento das possibilidades de construção". Existem ainda outras questões, a serem lembradas, como a da intervenção e associação com o Estado como, por exemplo, na construção da Faria Lima e mesmo da Marginal.

Não está destacado a diferença das novas realidades, entendidas como simples continuidade. Mesmo que se afirme a diferença, "progressiva", entre **ocupação** de prédios para escritórios (no centro), **construção** de edifícios de estrutura apropriada para escritórios (na Paulista) e prédios vagamente mais "modernos", esta é uma questão menor.

A especialização (e nisto o centro velho é muito diferente) e o entorno são questões mais importantes. A diferença qualitativa, que empreendimentos como o Centro Empresarial São Paulo representam, está relacionada a um outro tipo de justaposição: 1. um desenvolvimento geral da cidade, que tem como referência o centro tradicional³³; 2. um desenvolvimento fortemente ligado a um gradativo desdobramento em torno da área central; 3. uma não autonomia, das áreas comerciais e das áreas de escritórios, frente às áreas residenciais; 4. um peso significativo das áreas residenciais de alto padrão de consumo no deslocamento dos escritórios. Os bairros dos Campos Elísios, Higienópolis,

33. A área de escritórios do antigo centro de São Paulo apresentava realmente um caráter concentrador do próprio movimento da cidade e a rua XV de Novembro sempre foi uma referência. No começo do século, Paul Walle afirma que "o largo do Rosário era o mais movimentado, **embora o coração da cidade estivesse na rua XV de Novembro, a rua do Ouvidor de São Paulo**" (*Vision du Brésil*. Paris: Ed. Aillaud Alves, 1912, p.152). Em suas "ruas agitadas se processavam os **negócios** políticos e **comerciais**, trabalha o cérebro e batia o coração de São Paulo" (L.A.Gaffre, *Au Brésil: De L'Uruguay au Rio São Francisco*. Paris: Lib.Orientale e Américaine, 1910, p.158). Na década de 30-40 "no centro de São Paulo __ no **Triângulo** (Direita, São Bento e XV de Novembro) __ a vida pulsa numa atividade e num ritmo pouco tropical. Nessas ruas estreitas, de edifícios altos, os homens correm e se acotovelam como em qualquer capital da Europa. Nos seus rostos vemos estampada a mesma expressão de fadiga e intensidade" (Wolfgang Hoffmann Harnisch, *O Brasil que Eu Vi. Retrato de uma Potência Tropical*. São Paulo: Melhoramentos, p.105). Aqui se tem, diferente do Centro Empresarial, uma agitação centralizada, **sem fronteiras** (referência mundial) e vista como **estranha** ao autóctone. Ainda: "As ruas extravasam gente como a torrente que desliza na calha de um vale. Subindo ou descendo, as correntes humanas que sulcam as ruas e becos do Triângulo como que se dissolvem e quebram em pontos fixos. Subitamente com que desaparecem, tranquilizam-se em remansos no Largo da Sé, Praça do Patriarca, Largo de São Francisco, Largo dos Correios ..." (Virgílio Santa Rosa, *Paisagens do Brasil*, s/d). O caráter centralizador e agitado do Triângulo aparece aqui como uma imagem que se aproxima da natureza, tal como no século XIX nas descrições das metrópoles européias.

região da Paulista, os Jardins e o Morumbi representam um deslocamento residencial conhecido na cidade de São Paulo e que apresenta muita continuidade. Estes são, ou foram, bairros residenciais de padrão elevado que se sucederam espacialmente e temporalmente. O comércio mais sofisticado e os escritórios procuram acompanhar este deslocamento. É significativa, por exemplo, a substituição dos casarões da Avenida Paulista por prédios de escritórios. A Faria Lima está no meio dos Jardins. Mas, esta situação muda e resignifica, inclusive, as outras localizações (afinal de contas a Avenida Paulista é quase específica dos grandes bancos; e não há um casarão ocupado pelo Mc Donalds?). O Centro Empresarial, no contraponto, não está próximo (aliás a questão de próximo é já outra) de área residencial de luxo. Está próximo de uma favela.

De qualquer maneira, a Marginal do Rio Pinheiros é hoje uma concentradora de empreendimentos semelhantes ao Centro Empresarial. Veja-se a tabela seguinte³⁴:

Área Construída de Escritórios em m²

	Marginal Pinheiros	Jardins	Paulista
1989	72.255	44.448	30.462
1990 (estimativa)	95.912	8.884	4.116

Em 1990 estavam projetados diversos centros de escritórios para a Marginal Pinheiros. Em parte, trata-se efetivamente de um esgotamento de espaços físicos. Por outro lado, trata-se da produção de formas particulares e autônomas, diferentes do que até então existia como área de escritórios na cidade.

É bom que se volte a afirmar: "A Marginal Pinheiros, com terrenos amplos e na maioria das vezes desocupados, começou a absorver as empresas interessadas em um bom endereço desde a construção do Centro Empresarial pela Lubeca, que já completou sua primeira década. Na época em que começou a ser erguido, *houve quem demonstrasse ceticismo quanto a sua possibilidade de ser ocupado com sucesso*. Hoje não há praticamente sala vazia à espera de inquilinos, no Centro Empresarial"³⁵.

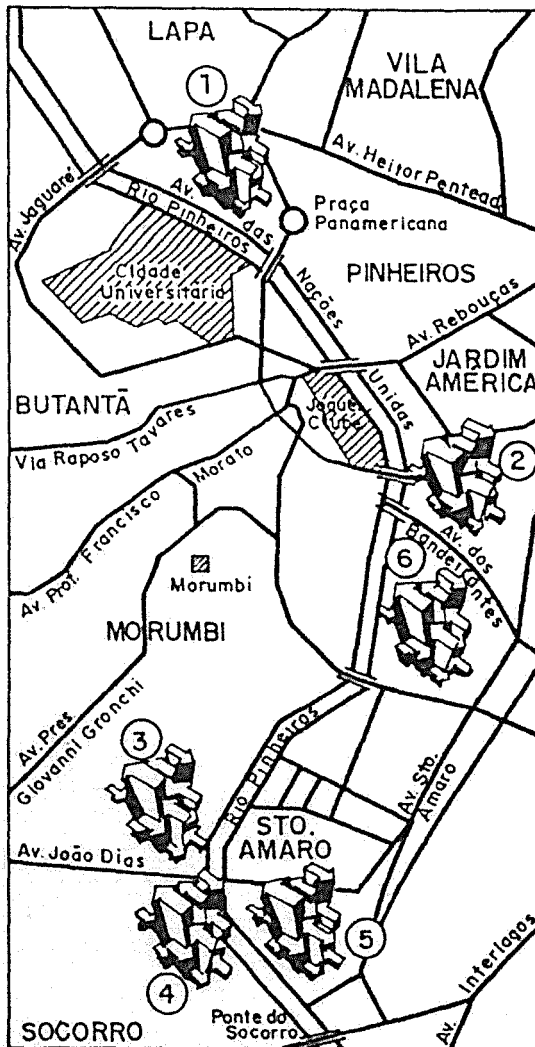
34. "Área concentra mais de 50% das ofertas". O Estado de São Paulo, 03.09.89, p. 10.

35. "Onde os escritórios vão estar". *Exame Vip*, 3, 21.03.90, p. 11. Ainda sobre esta questão do estranho que é mal recebido e, logo, bem recebido, tornando-se necessário, deve-se lembrar que problemas continuam também para o Centro Empresarial. Recentemente o Centro passou por uma crise de aluguéis (desde o Plano Collor). Na crise muitas empresas precisaram enxugar suas estruturas e voltaram para as fábricas, como a Catterpillar, Susa, Edisa e Grupo Hansen (Tigre). Rhodia, Alcoa e Grupo Santista fizeram

Para a década de 90 grandes empreendimentos estavam projetados para a Marginal, cuja localização aparece na figura, esquemática, sobre os lançamentos de grandes centros de escritórios.

1. **Centro Empresarial Alto de Pinheiros** (11 torres; centro comercial; área do terreno de 64.000 m²; investimento de US\$ 300 milhões; construtora CBPO);
2. **RGB International Center** (6 torres; hotel 5 estrelas; flat; centro comercial; área do terreno de 180.000 m²; investimento de US\$ 200 milhões; construtora RGB);
3. **Projeto Urbanístico Panamby** (15 torres-escritório; 35 torres residenciais; hotel; centro comercial; dois parques públicos; área do terreno 482.000 m²; investimento US\$ 600 milhões; construtora Lubeca);
4. **Riverside Office Center** (7 torres; investimento US\$ 100 milhões; construtora Sulimob - grupo Itaú);
5. **Transamérica Plaza/Grupo Real** (duplicação do hotel; 11 torres; centro comercial; área do terreno 260.000 m²; investimento não divulgado; construtora não negociado);
6. **ASD Center** (4 torres; hotel 5 estrelas - Westin Hotel São Paulo; centro comercial; área do terreno 93.000 m²; investimento US\$ 134 milhões; construtora ASD/Aoki; Alcides Diniz mais Aoki, grupo japonês).

enxugamento de funcionários de forma a liberar 25.800 metros quadrados (10% do total). Entre 92 e 93 o índice de ocupação no conjunto esteve ao redor de 70%. Somente em 94, através de uma política de saneamento, a ocupação subiu para 90%, com a ida da Credicard, Chubb (seguradora do Citibank) e GSI (joint venture entre o Grupo Gerdau e a IBM). A política de reestruturação garantia a queda da locação de US\$36 (1989) para US\$12 (1994) por metro quadrado, utilizando-se de nova infra-estrutura de serviços (investimento de US\$ 1 milhão em tecnologia: novo sistema de telecomunicações, novo sistema gerencial), terceirização de atividades (restaurantes) e adaptações na gerência de serviços (redução de funcionários de 500 para 320). "*Centro Empresarial recupera condôminos*". O Estado de São Paulo, 19.04.94, p.B-14. Só com a terceirização dos restaurantes, gráfica e administração, a Panamby "passou a faturar apenas com o aluguel de espaços US\$ 6 milhões ao ano, cerca de 30% mais do que antes da terceirização". "*Centro Empresarial quer frear desocupação*". O Estado de São Paulo, 29.07.93, p.6.



- 1- CENTRO EMPRESARIAL ALTO DE PINHEIROS
- 2- RGB INTERNATIONAL CENTER
- 3- PROJETO URBANÍSTICO PANAMBY
- 4- REVERSIDE OFFICE CENTER
- 5- TRANSAMÉRICA PLAZA
- 6- ASD CENTER

FONTE : EXAME VIP, 21.03.90 des: Arnaldo Rosalem

Em 1993, tendo em vista a própria recessão econômica do país, muitos desses empreendimentos ainda só estavam no papel, embora não afetassem o papel da Marginal do Pinheiros como área eleita para escritórios³⁶. O projeto do ASD (247.000 m² de área construída), River Side-Itaú (102.000 m²) e Panamby ainda estavam em projeto. O projeto imobiliário Panamby (270.000 m² só de escritórios, além da área residencial e comercial), particularmente, estava em 1993 determinado a iniciar sua construção a ser completada em oito anos. Estavam já em construção os seguintes mega-empreendimentos: RGS (180.000 m²), Centro Empresarial Nações Unidas (248.000 m²), WTC (171.000 m²), Cctenco (78.000 m²) e Sulamérica (82.000 m²)³⁷.

Em 1989, dos 256.000 m² de área útil em construção 65% se concentravam na região vizinha à Marginal, entre o Hotel Transamérica e a Cidade Universitária³⁸. Enquanto que no Centro e Jardins (Faria Lima e 9 de Julho) instalavam-se pequenas áreas de escritórios, na Marginal ficavam as grandes áreas de escritórios.

O consumo desse espaço (a Marginal) tem mostrado uma associação intensa com os bancos e empresas multinacionais. "Há uma razão, segundo os especialistas, para os bancos estrangeiros estarem detonando esse processo. Eles quase não atendem no varejo e seus principais clientes já estão na zona sul"³⁹. Na época (89) a presença direta ainda era tímida (não esquecer a associação dos bancos nos grandes empreendimentos), mas já havia notícias do interesse de bancos como o Deutsche Bank, do Dresdner Deutsche Sudamerikanische e do Lloyd's Bank. Haveria um processo de transferência bancária (um certo tipo é claro) do centro para a Marginal, ou melhor, uma certa autonomização: "Quem segurava a maior parte da rede no centro velho e na Paulista era a Bolsa de Valores. Com a facilidade de *comunicação, a distância física deixou de ser importante*"⁴⁰. Razões tradicionais são lembradas para a não transferência das sedes dos bancos nacionais, ou seja, a maioria já está em boas sedes (grandes áreas) como o Bradesco (Cidade de Deus, Osasco), Itaú (Estação Conceição do metrô), Unibanco (Eusébio Matoso), BCN (Alphaville). Para os casos isolados de instalação, ocupação de alguns andares de prédios de escritórios pode ser considerado a explicação de um esgotamento *físico* da ocupação da

36. Os projetos, já iniciados em 1994, de prolongamento da Avenida Faria Lima, embora apontem para uma nova área eleita de escritórios, também reforçavam a Marginal tendo em vista a vizinhança e ser, na verdade, uma via paralela.

37. "Mercado de escritórios vive crise em SP". O Estado de São Paulo, 17.05.93, p.8. O World Trade Center, na Marginal Pinheiros, entre as pontes Morumbi e Bandeirantes, será composto por uma torre de escritórios com 26 pavimentos, um shopping de decoração e design e um hotel (Meliá). Os escritórios (de 46 a 1.218 m²) serão locados somente para o setor voltado ao comércio exterior.

38. A Construção São Paulo, 2160, 03.07.89, p. 15.

39. "Bancos também migram para a Marginal". O Estado de São Paulo, 03.09.89, p. 10. Declaração de Michael Bamberg, da B. Planejamento e Empreendimentos Imobiliários.

40. José Maria Simões, diretor geral da Lubeca. Idem, ibidem.

Paulista e da Faria Lima. Mas esta é uma explicação microcós mica. O fato de ser a Marginal a alternativa é a questão. E mais, a vinda deles é dentro de um contexto programado por outros.

Outra identificação com a Marginal estaria nas empresas multinacionais: "... Marginal, hoje quase um reduto do capital estrangeiro (estão lá, entre outras, companhias como a Rhodia, Autolatina, Hoechst, Arthur Andersen, Dow Química, Paramount)"⁴¹.

41. Idem, *ibidem.*, segundo Bamberg.

ALPHAVILLE

Empreendedor: Construtora Albuquerque, Takaoka S.A

Lançamento: setembro de 1974 (de Alphaville Empresarial; 1976, primeiro núcleo de Alphaville Residencial)

Inauguração: 1976 (primeira instalação de empresa em Alphaville Empresarial)

Localização: km. 23 da Castello Branco, sentido São Paulo-Interior (acesso por trevo próprio); ocupa áreas de dois municípios da Grande São Paulo, Barueri (Alphaville Empresarial 1 e 2, Centro Comercial Alphaville, Alphaville Residencial 1, 2 e parte do Zero) e Santana do Parnaíba (Alphaville Residencial 3, 4, 5 e 6, 8, 9, 10, 11 e 12, os futuros Alphaville Residencial 14 e Alphaville Empresarial 3, além dos Centros de Apoio 1 e 2)

Área: 16,4 milhões de m² (12,5 milhões urbanizados em 1994; iniciais 8,5, previstos 15)

Residências: aproximadamente 6.000, com média de 600 residenciais (Alphaville 1 e 2 acima da média, Alphaville Zero com 80 residências, Alphaville 8 com 45 residências nas 100 possíveis, Alphaville 12 em início da construção residencial)

Pioneirismo: primeiro grande condomínio fechado padronizado e complexo descolado da cidade de São Paulo.

População: aproximadamente 25.000 (1994) e mais 80.000 flutuantes ao dia.

Infra-estrutura implantada: até 1994, aproximadamente 150 km² de ruas asfaltadas, 2.000.000 m² de praças e jardins, reservatórios de água, estação de tratamento, etc.⁴²

42. As informações são da própria construtora.

Não faça surgir em Alphaville as razões que fizeram você fugir de São Paulo (aviso na entrada de Alphaville)

Não é Alphaville que sua hipocrisia deve se chamar, mas Zeroville

(Alphaville, 1965, Jean Luc Godard)

A primeira idéia dos empreendedores de Alphaville foi "construir uma cidade satélite" e o primeiro objetivo "implantar um centro empresarial" (indústria e escritórios interligados). A primeira medida foi criar "um loteamento com características inéditas para São Paulo" e o primeiro desdobramento foi a adaptação "à dinâmica do mercado" (atrativos para empresas devido à distância: infra-estrutura urbana __ água encanada, guias, sarjetas, rede de esgotos, iluminação, 1450 luminárias, 300.000 árvores, tudo com recursos próprios __ e o residencial)⁴³. O último projeto foi o comercial.

Uma das questões que os próprios empreendedores se colocam é quanto à escolha de um loteamento distante de São Paulo (para a época) e dentro de um município identificado como cidade-dormitório. Nada disso foi uma barreira intransponível porque, segundo Renato de Albuquerque, a região "era servida pela melhor rodovia de então ... a Castello Branco". E, também em função de uma área adquirida e à disposição de 3 milhões de metros quadrados⁴⁴. Além disso, o que não é dito, as referências locais pouco

43. "Um bairro que é quase uma cidade". Folha de São Paulo, 27.10.85 - Suplemento Especial do Classifolha, Alphaville, p. 95.

44. Alphaville é uma propriedade **enfitêutica**, onde a União detém o domínio direto pertencendo ao particular o domínio útil. Segundo informam os construtores, a Fazenda Tamboré, que deu origem (uma parte) à Alphaville, tem sua história iniciada com a doação de uma sesmaria "aos índios, assistidos ou dirigidos, a esse tempo (de D.Maria I), por um missionário". Parece que os índios (?) fizeram diversos aforamentos, entre eles o "de 31.05.1739, outorgado a Francisco Rodrigues Penteado". "O domínio útil pertenceu ao primitivo enfiteuta e sucessivamente foi transmitido por direito hereditário...", incluindo "cessões de direitos hereditários e venda de quinhões". Um desses é a venda e compra de **domínio útil**, "lavrada em 22.08.1973", do Quinhão nº. 3 da Fazenda Tamboré, pela Construtora Albuquerque, Takaoka S.A.. Essa enfiteuse é perpétua e o enfiteuta (o particular, titular do domínio útil) paga ao **senhorio** (a União, titular do domínio direto), um foro anual equivalente a 0,6% do valor da avaliação. "Nas transferências onerosas, o enfiteuta tem por obrigação dar à União o direito de preferência para a aquisição do imóvel aforado", mas a União sempre abre mão desse direito de preferência em troca do "pagamento do Laudêmio, o qual corresponde a 5% sobre o valor da avaliação". As informações vem da construtora, a partir de um parecer do escritório de advocacia Ribeiro da Silva & Caetano de Mello.

importavam, apesar dessa *mega-referência* da estrada. O tipo de empreendimento era intramuros e não se dirigia à realidade local e nem dialogava com ela.

O primeiro núcleo residencial foi lançado em 1975 "simplesmente atendendo a uma *solicitação* do mercado, feita tanto pelo primeiro escalão das empresas que já haviam se instalado por lá, quanto por uma parcela da população de maior poder aquisitivo de São Paulo"⁴⁵. É como se o mercado tivesse voz, como se o mercado fosse o criador da demanda. De qualquer forma, um mercado bem especial.

Há uma força *relativa* de continuidade. Note-se que Alphaville é de 1976 e a abertura da Castelo Branco de 1969⁴⁶. Inúmeros bairros foram criados em função de estradas modernizadas (como a Raposo Tavares) ou auto-estradas novas (como a Castelo). Houve uma expansão da área nobre urbana que ultrapassou os limites do município de São Paulo mas, de maneira geral, ainda acompanhando um eixo sul-oeste que identifica as áreas privilegiadas da cidade, porém com mudança no significado da localização, do posicionamento relativo⁴⁷. Esse movimento de expansão também foi impulsionado pelo aumento das exigências da Prefeitura de São Paulo quanto às instalações de indústrias. Note-se, no entanto, que as referências de Alphaville, rigorosamente, não são nem a Barueri, nem à continuidade vinda de São Paulo.

Renato de Albuquerque, em entrevista, coloca a questão nos seguintes termos: "Logo no início do lançamento de Alphaville Empresarial, os empresários e profissionais liberais que estavam adquirindo lotes para suas empresas passaram a representar uma demanda potencial para Alphaville Residencial. O interesse em integrar moradia e trabalho crescia à medida que o projeto do Empresarial era conhecido em

45. "*Mais que um bairro, Alphaville é um estilo de vida*". Folha de São Paulo, 27.10.85, p. 98.

46. Aponte-se ainda a importância da Castelo Branco para Barueri. Num período de 20 anos, da emancipação em 1949 (quando o município era um pequeno núcleo residencial junto à estação ferroviária) à inauguração da estrada em 1969, houve uma alteração brutal. Em 1949 "a cidade tinha apenas uma entrada, sob a via férrea. A distância entre Pinheiros e Barueri tinha que ser percorrida em rua de chão batido ... As dificuldades com o transporte foi um dos itens que pesou para justificar a emancipação. A família Guerra explorava o transporte com dois ônibus, de Barueri à Pirapora. Um saía às 7, outro às 8 horas, retornando à tarde, um às 16h30, outro às 17h30. Para pagar impostos em Parnaíba perdia-se o dia inteiro. Na época, somente três famílias possuíam automóvel ..." (Wagih Salles Nemer, vice-prefeito, *Jornal de Alphaville*, março de 1994, p.5).

47. "Embora esta transformação tenha seguido um eixo tradicional, houve uma mudança significativa na localização, no posicionamento relativo, com a valorização cada vez maior da proximidade dos grandes eixos de circulação da metrópole. A estrutura radiocêntrica se manteve, ampliada (por exemplo, com o alargamento da rua da Consolação, Rebouças-Eusébio Matoso; abertura de novas radiais como a Radial Leste), reforçada (com as linhas norte-sul e leste-oeste do metrô), mas ganhando complementaridade à medida que a cidade "significativa" (rica) chega à beira do rio Pinheiros (Morumbi). A abertura das marginais Pinheiros e Tietê permite uma ligação eficiente e imediata das radiais. As marginais, principalmente a do Pinheiros, *aproximam as áreas nobres da zona sul e oeste* (agora realmente contíguas), ganhando então enorme importância para os lançamentos residenciais e comerciais" (Gaeta, Antonio Carlos, *op.cit.*, p.204-205).

detalhes...". Tratou-se de "uma exigência do mercado" para o *problema habitacional de nível elevado*⁴⁸. Também havia, segundo os empreendedores, uma "necessidade" de sair de São Paulo e para isso "a construtora procedeu, então, a uma extensa pesquisa". Essa tônica de **necessidade e organização** está sempre presente no discurso dos empreendedores de Alphaville⁴⁹.

A novidade de um grande centro residencial fechado obteve grandes retornos. Segundo os empreendedores, enquanto que na época do lançamento, em 1975, um lote de terreno em Alphaville valia 1/3 do Morumbi, dez anos depois valia 3 vezes mais. Em 1994, o preço do metro quadrado, dependendo do residencial, variava de US\$ 90 a US\$140. Estes preços identificam um comprador-padrão, que para a construtora é "de classe média alta, casado, três filhos e idade igual ou superior a 32 anos".

A construtora montou uma estratégia para atrair interessados: "a fim de que os primeiros compradores de terrenos pudessem acompanhar as obras de suas residências, construiu cerca de trinta casas, que cedia gratuitamente para moradia provisória"⁵⁰. Mas, segundo o próprio construtor, "construímos umas 30 casas, não só para dar partida ao empreendimento, *mas também para definir o padrão de qualidade que desejávamos lá*"⁵¹. Além daquelas construções de casas, "a construtora decidiu acelerar o processo, procurando atender as exigências para fixação populacional: segurança, saúde (adquiriu uma ambulância), educação (sistema de ônibus para atender as escolas tradicionais de São Paulo)", além dos espaços para os serviços, implantação de um centro comercial, escolas, serviços básicos de farmácia, padarias, restaurantes, clínica, etc⁵². Na mesma linha: "não

48. "Um bairro que é quase uma cidade". Folha de São Paulo, 27.10.85.

49. "Desde o início a empresa procurou seguir os anseios da sociedade." Ou: "Nunca tivemos grandes dificuldades porque sempre procuramos seguir os anseios da população, evitando ou atenuando os problemas que ocorrem comumente no desenvolvimento urbano". "O construtor de sonhos". A Construção São Paulo, 2154, 22.05.89, p. 1.

50. "Mais que um bairro, Alphaville é um estilo de vida". Folha de São Paulo, 27.10.85, p. 98. Segundo Takaoka, "não se constrói casas porque não há outras prontas ou em construção. Nós construímos um número suficiente de residências, que estimulasse o início das obras de outras" (30 no Residencial 1 e 5 no Residencial 2). "Um bairro que é quase uma cidade". Folha de São Paulo, 27.10.85, p. 95.

51. A Construção São Paulo, 2154, 22.05.89, p. 2. Por outro lado, Renato de Albuquerque, em entrevista de 1992, conta que "à época do lançamento de Alphaville Residencial 1, nossa região era erma. Várias famílias hesitavam em construir suas casas, por causa da inexistência de outras. Atuamos como catalisadores da ocupação, construindo algumas casas e cedendo-as ao uso de quem estava construindo sua própria residência. O método surtiu ótimo resultado. Agimos da mesma forma em relação a Alphaville Residencial 2".

52. Idem, ibidem., segundo Takaoka. Para efeito de comparação, destaque-se que em 1989 havia "38 clínicas médicas e odontológicas e 19 escolas, inclusive de idiomas, música e artes plásticas". Idem ibidem.. Na fase pioneira, Renato de Albuquerque, em entrevista, destaca que "para promover o atendimento local, enquanto a demanda não fosse suficiente para atrair comércio e serviços, tomamos algumas providências e as custeamos, como o funcionamento de uma linha de ônibus, a criação de posto de

se muda para a nova casa por falta de vida social; construímos um clube, que não só promoveu a vida social da população em fase de fixação, como também transformou-se em suporte para as empresas que começavam a instalar-se"⁵³.

Segundo a própria construtora, sua participação em Alphaville Residencial tem duas fases distintas. Na etapa inicial, há uma participação direta. Ou seja, mesmo após implantar a infra-estrutura de um Residencial, a Construtora cuida da segurança, do controle da portaria, da análise de projetos quanto à obediência ao uso e ocupação do solo definidos pela própria Construtora, e outras questões de *administração*.

Após a constituição, no Residencial, da Sociedade Alphaville, aquelas funções administrativas são transferidas, mas com a cláusula de *respeito aos parâmetros definidos pelos fundadores*, definidos nos *Contratos de Venda e Compra de Terrenos* (normas de uso e ocupação do solo, recuos, número e altura de pavimentos, atividades). Mas, mesmo nesta etapa, há uma participação ativa da Construtora porque da Sociedade participam todos os proprietários de lotes. E a Construtora tem lotes em todos os Residenciais, contribuindo também com a tal "taxa de manutenção", o que lhe dá *direito a votos*⁵⁴. A participação da Construtora continua porque "como maior empreendedora de Alphaville, a empresa tem todo o interesse que o bairro permaneça oferecendo qualidade urbana a melhor possível"⁵⁵. E, então, "continua executando obras, às vezes em parceria com as prefeituras ... usa sua força política para obter melhorias ... e permanece atenta no concernente ao uso e ocupação do solo em Alphaville".

Apesar disso, formalmente, não há grandes restrições arquitetônicas em Alphaville Residencial, só estando proibidas as construções de edifícios verticais e casas pré-fabricadas.

A permanência da relação da construtora com os residenciais organizados, através dos próprios parâmetros de construção, tem outra característica. Até mesmo os problemas que surgem no dia a dia continuam sendo levados à construtora, "*pois ninguém*

serviços automotivos, entrega domiciliar de jornais, pão e leite e criamos um mini-comércio numa região estratégica, hoje ocupada por vários estabelecimentos bancários e outros tipos de serviço".

53. Idem, *ibidem.*, segundo Takaoka. Renato de Albuquerque, em entrevista de 1992, conta que construíram Alphaville Tennis Club "para que, além de ser um ponto de encontro para os empresários locais, ofertando, inclusive, um bom restaurante, servisse ao lazer dos novos moradores. Para incentivar a movimentação do clube, lançamos os títulos não apenas para moradores e empresários locais, mas também para todos os interessados".

54. Segundo a Construtora, ela não se vale desse direito a votos, preferindo acompanhar as decisões dos moradores.

55. Segundo declaração da própria Construtora.

melhor que ela conhece o histórico da região e tem tanta familiaridade com os equipamentos urbanos instalados"⁵⁶.

O Prof. Von Braun organizou tudo?

(Leonard Von Braun, inventor do raio da morte)

Não, ele obedece às ordens lógicas.

Antes de nos não havia nada aqui. Nem ninguém. Estamos aqui completamente sós. Aqui, somos únicos. Incrivelmente únicos.

(Alphaville, Jean Luc Godard)

Uma característica importante de Alphaville Residencial é que ela, rigorosamente, **não é um condomínio fechado**, mas a sua estrutura de vigilância, muros e exclusividade está disposta como se fosse, assemelhando-se com as questões levantadas anos atrás pelas chamadas praias particulares. No entanto, o proprietário, ao adquirir um imóvel, obriga-se a pagar mensalmente a "**taxa de manutenção**" para segurança, controle de portaria, limpeza de lotes vagos e outros serviços, administrada pelas Sociedades Alphaville. Além disso, cada núcleo residencial é fechado por um **muro** e possui uma portaria de controle de entrada e saída, mesmo que as ruas internas dos residenciais sejam **ruas públicas**. E, ainda, como informa a Construtora, os residenciais "não têm passagem para lugar algum, a não ser as próprias residências ali construídas". Sendo assim, ainda segundo a Construtora, "**não há interesse público em trafegar por elas**". O único condomínio, de fato, é o do Centro Comercial Alphaville. Os residenciais, segundo a Construtora, tem "o uso e a ocupação do solo orientados, fiscalizados e resguardados através das *Sociedades Alphaville*, que substituem a figura do condomínio"⁵⁷.

56. Folha de São Paulo, 27.10.85, "Um bairro que é quase uma cidade", p. 95, conforme Giórgia Marcussi, assessora de imprensa da construtora Takaoka.

57. Renato de Albuquerque, da Construtora, afirma que "a criação dessas Sociedades foi uma das principais obras que executamos". Trata-se de um instrumento jurídico *criado* que vai além do "mero observador", como "nos grandes centros", para se tornar "executor". Cada um dos residenciais tem uma dessas administrações juridicamente constituída: "Muito mais que uma substituta da figura do condomínio, a Sociedade Alphaville Residencial, que tem uma diretoria formada pelos próprios moradores, que trabalham sem remuneração, cuida do cotidiano do núcleo, a nível até mesmo do lazer. Essas Sociedades reúnem-se pelo menos uma vez ao mês e, juntamente com a Sociedade Alphaville Empresarial, discutem e resolvem problemas comuns, como o da segurança extra-muros".

A organização dos Residenciais é feita por uma administração. Trata-se de uma sociedade com presidente, diretoria, membros do conselho (todos eleitos). Essa administração fica responsável pela aprovação dos projetos das casas (*especificações* do condomínio), pelo acompanhamento e fiscalização das obras, pela limpeza, manutenção das vias e jardins, controle dos serviços de segurança e portarias. Ela também mantém serviços especiais como um veículo (*SOS Alphaville Castelo*) circulando toda a noite pela Castelo Branco para atender carros do condomínio (e também de *Aldeia da Serra*) em dificuldades, além de programa de combate ao pernilongo, ambulância, projeto de plantio de árvores frutíferas nas áreas vagas⁵⁸. Essa socialização das despesas do condomínio, feita pela construtora, parece que permitiu, pelo menos para os *pioneiros*, uma espécie de aproximação e formação de uma idéia de comunidade. Esta situação também se alterou dentro do condomínio *fechado*: "Antes, as casas eram mais abertas; hoje o estilo delas é mais fechado, a fim de que seja mantida a privacidade e também por causa da segurança"⁵⁹. O "estilo" americano, com frentes com gramados, jardins e raramente muros começa a ser superado.

A construtora criou propositadamente uma situação dúbia: "Condomínio não, porque *isso impediria a entrada de serviços públicos*. Nós optamos por um empreendimento fechado, que é uma espécie de rua sem saída, com guarita de entrada"⁶⁰. Mas Takaoka também afirma: "A violência urbana já há 15 anos, era a primeira preocupação da população, e foi o que nos orientou para um *empreendimento fechado*"⁶¹. Embora muitos dos primeiros moradores tenham vindo atrás de isolamento, "hoje as pessoas que se deslocam para o bairro procuram segurança"⁶². Em termos de segurança cada residencial tem seu próprio sistema. Considerando os primeiros 9 núcleos residenciais havia pelo menos 150 vigilantes, 25 viaturas, portarias, e vigilância dia e noite, integrada a central do Centro Empresarial. Em 1993, havia uma média de 1 vigilante para cada 25 habitantes. Todos os empregados das casas sofrem uma triagem prévia. "Em Alphaville, a

58. Segundo Augusto Nigro Conceição, presidente da Sociedade do Residencial 1, "no começo havia muita solidariedade entre os moradores, que formavam uma grande família e ajudavam uns aos outros. Hoje, devido ao aumento populacional, isso desapareceu o entrosamento é mais difícil". Folha de São Paulo, 27.10.85.

59. Idem, segundo Augusto Nigro Conceição.

60. Yojiro Takaoka, da Construtora Albuquerque Takaoka, em A Construção São Paulo, 2154, 22.05.89, p. 1.

61. Idem, ibidem..

62. Folha de São Paulo, 27.10.85, "Mais que um bairro, Alphaville é um estilo de vida", p. 98. Evidentemente trata-se de um discurso que, pela nossa interpretação, apreende o superficial. De qualquer modo, o isolamento de Alphaville e sua segurança sofreram um grande abalo com a morte trágica, por estupro, em 1991, de uma moça, moradora em Alphaville, nas proximidades do Residencial. Isto é, fora de Alphaville (mas perto) e dirigindo-se para lá.

segurança pode não ser perfeita, *porque nada no mundo é perfeito*, mas as famílias vivem tranquilas e as crianças são criadas livremente e sem medo"⁶³.

Mas, a respeito do livre e sem medo existem também outros lados. Há, de parte dos adolescentes uma reclamação contra o isolamento de Alphaville e a homogeneidade da vida social local. A padronização tem incomodado. Uma outra saída, mas que neste caso corresponde, a uma expectativa de classe, é quanto a motorização dos adolescentes. Sem carteira de habilitação eles têm preocupado alguns moradores. Recentemente a própria Polícia Militar entrou na área residencial para fiscalizar. "A polícia foi chamada a pedido da Associação de Mães de Alphaville que está preocupada em acabar com a irregularidade, já que é grande o número de menores que ficam feridos em acidentes e atropelamentos dentro do condomínio". "A associação colocou várias placas no condomínio alertando os pais que não devem deixar os filhos dirigir sem habilitação". Uma estatística feita entre 1989 e 1991 mostrou que 68% das 925 vítimas de acidentes de trânsito ocorridas no loteamento eram menores de 14 anos, e das 6 mortes registradas no período, apenas uma das vítimas tinha mais de 18 anos⁶⁴.

Silêncio - Lógica
Segurança - Prudência

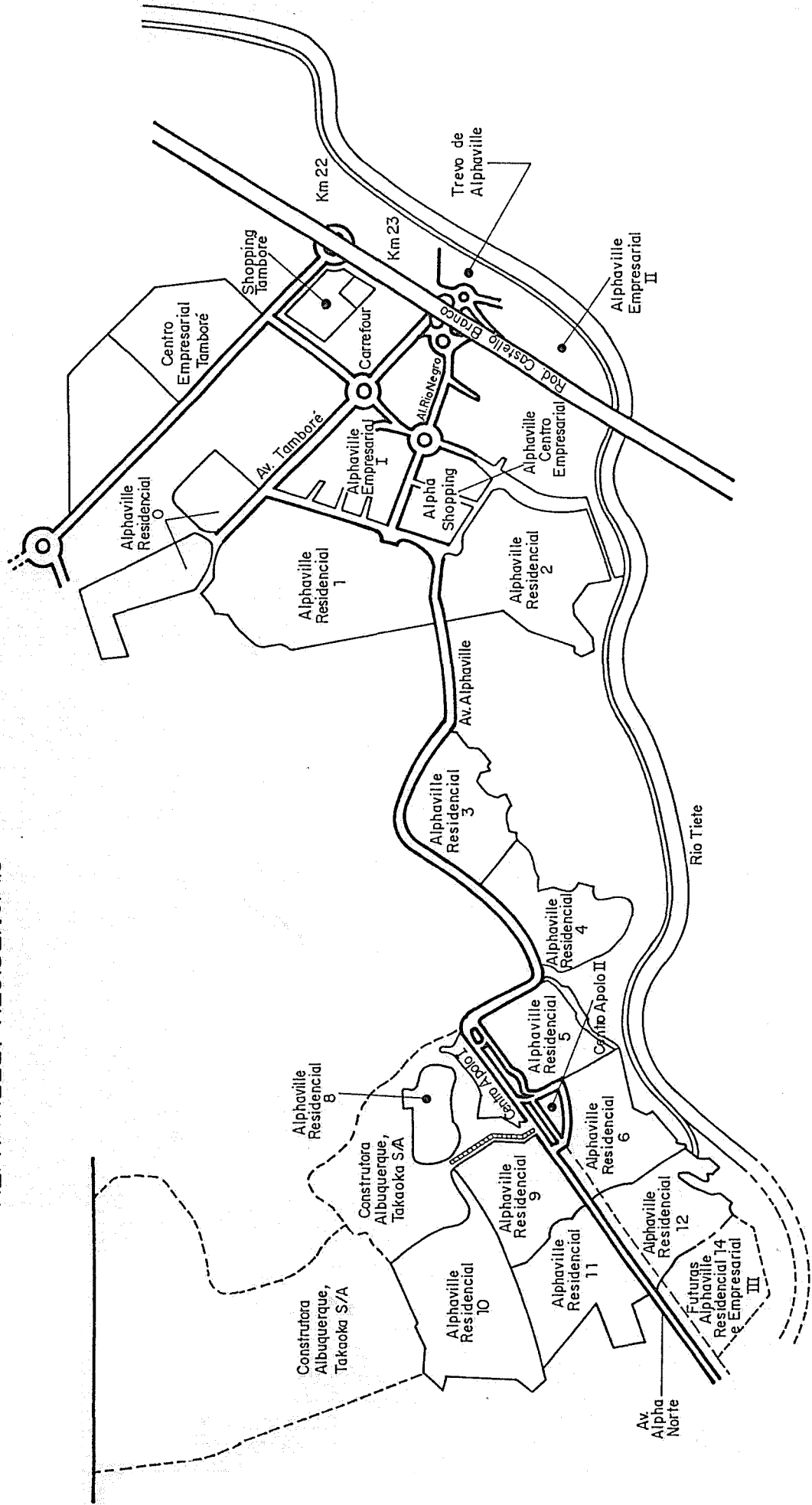
(cartaz na entrada de Alphaville: Alphaville, Jean Luc Godard)

Em 1994 havia em Alphaville 12 Residenciais, numerados do 1 ao 6, do 8 ao 12 e ainda Alphaville Zero. Está em fase de projeto e aprovação Alphaville 14, que será o primeiro núcleo misto, onde poderão ser construídos edifícios para moradia. Não existem Residenciais 7 e 13, o que permanece sem explicação, devendo talvez indicar algum tipo de mística envolvendo esta numerologia. Um aspecto a destacar é que o Residencial Zero não é o primeiro dos residenciais. Os empreendedores lançaram, significativamente, depois de toda essa numeração, dessa sucessão temporal e espacial quantitativa, o *Alphaville 0* (Residencial 0).

63. Yojiro Takaoka, em *A Construção São Paulo*, 2154, 22.05.89, p. 4.

64. *O Estado de São Paulo, Cidades*, 24.04.93, p. 3.

ALPHAVILLE: RESIDENCIAIS



Residencial	Lançamento	Ruas asfaltadas	Área pavimentada	Número de Lotes
1	1975	19.160 m	140.000 m ²	1209
2	1976	12.180	89.000	952
3	1979	7.240	45.000	880
4	1979	8.400	51.500	878
5	1981	7.360	45.000	650
6	1982	6.750	41.300	705
8	1983	2.900	18.000	106
9	1984	11.300	69.000	871
10	1986	10.800	66.000	695
0	1987	4.864	29.670	552
11	1989	12.114	73.895	931
12	1990	7.195	44.487	404

Como herança deixada pelos empreendedores, as ruas dos residenciais recebiam nomes⁶⁵:

Residencial	Nome das ruas
Alphaville 1	capitais e países da Europa
Alphaville 2	capitais e países da América
Alphaville 3	idades do litoral de São Paulo
Alphaville 4	idades do interior de São Paulo
Alphaville 5	Pássaros
Alphaville 6	Flores
Alphaville 8	Serras brasileiras
Alphaville 9	Pedras semi-preciosas
Alphaville 10	Termos indígenas
Alphaville 11	Peixes
Alphaville 12	idades do Paraná

65. Da mesma forma, as "moradas" de *Aldeia da Serra*, o outro condomínio da Albuquerque, Takaoka, eram denominadas *dos Pássaros, das Flores, dos Pinheiros e das Estrelas*.

A inspiração dos nomes parece claramente referida aos Jardins (para os primeiros 4) ou bairros tradicionais de classe média como Moema (5, 6, 10). Há aqui uma ponte formal com a já constituído.

Outras referências com os Jardins também podem ser aventadas. Eles poderiam ser considerados como espelho para Alphaville? É possível, talvez, aproximar, pelo menos a nível da aparência, Alphaville com os chamados projetos *autoritários* utópicos, como o das cidades-jardim⁶⁶. Trata-se de uma interpretação livre, tanto na aproximação entre Alphaville e as cidades-jardim, como entre os subúrbios americanos tradicionais e as cidades-jardim. A referência às cidades-jardim está mais na apropriação do nome. De fato, os "bairros-jardim" de São Paulo tem muitas outras referências no "urbanismo moderno"⁶⁷.

A introdução dos "bairros-jardins" em São Paulo, a partir de 1915 (e multiplicados na terceira década do século), teve também um aspecto de rompimento (um caráter suburbano, inclusive) e de estabelecimento de um elemento externo e presente nos grandes centros mundiais (através de uma empresa estrangeira), além de toda uma regulamentação, feita pela empresa, no sentido de dotar os bairros de uma certa uniformidade e regulamentos de uso. Os bairros-jardim aparecem em São Paulo também como um desdobramento da perda de exclusividade e de isolamento dos chamados "bairros

66. Segundo Edward Relph (*A Paisagem Urbana Moderna*. Lisboa: Edições 70, 1990), "a idéia de comunidade-jardim era uma idéia vitoriana comum, que correspondia às convicções sobre a necessidade do contacto com a natureza e com as saudáveis emanações das árvores e plantas". A partir disto e também de ideais vagamente socialistas, Ebenezer Howard cria a cidade-jardim de forma a "resolver simultaneamente o congestionamento das cidades e o isolamento da vida rural, através da combinação das melhores qualidades da cidade e do campo em novas comunidades autónomas, localizadas a alguma distância das cidades existentes" (p.57). Neste ideal há uma mistura de cidade e campo, com área para cultivo, e de público (uma comunidade que se administra e tem os próprios serviços públicos) e privado (as residências particulares). Um outro detalhe é a presença das casas recuadas do passeio, a presença de algumas cozinhas comunais e a implantação em áreas específicas de fábricas e armazéns. Já em 1903 a primeira cidade-jardim começou a ser realizada em Letchworth (a noroeste de Londres) por Raymond Unwin. O seu caráter utópico era realçado inclusive porque ela "atraía pessoas extravagantes que eram vegetarianas, usavam batinas e sandálias feitas à mão e cultivavam grande parte dos seus alimentos" (p.59). Como herança marcante dessa experiência ficou a preocupação posterior em criar grandes projetos residenciais que dessem "variedade às ruas residenciais" e criação de "efeitos visuais agradáveis", como "casas ... ordenadas segundo padrões diferentes, em aglomerados à volta de pequenos espaços verdes, em forma de U, e em volta de culs-de-sac ... sempre que possível, eram utilizadas intersecções em T, em vez de cruzamentos..." (p.60). O que mais ficou da experiência foi a prática de planeamento, os traçados das ruas e uma "arquitetura doméstica rústica", tudo isso purgado dos ideais de reforma. Note-se então essa separação de uma realidade material esvaziada de um ideal social afastado.

67. O urbanismo moderno como um todo, e não apenas projetos como o das cidades-jardim, afirmam o planeamento versus o "caos" representado pela cidade espontânea (a antiga cidade industrial). Muitos projetos e idéias afirmaram caminhos de superação da dicotomia cidade-campo. Elementos como ruas sem saída e tortuosas tem diversas raízes no "urbanismo culturalista", como o de Camilo Sitte e a idéia de "embelezamento" através de ruas tortuosas. E até elementos de zonificação estão aí presentes.

aristocráticos" centrais. Através da especulação imobiliária e utilizando-se de uma ideologia de segregação, áreas nobres foram deslocadas. Segundo Juergen **Langenbuch** (*A Estruturação da Grande São Paulo*), os bairros-jardim representam as novas soluções urbanísticas. Estes oferecem para os setores aburguesados a possibilidade de um relativo isolamento e, ao mesmo tempo, de atender os interesses dos loteadores que puderam, então, aproveitar e valorizar até mesmo áreas acidentadas, como o Pacaembu. Neste caminho investiram tradicionais empresas da época e a nova "City". No entanto, a os bairros-jardins não possuem o ar de autonomia de Alphaville e sim mais de segregação⁶⁸.

Talvez seja cabível falar em cidade jardim ao se tratar de Alphaville, porque uma das imagens mais comuns é aproximá-la dos subúrbios dos Estados Unidos. E daqueles subúrbios há muito existentes por lá. Há distâncias consideráveis, mas pontos de aproximação também. A concepção de cidade jardim marcou o desenvolvimento suburbano nos Estados Unidos e ela tem a ver com o moderno, com o desenvolvimento de uma sociedade moderna, capitalista. A nível de aparência, formalmente, na sua origem, ela não se identifica com o estilo moderno, mas com um pré-moderno.

Apesar disso, a sua existência também é resultado dos conflitos da sociedade, das questões do século XIX, das crises das cidades industriais, da urbanização do mundo. Revela assim os conflitos que a concepção de liberdade da burguesia enfrentaria no século, tanto com o desenvolvimento do Estado, como com o aparelho organizativo constituído pelas grandes empresas. Já aí vai se delineando no urbano a idéia de um *plano* que se impõe à *anarquia*.

Essa experiência das cidades jardins que se projetou mundialmente, porque abordava um problema mundial também, influenciou, à escala de São Paulo, tanto os bairros jardins (os *jardins* e as *cities*) pioneiros (uma espécie talvez de subúrbios jardins), como também Alphaville. De fato, em São Paulo, os *jardins* tiveram uma influência generalizada. Nos bairros proletários os nomes migraram das *vilas* para os *jardins*, de maneira análoga ao ocorrido com os nomes supermercado e shopping center para o pequeno comércio.

Uma das questões que separa a cidade jardim de coisas como Alphaville é que aquelas apresentam um verdadeiro *componente utópico* que o moderno encarna, ideais de vida comunal e autonomia. Isto é, há uma sinceridade do moderno e que não estará

68. "Coube à Companhia City, de capitais ingleses, iniciar a construção dos bairros-jardins em São Paulo ... Antes da primeira Grande Guerra, comprou essa empresa extensas áreas de terrenos nas zonas urbana e suburbana, investindo desde logo importantes somas em obras de terraplanagem, arruamentos e pavimentação. Já em 1916, achava-se completamente arruado o Jardim América; e outros se lhe seguiram: Jardim Europa, Pacaembu, Alto da Lapa, Bairro Siciliano e Alto de Santana" (Pasquale Petrone, em "A cidade de São Paulo no século XX", obra citada, p.91-92).

presente nesse tardo-modernismo, para lembrar Subirats. Ou seja, pela comparação entre coisas tão distantes como cidades jardim do começo do século e Alphaville da década de 80, nota-se, no mínimo, a deterioração dos ideais do moderno. Nesses extremos pode-se considerar a mediação dos *subúrbios jardim* da City.

É interessante observar que as cidades jardins, a sua idéia, rapidamente se proliferou no mundo, num mundo já bastante *globalizado*. Vem ao Brasil, através de grande empresa americana, a City, para propor-se às elites. Isto é, a difusão mundial rapidamente ignorou, em primeiro lugar, as idéias sobre *vida comunal e autonomia*. Um dos princípios, por exemplo, era de evitar a separação das diferentes classes sociais, combinando diferentes tipos de casa. A idéia de *vida comunal* é pervertida e subsumida a essa interiorização da lógica mercantil. Muitos dos que problematizaram a cidade e a entendiam como forma capaz de disciplinar, para o melhor ou para o pior, muitos dos planejadores, dos urbanistas, sonharam (e sonham) "*um mundo onde há poucas coações históricas, políticas ou sociais, um mundo em que os arquitetos seriam senhores da forma e do aspecto das cidades*"⁶⁹. Porém, hoje é essa uma das questões que o grande capital se propõe e impõe.

Uma outra questão, que convém comparar, é a presença, nos projetos de cidades jardins, dos *revivalismos vernáculos*, na tentativa de inserir os projetos localmente. Essa preocupação com uma referência local e, mesmo, a um passado ainda presente, local (o campo), é também um dos dilemas do moderno. Em coisas como Alphaville não se tem nada disso. As preocupações históricas da cidade jardim já estão há muito ultrapassadas e hoje o inserir-se numa realidade local tem um significado completamente diferente.

Quanto às características dos loteamentos de Alphaville, leve-se em conta o quadro:

Residencial	Lote padrão
1	540
2	540
3	360
4	360
5	360
10	500
12	490

Nota: Entre o Residencial 3 e o Residencial 4 a Construtora destaca a crise econômica em 1979. Entre o Residencial 4 e o Residencial 5 há o lançamento do Centro Comercial.

69. Folha de São Paulo, 27.10.85, p.68.

Neste quadro estão apenas explicitadas as variações nas dimensões dos lotes, tendo em vista questões conjunturais e, provavelmente, valorização de Alphaville.

Quanto à localização tem-se a seguinte distribuição:

Município	Partição
Barueri	Alphaville Residencial 1, 2 e parte do Zero; Alphaville Empresarial 1 e 2; Centro Comercial Alphaville
Santana do Parnaíba	Alphaville Residencial 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12 e parte do Zero; futuro Residencial 14; futuro Alphaville Empresarial 3; Centro de Apoio 1 e 2

A planta *Alphaville-Residenciais* situa Alphaville em suas partições. A maior área de Alphaville está situada no lado direito da Castelo Branco, na direção São Paulo-interior, quilometro 23 (a 9 km da Marginal Tietê). É muito próximo da entrada para Barueri e Santana do Parnaíba. Poucos quilômetros adiante desenvolveu-se um setor de serviços, em Barueri, junto à rodovia, situado no alto em relação ao centro tradicional da cidade que está na área baixa, junto ao rio Tietê. Para Alphaville também há um bom acesso, com rotatória, junto ao quilometro 23, mas "o bairro" se *interiorizou*. O corredor principal de entrada é a Alameda Rio Negro, mas ela foi prolongada, tendo em vista os novos Residenciais e outras subdivisões, através da Avenida Alphaville e Avenida Alpha Norte. A Alameda Rio Negro, "uma avenida com 60 metros de largura, o que à época, era um exagero mesmo em se tratando da capital"⁷⁰, foi construída como a espinha dorsal de Alphaville Empresarial. A Avenida Alphaville é uma nova espinha dorsal, neste "avanço" em direção à Santana do Parnaíba, e dá acesso aos residenciais 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 11 e 12. A Avenida Alpha Norte é a continuação da Avenida Alphaville. Alphaville Empresarial 1 e 2 formam um núcleo único, mas estão aparentemente separados pela Rodovia Castelo Branco.

70. Renato de Albuquerque, em entrevista de 1992.

A organização interna do "bairro" deveria contar com a prefeitura. Segundo o presidente de Alphaville 1, a prefeitura de Barueri "nos dá total apoio, mas procuramos ser auto-suficientes em nossos serviços, para que ela possa utilizar seus recursos em benefício da população carente da periferia da cidade"⁷¹. Esse discurso de auto-suficiência e de preocupação social tem mudado. Em 1991, com o agravamento da crise que atingiu o país, houve um grande movimento interno exigindo do Estado uma escola pública, que não havia. Essa exigência foi satisfeita em 1992. No início, a escola contou com o apoio da Prefeitura de Barueri (alugou o prédio e forneceu mão de obra para adaptação do local, e prometeu construir, no ano seguinte, as instalações definitivas) e dos pais (que haviam se comprometido a suplementar o salário dos professores estaduais). Em 1993 a Prefeitura deixou para o Estado os encargos de manutenção do prédio e "somente 30% dos pais (faziam) a contribuição". Por outro lado, construiu uma nova escola, sob o regime de Fundação, com mensalidades módicas (40 URV até a 8ª série e 60 URV para o colegial). Desesperada com o esvaziamento da Escola Estadual de Alphaville, uma moradora do Residencial 6 afirmou: "Há dois anos foi criada a Escola para atender uma parcela expressiva de moradores, pressionados pelo alto custo das escolas particulares. Matriculei meus três filhos pensando que poderia participar, ajudando a resgatar a qualidade do ensino público, da qual desfrutei há alguns anos. Dois anos depois a Prefeitura fez o prédio, mas abrigará uma outra escola, que terá mensalidade e será uma Fundação. Aqueles que não puderem ou não quiserem ir para a Fundação, ficarão numa escola fragilizada"⁷².

A relação Alphaville-Barueri é um caso a parte. Nos primeiros anos de Alphaville, segundo Yojiro Takaoka, "chegamos a propor ao prefeito de Barueri a construção do Paço Municipal dentro de Alphaville, mas ele não quis, por achar muito longe do centro. Quando Alphaville cresceu mais, ele quis, mas aí já não nos interessava"⁷³. Esse discurso se repete em Takaoka, como na questão do transporte, nos momentos pioneiros: "Nós pagamos durante um ano, um linha de ônibus para Alphaville, tivesse ou não passageiros. Quando o dono da transportadora quis ajustar o preço, dissemos

71. Barueri, na Grande São Paulo, emancipada, há 45 anos atrás, de Santana do Parnaíba, contava com uma arrecadação gerada principalmente pelas indústrias (15ª cidade paulista em arrecadação de ICMS, em 1993). Os recursos tem permitido garantir uma infra-estrutura razoável mesmo nas áreas periféricas. "O pavimento da malha viária estende-se a 100% e o saneamento básico ultrapassa os 90%" (Jornal de Alphaville, março de 1994, p.4). "O prefeito coloca guia e sarjeta de graça, o IPTU é simbólico e muitas residências, de até 70 metros quadrados num terreno de até 250 metros quadrados, nada pagam. Nossos cidadãos não pagam nem guias, nem sarjetas, nem asfalto. Não existe taxa de iluminação. Rezemos para que isto continue" (Wagih Salles Nemer, um dos emancipadores da cidade e atual vice-prefeito, Jornal de Alphaville, março de 1994, p.5). É no entanto uma cidade tipicamente operária (10% da população vivendo em barracos, cerca de 24 mil pessoas).

72. Jornal de Alphaville, março de 1994, p.3, 5 e 9.

73. A Construção São Paulo, 2154, 22.05.89, p.2.

que ele poderia suspender o serviço, pois não nos interessava mais. E ele, evidentemente, não quis suspender e até criou outras novas linhas, pois o negócio já era rentável"⁷⁴.

Renato de Albuquerque, o outro sócio, argumenta de maneira diferente. Ele diz que tiveram que implantar todas as benfeitorias "tradicionalmente da alçada dos poderes públicos", mas compreende, em função da falta de recursos e de que "terrenos já ocupados careciam de melhorias"⁷⁵. Seria exigir demais que recursos fossem aplicados numa área ainda sem ocupação (embora isto seja feito nos chamados *distritos industriais* de cidades do interior) e com um caráter de privatização velada. De qualquer forma, após a execução das redes elétricas, de esgoto, de água potável, arruamento público, etc, "estas são doadas aos órgãos públicos que as administram"⁷⁶. Essa doação, no entanto, é praticamente obrigatória, pelo custo da gestão desses serviços.

A instalação de Alphaville, no entanto, trouxe alterações profundas para Barueri, que já sofria o impacto da Castelo Branco (de 75 a 85, a cidade passou de 49.660 para 150.000 habitantes). Mais da metade da arrecadação da prefeitura vem de Alphaville, apesar de muitas empresas estarem isentas de ICMS⁷⁷. Foram gerados muitos empregos que transformaram a cidade de dormitório em cidade-serviços.

Aqui se coloca a questão do diálogo dessas novas formas urbanas com a totalidade urbana. Frente ao espaço imediato, num sentido geral, Alphaville não tem referências. Há, no entanto, como no exemplo de Barueri, os transbordamentos. Mas não é de fato um diálogo. Aqueles não se fazem como espelho. Um exemplo de espelhamento-transbordamento é o Centro Administrativo do Banco de Crédito Nacional (14.000 funcionários), fora de Alphaville, mas no seu entorno, beneficiando-se de uma infra-

74. Idem, *ibidem.*, p. 16.

75. Renato de Albuquerque, em entrevista proferida em 1992.

76. Idem.

77. "O bairro gera recursos que permitem que o IPTU de Barueri esteja há dois anos com seu valor congelado (os moradores só pagam um reajuste abaixo da inflação). Os serviços médicos, de pavimentação e de iluminação, também não são cobrados da população". Em 1983, das 160 empresas instaladas em Barueri, 100 estavam em Alphaville. "A indústria tem facilidade de arregimentar mão de obra não qualificada na cidade, mas busca em São Paulo a mão de obra qualificada. Quem pode (e são poucos) vai morar em Alphaville. O restante do pessoal vai aumentando a periferia de Barueri". "No tocante à arrecadação ... empresas como a Engesa, a Brastemp e outras do setor empresarial de Alphaville são pequenos contribuintes (geram IPTU e pouco mais) pois, por razões diversas, estão isentas de ICM. Apesar disso, solicitam serviços e para executá-los utilizamos os recursos arrecadados através de grandes contribuintes e ISS, como o BCN ... a Hewlett-Packard". Rubens Furlan, prefeito de Barueri em 1985. Folha de São Paulo, 27.10.85, p. 101. Dados de 1993 mostram que a elevada arrecadação de ICMS do município (15^a do Estado) tinha no "leasing" o principal contribuinte (60% da receita global). Consta que "93% das principais empresas de leasing imigraram da capital e do Rio de Janeiro e instalaram suas sedes no município, atraídas pelo incentivo fiscal ... taxa de ISS ... de 0,5% contra 5% na totalidade das grandes cidades. Outros setores, como o de informática, gozam do mesmo benefício, o que justifica a demanda pelo município" (Jornal de Alphaville, março de 1994, p.4).

estrutura criada. Há exemplos de loteamentos espelhados nos arredores (na escala da rodovia), como *Nova São Paulo* e *Refúgio dos Pinheiros*. Um exemplo de loteamento espelhado vizinho é *Tamboré*⁷⁸.

De início o bairro não tinha qualquer tipo de prestação de serviços, que viria depois e com sucesso comercial. Paralelo a Alphaville Residencial, mas como parte da vida nela (de viver), foi criado o Centro Comercial de Alphaville, o último projeto dentro da área⁷⁹. Ele foi lançado em 1981, com o crescimento da área residencial e após Alphaville 4. Ele conta com aproximadamente 112.000 m² (uma espécie de quarteirão dentro de Alphaville Empresarial), 736 lotes, 33% de área verde e estacionamento para 2300 carros. Existem 350 estabelecimentos entre escritórios de profissionais liberais restaurantes, lanchonetes, lavanderias, oficinas, frutarias, imobiliárias e diversos. Circulavam por dia 17 mil pessoas (60% jovens), inclusive vindos dos municípios vizinhos (Barueri, Osasco, Santana do Parnaíba)⁸⁰. As lojas e escritórios "estão distribuídos em casinhas e sobrados de pequeno porte, cada uma construída em um estilo diferente e sem recuo, com cores distintas. Tudo isso é intercalado de praças com árvores e jardins e *circundado por um gradil*, o que cria *um aspecto de vila*"⁸¹. A idéia do gradil era para restringir o movimento mas "agora é aumentá-lo cada vez mais, por isso vamos retirar o gradil que circunda o local". Da mesma forma, "a idéia inicial era que não circulassem carros pelos calçadões ... em 84 essa exigência foi abandonada". Outro aspecto semelhante que aponta para a **autonomização** admitida da área comercial, diferente da residencial, é que "em 81 e 82 eram madames que tinham como manter uma boutique aqui; agora, a maioria vive mesmo do comércio"⁸².

As ruas são cobertas de *mosaico português*, tem *nomes de flores* e são chamadas de *calçadas*. Cada proprietário dispõe de um terreno de no mínimo 32 m²

78. Tamboré, assim como Alphaville, está nas terras da antiga Fazenda Tamboré. A parte ocupada por Alphaville foi comprada do senhor Artur Castilho (herdeiro da família Rodrigues Penteado), acrescentada, mais tarde, de outras terras lindeiras pertencentes a outros proprietários da região. O que restou, e muito, ficou nas mãos de Artur Castilho, na vizinhança imediata de Alphaville. Há poucos anos, os 20 milhões de metros quadrados estão sendo urbanizados, constituindo Tamboré, com residenciais, empresarial e shopping center.

79. Junto ao Centro Comercial existe um modesto conjunto de lojas tipo shopping denominado Alphashopping. Ele ocupa os pavimentos térreos de um edifício de escritórios, voltado para a principal artéria de Alphaville que é a Alameda Rio Negro. Este empreendimento não pertence à Albuquerque, Takaoka. O terreno foi apenas vendido para um grupo de empresários. Próximo à Alphaville, na Castelo Branco, há um shopping com características mais próximas ao padrão deste tipo de empreendimento que é o Shopping Tamboré (ancorado pelo Carrefour).

80. João Amâncio da Conceição, diretor-presidente do Centro Comercial. Folha de São Paulo, 27.10.85.

81. Folha de São Paulo, 27.10.85. Segundo Renato de Albuquerque, em entrevista de 1992, "o Centro Comercial Alphaville foi concebido nos moldes europeus, com pracinhas, calçadões e jardins".

82. Folha de São Paulo, 27.10.85.

(módulo de 4x8) e "os custos com manutenção, limpeza, segurança, jardins, coleta de lixo (recolhido em parte pela prefeitura de Barueri), etc, são rateados entre todos os proprietários de lotes"⁸³. Outro aspecto "particular" do comércio de Alphaville é a feira, também bastante padronizada: "Os feirantes vem de Barueri e o Centro Comercial lhes *empresta as 49 barracas* (vai aumentar para 70) e *contrata garotos para empurrar os carrinhos de compras (também de sua propriedade)*"⁸⁴. Segundo o diretor-presidente do Centro Comercial "é uma feira , *porque vêm aquelas mulheres bem vestidas, com carros bonitos, usando carrinhos de supermercados* e, além do mais, tem segurança e estacionamento"⁸⁵.

Além do Centro Comercial, existem dois outros Centros de Apoio (1 e 2, com 166 lotes), voltados aos Residenciais do 5 em diante, porque estão mais distantes do Centro Comercial de Alphaville.

Há uma relação simbiótica entre o Centro Comercial e Alphaville Residencial. O diretor do Centro Comercial e mais dois diretores são escolhidos por um conselho de 50 representantes eleitos numa *assembleia de moradores*. Esse mesmo conselho escolhe sete diretores do Centro Empresarial e também os diretores dos setores residenciais. O diretor do Centro Comercial cuida da administração envolvendo fiscalização, aprovação de projetos de obras pelas *normas* do condomínio (*antes que sejam enviados à Prefeitura*), coordenação do serviço de limpeza, manutenção e jardins, segurança interna das lojas e programação cultural. Na sede do Centro Comercial há um auditório com 300 lugares que é usado para peças infantis e *assembleia dos moradores*.

Deve-se destacar a submissão, pelo menos aparente, de Alphaville Residencial à Alphaville Empresarial. Isto, inclusive, é afirmado pelos construtores: "Alphaville Residencial é uma decorrência de Alphaville Empresarial". Ainda hoje a mola propulsora de Alphaville é o setor industrial: "ele é o maior, o que gera mais recursos e porque todo o complexo de Alphaville passa por ele"⁸⁶.

Alphaville Empresarial (e toda a Alphaville) surge dentro do chamado *milagre brasileiro*⁸⁷, embora já no seu período de esgotamento. Desde 1973 realizavam-se as obras de infra-estrutura, com a idéia de ser apenas um centro empresarial. Em 1974

83. Idem.

84. Idem.

85. Idem. Tentando encarar isto com seriedade, nós podemos classificar esta visão, até certo ponto, como romântica conservadora. De qualquer forma parece haver um lado utópico nisto tudo. E é um ideal enclausurado em Alphaville, na medida em que o gradil externo se confronta com o espaço amplo interno. Estes dois lados estão banhados pela lógica capitalista. Por outro lado, aponte-se no caso dos shopping centers um lado utópico que se contrapõe ao gradil.

86. Folha de São Paulo, 27.10.85, p. 95. José Giafoni Batista, presidente do Centro Empresarial Alphaville.

87. Cujo nome, aliás, nos conduz também à idéia de fetiche.

ocorre o lançamento de Alphaville Empresarial e em 1976 a primeira empresa se instala. Para os empreendedores, o crescimento de São Paulo, os problemas das empresas que se viam *cercadas* por concentrações habitacionais, trânsito, ruídos, etc, permitiu a idéia de Alphaville. Alphaville então se contraporia a São Paulo por espaço, segurança e infraestrutura. Em 1994, Alphaville Empresarial ocupava 2.190.392 m² (e 402 lotes), ocupados por "indústrias não poluentes". Alphaville Empresarial tem, também, atraído investimentos na área de hotelaria, principiados com os flats.

No período pioneiro de Alphaville Empresarial havia "*garantias contratuais* de que o desenvolvimento seria *ordenado, harmonioso* e constantemente *fiscalizado* pela construtora"⁸⁸. Essa questão do *crescimento harmônico* significou a introdução e manutenção vigiada de normas. Em Alphaville Empresarial, como em toda Alphaville, há "normas contratuais de uso do solo".

A Hewlett Packard (equipamentos eletrônicos) foi a primeira a se instalar, em 1976. Antes ela estava instalada na rua Frei Caneca (**centro** de São Paulo), em condições precárias. Segundo seus diretores, houve uma procura de uma ocupação horizontal com qualidade de trabalho (ruído, trânsito). Um dos problemas foi a distância dos clientes. Para os funcionários da empresa foi oferecido transporte grátis e o primeiro escalão passou a morar em Alphaville Residencial. Como vantagem, a Hewlett Packard destaca: "Temos a certeza de que não seremos *vizinhos* de uma *escola* e todos os problemas de trânsito que ela ocasionaria, ao mesmo tempo em que não corremos risco, mesmo a longo prazo, de sermos vítimas de uma desapropriação por parte do *governo*"⁸⁹. Aspectos como estes tem sido destacados por empresas *cujas atividades permitem a localização fora de São Paulo*: o investimento é alto mas há vantagens como "*regras de ocupação definida, disciplinada e ordenada e garantia de manutenção da situação atual*"⁹⁰.

Essa organização é centralizada pela diretoria do Centro Empresarial que é responsável pela limpeza das vias, jardins e áreas comuns, cuida da segurança do local e outras funções como fiscalizar as obras de novas empresas (de acordo com as especificações exigidas para sua implantação) e com *recursos provenientes das próprias empresas*. A segurança do Empresarial é feita por serviço próprio de vigilantes, com frota de veículos com rádio, sede, central de comunicações, posto de vigilância e informações. Além disso, conta com serviços de segurança da Polícia Militar do Estado (sub-destacamento) e Polícia Civil. Há regras para instalação de empresas em Alphaville, como

88. Afirmções de Takaoka, em A Construção, 2154, 1989. Fabuloso!

89."Com o Centro Empresarial começou o desenvolvimento". Folha de São Paulo, 27.10.85, p.95, Luiz Carlos Barata, diretor-gerente da Hewlett Packard. Grifos meus.

90. Idem, Luiz Carlos Barata.

proibição de indústrias poluentes e recomendação para sedes administrativas, de processamento de dados, depósitos e armazéns, escritórios, representações comerciais, confecções, bancos, empresas de serviços e outras assemelhadas.

WEST PLAZA

Você está aqui.

(Aviso [alerta?] em paredes do shopping)

O West Plaza, shopping center situado no bairro da Água Branca, foi selecionado para contrastar com o Shopping Iguatemi, embora, no sentido geral, tenha as mesmas características⁹¹. É uma comparação entre um dos mais novos e o mais antigo shopping de São Paulo. O objetivo é salientar elementos de comunicação e alienação que se prolongam pela forma shopping.

O West Plaza é um exemplo bastante rico. Suas características gerais estão representadas no *Quadro Comparativo dos Principais Shoppings de São Paulo*.

91. São os mesmos elementos organizativos e administrativos presentes nestas formas de comércio. Um exemplo é a participação dos lojistas, que são inquilinos, na promoção do shopping. Vide Nota 2: **Organização interna do West Plaza Shopping.**

PRINCIPAIS SHOPPINGS DE SÃO PAULO

SHOPPING	I	L	V	A	C	AL	M	DP	S
Iguatemi	66	369	2500	3	4	31	171	26	39
West Plaza	91	265		4	2	23	188	34	14
<i>Ibirapuera</i>	76	448	4000	4	3	36	274	15	13
<i>Eldorado</i>	81	244	4500	3	3	15	119	7	48
<i>Morumbi</i>	82	378	3085	2	6	33	157	34	36
<i>Center Norte</i>	84	450		6	3	48	356	11	25
<i>Lar Center</i>	87	103	3000	5	3	10	0	145	0
<i>Interlagos</i>	88	155	3400	5	6	20	89	11	8
<i>Paulista</i>	89	144		1	4	16	105	7	6
<i>Aricanduva</i>	91	220	2600	6	0	19	198	29	68
<i>Matarazzo</i>	75	176	900	1	0	20	120	13	10
<i>Jardim Sul</i>	90	130	1200	1	2	14	72	11	13
<i>Center Penha</i>	92	253	1000	1	3				
<i>Center Sul</i>	82	66	500	1	0				
<i>Continental</i>	76	135	1200	4	0				
<i>São Miguel</i>	92	101	350	0	0				

Fonte: Informativo ABRASCE (Associação Brasileira de Shopping Centers) 1994 e Folha de São Paulo de 27.11.94, p.7-12.

Legenda: Ano de Inauguração (I), Número de Lojas (L), Vagas no Estacionamento (V), Lojas Âncora (A), Cinemas (C), Lojas de Alimentação (AL), Moda e Acessórios (M), Decoração e Presentes (DP), Serviços (S).

Observação: Shoppings de interesse do estudo (primeira parte, em negrito); grandes shoppings (segunda parte, em itálico; Lar Center como parte do complexo com o Center Norte); shoppings menores reconhecidos pela ABRASCE (terceira parte). Os shoppings Paulista e West Plaza, até 1994, não tinham se filiado à ABRASCE. Deve-se notar, por último, que aqui não estão sendo relacionados os shoppings da Grande São Paulo e nem os mais novos da cidade, recém-inaugurados ou com inauguração para os próximos meses de 1994 (Shopping Plaza Sul: 317 lojas em 112.000 m²; Shopping Butantã: 110 lojas e o Carrefour; SP Market Center; Shopping D: 320 lojas de desconto).

O West Plaza Shopping pertence aos grupos Susa-Sears Ultralar e Brasmotor⁹² e foi lançado em 1989. Já em dezembro de 1989 funcionava parcialmente e a inauguração total se deu em outubro de 1990. Está localizado na Avenida Antártica, bairro da Água Branca, sobre a estrutura da antiga Sears, ocupando uma área construída de 112.831 m².

Trata-se de uma estrutura que interligou, através de 3 blocos e passarelas cobertas em nível, o que um dia foi a Sears, um estacionamento paralelo da Sears (e que antes ainda do aumento das necessidades de vagas - que só eram interiores no prédio da

92. O grupo Susa há poucos anos atrás era controlado conjuntamente pelo Grupo Malzoni e pelos holandeses da Vendex. O grupo controlou poderosas lojas de departamentos (que chegaram a 22) como a Sears, a Ultralar, a Sandiz e a Dillard's, todas desaparecidas. Posteriormente a Vendex se retirou em função da retração no setor. O Grupo Malzoni, então, após tentativa de manutenção das lojas de departamentos (e juntamente com o controle do Bob's), resolveu investir em shopping centers.

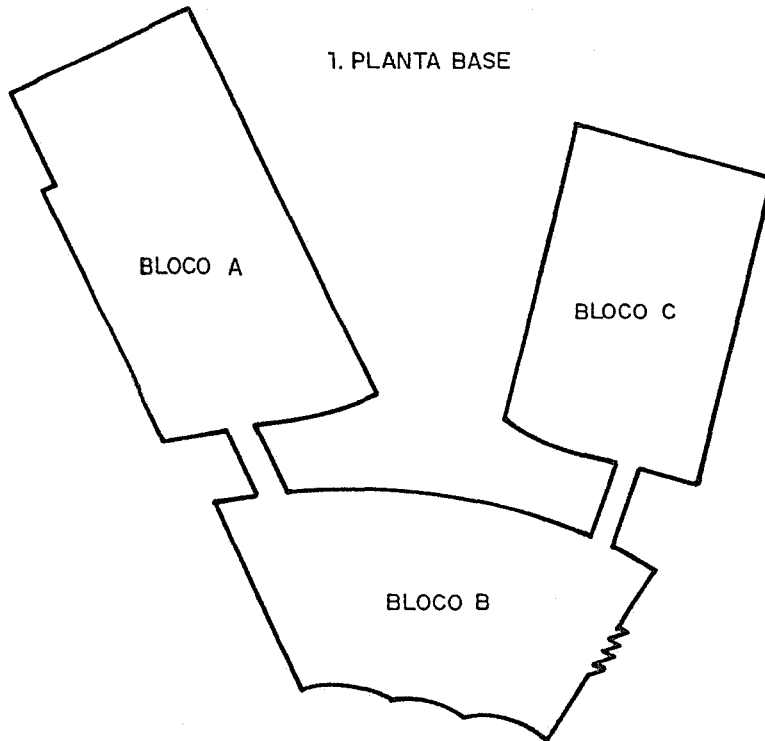
loja - constituía-se numa área residencial) e uma revendedora de automóveis (Sabrico, também pertencente ao grupo). Não havia uma continuidade física (pequenas ruas entre os blocos). Através de acordos com o poder público foi possível eliminar aquelas que separavam os quarteirões e, assim, constituir o shopping em etapas. Houve um aproveitamento do prédio da Sears e a construção dos dois outros blocos. Entre os blocos desapareceu a rua e formou-se uma praça, uma espécie de calçadão, que é público, mas que só tem função na ligação, no térreo, entre os blocos do shopping.

A ilustração do *Shopping Center West Plaza* apresenta a planta base e o shopping frente aos arredores viários. Na planta base fica evidenciada a composição em três blocos unidos pelas passarelas. No nível superior do Shopping, a ligação entre os blocos é feita por passarelas de vidro que se projetam sobre a "praça". São três corredores entre os blocos e que, tanto em função da luz como da monotonia que adviria se fossem fechados, são na verdade grandes janelas que permitem a visão do exterior. Esse é um recurso inevitável mas não é comum nos shoppings no Brasil, que se fecham para o externo. Na planta inferior, nota-se a sobreposição dos blocos sobre as pequenas ruas existentes entre a Avenida Francisco Matarazzo e a Avenida Antártica. O bloco *A* compunha a antiga Sears, mas foi readaptado. Na área onde está o bloco *B* havia a antiga Sabrico. Na área onde está o bloco *C* havia um estacionamento expandido da Sears.

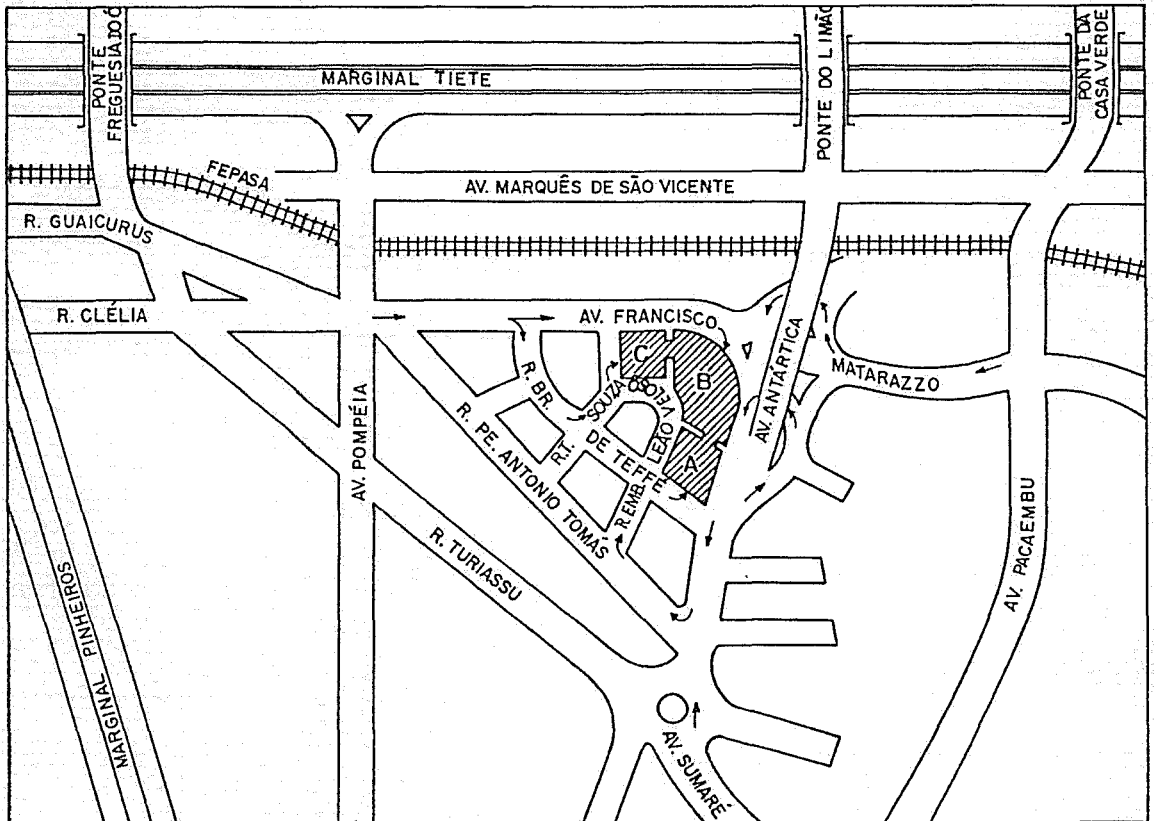
Outra questão que se revela neste shopping construído a partir de uma adaptação, embora comum neste tipo de mega-estrutura, é a sua semelhança com os prédios industriais (aparência de galpões, mesmo no caso do Shopping Iguatemi, com seu prédio de estacionamento), com aquelas estruturas fechadas e que, se sabe, contém a realização do processo produtivo. Existem aquelas antigas, pré-modernas, cinzentas, como se pode ver na zona leste. Ou, então, outras, modernas, também com pouco detalhes, mas coloridas, com gramados, como se pode ver ao longo de auto-estradas, como a da Volkswagen e tantas outras como as que se vê na Imigrantes. Mas há uma diferença que distancia os shoppings da sua origem visual metafórica: as feias indústrias da zona leste. Há um sentimento positivo pelo que se sabe lá existir. A diferença é que quem passa, e vê um e outro, tem na sua imaginação a própria história da mercadoria, a própria história da alienação, na medida em que no shopping a mercadoria não aparece hostil como na fábrica, mas sorri, é amistosa, faz sonhar, rompe a solidão, dialoga como espelho com o sujeito.

SHOPPING CENTER WEST PLAZA

1. PLANTA BASE



ACESSO AOS ESTACIONAMENTOS



Há dois elementos de interesse especial neste West Plaza. Em primeiro lugar a estrutura quebrada, um pouco labirintica (não como o Eldorado), que exige ainda mais elementos de comunicação. Há avisos que fazem referência explícita ao espaço:

Atenção. Você está entrando no bloco ... (A, B, C/azul)
(nas entradas das garagens).

VOCÊ ESTÁ (destacado) **no local indicado pela seta vermelha**
(nos elevadores).

Memorize: cor verde (bloco AT)
(nos blocos).

Essa questão da *falta de memória do espaço*, e que de certa forma caracteriza todas essas grandes estruturas que se sobrepõe a realidades imediatas locais, aparece no shopping, marginalmente, na proliferação recente dos *teleguias* (vídeos que permitem obter informações sobre lojas e serviços presentes no shopping). *Há um certo caráter lúdico que se associa a essa perda.*

Um outro elemento, talvez mais perverso, são os brinquedos de vídeo interativo, como o bang-bang que maquia a violência. Esse bang-bang interativo também pode simbolizar, em parte, tendências presentes nessa nova realidade urbana, como o espelho que dialoga, a velocidade-violência maquiada (como na associação de Paul **Virilio**). O West Plaza também é pioneiro na introdução da "parede de vídeos", com 4,5 metros quadrados e instalada na praça de alimentação. Em 1993, foi criado um circuito interno de televisão, informando as promoções das lojas ao lado de informações diversas (tempo, finanças, esportes, manchetes), videocliques e trechos de filmes (no almoço e jantar). O objetivo é incentivar as promoções e obter uma renda paralela para o shopping⁹³.

Um outro aspecto envolve a situação externa ao shopping, sua relação com a antiga Sears. Ela foi um marco no comércio de São Paulo, não só enquanto novidade comercial (uma loja de departamentos), como na própria escolha do local não central. O

93. Esta é uma iniciativa que estimula mais o aspecto visual já tão evidente nos shoppings. Porém foi criticado pelos outros empreendedores. O superintendente do Shopping Ibirapuera afirmou: "Sou a favor desse tipo de aparelhagem nos aeroportos e estações de trem, onde as pessoas não têm o que fazer e precisam passar o tempo". Além disso, ela provoca um acúmulo de pessoas na frente dos monitores e atrapalha o trânsito de pessoas nos corredores. A gerente de marketing do Shopping Iguatemi a respeito afirma: "Cada shopping tem uma característica e um tipo de público definido, e as emissoras internas de rádio e mesmo televisão não tem a cara do Iguatemi". Este prepara uma revista interna. ("*West Plaza monta circuito de TV*". O Estado de São Paulo, 25.08.93, p.4.)

prédio da Sears foi construído em 1958. Na época havia uma tendência, em grande parte bloqueada com a construção do "minhocão", da expansão do centro da cidade em direção à avenida São João até a Agua Branca. Nesse caminho, uma outra loja de departamentos, média, a Clipper, havia se instalado no Largo de Santa Cecília. Nesse caminho estava-se muito próximo de Higienópolis e da avenida Angélica. A Sears, uma experiência americana, ousou, embora seguindo um prolongamento do centro.

E agora? Agora a questão está totalmente resignificada⁹⁴. Não é uma questão de centro. Há essa questão geral de dissiminação dos shoppings pela cidade e o envelhecimento das lojas de departamentos tradicionais isoladas (veja-se a estratégia da Mesbla e do Mappin).

Há, no entanto, sem dúvida, questões locais que hoje são muito mais meio para esse aparecimento pontual, como é o caso do envelhecimento industrial da área (que tinha essa referência funcional, por exemplo, com as Indústrias Matarazzo) e, também, o avanço da classe média, seguindo um roteiro que tem como base os bairros de alto padrão Pacaembu e Higienópolis (ou na versão, Perdizes e Pompéia).

Sr. Johnson, está gostando de Alphaville?

Nada mal, se eu soubesse onde estou.

(Alphaville, Jean Luc Godard)

94. As grandes lojas de departamentos, inclusive a Sears de capital norte-americano, tiveram problemas de adaptação (inclusive nos Estados Unidos) no mercado urbano transformado. Nos Estados Unidos as grandes redes americanas também perderam espaço para as lojas especializadas. No Brasil, algumas das lojas Sears acabaram se transformando em shoppings, como o Shopping Paulista e o West Plaza. Aliás, no caso do Shopping Paulista houve bastante cautela. A antiga loja transformou-se num shopping e se instalou, reduzida, nele. Pouco tempo depois, ela foi dissolvida e em seu lugar foram instaladas 52 novas lojas. O grupo Paulo Malzoni (grupo Plaza Shopping Empreendimentos) que esteve associado a Sears durante muitos anos, desvinculou-se de algumas associações com os parceiros estrangeiros (a Sears, por exemplo, que se retirou do Brasil) e associando-se aos fundos de pensão, que hoje constituem uma das bases fundamentais dos empreendimentos imobiliários, tem deixado de lado todo empreendimento em lojas de departamentos e investido na transformação destas ou criado shoppings. O seu último empreendimento é o Shopping Plaza Sul (317 lojas, 112.000 m²), na avenida Ricardo Jafet, ao lado da rodovia dos Imigrantes. Ele foi construído em associação com os fundos de pensão da Cesp, Cosipa e Telebrás.

Notas do capítulo

1. **O Controle dentro dos Shopping Centers.** A questão do **controle** dentro de um shopping tem diversos exemplos internos ao shopping e que são administrativos. Mas, antes mesmo de sua inserção, há a construção do shopping com uma taxa de administração, uma participação financeira dos futuros lojistas, sem direito à propriedade. Na medida em que o shopping se estabelece, os lojistas, "inquilinos", tem que obedecer à taxa de aluguel variável, móvel, entre um número mínimo estipulado e um máximo de acordo com as suas vendas, rigorosamente fiscalizadas. Como exemplo de controle interno, convém destacar alguns capítulos do "**Regulamento Interno do Condomínio Shopping Center Iguatemi**". Sobre a questão do privado e público é interessante destacar o capítulo sobre a vigilância.

"Capítulo IV - Da Vigilância

art 44 - Os vigilantes não deverão permitir atos atentatórios à moral nas áreas internas e externas do Shopping Center, inclusive os que sejam praticados no interior dos automóveis estacionados; nesses casos, deverão pedir com delicadeza que essas pessoas se retirem.

*art. 45 - Os vigilantes não deverão permitir a permanência no recinto do Shopping Center, interna ou externamente, de **pessoas de reputação duvidosa** ou em **atitudes indecorosas** e nem correrias e **algazarras de desocupados**, devendo os infratores serem advertidos. Em caso de desobediência, deverão ser convidados a se retirarem do Shopping.*

*art. 47 - Os vigilantes não deverão permitir a permanência em qualquer ponto do Shopping Center, tanto externa como internamente, de **pedintes, vendedores, ambulantes e embriagados**; inclui-se vendedores de rifas, quando não autorizados pela Administração. Também é proibida a colocação nos para-brisas dos automóveis de **qualquer folheto de propaganda de empresa** que não seja estabelecida no Shopping Center ou que não tenha autorização da Administração do Condomínio.*

*art. 48 - Os vigilantes não deverão permitir que **elementos mais abusados** dirijam gracejos a quem quer seja, procurando manter bem alto o padrão de educação e respeito no interior do Shopping Center."*

"Capítulo V - Das Disposições Finais

*Art. 64 - Os casos omissos neste Regulamento serão resolvidos pela Administradora, que também poderá baixar normas complementares, ou alterar os dispositivos acima, a fim de resguardar o **sossêgo, a higiene, a segurança, a estética e os bons costumes.**"*

No regulamento também cabe destacar alguns itens que destacam como se deve realizar, pelos lojistas, ações cotidianas.

"Exposições, promoções ou festividades (mediante prévio estabelecimento de condições com a Administradora - art. 2); Som (volume - art. 4); Limpeza e circulação (art. 5)

Atendimento (polidez - art. 8); Carga e descarga (horários e condições - art. 12 e 13); Lixo (acondicionamento e horários - art. 14); Fachadas das lojas (alterações e pinturas - art. 15); Placas, cartazes, anúncios, inscrições, decorações, letreiros, luminosos, aparelhos de ar condicionado (instalação - art. 16); Máquinas e aparelhos (ligações e consumo - art. 17); Projeto (aprovação - art. 18 e 20); Reparos, reformas ou modificações nas instalações da loja (solicitação da administração - art. 19 e autorização - art. 21); Parte elétrica (aprovação - art. 27, 28, 29, 30 e 31); Ar condicionado (art. 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38); Estacionamento (uso - art. 39).

2. Organização Interna do West Plaza Shopping. O estatuto da Associação dos Lojistas do West Plaza Shopping merece alguns destaques:

"Art. 2 - finalidade : "I - angariar os recursos necessários para promover a divulgação do ... Shopping", "II. realizar, contratar ou patrocinar estudos e serviços de utilidade...", "VI - promover a divulgação do ... Shopping", "VII - colaborar com a Administração ..., estimulando as campanhas promocionais por esta organizadas ...", "VIII - promover concursos de vitrinas entre os lojistas ... e instituir prêmios ...", "IX - organizar cursos e programas de formação, seleção e treinamento de pessoal especializado em varejo ...", "Parágrafo Único - A Associação exercerá suas atividades limitando-se exclusivamente às finalidades descritas ... não lhe cabendo, sob forma alguma e a qualquer pretexto, ingerência em atividades exercidas pelos demais órgãos ou membros da organização e administração do ... Shopping, em especial as atividades exercidas pela Administradora e pela Proprietária".

Art. 3 - "Serão sócios titulares os lojistas, assim definidos como sendo ... que firmarem e cumprirem o contrato de locação nos termos da "Escritura Declaratória de Normas Gerais do Funcionamento do ... Shopping"; as proprietárias, assim definidas; e a Administradora ..."

Art. 8, Par. 1 - "É vedado ao sócio a participar em qualquer outra associação ou entidade de qualquer natureza, já constituída, ou que possa vir a ser constituída, em qualquer época, por lojistas do ... Shopping..."

Art. 8, Par. 2 - "Aos sócios titulares é obrigatório o pagamento das contribuições devidas ao Fundo de Promoção ..., bem como as taxas de manutenção e cotas extras que vierem a ser determinadas pelo Conselho Deliberativo ..."

Art. 14, Par. 2 - "Os votos serão computados à razão de um para cada cruzeiro, ou fração de contribuição mensal de sócios titulares para o Fundo de Promoção"

Art. 22 - "A Associação será gerida por uma Diretoria composta de até cinco membros ... sendo um nato (representante indicado pelos Proprietários) e quatro pela Assembléia ..."

Capítulo VII - Do Fundo de Promoção

Art. 32 - "A Associação ... será mantida com recursos do "Fundo de Promoção do ... Shopping", a ser constituído com contribuições mensais da proprietária e de cada lojista, de acordo com a tabela ..."

Art. 32, Par. 1 - A contribuição da Proprietária corresponderá a 25% das contribuições dos lojistas"

Art. 32, Par. 2 - A Administradora, pelas próprias características de sua função, é isenta de qualquer contribuição, mas terá direito de moções, votar e ser votada ..."

Art. 32, Par. 5 - No mês de dezembro, a contribuição do Fundo de Promoção será feita em dobro e, no mês de maio com acréscimo de 50%"

Art. 47 - Com intuito de dotar o Fundo de Promoção de meios suficientes para suportar os gastos de abertura do ... Shopping fica estabelecido que antes do seu funcionamento, cada sócio titular deverá contribuir com a quantia correspondente a quatro vezes o valor de sua quota mensal, pagando-a em parcelas iguais, nos cinco meses antecedentes à data prevista para inauguração do ... Shopping".

PRODUÇÃO MATERIAL

Seja no mundo dito capitalista ou no mundo comunista não há uma vontade maldosa de sujeitar os homens pelo poder da doutrinação ou das finanças, mas unicamente a ambição natural a toda organização de planificar sua ação.

(Alpha 60, em Alphaville, de Jean Luc Godard)

As novas formas urbanas presentes em São Paulo oferecem uma significativa relação com as transformações da produção material no país principalmente em São Paulo onde ela está concentrada¹. Levando em conta aquela seleção de formas, em seu *pioneirismo*, podemos apontar um primeiro esquema seguinte:

	décadas				
	50	60	70	80	90
Novas formas urbanas		x	X	X	X
Condições materiais	x	x	x	x	x

O estudo do desenvolvimento da produção material no Brasil, especificamente o desenvolvimento da indústria, permite que se identifique uma transformação qualitativa na produção industrial.

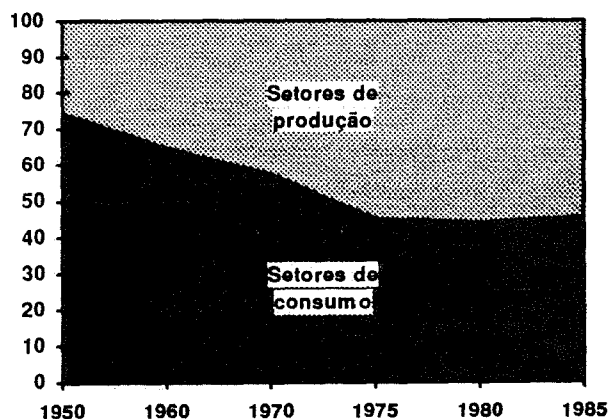
Levando em conta os *censos industriais do IBGE*, a partir de 1950, e considerando o *valor da produção*, tem-se a distribuição da *indústria de transformação*, no

1. Essa relação com a indústria não significa reduzi-la a uma questão de influência interna ou externa. Há, evidente, um processo de mundialização e que não é de ontem, da década de 80. Os seus elementos estão no imperialismo do século XIX. Mas há um aspecto interno muito importante sem dúvida, e o caso do Brasil é sintomático pelas explicações que pode fornecer.

Brasil, de acordo com a presença percentual nos *setores de produção*² ou nos *grupos de setores*³.

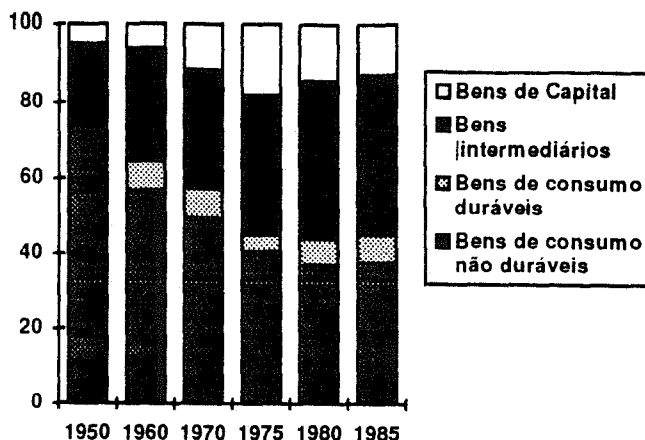
Participação percentual dos setores e grupos de setores na indústria de transformação

	1950	1960	1970	1975	1980	1985
SETORES						
Bens de consumo não duráveis	73,88	56,88	49,73	40,83	37,22	37,84
Bens de consumo duráveis	0,36	7,74	7,48	4,26	6,82	7,56
Bens intermediários	20,81	29,51	31,67	37,01	41,91	42,24
Bens de Capital	4,95	5,87	11,12	17,90	14,05	12,36
GRUPOS DE SETORES						
Setores de consumo	74,24	64,62	57,21	45,09	44,04	45,40
Setores de produção	25,76	35,38	42,79	54,91	55,96	54,60



2. Classificação por setores de acordo com Wilson SUZIGAN (*Crescimento industrial no Brasil*): Bens de consumo não durável (perfumaria, sabões e velas; têxtil, vestuário, calçados e artefatos de tecidos; produtos alimentares; bebidas; fumo, madeira; mobiliário; couros e peles, produtos farmacêuticos e veterinários; produtos de matérias plásticas e diversos), Bens de consumo durável (máquinas e aparelhos para uso doméstico; cronômetros e relógios; aparelhos elétricos para uso doméstico e pessoal; televisores, rádios, fonógrafos, toca-discos, toca-fitas e gravadores de fitas; automóveis, caminhonetes e utilitários e parte, peças e acessórios para veículos automotores e para recondicionamento e recuperação e motores para veículos automotores; bicicletas e triciclos, inclusive peças), Bens intermediários (produtos minerais não metálicos; metalurgia; papel e papelão; borracha e química), Bens de capital (mecânica; material elétrico e de comunicações; material de transporte; excluem-se os bens relacionados como de consumo durável).

3. Setores de Produção (Bens intermediários + Bens de Capital) e Setores de Consumo (Bens de consumo durável + bens de consumo não durável).



Fonte: Censos industriais do I.B.G.E.

A tabela indica uma redução radical da participação relativa dos bens de consumo não duráveis (2/3 da composição em 1950 para pouco mais de 37% em 1985) e que foi a base da indústria no Brasil. No período, os demais setores multiplicaram as suas participações, como os bens de capital (x3), os bens de consumo duráveis (x20 de 1950 para 1960, e permanecendo entre 6 e 7% na composição) e, principalmente, os bens intermediários que, ao duplicarem sua participação na economia entre 1950 e 1980, tornaram-se o principal setor da economia.

Nos grandes grupos de setores (produção e consumo) houve uma inversão total. Em 1950 a relação bens de consumo/bens de produção era aproximadamente 74% a 26%. Já em 1985 a relação era 45% a 55%. O predomínio dos setores de produção sobre os de consumo transita no período entre 1970 e 1975. Mas, já em 1960 o setor de produção tinha atingido mais de 1/3 da indústria. Isolando-se o setor de bens de consumo não duráveis, o mais tradicional e base da primeira fase da indústria no Brasil, constata-se que foi entre 1960 e 1970 que o setor perdeu a hegemonia.

Para São Paulo a situação é semelhante, mas mais aguçada. Enquanto no Brasil, como um todo, o predomínio dos setores de produção sobre os de consumo se dá na década de 70, em São Paulo a situação é antecipada. O setor de bens de consumo não durável perde a sua hegemonia entre 1950 e 1960. E os setores de produção passam a ter a maioria já em 1960. Por outro lado, a participação proporcional dos bens de capital na indústria paulista representa quase 1/3 do total (o dobro do que ocorre na escala nacional).

Agora, por que destacar numa análise como essa os setores de produção? Porque, justamente, são esses setores os responsáveis pela produção e reprodução tecnológica internamente. E é somente através da tecnologia renovada que se

pode inverter uma relação que de início esteve voltada para a produção de objetos (valores de uso) para o consumo, atendendo a demanda de um mercado já estruturado. Essa é uma questão chave. Trata-se de um elemento fundamental na análise geográfica que é o **despreendimento do mercado e do já estruturado**.

A pontuação de cada um dos setores revela, também, a nova composição industrial brasileira e a transformação na qualidade produtiva que se impôs⁴.

O setor de **Bens Intermediários** (produtos industriais transformados no curso do processo produtivo de outros bens, que serão, por sua vez, finalmente utilizados pela sociedade) esteve, em parte, na origem da industrialização brasileira através de atividades bastante antigas como fabricação de telhas, tijolos e ladrilhos, produtos de madeira (abrangendo as serrarias), e outros. Mas, dentro do setor, "a partir da segunda guerra mundial são estes ramos mais tradicionais que menos crescem em termos relativos"⁵. Os ramos mais modernos tem como marcos o final da década de 40, a década de 50 e a década de 60, com destaque para a indústria química⁶.

O setor de **Bens de Capital** (produção de máquinas e equipamentos) teve um desenvolvimento relativamente recente no Brasil (em 1949 representava apenas 2,5% do total da indústria de transformação). O setor tem como marcos as décadas de 50 (o Plano de Metas de Juscelino) e 70 (com financiamento do Estado)⁷. Uma das suas bases é o setor de bens de capital *sob encomenda*⁸.

4. Nesta análise há um destaque para a questão, genérica, que envolve a produção em geral, de forma a indicar a repercussão para o urbano como um todo. Não se destaca, de fato, nenhuma indústria em particular, nem indústria motriz, nem indústria "arrastada".

5. **RIBEIRO**, Fran (coordenador), *História da moderna indústria brasileira*. Rio de Janeiro: Jornal do Brasil Ed., 1986, p. 27.

6. "O segmento que mais se expandiu nas últimas décadas foi a indústria química (esse setor, incluindo os derivados de petróleo, matérias plásticas, fertilizantes, álcool e outros gêneros, é responsável por quase 40% do valor da produção de bens intermediários), destacando-se a fabricação de plásticos, derivados de petróleo, fertilizantes e álcool. Os produtos originários do petróleo, principalmente os energéticos, tiveram espetacular impulso com a criação da Petrobrás, no início dos anos 50. Também a metalurgia (com aproximadamente 27% do valor da produção de bens intermediários) apresentou grande crescimento no Brasil a partir do final da década de 40, especialmente os importantes avanços da produção siderúrgica durante as últimas décadas e da metalurgia de não-ferrosos, respondendo positivamente aos maciços investimentos realizados a partir de meados dos anos 60. O grande esforço para substituição de importações realizado no Brasil a partir de 1970, resultou em grande aumento da produção interna de bens intermediários em geral ..." (Idem, *ibidem*, p. 27).

7. "Entre 1955 e 1962 — sob a influência do Plano de Metas do Governo Juscelino Kubitschek — a indústria nacional de máquinas e equipamentos cresceu à incrível taxa anual de 26,4%. Entre os anos de 1970 e 1973, a taxa de crescimento também foi muito elevada, situando-se em 22,7% ao ano, em média". "Na década de 70, o país gastou cerca de US\$ 20 bilhões na implantação de um grande parque de bens de capital, que passou a produzir turbinas de hidrelétricas; máquinas para a produção de celulose e papel; máquinas para as indústrias têxteis; tornos para os mais variados tipos de indústrias, etc". "O estímulo para a instalação do parque de bens de capital foi dado pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDE), que financiou a implantação de fábricas inteiras. Até 1978, o parque nacional de bens de capital

O setor de **Bens de Consumo Duráveis** (produtor de bens finais duráveis, com destaque para os subsetores de material elétrico, mecânico e de transporte, e entre os produtos, automóveis, veículos leves, aparelhos eletrodomésticos) tem como marcos a década de 50 (Plano de Metas) e 70 (período do *milagre*)⁹.

Pois bem. Esses elementos servem para reforçar duas questões: 1. perda de peso do setor tradicional e pioneiro da indústria no Brasil (a produção de bens de consumo não duráveis); 2. crescimento dos setores de produção.

Esse momento de alteração da estrutura produtiva significou num sentido geral, uma reestruturação do mercado consumidor interno e um forte impacto sobre a demanda e sobre o processo de acumulação.

Isso tem um importante significado. Independente da questão da produção de uma nova realidade urbana, ou seja, num sentido estritamente material de produção, há, com estas transformações, um grande impacto. Segundo Guido Mantega¹⁰, nas fases pioneiras da indústria no Brasil, tem-se uma industrialização *em função de um mercado consumidor pré-industrial*, mesmo que na essência a lógica do capital esteja distanciada das necessidades.

Ou seja, o processo de acumulação *não traça* os rumos imediatos da produção. O processo de valorização está *dependente de um processo de trabalho*. E, mesmo quando esse mercado passa a ser moldado por uma produção (e por necessidades) criadas no exterior, a relação acumulação (interna)/demanda ainda é muito independente e tênue. Em outros termos, há uma herança que independe, ainda, do processo de valorização. *A racionalidade burguesa não se impôs totalmente frente às heranças.*

conseguiu vários feitos, como a implantação de novas refinarias da Petrobrás; a criação de grandes hidrelétricas, com equipamentos de geração com índices de nacionalização que chegam a 85%, em vários casos". (Idem, *ibidem*, p.27, 31 e 32).

8. "A indústria de bens de capital sob encomenda começou a ser instalada no país em 1932, durante a revolução constitucionalista daquele ano, em São Paulo. Fabricantes de máquinas agrícolas, como Máquinas Piratininga, se transformaram em fábricas de armamentos pesados. Na 2a Guerra Mundial, outras empresas se transformaram em produtoras de equipamentos pesados. Mas, só a partir de 1950, a indústria de bens de capital sob encomenda cresceu no país, com a necessidade da Petrobrás de modernizar sua refinaria de Mataripe. A Petrobrás é considerada a maior aliada da indústria de capital sob encomenda no país" (Idem, *ibidem*, p.32).

9. "Em 1949, a indústria de bens de consumo duráveis representava apenas 2,5% do total da produção da indústria de transformação no Brasil. ... Até meados da década de 50, a produção nacional de bens de consumo duráveis cresceu em ritmo bastante acelerado, registrando-se a taxa média anual de 11% no período de 1949 a 1955. Foi, porém, sob o impacto do Plano de Metas, no Governo de Juscelino Kubitschek, que o setor deu o seu primeiro grande salto no Brasil. Entre 1955 e 1962, a taxa média de crescimento anual foi de 23,9% ao ano, enquanto a expansão anual de toda a produção industrial do período foi de 7,5%. ... o setor voltou a se expandir fortemente (desde 67) até 1973, quando o seu crescimento anual esteve sempre acima de 20% ao ano" (Idem, *ibidem*, p.24).

10. MANTEGA, Guido, *A economia política brasileira*. São Paulo: Poli/Vozes, 1984, 2a. ed..

Este ponto associa-se, também, à teoria da localização, ao fragmentário e ao descolamento. Mas, que heranças? Heranças das produções pré-capitalistas ou mesmo arqueo-capitalistas. Essa noção de arqueo-capitalismo¹¹ relaciona-se diretamente com a questão da duração. Isto é, trata-se de não permitir que o mercado se acomode, e que a demanda, de fato, exija. Trata-se de uma questão de poder, de manter um potencial sobre a demanda, mesmo que instável.

Assim, nas primeiras fases, tem-se uma acumulação a partir de um mercado de bens de consumo popular, dos mais simples, inclusive em virtude da juventude dessa indústria (os bens de luxo e os meios de produção agrícolas eram importados). Nesse momento, o voltar-se para uma substituição (do importado, do artesanalmente feito) é concretíssimo. Trata-se de pegar necessidades e não de verdadeiramente *criar necessidades*. Portanto, nas primeiras etapas da acumulação industrial no Brasil há uma *importância do consumo* que não se verifica quando da produção mais avançada.

E o que acontece depois? O que acontece que envolve as condições atuais? O que acontece e que tem a ver com essas transformações já assinaladas a partir da década de 50? Tem-se, por um lado, um aumento da complexidade na constituição do mercado, e, por outro lado, uma estruturação diferente. Na etapa posterior à fase pioneira, tem-se acrescentado ao mercado, além dos bens de consumo *popular*, os bens de produção (intermediários e de capital). Depois, numa fase mais atual, a constituição de um mercado composto por uma demanda de bens de consumo popular, bens de produção e bens duráveis. São justamente estes da produção nova (isto é, excluindo-se os bens de consumo popular) que *prevalecem*. Isto se dá, estatisticamente, desde 1970 no Brasil como um todo e desde 1960 em São Paulo. A questão, no entanto, remonta as décadas de 50 e 60. Isto porque a alteração fundamental na demanda vem na década de 50 com a implantação de um setor de bens de consumo duráveis e a diminuição da importância dos setores agro-exportadores, e na década de 60 com o aumento do peso da demanda capitalista e de bens de consumo duráveis e com a diminuição da participação dos bens de consumo popular e dos bens importados pelas classes dominantes agro-exportadoras¹².

E qual é o contraste com as fases pioneiras? Trata-se da constituição, só efetivamente nessas condições e nessa fase mais recente, de *uma demanda especificamente*

11. LIPIETZ em *O Espaço e seu Capital* fala numa realidade pré-capitalista (pequena produção agrícola), arqueo-capitalista (pequenas e médias empresas) e uma realidade exterior ao movimento de acumulação de capital (residências). No entanto, é interessante considerar esse arqueo-capitalismo como realidades criadas pelo capital que não sofreram um processo de adaptação no decorrer do tempo, seja à concorrência, seja à transformação produtiva. Ficam como relíquias de um passado capitalista.

12. Note-se que a concentração, inclusive de renda, na década de 70, estimulou a expansão do setor de bens de consumo duráveis, que por sua vez é também resultado da nova estrutura industrial (técnicos, gerentes, burocratas).

capitalista. Ou seja, a dinâmica do mercado consumidor passa a ser determinada *pelos investimentos*. Mais que isto, passam a determinar toda a dinâmica da acumulação.

O que isso significa? Primeiro, que *os obstáculos do mercado pré-existente não existem mais* de forma a impedir a livre expansão do processo de produção de mais-valia. Segundo, que *o consumo passa de fim para meio de efetivação da acumulação*, com boa parte dele transformado em *consumo produtivo*. Terceiro, que a incorporação de trabalho não-pago, de trabalho necessariamente alienado, ou seja, o processo de produção de mais-valia encontra uma *maneira mais eficiente de ampliação*, que é a **permanente transformação tecnológica** e portanto o *desenvolvimento das forças produtivas*.

Este último ponto costuma ser entendido de uma maneira muito superficial, como a pura e simples introdução da máquina. Porém, antes do que ela produz e como produz se torne *norma* (e nesse sentido *conhecido*, e portanto *herança* para o capital, e a qual tem que se submeter), é preciso *tornar possível a permanente transformação tecnológica*. É preciso ter condições materiais para concretizá-la. É preciso surpreender o mercado, no sentido de não se deixar levar por ele. Conduzir o mercado, o gosto, a necessidade. Isto também significa, anote-se, um *desmontar de perícias* (aqui a divisão do trabalho tem esse significado). Esta condição só foi possível no Brasil (no seu desenvolvimento interno) a partir de certa época.

A base é o avanço dos setores de produção. O consumo produtivo ganha destaque. A intenção de renovar o processo de trabalho, de forma a *desmontar* (por aí também passa a noção de fragmentário) as perícias e centralizá-las no capital, de forma a penetrar verticalmente na sociedade e sobrepor mercados, de forma a impor o "desejo" do capital sobre a forma e na forma, a intenção, enfim, está nos investimentos se sobrepondo à demanda, moldando a demanda.

Toda essa situação nova, segundo Mantega, representaria uma maturidade do capitalismo no Brasil, tendo como base: 1. uma industrialização auto-sustentada (ou seja, basicamente pelo mercado nacional); 2. uma indústria com complexidade suficiente até atingir complementaridade (dinamismo inter-setorial); 3. uma certa capacidade tecnológica auto-sustentada (principalmente após a implantação de um forte setor de bens de capital e bens intermediários); 4. um financiamento das inversões (investimentos) tendo como fonte básica o gestado na própria economia brasileira¹³.

13. Não se podem esquecer, no entanto, problemas outros que atingem essa *maturidade* e que não tratamos aqui. Independente de toda crise de crescimento é interessante destacar a análise de Wilson Suzigan que identifica o fim de um ciclo de investimentos no final da década de 70 e início dos anos 80, patrocinado pelo Estado, e tendo como base a substituição de importações. O fim do ciclo compromete a demanda inter-capitalista baseada no mercado interno. Até então, o foco da indústria era o mercado interno. Nestas condições o setor de bens de capital, fortemente tutelado, tem uma queda vertiginosa entre 1980 e 1992

Essa maturidade obviamente seria dependente. Mantega assinala a concentração (monopólios), a importância dos setores de produção, uma certa capacidade tecnológica. Mas, é claro, assinala também que os monopólios estrangeiros exercem o papel de orientadores principais da acumulação, tendo em vista o seu óbvio poderio financeiro e domínio tecnológico. De qualquer forma, a nova situação daria um fluxo muito maior para a *criação de produtos novos*. E pode-se dizer, *realidades novas*, no sentido de presença urbana.

Não se trata de apresentar uma relação mecânica entre produção e cidade. Num sentido mais específico a relação entre indústria e cidade significa considerá-la como mero produto físico da construção civil. Neste caso desenvolve-se uma tendência de reduzir a vida útil deste produto. Isto é obtido pela obsolescência que a própria qualidade dos materiais impõe (como por exemplo nos conjuntos habitacionais), tendo em vista obter uma economia que a impossibilidade da produção em escala não permite. Ou uma obsolescência *social* através de uma depreciação horizontal (deslocamento dos eixos de valorização da cidade) ou vertical (os símbolos arquitetônicos, a moda, estímulos da propaganda)

Cabe, numa outra perspectiva, destacar que se desenvolveram condições materiais capazes de concretizar uma "racionalidade" inerente à própria mercadoria. Capaz de se guiar no caminho de um universo da quantidade, da partícula, do número. A capacidade de gerar o novo, a novidade já é do espírito do capitalismo e antes que ele tenha condições totais de implantá-la. Há uma oculta racionalidade da mercadoria a se realizar e em potência. É o espírito da mercadoria. Isto porque o novo é sempre superável e este ritmo tem como única medida a quantidade. A aproximação é como o valor de troca e não como o valor de uso, simples meio, corpo.

(caiu para pouco mais da metade do nível de 80). A ausência de recursos fez com que setores inteiros, dos outros departamentos, passassem por um envelhecimento rápido (em 1992, 90% das máquinas da indústria têxtil tinham mais de vinte anos de uso). Alguns setores, com parque industrial mais recente e que puderam se valer das exportações, escaparam melhor da crise, como o químico e o de papel. É interessante destacar nesse processo de *maturação* da indústria no Brasil a sua referência recente a substituição de importações (ao já estruturado pela ação do capital externo) e relativa incapacidade de revolucionar a demanda. Gazeta Mercantil, 08.03.93, "*O declínio da indústria manufatureira*", pp. 1 e 3. Uma outra questão a ser lembrada é a imperfeita sintonia entre os setores, como por exemplo entre o setor de bens de consumo duráveis e o setor de bens de capital.

Transformação Produtiva no Brasil e Alienação

O desenvolvimento do capitalismo no Brasil significa, na perspectiva aqui exposta, um desdobramento em direção a expansão da racionalidade burguesa¹⁴. Mas, essa expansão da racionalidade está presente já na origem pela separação do trabalho dos seus meios de produção.

Tem-se uma *passagem*. Essa passagem é a afirmação do mercado *como meio*. Ela representa a *perda* da função outrora exercida pelo mercado, inclusive na determinação da divisão econômico-social do espaço. É a perda do já dado, do já constituído. É uma passagem que tem como dois momentos extremos a produção mercantil (o objeto último é o consumo) e a produção plenamente capitalista (o objeto último é a produção para a acumulação).

Trata-se de uma etapa *que só se inicia*. Instaura-se uma absoluta "racionalidade" capitalista. Há uma revolução permanente do mercado, dos gostos e dos produtos consumidos no mercado, como resultado da determinação dos investimentos, através da revolução tecnológica. A mais-valia relativa? Mas esta não tem a simplicidade de uma ruptura aritmética. É um processo que *penetra* tirando cada vez mais a característica de escolha do sujeito e introduzindo a perspectiva da mercadoria.

Esta tecnologia, alimentada por determinado grau de acumulação, torna possível tanto a produção da novidade, como o **domínio objetual** sobre a subjetividade no processo de produção. A produção da novidade é assim, também, a da perda da subjetividade. O domínio sobre os parâmetros fixos do mercado se estende em todas as direções, sobre o produto de consumo¹⁵, sobre o sujeito, sobre tudo o que circunda esse sujeito. Está presente na produção do cotidiano urbano, ou seja, na vivência, imagem e forma urbana. A relação objetual que se dissemina no urbano constitui o fetichismo.

14. E aqui tem-se uma questão contraditória: ao mesmo tempo que é anti-mito e supera determinações da tradição, cria o fetiche.

15. O produto é uma marca. Um elemento importante em detrimento da necessidade. É uma idéia de afastamento de pretensas necessidades materiais como o comer animal, por exemplo (por fome animal). Se isso algum dia existiu para o homem, o fato aqui novamente é que desgarrar-se da natureza e se constituir como homem, uma aspiração iluminista, volta-se também aqui contra o homem. O que há é uma industrialização de necessidades, uma criação industrial de necessidades. Mas, para nós, necessidades que não se acrescentam ao homem, que não completam o homem, mas que o tornam submisso, porque ele não é o sujeito delas. O homem não está realmente escolhendo. Os apologistas dos "produtos vivos" (que admitem existir dentro de um mercado com maior poder de compra) acham que neles há escolha e seleção. Mas esta é induzida. Os próprios apologistas dizem que esses produtos, diferente dos "chatos" "produtos mortos" (os que não tem variação de preço, não tem embalagem, tem pouca diferença entre as suas marcas, e a compra é como tarefa), satisfazem a "necessidade do supérfluo, do prazer, do status". Sobre essa apologia, vide revista da ABRASCE, Associação Brasileira de Shopping Centers, 46, 1989, p. 19.

RUPTURA

Uma companhia aérea recentemente anunciava seus vôos internacionais com este slogan:

Nossas linhas tornaram o mundo menor.

O slogan em questão é paradoxal porque não anuncia um universo melhor, mais surpreendente e maravilhoso, mas antes apequenado pelos meios que o tornam acessível.

(Eduardo Subirats)

Que momento novo estas novas formas urbanas significam na compreensão do urbano recente?

Um momento novo que tem como referência os Estados Unidos? Uma reprodução, a nível menor, do urbano dos Estados Unidos. Mas, não haveria uma distância muito grande entre a suburbanização nos Estados Unidos, já presente na década de 20, e estas formas pioneiras no Brasil, das décadas de 60 e 70? Quando se leva em conta as datações propostas para as novas formas deve-se considerar que nos Estados Unidos é somente na segunda metade do século XX que o urbano sofre uma alteração rápida, "rompendo" com a herança do começo do século e da cidade industrial. São os grandes conjuntos de prédios de escritórios, subúrbios dependentes dos automóveis, grandes estacionamentos, centros comerciais, vias rápidas, centros de convenções, cadeias climatizadas e internacionais de fast food, etc¹. Vejamos.

Os shoppings nos Estados Unidos, embora tenham surgido antes da 2a. Guerra Mundial, têm o seu grande desenvolvimento e incorporação ao cotidiano depois daquele pós-guerra. No Brasil o fenômeno explosivo de difusão dos shoppings só ocorre na década de 80. Porém, já há a experiência pioneira de 1966. Portanto, há uma grande aproximação, embora com menor difusão no Brasil e com relativo retardo. Este fato deve procurar uma explicação.

1. RELPH, Edward, *A Paisagem Urbana Moderna*. Lisboa: Ed.70, 1987, p.11.

Os Centros Empresariais, que com toda sua autonomia e complexidade se diferenciam de simples prédios comerciais, são também recentes nos Estados Unidos e incluem-se no fenômeno novo da re-suburbanização e formação das "edges-cities". No Brasil o fenômeno, também recente, não tem ainda o alcance norte-americano, e nem há de fato algo como as *edge-cities* onde eles estejam inseridos. Há uma proximidade temporal mas não uma presença tão forte.

Quanto a coisas como Alphaville deve-se assinalar que, embora os subúrbios sejam um fenômeno nos Estados Unidos da década de 20, há uma distância entre eles. E a primeira distância é a própria diferença entre os subúrbios da década de 20 e os atuais (com os quais Alphaville tem uma proximidade "racional" bem maior), nos Estados Unidos. Há também outros senões: a característica fechada; não há um fenômeno de uma fuga em massa da classe média dos centros proletarizados; a periferia nos Estados Unidos é sinônimo de ascensão social, coisa que não ocorre no Brasil. Porém, há também proximidades. A nível da aparência o modelo é semelhante ao americano. Há uma elitização maior e uma difusão menor. Por outro lado, Alphaville não é projetada, de início, para ser residencial. O residencial vem depois e praticamente orbita a área empresarial.

Ou seja, devem ser destacadas as proximidades temporais tanto no Brasil como nos Estados Unidos. A referência não é a década de 20 ou qualquer grande atraso e difusão lenta que Alphaville poderia sugerir ou a difusão tardia, da década de 80, dos shoppings pelo Brasil. Há sim uma proximidade, com relativo retardo, com fenômenos urbanos observados no pós-guerra nos Estados Unidos.

Mas, mesmo quando se aproximam os fenômenos dos dois países, há uma questão temporal que tem um específico do Brasil. E não é sem sentido a consideração da produção material. Há um momento novo que tem como referência esse específico do Brasil. As novas formas urbanas ganham existência e difusão com a transformação da produção material no país. Elas aparecem como resultado, mas também como parte de uma *lógica* de estruturação do espaço urbano que agora ganha novas condições. Essa estruturação **significa mais** que um simples produto mercantil, um pré-fabricado ou coisa semelhante. É uma "racionalidade" ampliada que tem suas raízes em potência contidas na mercadoria, na essência da lógica capitalista, mas que custaram a se realizar porque exigiam condições materiais propícias.

Há um espaço eleito: o Brasil frente a outros países da América Latina, por exemplo. São Paulo e Rio de Janeiro frente a outras áreas do Brasil. As tendências inerentes ao desenvolvimento da sociedade capitalista encontram uma expressão recente neste desenvolvimento urbano brasileiro.

As condições materiais brasileiras não são as mesmas dos Estados Unidos, mas são básicas para o desenvolvimento de tendências apontadas que surgem no urbano com um caráter aparente de fragmentário.

Esse novo momento não é, portanto, uma continuidade simples do urbano já concretizado. Resta entender o caráter profundo desta ruptura. Ruptura porque assinala uma concretização e elaboração de uma realidade urbana qualitativamente diferente, uma cidade descontextualizada, ou efeitos descontextualizadores. Ruptura até num sentido estritamente espacial, físico. Ruptura na vivência, maneira de ver e perceber o vivido. Porém, não se trata nem da construção de um novo mundo, nem de uma nova sociedade. É uma transformação dentro do próprio capitalismo, dada pela lógica do capitalismo. Está já contida na sua constituição e desenvolvida, desfiada, no presente.

Não é uma questão radicalmente nova porque as questões aqui enfocadas estão embutidas na mercadoria. Essa cidade já está indicada desde o século XIX. As tendências estão presentes desde então. As concepções "pós-modernas" frente ao cotidiano, à economia, ao Estado e à política, à filosofia e à arte, aparecem mais como parte da tradição moderna e não como uma radical diferença². Enquanto urbano já estão contidas no moderno, por exemplo, o pastiche (a disseminação dos automóveis na década de 20 e a velocidade diluindo os pormenores) e a composição de fragmentos (presentes desde a década de 20 nas estradas americanas, com as placas caóticas de comércio).

Benjamin³ já descreve para o século XIX a ação do Estado na cidade de Paris que a desfigura e "faz os cidadãos sentirem-se alienados em sua cidade [coincidindo] com o apogeu do capital financeiro, sob Napoleão III"⁴. Naquela época trata-se, ainda, de uma ação muito mais *política* (impedir as barricadas, por exemplo) que inerentemente urbana. É, no entanto, acompanhada de uma intensa especulação. Mas, mesmo assim, é algo **exterior** ao capital, à lógica dominante da ação capitalista naquele momento.

2. Vide Nota 1: **Pós-moderno e ruptura com o moderno.**

3. **BENJAMIN, W.**, "*Haussmann ou as Barricadas*", em *Paris. Capital do Século XIX*.

4. **ROUANET, Sérgio Paulo**, *As Passagens de Paris, II*. Tempo Brasileiro, 69, 1982, p.26. Até Haussmann "o crescimento de Paris obedecia a leis que eram legíveis nos fatos da história e na figura do solo". Paris era um conglomerado de bairros distintos "e no entanto ligados uns aos outros por uma série de matizes e transições ... É o que está sendo anulado ... abrindo-se por toda parte a mesma rua geométrica e retilínea, que prolonga numa vasta perspectiva suas fileiras de casas, sempre as mesmas ...". Haussmann produz um efeito de "dépaysement", alienando os parisienses de sua cidade, expulsando os operários para o "banlieu", transplantando ruas, produzindo, enfim, os efeitos descontextualizadores que Benjamin atribui à citação: "transplanta-se o boulevard dos Italianos em plena montanha Ste. Geneviève, com tanta utilidade como uma flor de baile transplantada para uma floresta". Idem, ibidem, p. 27 [Rouanet está citando Benjamin]. Mike **DAVIS**, lembrando da Los Angeles que segrega, encontra Haussman no espírito pós-moderno: "impulso profundamente anti-urbano, inspirado por ilimitadas forças financeiras e pela lógica de controle social de Haussman" ("*A renovação urbana e o espírito pós-moderno*". Espaço e Debates, 1989, p.97).

Os seus elementos apontados em Paris não são peculiares só à Europa. Processos semelhantes também ocorreram em outras grandes cidades. Em São Paulo pode-se tomar como exemplo o momento de afirmação da burguesia como classe dominante, no começo do século XX. Trata-se de um momento em que ela procura organizar um território de dominação o mais harmônico possível as suas necessidades⁵.

Essa necessidade de intervenção urbana como choque brusco, como ação descontextualizadora, interioriza-se para o capital, como um desdobramento necessário à mercantilização generalizada que se orienta pela quantidade como um fim. Da mesma forma que com relação à força de trabalho, para citar um exemplo brasileiro e que se relaciona a São Paulo, a necessidade do capital passa por três fases, também no urbano: 1. violência policial, exclusivamente (o Estado distante, apenas como papel de polícia); 2. violência econômica (garantindo uma disciplina pela necessidade; o Estado acompanha deixando a exclusividade policial); 3. internalização das necessidades do capital no cotidiano, aparecendo como lógica e necessária.

Estas transformações colocam em discussão o *alcance da racionalidade capitalista* na transformação do cotidiano. O Estado é seu aliado e desempenha diferentes papéis no decorrer da história⁶. Tudo isto está ainda muito na alçada do Estado. Não que o Estado tenha perdido a sua importância para o capital. Ao contrário, a dinâmica dos grandes grupos econômicos, como é sabido, passa pelo Estado⁷.

5. Em São Paulo, o prefeito Antonio Prado (1899-1911) atua à semelhança de Haussmann. Pela primeira vez, na história da cidade, há uma grande intervenção pública no espaço urbano, com grandes reformas que apontaram para a criação de um centro burguês, a disciplina no uso do espaço urbano tendo em vista a segregação social e política. Além de avenidas, desapropriações, redefinição do centro, criação de instituições específicas de segregação, houve uma abertura para a especulação imobiliária. O novo olhar do Estado para a cidade é também a descoberta, pela classe operária, da importância do espaço como luta. Toda a ação é envolta pela ideologia do sanitarismo. Vide **ROLNIK**, Raquel (*Cada um no seu Lugar. São Paulo, Início da Industrialização: Geografia do Poder*. São Paulo: Universidade de São Paulo - FAU, Dissertação, 1982) e **GAETA**, A.C. ("*Transformação no espaço urbano em São Paulo. O anarquismo e as mudanças na primeira república*". Caderno Prudentino de Geografia, 9, 1987). O espaço é cada vez mais objeto de transação. A cidade não é apenas sede de poder, de disciplina, mas sede de valor, de lucro.

6. Em São Paulo, por exemplo, numa comparação entre cidade da oligarquia, cidade industrial emergente e o Estado, tem-se por exemplo: "A antiga segregação, mesmo espacial (que incluía até a proibição de frequência em lugares públicos pela classe operária, como a do Jardim Botânico no Rio de Janeiro ainda em 1895) com características políticas, e que assinalava uma certa fraqueza na dominação de classe, é substituída pela segregação econômica (sem imposições extra-econômicas) que aparentemente não é tão imposta (pela força) assim" (**Gaeta**, A., "*Transformação ...*", p.53).

7. Como esquecer, por exemplo, a importância de um projeto como o do prolongamento da Avenida Faria Lima também na perspectiva de novas oportunidades de investimentos e concretização de escritórios, centros comerciais, serviços, shoppings, etc? Um projeto como este pode até unir formas aparentemente tão absortas em si como o Shopping Iguatemi e outros shoppings que surgirão, ou prováveis grandes centros de escritórios. E isto mesmo que elas, enquanto formas relativamente autônomas, continuem voltadas para si mesmas.

Essa ação exterior vai ser, no decorrer da história, *interiorizada* pelo capital na construção da cidade. Nesta *interiorização* inscreve-se o nosso momento:

	décadas				
	50	60	70	80	90
Novas formas urbanas		x	X	X	X
Condições materiais	x	x	x	x	x

Este novo *momento* que aqui é apontado parece ter uma referência mundial, mesmo que seja a partir de outras leituras. Rupturas recentes são enfatizadas por vários autores e que tomam também o urbano como referência. Há uma variação quanto ao momento exato dessas rupturas e quanto ao alcance que elas têm. Quando se trata do urbano, normalmente parte-se de uma leitura estética.

Essa mesma leitura estética tem sido trazida para a geografia, principalmente nos Estados Unidos, onde as transformações aparentam maior evidência. A nível exclusivamente do urbano (porque há outras repercussões) há um destaque muito grande para o aspecto formal e que romperia criticamente com os parâmetros do moderno e da sociedade moderna⁸. No debate internacional, tanto na geografia como nas áreas afins que tratam o urbano, há uma preocupação, às vezes excessiva, com a visibilidade. Há uma procura visual de uma ruptura pós-moderna⁹. Nessa direção alguns simplesmente vêem as formas urbanas como sinônimo do pós-moderno¹⁰.

No entanto, a forma, situar a forma, não pode se resumir a uma questão de aparência quando se procura compreender uma nova qualidade no espaço urbano, talvez

8. No Brasil parece estar havendo uma leitura apressada, já que a geografia aqui, de uma maneira geral, nunca abordou de frente o moderno e tem hoje a questão do pós-moderno. Embora os fenômenos, como apontados aqui, sinalizem para novidades importantes no urbano e no pensar urbano, a geografia desperta, talvez precipitadamente, para o debate. Os acontecimentos recentes no leste europeu aguçaram mais ainda, para muitos, a necessidade de ver esse momento sob outra perspectiva, sob pena de perder a "atualidade" da própria ciência geográfica.

9. "Thus, the modernist legacy of glass towers, concrete blocks, and steel slabs that dominated major cities such as Paris, Tokyo, Rio and Montreal, are gradually being transformed. The architectural style of postmodernism can be seen in the emergence of ornamented tower blocks, imitation mediaeval squares and fishing villages, custom designed or vernacular housing, renovated factories and warehouses, and rehabilitated landscapes of all kinds" (MAARDEN, P., "The deconstructionist tendencies of post modern geographies: a compelling logic?". Progress in Human Geography, 16, 1, 1992, p.42, citando D. Harvey de *The Condition of Postmodernity*).

10. "Gone are the moral foundations of modernism, and in its place we have a narcissistic craving for immediate self-gratification which remains in a permanent state of restlessness and unfulfilled desire. This is coupled with a free-market populism whereby the middle classes can pursue the realms of differentiated tastes and aesthetic preference under the enclosed space of postmodern architecturally designed shopping centres" (Idem, *ibidem*, p.45).

mais sutil. Não é apenas uma questão de visibilidade imediata. Não é só uma questão arquitetônica.

A perspectiva que se tem aqui, no entanto, é a da alienação. Ela se desvia da dicotomia moderno-pós-moderno e inclusive a antecede¹¹. A constituição de um novo urbano, um urbano que vem traduzindo melhor a sociedade capitalista na sua configuração atual, passa pela alienação entendida como um processo. Como parte deste processo, o urbano tem novidades e pode ser periodizado. No urbano a questão da expressão da subjetividade não tem sido muito considerada. Porém, as tendências recentes indicam uma necessidade dessa análise. O que mudou e porque, na perspectiva da alienação do sujeito. O que mudou? Citemos Lefébvre:

"Qué es lo que ha cambiado ... No diremos nada nuevo a nadie si recordamos que el Sujeto se ha esfumado, que ha perdido sus débiles contornos, que ya no parece ni siquiera una fuente, ni siquiera un flujo. Y con él, y antes de él, el carácter, el personaje y la persona. Lo que prima? El Objeto. No en la objetividad (que no tenía sentido más que para, por y ante el sujeto), sino según la objetividad y casi como forma pura"¹².

Na comparação entre as novas formas urbanas selecionadas, tendo em vista o processo de alienação e suas novas características, e algumas concretizações apontadas como pós-moderno urbano, tem-se pontos em comum que parecem constitutivos de ambos¹³. Aparentemente, muitos elementos identificados como pós-modernos e que podem significar a superação dessas "modernas" e novas formas urbanas descritas para São Paulo, têm sua expressão nessas mesmas formas. Um exemplo é a frustração com o futuro e a ausência de totalização, e a fragmentação, apontados como dois elementos fundamentais do chamado pós-moderno¹⁴. Embora as novas formas urbanas apareçam

11. A análise do administrável, feita por Adorno, ou do cotidiano, feita por Lefébvre, também podem contribuir para a compreensão dessas transformações aparentes neste urbano recente.

12. LEFÉBVRE, Henri, *La Vida Cotidiana en el Mundo Moderno*. Madrid: Alianza, 1977, p. 15.

13. Leve-se em conta características como: 1. a mediação pelo vídeo/vitrine na socialização; a esteticização e personalização da mercadoria; a hiper-realidade se sobrepondo à materialidade; a realidade tornando-se obscena, transparente, com visibilidade imediata; a realidade tornando tudo próximo, promiscuo; a atomização, os particularismos; 2. a difusão miúda do poder; 3. a razão instrumentalizada e a questão do espaçamento da escrita; 4. a questão do desaparecimento do sujeito; o pastiche; o historicismo; a dimensão do presente como única; os significantes desmembrados; 5. intertextualidade; fragmento.

14. Um dos destaques "é a preocupação com o presente, sem projeção no futuro, um presente marcado pela negatividade, terrivelmente avassalador e roçando a esquizofrenia (Jameson); essa atitude conduz a uma regressão, em certa medida diluidora". Tem-se um "universo multfragmentado do mundo contemporâneo ... É frequente (falando de literatura) a associação de fragmentos de textos, colocados em sequência, sem qualquer relacionamento explícito entre a significação de ambos. O leitor chega ao sentido do conjunto

muito distantes deste caráter *contextualista*, da referência à "vizinhança" (é tudo o que elas não têm), ela está, pelo menos em parte, presente em shoppings, por exemplo, na medida em que as praças de alimentação "resgatam" toda uma cultura representada pela diversidade gastronômica. Há um cenário que faz referência a essas culturas. Mas, deve-se notar que se trata de um processo assemelhado ao desmontar de perícias, ou seja, uma incorporação de valores de uso à dinâmica do valor. No caso, tudo como fast-food, pasteurizado.

Há mesmo autores que colocam, explicitamente, a relação entre uma chamada condição pós-moderna e o conceito de fetichismo, em Marx¹⁵. Outros aproximam-se da alienação, trazendo a questão do homem perdido no mundo para a compreensão dos dilemas do moderno e do pós-moderno¹⁶. Ou, ainda, a questão da distância¹⁷.

Mas, no Brasil, se considerarmos as proximidades entre as novas formas urbanas selecionadas como capazes de exemplificar uma nova qualidade do urbano e algumas das características (não tanto formais, mas conceituais) do pós-moderno, tem-se aqui um caráter mais invisível do que pode ser chamado de transformação qualitativa.

Formalmente as novas formas urbanas selecionadas estão distante do pós-moderno "puro", mas têm alguns dos seus elementos. No pós-moderno parece haver, pelo menos superficialmente, uma crítica ao moderno. Para a modernidade urbana há uma crítica que inclui coisas como Alphaville, Shopping Center e monumentais centros empresariais. Busca-se, aparentemente, uma referência ao imediato, um respeito ao

associando uns aos outros, a partir de traços semânticos comuns. É uma técnica próxima da montagem cinematográfica" (**PROENÇA FILHO**, Domicio, *Pós-Modernismo e Literatura*. São Paulo: Ática, 1988, p. 39 e 43). É interessante observar que essa estética fragmentária está presente no marxista Benjamin dos anos 40 e que a identifica no século XIX.

15. Peter **Maarden** (op.cit., p.46) afirma: "For Marx, the alienation between sense and spirit, desire and reason, is rooted in the nature of class society itself. Indeed, this realization is not lost on commentators such as Eagleton who argues that, "the construction of the modern notion of the aesthetic artefact is ... inseparable from the construction of the dominant ideological forms of modern class-society, and indeed from a whole new form of human subjectivity appropriate to that social order". **Maarden** está citando a obra *The Ideology of the Aesthetic*, de T. **Eagleton**.

16. Segundo **SUBIRATS** (*Da Vanguarda ao Pós-Moderno*. São Paulo: Nobel, 1987, p.72), "o homem moderno vive perdido num mundo de símbolos e normas que, embora mostrem inequívoca funcionalidade objetiva, estão tão privados de dimensão interior que não lhe deixam espaço para reconhecer-se. E assim se sente como náufrago extraviado num mar de signos que compreende e manipula, mas que de maneira alguma pode sentir como parte sua. As formas e normas da cultura revelam-se como um universo frio de substâncias mortas, e nessa nulidade ele se experimenta a si mesmo como uma identidade subjetiva carente de valor próprio"

17. "Sentimos a cultura como algo fundamentalmente falso e opressor, do mesmo jeito que sentimos com amargura o relâmpago de um sorriso, quando em sua sensual ternura adivinhamos o cálculo gélido e a ausência de uma dimensão cordial" (Idem, *ibidem*, p.73). Há aqui uma observação "benjaminiana" brilho-escuridão. Por ela, como para Benjamin, não há como não deixar de pensar no iluminismo, na razão que ilumina e cega.

imediatamente, ao contexto espacial e às referências passadas. O pós-moderno "puro" se revela, não pela construção de grandes edificações, mas pela criação de "ambiências" (lugares com estilo e uma atmosfera próprias)¹⁸. Antigas áreas são adaptadas num processo chamado de "nobilização" comercial ou residencial. Nesta revalorização de antigas áreas, operárias por exemplo, a história é livremente refeita pelo comercial. Há uma "re-utilização flexível"¹⁹. O passado, "rejuvenescido", é de alguma forma um *passado preferido*²⁰. No caso de grandes estruturas, o pós-moderno pode significar a revalorização da rua e sua inserção no contexto, fazendo referências ao entorno²¹, além da maior textura das fachadas, a sua estilização fazendo referências ("citação") a aspectos históricos. A nível do urbano, como um todo, há uma preocupação em não segregar ou zonedar rigidamente e preservar áreas comunitárias e para o pedestre. Enquanto ideal suposto, o pós-moderno recusa a totalização²², como uma crítica a racionalidade instrumentalizada que destrói as individualidades. Nesta perspectiva há uma distância considerável com as novas formas urbanas selecionadas em São Paulo.

Quando, porém, se consideram as concretizações do pós-moderno, há elementos em comum não só com o "espírito" das novas formas, mas com a forma em si. Enquanto "espírito" há a mesma lógica de valorização, só que até mesmo o passado é usado como valor de uso, de forma a evitar a prática de destruição total. Destrói, mas aparentemente renova. O *passado preferido* mostra a distância que há entre a concretização do pós-moderno e qualquer idéia de passado libertador ou pelo menos revelador das potencialidades do sujeito. Além das paisagens diversificadas o que surge é a paisagem "imaginada"²³. A esquizofrenia que contém o pós-moderno (receptivo a referências

18. **RELPH**, E., *op.cit.*, p.193. É um processo de criação de ambientes. No caso de áreas antigas há um atrativo comercialmente preparado, mais do que uma recuperação histórica.

19. Os termos são citados por **Relph**.

20. Um exemplo é a limpeza do exterior com a remoção da fuligem e a substituição dos materiais deteriorados, bem como a eliminação dos elementos anacrônicos como o plástico (**RELPH**, E., *op.cit.*, p.196). Nessa seleção do passado acaba ocorrendo a convivência de construções que nunca coexistiram. Num projeto de restauração da cidade velha de Quebec, por exemplo, foram reconstruídos edifícios franco-canadenses que nunca tinham coexistido, de forma que "foi recriada uma paisagem urbana, não como tinha sido, mas como os restauradores gostariam que tivesse sido" (Idem, *ibidem*).

21. Há o restabelecimento de contato com realidades locais há muito ignoradas como rios, margens, zonas industriais e residenciais. Há uma reciclagem desse entorno "de forma a criar um tipo de meio ambiente totalmente novo, mas que tenha um toque natural e histórico". Assim, "um dos aspectos da pós-modernização das paisagens urbanas tem sido a descoberta das potencialidades visuais de paisagens anteriormente ignoradas" (**RELPH**, E., *op.cit.*, p.227). Nota-se, no entanto, que sob o nível do aparente há uma industrialização das "qualidades" desse espaço constituído.

22. Há um abandono da utopia moderna de transformar a cidade pela "renovação" urbana. Ao contrário, impõe-se a "revitalização" urbana. Embora tenha seu aspecto positivo, há nesse abandono uma atitude mais cinica.

23. Segundo E. **Relph** este seria o melhor termo para definir essa nova *sensibilidade*. O termo é uma contração de imaginação e engenharia. Os exemplos são comuns no turismo, por exemplo. Cidades são

históricas de qualquer espécie) não é tão avessa ao aparente moderno tardio das novas formas. Nas novas formas a perda de identidade chega ao paradoxo do "você está aqui", por não saber quem é ou onde está, mas *também por estar em todo lugar*²⁴. No pós-moderno a esquizofrenia, também como perda de identidade, se revela no aparente *ser tudo e ser nada*.

A nível *formal* as novas formas urbanas correspondem mais a um moderno tardio, sem utopias totalizadoras²⁵. Os shopping centers representam melhor essa característica formal. Tem a aparência de caixotes nus²⁶, com uma estrutura sem janelas, fazendo uso das tecnologias de ventilação e iluminação. Suas formas são austeras. De alguma forma, o Centro Empresarial é uma variante, com seu estilo fortaleza. Essa mesma estética começa a sofrer "uma contra-reação no sentido de decorar os pisos superiores dos edifícios de escritórios e fábricas com painéis e logotipos coloridos, numa ânsia de reconhecimento"²⁷. Se nos Estados Unidos o moderno está declinante na década de 70 e o pós-decorativo aparece, no Brasil a década de 60 tem duplo significado. De um lado talvez o auge do moderno, enquanto utopia totalizadora, é Brasília, inaugurada em 60. Na mesma década o Shopping Iguatemi, em 1966, que como moderno tardio vira as costas para a cidade²⁸. Também o Shopping Iguatemi, a nível de shopping, é pioneiro nessa recuperação sutil de textura e procura de "reconhecimento" com os arcos, na década de 80.

Enquanto mega-estruturas, elas são produto dos anos 60 e 70 e se comportam como estruturas urbanas modulares, extensíveis e prototípicas, expressando as

transformadas em "ilusões modernas" (diferente dos mitos), "deliberadamente produzidas e manipuladas", não se baseando em experiências sociais compartilhadas, mas no conhecimento técnico. (*op.cit.*, p.120).

24. Ou ainda querendo dizer que aqui não é o seu lugar.

25. "O modernismo procurava criar formas urbanas inteiramente novas e eliminar a rua, torná-la uma máquina de tráfego ... têm formas racionais e não sensuais, as ruas são compridas e estreitas, os edifícios individuais são projetados sem preocupação com o seu contexto, as suas superfícies são parcamente decoradas, há pouca textura, a atividade visível recolheu, na sua maior parte, para o interior dos edifícios" (RELPH, E., *op.cit.*, p.213). Aqui não pode ser esquecida a sinceridade, como em **Le Corbusier**. Discorrendo, em 1925, sobre seu entusiasmo com a máquina na solução dos problemas urbanos, afirma: "Coloque a máquina em funcionamento. Todas as portas se abrem, tudo é confusão dentro da alegria. Temos de pensar que somos a primeira geração em milhares de anos que contempla as máquinas, e é **preciso perdoar tais entusiasmos**".

26. Segundo E. Relph o tardo-modernismo tem sua datação de 70 para frente e desenvolve variantes do modernismo como os caixotes nus, os caixotes de vidro e o estilo engenharia (forma secundária e componentes e estrutura dominantes).

27. RELPH, E., *op.cit.*, p.176.

28. Mike Davis encontra esse mesmo espírito do "dar as costas" no pós-moderno. Cita o Hotel Bonaventure de Los Angeles assinalando "a forma selvagem-como ele se insere nos arredores da cidade". Como forma, ele vai além do dar as costas. Há uma segregação sistemática da cidade externa hispano-asiática. Cria-se uma ilusão com a recriação de grandes halls e uma textura popular da vida na cidade. Para ele "Portan _o arquiteto _ apenas construiu grandes "viveiros" para a classe média alta, protegidos por sistemas de segurança surpreendentemente complexos. A maior parte dos novos centros das cidades poderiam muito bem ter sido construídos na terceira lua de Júpiter" (DAVIS, M., *op.cit.*, p.96).

*ou num pós-moderno anárquico, pluralista, em processo de desconstrução permanente, ou num pós-moderno eletrônico, povoado por lasers, videos e conjuntos de rock"*³⁴.

A crise deste moderno se torna mais visível neste final de século, enquanto dissipação de valores, também no urbano³⁵. As novas formas urbanas selecionadas neste estudo representam bem esta dissipação. Um exemplo é Alphaville frente às concepções utópicas da comunidade cidade-jardim. Outro exemplo é o shopping center ou qualquer uma dessas outras formas selecionadas frente à qualquer proposta de transformação da cidade como um todo³⁶.

34. **ROUANET**, S.P., *As Razões do Iluminismo*, ibidem, p.269.

35. A crise da modernidade é assim, para **Subirats**, "um fenômeno antes ligado ao processo de dissipação da dimensão interior de seus valores" (Idem, ibidem, p. 73).

36. **Mike Davis** associa pós-modernismo ao "abandono do ideal de reforma urbana como parte de uma nova polarização de classes que toma lugar nos Estados Unidos" (op. cit., p.93).

Notas do capítulo

1. **Pós-Moderno e Ruptura com o Moderno.** Em relação ao cotidiano Sérgio Paulo **ROUANET** (*As Razões do Iluminismo*. São Paulo: Cia. das Letras, 1987, pp.259-262) afirma que a obsessão pós-moderna pela **tecnologia** é algo próprio do moderno. Não haveria, por exemplo, nenhuma diferença entre o deslumbramento ou horror atual pela informática e a admiração ou aversão protomoderna pela máquina. Tanto no pós-moderno como no moderno há uma superestimação ingênua da capacidade da tecnologia de modificar a sociedade, de forma que "assim como não foi a máquina a vapor que iniciou o capitalismo, mas um novo tipo de relações sociais, não será o computador de quinta geração que vai acabar com o capitalismo, e sim mudança nas relações sociais". Outra questão destacada no pós-moderno que é a unidimensionalização das consciências já foi descrito pela Escola de Frankfurt ao tratar da fetichização do mundo da cultura e sua subordinação ao valor de troca. Para a **economia** a adjetivação industrial ou pós-industrial não significa nenhuma ruptura com o modo de produção. Há uma confusão entre o declínio do setor industrial e outra coisa que é o *sistema* industrial. Assim, "tanto os teares mecânicos quanto os autômatos industriais de hoje tem como objetivo modificar a composição orgânica do capital através da substituição do capital variável pelo capital constante, da mão de obra pela máquina, a fim de aumentar a mais-valia relativa". Segundo Rouanet a versão de Jameson, de uma ruptura dentro do capitalismo, é mais plausível, mas não prova nada quanto a uma sociedade pós-industrial. Quanto ao **Estado** e à política, tanto a tendência social-democrata, quanto a tendência neo-conservadora, são opções "modernas" de fazer "face a certas disfunções do sistema social". Quanto à **arte**, Rouanet critica considerar novidade o famoso historicismo da estética pós-moderna, o seu ecletismo. "Cabe notar, em primeiro lugar, que Walter Benjamin já havia identificado todas essas tendências, mas na própria modernidade". Na **filosofia** a crise não é definidora. "A modernidade já nasceu no bojo de uma crise, a que levou à fragmentação do homem nos papéis contraditórios de *homme*, *citoyen* e *bourgeois* e à fragmentação da razão em três momentos autárquicos: a razão científica, a razão prática e a razão estética".

2. **Moderno e Progresso.** O moderno, enquanto se estrutura, incorpora uma "fé em um progresso indefinido fundado no desenvolvimento cumulativo e linear da indústria, da tecnologia e dos conhecimentos científicos" (**SUBIRATS**, E., op. cit., p.12). Segundo Michael **Lowy**, "o conceito de modernidade estaria portanto estreitamente ligado ao de progresso, isto é, à valorização positiva da novidade" (**LOWY**, Michael, *A Escola de Frankfurt e a Modernidade. Benjamin e Habermas*". São Paulo: Novos Estudos Cebrap, 32, março de 1992, p.119). Uma das ideologias enaltecidas do moderno é justamente o futurismo que em seu manifesto afirma: "porque queremos livrar esta terra da fedorenta gangrena dos professores, arqueólogos ... e antiquários ... Agarrem as vossas picaretas, os vossos machados e martelos e destruam, destruam as veneráveis cidades, impiedosamente" (**RELPH**, E., op.cit., p.96). Segundo **Proença Filho** (op.cit., p.34-35), "... o progresso técnico-científico mostrou-se, mal terminada a Segunda Guerra Mundial, sob um novo aspecto, mais ambivalente. Seu desenvolvimento já não aparecia como um signo univocamente liberador". "As consequências negativas do progresso arrebatarem hoje da cultura moderna a confiança no futuro, que infundia a seu esforço prometido um valor moral e estético. A própria tecnologia, o próprio princípio maquinista, no qual a modernidade estética pusera as esperanças de uma ordem harmônica converteu-se em uma potência selvagem, em uma *hybris* incontrolável" Houve uma "transformação dos ideais transgressores e utópicos inerentes à racionalidade tecnológica e econômica do maquinismo no seu oposto: um princípio de racionalização e de integração coercitiva da cultura artística e histórica às exigências do desenvolvimento tecnológico"

PARTE 2

ALIENAÇÃO

E Marx continua clássico em vários capítulos históricos. A única falha de seu ensaio sobre o caráter fetiche da mercadoria é que ele não previu a nossa cultura de shopping centers.

(Carlos Guilherme Mota)

ALIENAÇÃO E HISTÓRIA

Se o desenvolvimento urbano pode ser lido pela alienação enquanto processo revelador, é preciso antes de mais nada entender a alienação como história. Apesar de Marx empenhar-se numa análise radicalmente histórica, há uma certa confusão quando se aborda a alienação. Da mesma maneira que com a análise comum da mercadoria, a abordagem da alienação, expressão do distanciamento sujeito-objeto, expressão de perda, de submissão, de fetiche do aprofundamento, ou ainda vista pelos subterfúgios e mesmo revivalismos do sujeito, parece se constituir como estrutura que define uma nova sociedade e ponto final. Embora isto tenha a sua verdade, desaparece nessa afirmação a idéia de transformação. É como se a alienação também tivesse uma objetividade supra-histórica. Seria como procurar entender o fetiche a partir de uma ilusão fetichista, ocultando o seu caráter histórico, em transição.

Ao tratar especificamente da alienação nos *Manuscritos*¹, Marx parte de uma constatação da época: o empobrecimento do trabalhador na produção de riquezas. Note-se, porém, que a idéia de empobrecimento em Marx não é absolutamente material. É também *espiritual*. Para Marx a questão é "o *enriquecimento do ser humano*, de sua *riqueza interior*, e não simplesmente o enriquecimento do *sujeito físico*"². Destaque-se, ainda, que no interesse desta análise particular, podemos aproximar a produção de riquezas à produção da própria cidade.

Pois bem. Haveria por trás daquela realidade econômica contraditória uma lógica de fundo: a alienação.

Hoje, mantendo-se nos limites estreitos, a questão pode parecer superada. Há uma melhoria no "bem-estar", no padrão de *consumo* dos trabalhadores nos países mais

1. MARX, K., "O trabalho alienado", em *Manuscritos Econômicos e Filosóficos de 1844*. Em: MARX, K. e ENGELS, F., *Escritos Econômicos Vários*. Barcelona: Grijalbo, 1975.

2. MÉSZÁROS, István, *Marx: A Teoria da Alienação*. Rio de Janeiro: Zahar, 1981, p.159. Trata-se, então, de um sujeito mais oculto, mais ctônico.

importantes do capitalismo. Este padrão parece que não cessa de aumentar, apesar do desproporcional aumento da concentração de capital.

A questão, em Marx, no entanto, é posta em termos mais complexos e subterrâneos: a valorização do mundo das coisas é a desvalorização do mundo dos homens³.

Mesmo que a idéia de valor (cujo primeiro significado, antes mesmo de Marx, é qualidade do que tem força) possa parecer muito delimitada pelo econômico, ela é fundamental. Trata-se da transferência de força, da capacidade, para a **coisa** (rigorosamente, o objeto inanimado, mas que com isso **ganha** alma)⁴.

A concepção de alienação em Marx é muito particular, mesmo partindo de Hegel. É muito mais mediada. Não se trata de nenhuma contradição inerente à relação sujeito-objeto. Ao contrário, a objetividade é fundamental para o sujeito⁵. Não é nenhuma condenação. A questão é a *migração de comando* nessa relação e que tem a cunha do próprio sujeito na sua relação com os outros sujeitos. E isto também é uma questão da história. Assim, quando Marx apresenta a alienação do homem tem em vista uma perspectiva histórica radical. Trata-se de entender o homem alienado no seu processo de constituição.

Partindo do presente da sociedade de seu tempo (sociedade capitalista, trabalho assalariado, etc), Marx faz uma menção a um passado e a um futuro. Um é o passado longínquo, animal do homem. O outro é o futuro desejado, comunitário. É a partir dessas referências que Marx faz uma procura pela *natureza real do homem* que é histórica, e não a biológica, a animal.

3. "A medida que se valoriza el mundo de las cosas se desvaloriza, en razón directa, el mundo de los hombres". Idem, ibidem, em: *Manuscritos Económico-Filosóficos de 1844. Primeiro Manuscrito*, p. 63.

4. "Como *coisa* a natureza não é *objeto* para o homem, no sentido de que não resulta da atividade prática de um *sujeito*. Por conseguinte, mesmo sendo constituída como *coisa* na história, isto é, pelo homem, ela é vivenciada praticamente de uma forma *abstrata*, como se fosse dotada de poder e de autonomia próprios ... E, paradoxalmente, é como se a *coisa* encarnada nas diversas formas em que é capaz de metamorfosear-se, em capital, em valor de troca, em mercadoria, em dinheiro, é que pusesse *sujeitos: os sujeitos como postos pela coisa*, isto é, *sujeitados*". SILVEIRA, Paulo, "Da Alienação ao Fetichismo. Formas de Subjetivação e de Objetivação". Em SILVEIRA, P. e DORAY, Bernard (org.): *Elementos para uma Teoria Marxista da Subjetividade*. São Paulo: Vértice, 1989, p. 47.

5. Todo ser natural tem sua natureza fora de si mesmo. Para Marx, todo ser objetivo implica necessariamente outro ser, que é o objeto desse ser objetivo. Segundo Istvan Mészáros a "natureza" do ser objetivo define-se na relação dele com seus objetos, pela relação objetiva específica. Embora os objetos estejam fora do homem, eles são "indispensáveis à manifestação e à confirmação de seus poderes essenciais" (MÉSZÁROS, Istvan, *Marx: A Teoria da Alienação*. Rio de Janeiro: Zahar, 1981, p.151). Por outro lado, Marx ainda afirma que "tão logo eu tenho um objeto, ele tem para mim um objeto", ou seja, "estou, de uma maneira específica, a ele sujeito" (Mészáros).

Enquanto história, a primeira distinção a se considerar é a do homem, como história, frente à natureza. Só depois é que se consideram as análises históricas particulares envolvendo a sociedade moderna.

Enquanto *homem natural*, os seres humanos são como partes viventes da natureza. Compartilham com todos os demais seres vivos de capacidades⁶ (potencialidades, trabalho não objetivo) e necessidades (desejos)⁷ naturais. Neste sentido pode-se apontar como capacidades principais o trabalho (a atividade), a alimentação e a vida sexual. Estas capacidades estão acopladas às necessidades a serem consumadas. Ou seja, aqui se considera um lado animal das tais capacidades. Ollman aponta que em Marx há uma equivalência entre "capacidade natural", "função animal" (processos que distinguem os seres vivos e as ações que empreendem para manter-se vivos) e "necessidades físicas" (os desejos que sentem com relação aos objetos e ações indispensáveis para manter-se vivos e em funcionamento)⁸.

Expressando suas capacidades, o homem ser natural, como os outros animais, consuma suas capacidades e se objetiva na natureza. Natureza esta entendida como mundo dos objetos⁹.

Como ser natural, "corpóreo, sensível, objetivo, ele é uma criatura sofredora, condicionada e limitada, como os animais e as plantas."¹⁰ Mas, enquanto ser natural, as faculdades do homem dirigem-se só a satisfazer suas necessidades físicas de forma a realizar suas capacidades naturais. Não há uma imaginação de si mesmo separada do que se faz: o homem natural não tem **consciência de si**.

Então, o homem só se torna homem, ser específico, *homem genérico* nos termos de Marx, na medida em que "rompe" com a natureza. As capacidades *genéricas*

6. "El trabajo no objetivo (y por lo tanto aún no materializado) que existe temporalmente, sólo puede existir bajo la forma de capacidad, de posibilidad, facultad, capacidad de trabajo del sujeto vivo". OLLMAN, Bertell, *Alienación: Marx y su Concepción del Hombre en la Sociedad Capitalista*. Buenos Aires: Amorrurtu, 1973.

7. A necessidade aponta para um desejo que se sente por algo que, em geral, não está ao alcance imediato. Ollman assinala que essa definição de Marx deve ser confrontada com as definições pós-Freud. As pessoas têm necessidades inconscientes as quais não sentem desejo algum, ou então estes desejos se dirigem a objetos que não satisfazem a necessidade subjacente. Idem, *ibidem*, p. 100. Assinale-se também que entre capacidades e necessidades há um reflexo mútuo. Assim é que uma capacidade é tudo o que se utiliza para "consumar" uma necessidade. Cada capacidade vai acoplada a uma necessidade peculiar vinculada com os objetos necessários para sua realização, para dar-se a conhecer e facilitar seu desenvolvimento enquanto tal.

8. Idem, *ibidem*, p. 103.

9. Segundo Ollman, em Marx o conceito de **objeto** é "objeto de um sujeito, real ou potencial, além do sentido de objeto material; tudo aquilo com o qual entra em contato é para Marx um objeto". Idem, *ibidem*, p. 104.

10. MÉSZÁROS, Istvan, *op.cit.*, p. 151. A citação é de Marx.

expressam o tipo de vida que o homem, como ser distinto dos demais, leva¹¹. As capacidades naturais, comuns aos animais, base da vida, servem de trampolim para o desenvolvimento de suas capacidades *genéricas*.

Ou seja, essas capacidades genéricas são história, fazem parte do processo de autoconstrução do homem¹². Não há na *natureza* humana¹³ "algo fixado pela natureza", mas uma natureza que "é feita pelo homem em seus atos de *autotranscendência* como ser natural". Os seus apetites e propensões naturais tornam-se humanos na sua história: "o homem é criador de seus apetites humanos", isto é, especificamente naturais (da natureza da sua espécie)¹⁴.

O homem, como ser específico, transforma o mundo que o envolve de uma maneira *específica*, deixando nele a sua marca. Ele adquire *novas necessidades* e os *novos poderes* para a satisfação delas, a partir da vida em sociedade¹⁵.

Nestas condições, com essa "segunda natureza", o homem tem, em tudo que está além do seu orgânico (a "natureza inorgânica"), um prolongamento de si mesmo, seu **corpo inorgânico**. Esse seu segundo corpo ("as plantas, os animais, os minerais, o ar, a luz, etc) é não apenas uma parte de sua vida (alimentos, vestimenta, moradia, etc), de sua atividade ("a matéria, o objeto e o instrumento de sua atividade vital"), como também uma parte da consciência humana (como objetos da ciência e como objetos da arte).

Na universalidade que o homem faz de toda a natureza o seu corpo inorgânico, revela-se a *universalidade* do homem.

O pressuposto para isto é *uma certa distância*, uma mediação. A "gênese da sociedade humana" se dá através de uma interação triplíce e dialética: o homem, a "indústria" (os produtos do homem e os instrumentos que utiliza), a natureza. Uma relação dupla homem-natureza, não mediada, só faria sentido para as características da natureza

11. **Ollman** exemplifica com o uso humano dos cinco sentidos naturais. Cita Martin **Buber**, para quem o que o pintor vê não se limita ao que percebem os olhos pois **sua visão já é uma pintura**. (**OLLMAN**, Bertell, op.cit., p. 109). É como se revelasse no homem, dentro de si, um Deus interior.

12. As capacidades genéricas estão relacionadas às necessidades peculiares que são criadas em cada etapa histórica de forma que "a produção e a satisfação de tais necessidades é um processo histórico" (**MARX**, Karl, *A Ideologia Alemã*).

13. Vide Nota 1: **Natural em Marx**.

14. Idem, ibidem, p. 152. Partindo de uma base natural o homem cria as suas próprias condições de vida, e com base nessa reprodução prática "ele também se reproduz a si mesmo intelectualmente" (p. 155).

15. Idem, ibidem, p. 155. Para **Marx**, a sociedade é a "segunda natureza" do homem, no sentido de que "as necessidades naturais originais são transformadas por ela e, ao mesmo tempo, integradas numa rede muito mais ampla de necessidades, que são, no conjunto, o produto do homem socialmente ativo" (p. 156). "... o primeiro ato histórico é a produção de novas necessidades". (**MARX**, K., *A Ideologia Alemã*). Corresponde à mediação de segunda ordem, da forma social específica, e que se sobrepõe à mediação de primeira ordem, "ontologicamente fundamental, entre o homem e a natureza", já que os seres humanos têm de produzir para sobreviver e nenhuma produção é concebida sem algum tipo de instrumento. (**MÉSZÁROS**, I., op. cit., p.224)

biológico-animal do homem e estariam, então, no âmbito da relação animal e não da história humana¹⁶. Há então, pelo menos, um duplo processo de desenvolvimento, de destacamento, de descolamento nesta emergência do homem como *ser específico*: um descolamento *da natureza* (e, inclusive a idéia de natureza apartada do homem) e um descolamento *de si mesmo* como ser animal. Trata-se da *distância como questão fundamental do homem* sem ser alienação.

Nesse distanciamento o homem tem **sua** vida como objeto. Por um lado, o ser consciente, e por outro lado, o mundo objetivo criado por ele¹⁷.

Mas, como já se afirmou, a interação é tríplice e pressupõe o homem numa relação reflexiva neste "seu mundo" e refletindo essa universalidade. Enriquece-se com essa universalidade. Segundo Mészáros, a reciprocidade dialética entre os três membros da relação significa, por exemplo, que o "homem" não é apenas criador da "indústria", mas também seu produto, e assim por diante.

Nesta objetivação o homem contempla-se a si mesmo em um mundo criado por ele.

16. MÉSZÁROS, Istvan, *op.cit.*, 1981, p.97.

17. MARX, K., *Manuscritos ...*, p.68. A "vida genérica laboriosa" do homem é a "transformação do mundo objetivo". E, "*el objeto del trabajo es, por tanto, la objetivación de la vida genérica del hombre*".

Notas do Capítulo

1. **Natural em Marx.** Há dois sentidos de natural em Marx. Num primeiro sentido, *natural* é aquilo que é produto direto da natureza em oposição à *artificial*, o feito pelo homem. Em outro sentido, natural não é o que é produto direto da natureza, mas "criado através de um *intermediário social*", ou seja, "é natural na medida em que é idêntico à *segunda natureza* do homem, isto é, a sua natureza tal como foi criada pelo funcionamento da socialidade" (MÉSZÁROS, I., op. cit., p.155). A partir do segundo sentido de natural, **Marx** contraporía segundo Mészáros, um outro sentido de artificial (não o "feito pelo homem"), isto é, "aquilo que se opõe à natureza humana como socialidade". Neste segundo sentido, as "necessidades e apetites criados pelo homem não são artificiais ... desde que estejam em harmonia com o funcionamento do homem como ser natural social" (MÉSZÁROS, I., op.cit., p.157). Para Hume, tendo em vista as necessidades e poderes humanos haveria diferentes espécies de satisfação: interno (de nossas mentes) e externo (de nosso corpo). "Além do "externo" e do "interno" há apenas a esfera da abstração. A um "gozo abstrato", só pode corresponder uma "necessidade abstrata"...". (MÉSZÁROS, I., op. cit., p.158). Sendo assim, "as necessidades e apetites humanos podem, na verdade, ser satisfeitos, ao passo que não há nada que limite uma necessidade abstrata (por exemplo, se os objetos de meu apetite não são o alimento ou a poesia, mas a multiplicação de meu dinheiro), exceto a escassez dos objetos a que ela se relaciona. Mas os apetites abstratos são intrinsecamente *insaciáveis* — isto é, não há nada em sua natureza que o limite "de dentro", em contraste com meus apetites mentais e corporais — e , portanto, seus objetos são tão escassos em relação a uma pessoa quanto a qualquer multidão" (MÉSZÁROS, I., op. cit., p.158). Nestes termos, *abstrato* é igual a *artificial* que é igual a *alienado*. Há uma aproximação entre a questão que envolve a "segunda natureza" e os dilemas a partir do iluminismo. Nas palavras de Lukács, os homens abandonam, dissolvem, cada vez mais, as ligações simplesmente "naturais", irracionais e "efetivas", "mas, por outro lado e simultaneamente, levantam em redor de si, nesta realidade criada por eles próprios, "produzida" por eles "próprios", *uma espécie de segunda natureza*, cujo desenrolar se lhes opõe com a mesma impiedosa conformidade as leis que outrora os tornavam forças naturais irracionais (mais precisamente: relações sociais que lhes apareciam sob essa forma)" (LUKÁCS, G., *História e Consciência de Classe*. Porto: Escorpião, 1974, p.145). Esta mesma questão, em **Marx**, ganha uma interpretação mais próxima ao capitalismo, na medida em que "a evolução da produção capitalista faz, do crescimento contínuo do capital ... uma necessidade, impondo ... as leis imanentes do modo de produção capitalista como *leis exteriores coercitivas*" e "o capitalista, como portador do progresso econômico,

técnico, etc, não age, *mas é objeto de ação*, e ... sua atividade se esgota na observação e no cálculo exatos dos efeitos objetivos das leis sociais naturais" (citado por **Lukács**, p.151).

ALIENAÇÃO E CAPITALISMO

Na sociedade moderna, tomando como imagem o trabalho nas fábricas durante o século XIX, Marx destaca que há um avassalador avanço da alienação na constituição do homem, representado, primeiramente, pela distanciamento do homem do objeto de sua produção. Há um distanciamento cruel não só do produto do seu trabalho, como da sua atividade, e de si mesmo. Esta realidade fabril, o protótipo da nova sociedade, representa para Marx que o que poderia ser a objetivação da vida "genérica" do homem passa a aprisioná-lo. O mundo que ele cria, "a transformação do mundo objetivo pelo homem como ser consciente de sua espécie", torna-se simples meio de sua existência individual.

Considerando, primeiramente, a alienação como distanciamento e como separação, tem-se que no capital, na relação social que é o capital, uma **separação da condição subjetiva** da produção (o trabalho) da **condição objetiva** (a terra, os meios de produção, os meios de subsistência — o trabalho acumulado, o trabalho passado). Acrescente-se a isso o fato de que as condições **objetivas** da produção são possuídas por um *outro*, uma *outra* classe (aparentemente, uma *outra subjetividade*).

Tem-se então, não só um *distanciamento*, como também uma **perda** que é orientada pelo *outro*.

Esta separação, que é essencial na análise que aqui se faz e é alimentadora de hipóteses, *não se esgota* de imediato, não se basta. O capitalismo não se caracteriza simplesmente pela alienação, "mas também pela *maximização da tendência à alienação*"¹.

A **manifestação** do sujeito torna-se *coisa*, enquanto trabalho acumulado, *passado*². E, a **atividade** do sujeito, o trabalho, torna-se *instrumento da coisa*. Há uma

1. MÉSZÁROS, I., *op.cit.*, p.221.

2. Passado e passado libertador. Como passado libertador: "... o reino da liberdade começa onde o trabalho deixa de ser determinado por necessidade e por utilidade exteriormente impostas, situa-se além da esfera da produção material propriamente dita". (MARX, K., *O Capital*, Livro 3. Rio de Janeiro: Civilização

relação invertida com a coisa: o trabalho é *trabalho alienado* e o objeto tornou-se coisa. Sendo assim, o homem *não é sujeito* através do trabalho. A transformação do objeto em coisa, significa que ele passa a ter uma dinâmica autônoma, independente de nossas vontades, com reprodução alheia aos sujeitos. A autonomização da coisa sobre o sujeito é, como na concepção de Paulo **Silveira**, o Grande Sujeito que produz pequenos sujeitos (o grande Sujeito como o grande Outro na psicanálise).

No espaço, também há uma espécie de autonomização, um processo de autonomização como dos shopping centers que produz pequenos "sujeitos".

No capitalismo, o trabalho é o "sujeito sem objeto" e o capital é o "objeto sem sujeito". Mesmo que continue havendo um sujeito, não pode ser o "sujeito humano". Nenhum sujeito sem objeto pode ser chamado propriamente de humano já que a essência, a natureza do ser humano está **fora** dele, em suas relações objetivadas. Só pode ser um "sujeito físico"³.

Muito além de uma questão puramente material, de uma visão apocalíptica da economia capitalista, é interessante assinalar este contraponto entre mundo material e mundo interior.

É a partir disto que se pode falar em *transferência de força* e a importância que ela pode revelar na compreensão da cidade moderna. O inanimado se transforma em ser⁴. Isto cria uma relação que também explica o consumismo⁵. Explica o "bálsamo" dos shopping centers. Tempos atrás quando, no ritmo frenético da grande cidade, alguém queria ter uma paz, parava num templo ou igreja. Hoje, o mesmo acontece muitas vezes com os shoppings interiorizados da cidade.

Pois bem. A complexidade da alienação vai além da relação trabalho-produtos, trabalhador-objetos de sua produção. Ou, como Marx afirma, a alienação não se manifesta somente no resultado, mas também no ato de produção⁶.

Brasileira, 1980, p. 942). A esfera da escolha, do desejo. Neste sentido, o passado, na sociedade capitalista, impera sobre o presente, "como dominação do capital sobre o trabalho" (Lukács).

3. MÉSZÁROS, I., op.cit., p.159 (citando Marx).

4. "La **enajenación** del obrero en su producto no sólo significa que su trabajo se convierte en un objeto, en una existencia **externa**, sino que esta existencia se halla **fuera de él**, es independiente de él y ajena a él y representa frente a él un poder propio y sustantivo, que la vida que el obrero ha infundido al objeto se enfrenta a él como algo extraño y hostil (MARX, K., *Manuscritos ...*, p. 64). Hostil no sentido profundo, de imposição ao ser.

5. "El obrero deposita su vida en el objeto; pero, una vez creado éste, el obrero ya no se pertenece a sí mismo, sino que pertenece al objeto. Por tanto, cuanto mayor sea esta actividad, **más carente de objeto será el obrero**" (MARX, K, *ibidem*, p. 64).

6. "Como podría el obrero enfrentarse al producto de su actividad como algo extraño, si no se enajenase a sí mismo ya en el acto de la producción?" (Idem, *ibidem*, p.65).

A alienação do trabalho significa que o trabalho é algo externo ao trabalhador, não é algo próprio seu. Há como que uma engenharia da qual ele não é sujeito mas objeto. O homem está alienado, segundo Marx, de si mesmo (de sua própria atividade). Trata-se de uma *auto-alienação*. Esta auto-alienação não faz referência a uma questão de consciência ou não consciência, mesmo porque para Marx a "desalienação" não é uma tomada de consciência já que o sujeito, o Eu, não é sinônimo de consciência. A auto-alienação já está contida na relação invertida com a coisa. O homem incorpora em si mesmo a dimensão mercadoria. O estranhamento é a própria mercantilização do sujeito, isto é, o sujeito tem algo em si mesmo que lhe é estranho. Isto atinge a relação interna do homem consigo mesmo, bem como com os outros homens. O outro homem é encarado a partir dessa *dimensão interior mercadoria*⁷.

A liberdade do homem fica fora do ato social de criação (a produção) e neste sentido está reduzida ao "animal", a uma inversão do natural sobre o humano⁸.

Se o trabalho foi elevado à *substância independente*, se o atributo está apartado do criador, os homens tornaram-se *simples suportes materiais* de sua explicitação, simples veículos de sua realização⁹. Esse *trabalho separado* dos sujeitos é o *trabalho abstrato, sem qualidades*. As subjetividades foram suprimidas. Há apenas uma dimensão quantitativa medida pelo *tempo*.

O trabalho abstrato corresponde "à racionalização do processo de produção a despeito de suas consequências humanas"¹⁰. Essa racionalização tem o sentido de decompor processos complexos em seus elementos mais simples, de modo que possam facilmente ser executados através da produção em grande escala. Há o trabalho maquinal "reduzido ao nível de uma máquina e comparado à máquina como competidor"¹¹.

Aqui novamente se coloca uma questão iluminista. Assim é que "a divisão do trabalho se transforma no oposto de seu sentido e função originais e em lugar de libertar

7. Vide SILVEIRA, P., op. cit..

8. "... el hombre (el obrero) sólo se siente como un ser que obra libremente en sus funciones animales, cuando come, bebe y procrea o, a la sumo, cuando se viste y acicala y mora bajo un techo, para convertirse, en sus funciones humanas, simplemente como un animal. Mesmo levando em conta que estes escritos têm em conta o começo da grande expansão do capitalismo (e são geniais por isso mesmo), e que são também bastante metafóricos, assinala-se que **em termos de órbita espacial há um destaque para a horizontalidade**. Esse mundo interior-animal vai sofrer posteriormente uma catástrofe (no sentido literal) transformadora. Ou seja, vai haver uma penetração neste *interior*. Este interior não estará a salvo.

9. Na filosofia de Espinosa (*Ética*), só o Criador é substância. As criaturas são atributos do Criador. A geração dos atributos é dada por dois modos: pensamento e extensão.

10. MÉSZÁROS, I., op. cit., p.129.

11. MARX, citado por MÉSZÁROS.

o homem de sua dependência da natureza, ela continua a **criar limitações novas e artificiais**¹².

É interessante notar que essa "criação de limitações" tem duplo sentido. Por um lado, a sociedade moderna caminha rompendo com os limites que a parcialidade econômica do passado impunha. Caminha rompendo com o "envolvimento com o mundo", porém ao inverso. Não há uma quebra dos limites, desses limites criados, a partir do sujeito humano.

A antiga alienação, a alienação particular, a parcialidade política, desapareceu. Mas no seu lugar tem-se uma outra alienação que surge como alguma coisa exterior ao homem, confrontando-se como uma força estranha. Instala-se um modo de produção "que parece governado por uma **lei natural**, não pela vontade das pessoas que dela participam".

Na medida em que reina uma espécie de lei natural, um predomínio *cego* sobre os indivíduos, *o processo tem um caráter irracional* (no sentido de além sujeito), pois "as necessidades **parciais** da propriedade privada, as necessidades **abstratas** da expansão da produção e do lucro" predominam sobre qualquer outra necessidade¹³.

A força libertadora potencial das novas capacidades produtivas é **desgastada** e ao invés de reduzir, acaba ampliando-se a esfera dos poderes *estranhos* a que o homem está sujeito, nos termos de Marx. A questão traída é a da objetivação do homem como "ser genérico"¹⁴.

Ela permite, mas não garante, que o homem "**contemple-se num mundo que ele criou**" (Marx) e não *apenas* no seu interior íntimo¹⁵. No entanto, o trabalho, a propriedade interna, ativa, do homem, se torna **exterior** ao trabalhador. A objetivação assume a forma de um poder estranho que enfrenta o homem de maneira hostil. O homem não pode, assim, contemplar-se realmente num mundo por ele criado e "sujeitado a um poder exterior e privado do sentido de sua própria atividade, ele inventa um mundo irreal, submete-se a ele, e com isso restringe ainda mais a sua própria liberdade"¹⁶. Há, no entanto, um tópico interessante que liga liberdade humana (realização humana) e limites:

12. MÉSZÁROS, I., *op. cit.*, p.129. Funções originais, talvez. Com certeza potenciais.

13. Idem, *ibidem*, p.138.

14. A partir dos "poderes essenciais" do homem, os poderes especificamente humanos, os que o distinguem de outras partes da natureza, Marx contrasta a esfera da necessidade - as funções animais, comer, beber, procriar - com a esfera da liberdade, que é a do homem, da criação do homem, da escolha, do desejo do homem.

15. Essas idéias parecem se aproximar de conceitos psicanalíticos como desejo e espelho. Mas, podem ser úteis para o entendimento da própria cidade.

16. MÉSZÁROS, I., *op. cit.*, p.141. A questão da hostilidade, como já se assinalou, vai se tornando mais complexa. Vide a amistosidade das vitrines. Por outro lado, destaque-se o mundo interior como refúgio.

"A realização, por necessidade lógica, implica limitações, *pois só aquilo que é limitado, de alguma forma, pode ser realizado*"¹⁷.

Dessa forma, nesse universo alienante, tem-se o homem reduzido a força de trabalho¹⁸; o produto do trabalho abstrato como um produto igualmente *genérico e abstrato*, o valor¹⁹; a riqueza criada nesse processo capitalista como genérica também, medida apenas pela sua quantidade; e a sociedade criada com base no trabalho abstrato como "*a sociedade na qual a relação entre os homens se resolve numa relação com as coisas, isto é, se resolve no intercâmbio, na troca*"²⁰.

A alienação no capitalismo pode ser melhor entendida a partir da comparação entre o *político-sujeito* e o *econômico-objeto*. Marx utiliza esta questão na análise da transição do feudalismo ao capitalismo. O nexos social presente na sociedade moderna (o dinheiro, o valor de troca, a mercadoria, o capital) e "que se apresenta independente, autônomo, alheio, naturalizado ... transforma a dependência pessoal, que caracterizaria as formas de produção anteriores à capitalista, em uma independência pessoal fundada na dependência com relação às *coisas*; numa dependência *material* em oposição à dependência pessoal"²¹.

Na propriedade feudal da terra, Marx assinala que "a propriedade é **individualizada** com seu senhor". Ela se revela como o "**corpo inorgânico** de seu senhor". Nesse tipo de individualização e personificação a relação é predominantemente **política**²². Nessa situação a propriedade agrária é uma "espécie de nacionalidade imposta". O pensamento econômico acompanha esta realidade e neste momento é **parte da política**. Ele só se torna independente com o fim da propriedade feudal.

É uma transição que partindo da propriedade feudal (*nulle terre sans maître*, "espécie de nacionalidade imposta"), passa pelo mercantilismo (ainda caráter predominantemente nacional) e chega a economia política liberal (*não conhece fronteiras e não está sujeita a limitações daquela ordem*). O desenvolvimento da economia política toma a forma de negação dessa espécie de nacionalidade imposta²³. O significado disto é que tem-se as passagens da parcialidade para a **universalidade**, da personificação para a

17. Idem, *ibidem*, p.150.

18. O homem "na medida em que é reduzido a simples e indiferenciada capacidade laborativa ___ é força de trabalho". NAPOLEONI, Cláudio, *Lições sobre o Capítulo Sexto (Inédito) de Marx*. São Paulo: LECH, 1981, p. 20.

19. "O trabalho abstrato não pode deixar de ter um produto ... (de outro modo, nem mesmo se poderia falar de trabalho) ... adequado a si mesmo ... Trabalho abstrato e valor são ... substancialmente a mesma coisa, vista uma vez como atividade e outra vez como resultado". NAPOLEONI, C., op. cit., p.20.

20. NAPOLEONI, C., op. cit., p.20.

21. SILVEIRA, P., op. cit., p.56.

22. Idem, *ibidem*, p. 123.

23. Idem, *ibidem*, p. 123.

despersonalização, das limitações para a **liberdade**, das mediações políticas para a **imedição econômica**.

Tudo isto é chamado por Mészáros de "*superação do velho fetichismo*" e significa, de fato, uma passagem da parcialidade política para a *universalidade econômica*, ou ainda uma passagem da alienação particular (ou específica) para a *alienação universal*²⁴.

A antiga alienação do trabalho, que tinha como fundamento básico o componente político, é substituída pela alienação do trabalho pelo **princípio econômico**.

Porém, mesmo nestas novas condições dadas na sociedade moderna, a propriedade da terra, nos dizeres de Marx, é "o capital que ainda **não se recuperou de seu envolvimento com o mundo**, capital ainda não plenamente desenvolvido. Deve, no curso de sua evolução mundial, **atingir sua expressão abstrata, pura**"²⁵.

Por outro lado, a alienação capitalista também sobrepõe um novo **componente político** que é uma espécie de penetração do "objeto" na alma do sujeito, como é o caso do gerenciamento científico. Mas vai além. Ainda neste caso, a questão está dentro de parâmetros algo externos. Sujeito de um lado, objeto de outro. Uma clivagem ainda exterior. Se o poder exterior esmaga o sujeito, ele avança *para dentro* do próprio sujeito.

Isto pode ser encontrado na própria cidade. A estrutura anárquica da cidade que desconhece as necessidades dos seus habitantes e que se impõe como uma segunda natureza pode indicar essa dualidade coisa-sujeito. Porém, o gerenciamento realizado nos grandes empreendimentos (e o planejamento num outro sentido) representa uma penetração na própria alma desse sujeito.

Ou seja, se a relação sujeito-objeto no capitalismo tem como protótipo a fábrica, trata-se ainda de uma *relação algo externa*. O gerenciamento representa um aprofundamento, uma verticalização da racionalidade capitalista nesta "fábrica", uma relação já internalizada. O avanço para o mundo fora da fábrica é um complemento, uma interiorização.

Todo este processo que remete a fronteiras, quebra de fronteiras, limitações, superação de limites, indica pelo menos uma metáfora de ordem espacial. Há uma luta entre os extremos, **raízes terrenas** (como na referência feudal) e **abstração** (como no valor), embora eles não sejam exatamente opostos. Na perspectiva do valor há uma aproximação entre limitação e personificação, limitação e política, limitação e qualidade, cobiçadas pelo controle remoto da coisa. Essas metáforas são importantes para a

24. Idem, *ibidem*, p. 123.

25. Citado por MÉSZÁROS, *op. cit.*. Os grifos são meus.

compreensão das novas relações no espaço, inclusive pelo destino que o capital se reserva: deve, no curso de sua evolução mundial, *atingir sua expressão abstrata, pura*.

Por outro lado, a abstração e a racionalização no capitalismo trazem a questão da cidade como erro. **Lukács**, em *História e Consciência de Classe*, aponta na transformação do processo de trabalho até o maquinismo industrial uma "racionalização" crescente e uma eliminação cada vez maior das "propriedades qualitativas humanas e individuais do trabalhador". De forma que "em face da racionalização setorial do processo de trabalho, em face das leis parciais abstratas e do cálculo das operações de que se compõe o processo, as propriedades e particularidades propriamente humanas do trabalhador aparecem, **cada vez mais, como simples fontes de erro**"²⁶.

Esses termos gerais da alienação na sociedade moderna permitem, a partir da questão da distância sujeito-objeto, um outro exemplo que enriquece a análise. Tome-se, como em Marx, a distância entre filosofia e ciências naturais. Esta dualidade permite algumas extrapolações que podem servir para a perspectiva urbana.

A ciência, como produção, tem a mesma base da produção em geral (da atividade econômica), nos termos de Mészáros. Assim é que o processo produtivo foge ao controle dos verdadeiros "atores", apesar do lado inverso, isto é, uma ampliação sem precedentes no gerenciamento científico. A ciência, através da indústria, penetrou profundamente na vida humana, transformou-a, "preparou a emancipação da humanidade" (Marx), converteu-se em base da vida humana prática, mas acentuou uma espécie de desumanização do homem. A ciência agora é a base da "vida humana real", mas "numa forma alienada", porque tem uma interligação necessária com "uma forma alienada de indústria"²⁷, correspondendo a um modo alienado de produção, a uma forma alienada de atividade produtiva"²⁸.

Como há uma distância entre a filosofia e essa "ciência natural", não há uma "ciência humana", ideal do homem não alienado. À filosofia correspondem necessidades "inventadas especulativamente" e à ciência natural necessidades "abstratamente materiais".

Esse desencontro corresponde a uma fragmentação e corresponde também a um distanciamento "sujeito" ("filosofia") e *objeto* ("ciência natural") pela mediação da alienação. Assim, passa a haver uma "determinação *inconsciente* alienada da ciência"²⁹.

26. **KONDER**, Leandro, *Marxismo e Alienação*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, p.101, citando **Lukács**.

27. Segundo **Marx** (*Manuscritos ...*), "a indústria é a relação histórica concreta da natureza e, portanto, da ciência natural com o homem".

28. **MÉSZÁROS**, I., *op. cit.*, p.94.

29. Idem, *ibidem*, p.94. Inconsciente num sentido exterior. O termo não é bom porque parece algo que não determina. O inconsciente é o contrário.

Na medida em que é "inconsciente" e fragmentado não tem uma finalidade embutida (não há o sujeito pleno), nem finalidades gerais (é compartimentada) de forma que estas finalidades "**lhe têm de ser impostas de fora**"³⁰. Sendo assim, funciona simplesmente como **meio** para fins **externos**, alienados, pré-determinados. Marx a respeito escreve que as necessidades alienadas ficam nesse "inconsciente" produzindo, como destino, *maior* alienação, "a sujeição do homem a instrumentos cada vez mais poderosos de sua própria criação"³¹.

É possível fazer aqui um paralelo entre cidade-cidadão. Mesmo que o cidadão tenha sido reduzido a **consumidor** a dualidade é reveladora. O construtor da cidade, o arquiteto da cidade, o inventor, o autor, perde o controle de sua produção. Esta obra (a cidade) passa a existir assim fragmentada, separada do seu Eu, funcionando "inconsciente", sem finalidades que, lançadas num mítico estado pré-ruptura, seriam endógenas.

É importante entender, então, a cidade como um produto **neste** processo de produção, dentro de uma característica dúbia e em luta. Tanto é expressão (arte, por exemplo) como é mercadoria. Há, no entanto, uma esmagadora pressão para uma homogenização do processo de trabalho ao capital de forma a diluir o produto no valor (produto genérico e abstrato).

30. Idem, *ibidem*, p.95.

31. Idem, *ibidem*, p.95.

ALIENAÇÃO E PRODUTO

O entendimento da dinâmica histórica da alienação capitalista deve fazer referência à questão interna ao produto e à transformação no seu interior. Trata-se da relação entre valor de uso e valor.

Esta metamorfose do valor é importante, também, para a compreensão das transformações urbanas.

No universo da alienação do capitalismo, o produto do trabalho, do trabalho abstrato, é um produto genérico e abstrato, o valor, uma riqueza genérica medida apenas pela quantidade. Aparentemente, trata-se de uma questão primária da constituição da mercadoria e, num sentido histórico, uma passagem que se instila na derrocada do feudalismo. E não deixa de ser isso mesmo.

Porém essa agitação, que está contida na metamorfose, não desaparece e traz surpreendentes desdobramentos. Esses desdobramentos têm uma *historicidade* que nem sempre é reconhecida.

Na caracterização da sociedade moderna, capitalista, por Marx, é destacado que os produtos corporificam o trabalho. O trabalho, corporificado no produto, equivale ao valor. Os produtos, desta forma, têm valor. Ou, em outros termos, através da mediação capitalista, o sujeito se desdobra no objeto. Esse artigo produzido contém o trabalho do sujeito de duas formas: como valor de uso e como valor¹.

1. O valor adquire várias aparências, como capital, mercadoria, propriedade da terra, lucro, juros, renda, salário e dinheiro. Marx diz que estas são "*determinaciones económicas más concretas a partir de las cuales se abstrae el valor, y que también pueden considerarse, desde otro punto de vista, como un desarrollo ulterior de este último*". Na medida em que uma delas (dinheiro, mercadorias, lucro) "*expresa las relaciones alienadas envueltas en el trabajo, es una "forma" del valor; pero en la medida en que cada uno funciona de una manera asociada con la noción nuclear del capital — vale decir, contribuye a la producción de valor — es también una "forma" del capital*". Especificamente a respeito do dinheiro e do capital: "*ambos son el resultado del trabajo alienado y ambos poseen, en consecuencia, un valor de uso y un valor de cambio. En el caso del dinero, su valor de uso reside en la facilidad con que puede intercambiárselo ...*". OLLMAN, Bertell, op. cit., pp. 221-222 e 224.

Segundo Marx, "a conversão dos objetos úteis em valores é, como a linguagem, um produto social dos homens"². Assim, "se as mercadorias pudessem falar, diriam: nosso valor de uso pode interessar aos homens. Não é nosso atributo material. O que nos pertence como nosso atributo material, é nosso valor. Isto é o que demonstra nosso intercâmbio como coisas mercantis. Só como valores de troca estabelecemos relações umas com as outras"³. A metamorfose do valor, assim, está intimamente relacionada com o **fetichismo** da mercadoria.

Na verdade, a "coisa" medeia o estabelecimento de relações diretas entre as pessoas, o que parece uma **virtude** sua⁴. Sendo assim, "a coisa possui a virtude especial de intercambialidade, ela tem **valor**"⁵.

O valor da mercadoria surge no processo de produção e tem como substância o trabalho humano abstrato. As mercadorias, enquanto valores, têm em comum apenas uma certa **quantidade** de trabalho abstrato: "como **valores**, portanto, elas se diferenciam **quantitativamente**, e isto de maneira completamente independente da enorme variedade de seus **valores de uso**, isto é, do conjunto das necessidades humanas **qualitativamente** distintas que possam satisfazer". Para Marx, citado por Silveira, o que é especificamente social, "puramente social", "é o fato de que os produtos que visam satisfazer as necessidades humanas sejam produzidos **como mercadorias, como valores**"⁶. E ainda, enquanto "o valor de uma mercadoria é criado no processo de produção correspondente à quantidade de trabalho socialmente necessária para produzi-la, seu **valor de troca** (portanto, forma de valor) é a forma necessária deste valor se **manifestar** que se efetiva na **relação de troca**, ou seja, na relação com outra mercadoria, portanto no processo de circulação"⁷.

O valor de troca, o trabalho abstrato, não tem uma realidade "material". São abstrações que só se realizam *com a mercadoria*. Marx aponta em *O Capital* "que esse movimento de concretização da abstração é **cada vez maior e se amplia** na medida em que se produzem mais mercadorias, na medida também em que o capitalismo vai invadindo mais e mais setores da vida social"⁸.

2. MARX, K., *O Capital*, I, ibidem, p.83. É interessante destacar esse caráter *semiológico* do valor.

3. Idem, ibidem, p.92.

4. Segundo Marx, o fetichismo da mercadoria é a falsa idéia que os homens têm a respeito dos seus próprios poderes. Atribui-se aos objetos inanimados qualidades que só os seres humanos podem possuir "postulando relaciones vivas para lo que está muerto" (OLLMAN, Bertell., *op.cit.*, p.230).

5. RUBIN, Isaak Illich, *A Teoria Marxista do Valor*. São Paulo: Brasiliense, 1980, p.35.

6. SILVEIRA, P., *op.cit.*, p.64.

7. Idem, ibidem, p.65.

8. SANTOS, Laymert G., *Alienação e Capitalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1982, p.84.

Na metamorfose há uma inversão, pois os produtos dos trabalhadores convertem-se em poderes independentes. Além disso, o capital é mais que um poder que se tornou independente dos seus criadores. Na inversão que se observa no processo real de produção, o **passado** (o sujeito), definido pela sua manifestação **uso**, é dominado pelo **futuro** (o objeto, o produto), de forma a haver uma desconsideração do passado⁹. Ao mesmo tempo, há o domínio de um *outro passado* (objeto) na continuação da produção¹⁰.

A metamorfose do valor se faz através da *alienação* do valor de uso, no intercâmbio, na troca. **Alienar o valor de uso** "*significa en todos los casos dejar todo su control en manos de otro*"¹¹. Nos atos de troca o que há é uma **transferência de poder sobre formas de valor de uso**¹².

Marx realça, segundo **Ollman**, que o que se aliena em uma venda *não é o valor* da mercadoria vendida porque "este meramente troca de forma" (Marx). O que realmente é alienado do vendedor "*e passa por fim ao consumo individual ou produtivo do comprador, é o valor de uso da mercadoria, a mercadoria como valor de uso*"¹³.

Isto coloca o **valor de uso no centro da alienação**. É através do seu intermédio que a alienação se realiza. Ela permite, permeia a alienação. Portanto, na dialética valor de uso-valor estão questões essenciais da alienação. É assim uma questão fundamental acompanhar o seu movimento no sentido **horizontal** (valor de uso ⇒ valor de troca) e no sentido **vertical** (como **conquista** sobre o valor de uso).

A troca, por exemplo, no passado estava limitada e foi se expandindo horizontalmente. De outro lado, o grupo humano que produzia só para seu próprio consumo e trocava excedentes, passa para uma produção de unidades econômicas apenas para a venda. Em ambos os casos trata-se apenas de uma explicação horizontal e não vertical. A questão vai além da expansão "geográfica" da troca ou da generalização da produção para a troca. Há também uma espécie de possessão gradativa do valor sobre o valor de uso dentro da mercadoria, no interior dela, de forma, por exemplo, a pulverizar os gostos e mercados já definidos.

9. O capital "no es meramente los productos de los trabajadores convertidos en poderes independientes, los productos como soberanos y compradores de sus productores, sino también las fuerzas sociales y la forma futura inevitable de ese trabajo, que enfrentan a los trabajadores como cualidade de sus productos" (OLLMAN, B., op. cit., p. 222, citando **Marx**).

10. "... *el capital expresa ... el punto de vista de los productos del trabajo anterior, que ahora constituyen los medios de producción*" (Idem, ibidem, p. 222).

11. Idem, ibidem, p. 226.

12. Pressupõe, portanto, que os homens se tratam, e se aceitam, como proprietários privados desses objetos alienáveis; pressupõe, assim, que se entendam como indivíduos independentes; pressupõe, também, que os indivíduos possuam o controle sobre as formas de valor que estão em seu poder; pressupõe, em suma, que a coisa possa ser *monopolizada e alienada*.

13. **MARX, K.**, *O Capital*, Livro I, ibidem, p. 344.

Assim é que para entender melhor o próprio desenvolvimento recente da cidade, como é o caso de São Paulo, é preciso também considerar como essa questão da dialética valor de uso-valor se concretiza no processo produtivo real nas condições brasileiras.

Reside no valor de uso, em si mesmo, algo fundamental para o sujeito, mesmo que ele seja já um mediador entre o sujeito (desejos) e a mercadoria. Além disso, o valor de uso carrega uma técnica. No valor de uso se insere uma técnica, um processo de trabalho que é submetido à essência mercantil que subordina o valor de uso. Introduce uma técnica que espatifa a subjetividade e subordina o processo de trabalho.

A aproximação entre o valor de uso e o sujeito, entre o consumidor e o sujeito reside também no fato de que *"o valor de uso é constituído pela utilidade da coisa: sua avaliação é subjetiva... O valor de uso ... é essencialmente subjetivo. E é essencialmente qualitativo, pois depende das qualidades específicas do objeto, reconhecidas como qualidades pelo sujeito"*¹⁴.

O valor de uso também está associado ao motivo **consciente**. Ou seja, *"em todas as formas sociais pré-capitalistas, o motivo consciente que leva os homens (a produzir) é o valor de uso desses bens, é a diversidade múltipla dos objetos produzidos"*, embora baseada numa opressão brutal¹⁵.

Lukács afirma como condição de existência do homem, como naturalidade que independe de todas as formas de sociedade, o trabalho formador de valores de uso, *"que tem a função de mediatizar o intercâmbio orgânico entre homem e natureza"*. Através deste "trabalho útil" há uma transformação dupla (do homem e da natureza), e, mais que tudo, deve se destacar que *"no fim do processo de trabalho surge um resultado que já estava inicialmente presente na idéia do trabalhador"*¹⁶. Ou seja, destaca-se neste trabalho produtor de valores de uso a posição teleológica.

É diferente do valor de troca cuja inaliabilidade do valor reside no fato que este permanece no produto vendido, pronto para nova troca, mesmo que sua forma de valor mude (função de mercadoria, de capital, etc)¹⁷. O contínuo prosseguir do objeto como

14. KONDER, Leandro, op. cit., p.106.

15. GOLDMANN, L., op.cit., p.170.

16. LUKÁCS, G., "A Ontologia do Ser Social". Em: LUKÁCS, G., *Sociologia*. São Paulo: Ática, 1981, p.92, organização de José Paulo Netto.

17. Segundo **Marx**, cada forma de valor tem um modo particular de alienar seu valor de uso. *"El capital, siendo un tipo especial de mercancía, posee su propio modo peculiar de alienación" que consiste en transferir a sus productos el valor que participó de su producción. Y en otro lugar cita el préstamo a interés como el modo en que el banquero aliena el valor de uso de su dinero al capitalista*". OLLMAN, B., op. cit., p. 227.

valor significa justamente que continua expressando as relações alienadas envolvidas em sua produção¹⁸.

O **processo de transferência de valor de uso** tem a sua gênese no trabalhador-força de trabalho, que é a única mercadoria cujo valor de uso pode criar um valor de troca maior que o seu. Há uma relação de transferência de valor de uso do trabalhador (força de trabalho) para o capitalista. O trabalhador aliena sua força de trabalho ao capitalista em troca de dinheiro suficiente para adquirir seus meios de subsistência. Por sua vez há uma relação de transferência de valor de uso do capitalista (mercadorias) para os compradores. O capitalista vende os produtos, "aliena o valor de uso deles para os compradores", em troca de dinheiro "para adquirir o valor de uso desse dinheiro". Além disso, há uma relação de transferência de valor de uso do capitalista para os proprietários de terras e para os capitalistas (dinheiro) - banqueiros. O capitalista "aliena o valor de uso de uma parte do dinheiro" em forma de renda e em forma de juros.

A alienação aparece então claramente a partir de uma renúncia a **todo controle sobre o valor de uso**. Assim, em *O Capital*, o sentido de *alienar* uma mercadoria não é, para Marx, apenas vendê-la (o ato), mas esta *renúncia a todo controle sobre seu valor de uso*¹⁹.

Esta é uma questão importante para a cidade. No urbano a questão latente da transferência de controle vai se desenvolvendo a medida em que novas condições produtivas se estabelecem. Além da simples mercantilização do espaço urbano, há um aprofundamento como que por dentro da mercadoria de forma a possuir esse resquício do sujeito que o valor de uso representa.

As questões que envolvem o controle podem ser entendidas por essa dinâmica valor de uso-valor. E, como se pode notar, não é simplesmente algo presente na metamorfose do valor em si, mas *algo que se desenvolve no tempo*. Há **condições materiais** que permitem a sua expressão desdobrada, na cidade moderna. Temas como o gerenciamento, o planejamento, a conquista do consumidor, são expressões dessa dinâmica.

A transferência dos valores de uso é uma das faces da alienação que se desdobra da atividade alienada do trabalhador. Por este ângulo **Marx** destaca, segundo **Ollman, aquilo que o sujeito renuncia** e seus desdobramentos subsequentes²⁰. Diferente disso, no *estranhamento*, que pode aparecer como sinônimo de alienação, destaca-se o que fica para trás, **o estado do sujeito no momento da renúncia e após ela**.

18. Idem, ibidem, p. 226.

19. Idem, ibidem, p. 227.

20. Idem, ibidem, p. 228.

Uma outra questão envolve uma luta interna entre valor de uso e valor, como querendo ocupar o mesmo espaço. É equiparável ao **esvaziamento por dentro** da religião, da moral, da arte, da literatura (o chamado mundo da cultura) "*graças à aparição de um conjunto econômico **autônomo** que tende a se apossar de modo exclusivo de todas as manifestações da vida humana*"²¹. Se historicamente a produção é só de valores de uso e a troca é só o "*a mais*", tem-se paulatinamente uma proeminência invertida e que caracteriza a produção específica para valores de troca. Assim é que com a transformação, cada vez mais generalizada, dos objetos em mercadorias, "*eles vão se convertendo de coisas materiais em coisas supra-sensíveis*"²².

Embora as mercadorias precisem ter um valor de uso para alguém, embora o valor de uso das mercadorias não desapareça e fique reduzido à condição de veículo do valor de troca "*condenado a não se manifestar publicamente senão através deste*", "*o valor de troca das mercadorias e não o seu valor de uso é que passa a ser a **mola propulsora** e a finalidade concreta da generalidade das operações*"²³. E acrescente-se: num processo de desenvolvimento histórico que está presente.

Na medida em que as mercadorias têm como meta o valor de troca, o fetiche que o dinheiro simboliza, a distinção qualitativa entre elas vai desaparecendo (não importa o valor de uso determinado), "*as mercadorias vão deixando de ter uma feição essencialmente individual, a feição que os objetos possuem enquanto valores de uso*"²⁴. Dessa forma o processo vai erguendo sutilmente e complexamente uma hipertrofia do valor de troca (do valor). "*A hipertrofia do valor de troca das mercadorias fetichizadas leva-o a invadir a esfera do humano, individual, subordinando o qualitativo ao quantitativo*"²⁵.

Na passagem da dinâmica de produção do valor de uso para o valor vai se perdendo o motivo consciente da própria produção, a satisfação de necessidades. Ou seja, apesar da brutal opressão, na situação anterior "*estabelecia-se sempre, mais ou menos claramente, uma relação real e consciente entre os produtores e o valor de uso dos bens produzidos*"²⁶. O desenvolvimento do valor de troca, a expansão da esfera da troca, põe por terra tais características, resguardadas apenas em nichos provisoriamente libertos da ação imediata do mercado.

21. GOLDMANN, Lucien, *op.cit.*, p.166.

22. KONDER, L., *op.cit.*, p.108.

23. Idem, *ibidem*, p.110.

24. Idem, *ibidem*, p.108.

25. Idem, *ibidem*, p.111.

26. GOLDMANN, L., *op.cit.*, p.171.

ALIENAÇÃO E PRODUÇÃO

A consideração da produção, no seu sentido restrito, permite compreender, por outra perspectiva, a transformação da relação alienada que constitui a sociedade moderna. Na leitura marxista, o processo produtivo, quando visto em sua determinação **natural**¹, é *processo de trabalho* e, quando visto em sua determinação **social**, é *processo de valorização*². Nesta separação estão destacadas as distâncias entre **sujeito e objeto, passado e presente, natural e histórico**, que é, de toda maneira, um duplo iluminista, capaz potencialmente de libertar o homem do mito, da necessidade, da indiferença, e de aproximá-lo da escolha. Mas, por outro lado, realmente capaz de subjugá-lo à razão instrumental. Assim, tem-se mais claro a questão do trabalho alienado.

O processo de produção capitalista, enquanto processo de trabalho, enquanto processo natural, é caracterizado, por Marx, pelo fato de que *"embora os meios de produção (meios de trabalho + objetos de trabalho) sejam o substrato material do capital, sendo portanto separados do trabalhador e erguendo-se diante dele, embora o trabalho (que é todavia a explicitação da vida do operário) tenha de se realizar em face de coisas que são estranhas ao próprio trabalho, na medida em que são propriedade alheia, embora isso aconteça ..., sob o aspecto da determinação natural do processo produtivo, é o operário quem utiliza esses meios, numa relação portanto que malgrado o capital, mantém seu caráter natural"*³.

Ao contrário, enquanto processo de valorização, o trabalho objetivo, segundo Marx, *"se conserva e aumenta pela absorção do trabalho vivo, graças ao qual se converte em um valor que se valoriza, em capital, e como tal funciona"*. Por isso, *"não é o trabalho vivo que se realiza no trabalho objetivo (objetivado) como em seu órgão objetivo*

1. Natural: no que tem de genérico ou comum ao processo de produção em geral, independente da forma de sociedade. Social: no que tem de específico, de historicamente determinado. NAPOLEONI, C., op. cit., p. 27.

2. A relação entre processo de trabalho e processo de valorização está aproximada com outras relações (e que são outras perspectivas): trabalho vivo e trabalho objetivado, trabalho concreto e trabalho abstrato, valor de uso e valor de troca (valor). Os bens, transformados em mercadorias, estão desdobrados em valor de uso e valor (na sua expressão valor de troca; qualitativamente idêntico em todas as mercadorias e diferente apenas por sua quantidade), assim como o trabalho necessário à produção das mercadorias está dividido. Há um trabalho concreto que cria valores de uso, e um trabalho abstrato "qualitativamente idêntico em todos os trabalhadores produtivos, diferindo apenas pela quantidade e criando valores de troca" (GOLDMANN, L., *op.cit.*, p.169).

3. NAPOLEONI, C., op. cit., pp. 28-29.

... *não é o operário quem utiliza os meios de produção; são os meios de produção que utilizam o operário*"⁴.

Nestas condições, gerais e iniciais, já há o vampiro, mas não a **sua plena racionalização**. Além da objetivação, "*o trabalho é alienado, ou seja, tornou-se diverso de sua condição natural de **unidade** entre trabalhador e meio de produção, mas também porque se eliminou a **condição natural** segundo a qual o trabalho subordina a si o instrumento em vista de suas próprias finalidades*"⁵.

Sendo assim, para a análise, é interessante reter dois aspectos do processo capitalista destacados por Marx. Um, é a troca de menos trabalho objetivado por mais trabalho vivo⁶. Outro, é que os meios de produção constituem-se na forma objetiva do capital para a extorsão e absorção do trabalho vivo⁷. Este jogo de forças que envolve o trabalho vivo e o trabalho objetivado tem uma história que se desenrola dentro do processo produtivo, tendo como meta a *extensão e domínio do processo de valorização sobre o processo de trabalho*.

A penetração da lógica do processo de valorização no processo de trabalho é uma transição cheia de significados, **inclusive para o urbano**⁸, e requer condições concretas (uma estrutura produtiva). Isto é, ela tem uma visibilidade que permite apontar o quando e o onde. Então, esse avanço do processo de valorização faz alusão ao que Marx chamou de dois modos de subsunção do trabalho ao capital (subsunção formal e subsunção real). Mas, deve-se destacar a *transição* entre eles, que é complexa⁹. Ela envolve uma **transformação radical na subjetividade que não se encerra em si, mas que se prolonga em uma direção imprevisível** (desdobramentos que a subsunção real permite). A dinâmica presente na relação entre os dois modos de subsunção é **histórica**¹⁰ e define a caracterização do predomínio.

4. Idem, *ibidem*, p. 29. "... os meios de produção (dados no princípio e no fim do processo de produção) aparecem unicamente como absorventes da maior quantidade possível de trabalho vivo (e) este se apresenta apenas como meio de valorização de valores existentes e, por conseguinte, de sua capitalização".

5. Idem, *ibidem*, p. 30.

6. O que o capitalista "recebe realmente (recebe imediatamente a força de trabalho, mas realmente o valor de uso dessa força de trabalho) pelo salário é o trabalho vivo" (Idem, *ibidem*, p.66).

7. Idem, *ibidem*, p.67. Os meios de produção, trabalho objetivado, constituem-se na manifestação objetiva do capital no processo de trabalho.

8. De início o fortalecimento do processo de valorização, a nível espacial, representa uma diluição do já constituído, uma conquista, que tem um eixo mais *horizontal*. Atualmente, este eixo de diluição é mais *interior*.

9. Marx, porém, observa que "*a distinção entre subsunção formal e real é a mesma coisa que a distinção entre mais-valia absoluta e mais-valia relativa*" (Idem, *ibidem*, p. 67). Mesmo assim é importante chamar a atenção para a complexidade que envolve o *predomínio* de um dos dois modos. Isto porque, aparentemente, a mais-valia relativa é apenas o uso de máquinas na produção e um crescimento da mais-valia.

10. Para Marx, a subsunção formal tem *também* um sentido genérico, não radicalmente histórico, onde o capitalismo é visto sem suas *especificidades históricas*. Nesta primeira perspectiva, "*Marx entende por*

Na economia mercantil pré-capitalista, como fase de referência, eram produzidos valores de troca, mas a primazia, o objetivo geral¹¹, a direção, era dos valores de uso. Tratava-se de atender a esse consumo. Havia um grande peso do mercado, do gosto do mercado, que é, de alguma forma, uma expressão do sujeito. A técnica, o método, estava moldado a esse valor de uso, a esse mercado pré-determinado. Existia para *expressar* esses valores de uso. Já a manufatura é uma conquista sobre o processo produtivo anterior e uma incorporação à lógica capitalista. Porém, é ainda uma subsunção formal: **as qualidades do sistema ainda têm como suporte o corpo dos trabalhadores**, que as **reconhecem** como suas; elas ainda não se converteram em **atributo das máquinas**¹².

Há uma subsunção formal, no sentido histórico radical. Ou seja, é uma **etapa inicial**, de acordo com Marx, do seu processo de expansão e desenvolvimento: "... embora o trabalho esteja inserido num processo capitalista de produção ... o processo de trabalho — do ponto de vista técnico — mantém ainda as formas em que se processava antes que a relação capitalista interviesse". Nesta fase, "o capital se assenhoreou do processo produtivo, do processo de trabalho, mas assenhoreou-se apenas formalmente, no sentido de que o conteúdo particular do processo de trabalho continuou a ser o antigo; o processo produtivo, do ponto de vista do processo de trabalho, desenvolveu-se sob formas técnicas que o capital ainda não conseguia influenciar e tornar homogêneas a si mesmo".

Nessa subsunção formal, a presença do capitalista traz modificações, como o trabalho mais intensivo, o prolongamento da duração do processo de trabalho e o trabalho mais ordenado. Mas, "não são modificações substanciais" que possam ir além destas relações entre os diversos agentes de produção, de forma a revolucionar "simultaneamente, a índole desse trabalho e a modalidade real do processo de trabalho total". Ou seja, "a

subsunção formal ao capital tão somente o fato de que o trabalho está inserido num processo produtivo cujo sentido é a produção de mais-valia; e portanto, o trabalho está inserido num processo em que são os meios de produção que usam o trabalho e não vice-versa, num processo cujo significado reside exclusivamente no aumento de valor do capital inicial" (Idem, ibidem, p. 68).

11. Isto apesar da introdução de novas necessidades como o café e outras.

12. Na manufatura o processo produtivo se assenta na reunião coletiva dos trabalhadores que "neste conglomerado, o fazem existir, lhe dão objetividade. O sistema ainda não criou, para si, uma **figura independente com objetividade própria**, que converta o operário em mero meio de seu funcionamento", de forma que, "o processo produtivo ... se dissolve assim que os operários se dispersam novamente: **as qualidades do sistema ainda têm como suporte o corpo dos trabalhadores**". Nestas condições, "os operários **ainda reconhecem** que o processo de produção repousa sobre as qualidades de suas próprias forças e de seus próprios corpos. A dominação acabada do capital sobre os corpos dos trabalhadores só será alcançada quando estas qualidades da destreza artesanal **tenham se separado de seus corpos, tenham se convertido em atributos das máquinas**, e a manufatura tenha deixado seu lugar para a grande indústria" (ROZITCHNER, León, "Marx e Freud: A Cooperação e o Corpo Produtivo. A Expropriação Histórica dos Poderes do Corpo", em SILVEIRA, P. e DORAY, B. (org.), *Elementos para uma Teoria Marxista da Subjetividade*. São Paulo: Vértice, 1989, p.144 (os grifos são meus).

*subsunção do processo de trabalho ao capital (se opera) à base de um processo de trabalho pré-existente ... tecnicamente, o processo de trabalho conservou-se o mesmo ... mantém-se a herança dessa diversidade (de processos produtivos que tiveram uma vida social diversa da vida do capital)"*¹³. Há um processo de trabalho que ainda se **volta ao pré-existente**.

Na fase seguinte o que vai se ter é uma "*conglomerção espacial e simultânea das máquinas. À cooperação entre indivíduos sucede a **cooperação prévia entre máquinas**. Assim a cooperação que aparece reunida no **grande autômato** não é o produto da própria atividade coletiva mas **vem de fora, preexiste à dos operários** como indivíduos que realizam uma experiência comum"*¹⁴. A conglomerção espacial e **simultânea das máquinas** sucede a conglomerção espacial e **simultânea dos trabalhadores**. Nesta caracterização da subsunção real tem-se ao mesmo tempo a questão da dissolução do sujeito, a alienação, e uma referência ao espaço e ao tempo instrumentalizados, *embora ainda referidos somente ao interior da fábrica*. Ou seja, isto deve ter uma referência no urbano.

A *subsunção real* do trabalho ao capital implica, não apenas, que o trabalho esteja inserido num processo produtivo cujo sentido resida na produção de mais-valia, como também a presença de transformações essenciais no processo de trabalho¹⁵. Há uma nova técnica produtiva, de forma que a subsunção é captada não só no terreno econômico, mas no material¹⁶. Na nova situação estão presentes as premissas básicas para a realização do capital, como "*trabalho ... separado dos meios de produção, ... incluído dentro de um processo de trabalho que é tão somente meio para um processo de valorização*". Mas, *além dessa subsunção do trabalho ao capital "enquanto determinação econômica"*, o capital subsumiu o trabalho "*enquanto determinação material, ou seja, enquanto conjunto dos meios de produção*"¹⁷.

13. Idem, ibidem, pp. 70-72.

14. Idem, ibidem, p.145.

15. "*... o próprio processo de trabalho __ enquanto processo técnico de relação entre o trabalho e os meios de produção __ foi transformado pelo capital a ponto de torná-lo homogêneo à relação formal já existente entre trabalho e capital*" (Idem, ibidem, p.68).

16. Ou seja, "*... a técnica produtiva não é mais a antiga, é uma técnica nova, especificamente capitalista, na qual a subsunção do trabalho ao meio de produção não é mais apenas uma subsunção que pode ser captada no terreno econômico, mas é uma subsunção que se capta também no terreno material ... o trabalho é subsumido ao instrumento no sentido material da palavra*" (Idem, ibidem, p.68).

17. Idem, ibidem, p. 73.

A transição entre os dois modos de subordinação, para Marx, é "*uma fase historicamente bastante longa*"¹⁸. Frise-se: **fase historicamente bastante longa**. Isto porque, aparentemente, a passagem teria uma certa simplicidade: *uso de máquinas*.

Destaque-se, também, outro ponto, importante quando se quer interpretar especificidades, como o Brasil: esta fase (ou as passagens) *não ocorre ao mesmo tempo em todos os lugares*. E, acrescente-se, a compreensão dessa transição, desse jogo de forças, não deve ter apenas como referência de superação a produção pré-capitalista. Deve-se ter como referência, também, a produção capitalista sedimentada, tecnologicamente atrasada, comprimida pelo porte.

Uma interpretação *livre* leva à afirmação que a subsunção *permanece formal* (como transição) sempre que o processo de trabalho, tecnicamente, não sofre uma *revolução permanente*, deixando-se congelar no antigo "novo". O estabelecimento do novo parece ser a essência da subsunção real. É uma questão de acelerar a circulação do valor, já que, conforme Marx, "só através desse movimento (de capital) sempre renovado é que o valor continua se valorizando".

A subordinação real ao processo de valorização significa assegurar a diluição dos processos de trabalho pré-existentes no **interior** da produção, como já havia acontecido no vis a vis **horizontal** (exemplificado pela dissolução da produção artesanal). Nesse processo de homogenização ao capital do processo de trabalho, há uma destruição **permanente** (constante) destes, antes que congelem, e a substituição por novos, de forma a impedir que, como história, se tornem *sujeitos*. Há uma espécie de dialética da dominação com base no elemento surpresa, insegurança, distanciamento permanente criado como novidade. Em síntese, o capital passa a dominar inteiramente **não só a forma como também a matéria**. Assinale-se esta passagem.

Há, nessa dominação, uma relação necessária com a técnica¹⁹. Há um certo *caráter subjetivo presente na técnica*, de forma que a técnica capitalista na produção é a dissolução da subjetividade presente fora da produção, enquanto subjetividade presente a

18. Idem, ibidem, p. 68.

19. "... o processo de trabalho pré-capitalista está voltado para a produção de valores de troca com o objetivo do consumo de valores de uso (característica da economia mercantil) o que implica métodos e técnicas orientados para esse fim ... o processo de valorização coloca os valores de uso em posição secundária, e preocupa-se substancialmente com o valor e com a mais-valia (caracterizando a produção capitalista, cujo objetivo não é o consumo e sim a acumulação)" (MANTEGA, Guido, *Raízes e formação da economia política brasileira. A fase estagnacionista*. São Paulo: Universidade de São Paulo, Tese, 1982, p.43). Na subsunção formal "*como não ocorreram maiores saltos tecnológicos só há uma maneira de se expandir cada vez mais o capital ... a mais-valia absoluta*". Combina-se aí uma tecnologia pouco desenvolvida (*acelerada*), e portanto *baixa composição orgânica do capital* (estender para a produção industrial como um todo), com a produção de um determinado tipo de mercadorias "*voltadas para o consumo dos trabalhadores e não propriamente para a acumulação*" (MANTEGA, G., op.cit., p.45-46).

nível de consumo. E aqui, novamente, há uma aproximação com a análise sobre valor de uso e valor. Isto é, trata-se de um processo de abstração e generalização que também tem referência na transformação da forma de valor, embora esta possa parecer se resumir a uma história pré-capitalista. No caso do valor, sua expressão valor de troca vai se *aperfeiçoando* como resultado do desenvolvimento do próprio intercâmbio²⁰.

Ou seja, esta inclinação da tecnologia implica em primeiro lugar as condições para o seu desenvolvimento interior (que já estão dadas enquanto "necessidade subjetiva" da sociedade) e, em segundo lugar, uma tecnologia que forneça "esses valores de uso", ou seja, elementos capazes de incorporar trabalho vivo em ritmo superior e ascendente²¹. Isto implica o desenvolvimento da chamada **indústria de bens de produção e indústria de bens intermediários**, relativamente à indústria de bens de consumo. Sem essa transformação industrial a subsunção real fica comprometida. É ela que garante a *revolução tecnológica permanente de forma a superar a subjetividade que a coisa exige*. Morre-se muitas vezes, então, na conclusão de que a subsunção efetiva do trabalho ao instrumento é o uso da máquina, a realização **plena** da subsunção real do trabalho ao capital. Mas esta é uma questão mais complexa.

Há uma questão dos limites. Enquanto o processo de trabalho se **conserva**, mantém-se a forma. Enquanto não há uma revolução permanente da técnica, dos meios de produção, **da produção que tem que se fazer para isto, a quantidade de mais-valia está comprimida na forma**. Algo semelhante ocorre no espaço, na medida em que o passado materializado em formas urbanas determinadas (por exemplo, sua distribuição, etc.) pode, ao mesmo tempo que estimular, criar barreiras para a otimização, em outra escala, das necessidades da produção

A necessidade do aumento **indefinido** de mais-valia (a produção não ter outra determinação senão a quantidade de mais-valia), a necessidade de aumento de **escala**²², determina a passagem da subsunção formal à subsunção real.

Romper estes limites²³ significa criar condições para um **aumento contínuo** da escala do processo de trabalho, e isto somente se o trabalho sofrer uma

20. Assim "o desenvolvimento do equivalente geral em seus paulatinos distanciamentos, sua passagem desde a moeda (símbolo) até o papel moeda (signo) onde o valor de uso quase desaparece como suporte do valor de troca, a paulatina desmaterialização do valor no objeto que o representa. E, a partir deste processo de paulatina suplantação, ver como a "representação" se autonomiza da coisa representada para desempenhar sua função de pura significação, sem relação com aquilo que em princípio representava" (ROZITCHNER, L., op. cit. p.137).

21. Isto é, "valores de uso que **sistematicamente** fornecem o melhor suporte material para a expansão dos valores de troca" (NAPOLEONI, C., op.cit., p.87).

22. E aqui também dá para se fazer um paralelo com o espaço urbano.

23. Limite aparentemente natural. É como que tudo que signifique barreira para o capitalismo tenha que se conformar diante do avanço da razão. Dentro de uma concepção iluminista ingênua é a força da razão. Mas,

transformação técnica. É nesse ponto que se costuma concluir simplificarmente que basta introduzir a maquinaria, a cooperação e a divisão do trabalho na fábrica. A questão é **mantê-lo** como elemento do processo.

Portanto, o **símbolo** que a máquina representa com esta etapa, o símbolo do domínio da máquina (cuja função pode também ser entendida como a dissolução do tempo qualitativo), **não é o da máquina obsoleta**, é o da revolução da técnica, permanente; de forma a garantir o desdobramento da perda da subjetividade e do domínio da coisa para fora do processo produtivo estrito senso. A questão pode ser equacionada, então, nos seguintes termos: num primeiro momento a relação se dá na sequência operário-máquina-objeto, de forma que o operário está na posição inicial e ativa, e a máquina tem a simples função de mediação. Porém, num segundo momento, a sequência que se tem é máquina (sistema automático de)-operário-objeto, de forma que a máquina é o ponto de partida, é o lado ativo do processo e da relação, enquanto o operário ocupa a simples função de mediação. Ou seja, uma posição intermediária, *instrumental*, instrumento do instrumento²⁴. Então, conforme **Napoleoni**, reside na *essência da tecnologia* a inversão da relação entre trabalho e o instrumento.

Nesta transição fica evidente o capital como um processo geral de **reificação**²⁵. Ou seja, com essa tecnologia vai se perdendo o elemento de subjetividade, na medida em que o trabalho "*não é mais o elemento inicial da relação técnica com a natureza para a ativação do processo produtivo*"²⁶.

Assim, a reificação "*que já está incluída no conceito e na realidade do capital, torna-se efetiva e realizada na própria tecnologia produtiva*"²⁷.

para o homem, é a sua própria individualidade que é vista como barreira, algo natural que deve ser demolido. Nestas condições o homem é transformado em natureza.

24. Veja-se as observações de **NAPOLEONI** (*op. cit.*, p.88-89).

25. "*no sentido de que o processo produtivo, quando dominado pelo capital, é um processo produtivo não mais vinculado ou tendo como meta a subjetividade do homem, ou seja, seus carecimentos, mas tendo o próprio fim em si mesmo, razão por que o processo se esgota na coisa (que é precisamente a valorização do valor já existente)*" (**NAPOLEONI**, C, *op. cit.*, pp. 88-89).

26. *Idem*, *ibidem*. Segundo **Marx**, agora a máquina é "o virtuose", o "que possui uma alma própria". Nestas condições há uma *personificação de coisas* e uma *reificação de pessoas*.

27. *Idem*, *ibidem*.

PARTE 3

A CIDADE FETICHISTA

"O mais sombrio, hoje, é que deixou de ser monstruosa a idéia de que a subjetividade, os detalhes da vida íntima e a produção de necessidades sejam determinadas por forças que estão fora do indivíduo. A vitória fulgurante do individualismo burguês no cenário mundial é contemporânea do processo de extinção do indivíduo histórico".

(Fernando Barros da Silva, *Eufemismo oculta barbárie*. Folha de São Paulo, 21.06.92)

A CIDADE: ESPELHO DO HOMEM

A cidade, num sentido geral, é (também) a objetivação do homem. É a sua expressão. É a **sua natureza**, fora de si mesmo. É a manifestação de seus poderes e a confirmação deles. A cidade é o objeto do sujeito com o qual ele está em permanente contato. É o mundo no qual ele se contempla.

Trata-se de um mundo "*artificial*", feito pelo homem. Ou "*natural*", no segundo sentido de Marx, da natureza do homem, isto é, criado pelo intermediário social.

A cidade, como natureza do homem (objeto, prolongamento, consciência), é mediada a ele através da interação (tríplice e dialética) com a "*indústria*" (o produto do homem e os instrumentos que utiliza). Por outro lado, a própria cidade é, num certo sentido, essa própria indústria: produto e instrumento.

Nesse sentido, a humanidade do homem, frente a este espaço produzido, é o seu **descolamento**, o seu **destacamento**, a sua **não identificação** com o objeto, o não se perder na massa dos objetos, o não se diluir na cidade. Este é o lado positivo: o distanciamento como a construção de si mesmo¹.

Assim, a relação fundamental com o urbano pressupõe um mundo que reflete a universalidade do próprio homem e o reflete.

Mesmo para as novas formas urbanas é talvez possível afirmar que há um ideal de beleza o qual, tentando ser absolutamente mercantil, procura ser total, abranger toda a percepção, abraçar todos os detalhes.

A Cidade Invertida

No entanto, a sociedade produz, juntamente com a construção e identificação com a cidade, a *inversão*. Desta forma aquele *distanciamento* é resignificado

1. "Quando a **natureza** se tornou **paisagem** __ por oposição, por exemplo, a inconsciente *vida na natureza do camponês* __ a imediatidade artística da experiência vivida da paisagem que, evidentemente, atravessou muitas mediações, passou a ter como condição de acesso a esta imediatidade a existência de uma distância, espacial neste caso, entre o observador e a paisagem". "... a paisagem só começa a ser paisagem a partir do momento em que o observador se encontra a determinada distância" (LUKÁCS, Georg, *História e Consciência de Classe*. Porto: Escorpião, 1974, p.177).

porque o próprio homem é colocado como objeto e está distanciado de si mesmo. Então, o espaço organizado, que poderia ser a objetivação da vida "genérica" do homem, passa a aprisioná-lo. A constituição do urbano vai se tornando, para o homem, apenas "*simples meio de sua existência individual*".

No urbano, fruto do capitalismo², há um processo inesgotável de separação, de distanciamento, entre a própria objetividade do urbano e a condição subjetiva que o constrói³. Na produção do seu espaço, o sujeito está mais distanciado dessa sua obra. Há uma cunha do "outro". Há uma lógica objetual que não é, simplesmente, a cidade objetivada, suas formas. Na essência, é uma lógica da mercadoria, do dinheiro, do capital. Esta vai, historicamente, se impondo ao sujeito.

É justamente a "*maximização da tendência à alienação*" que também caracteriza o urbano.

Uma das questões é a própria transformação do urbano em "*coisa*". Esse urbano, como "*trabalho acumulado*", pode ser entendido como um **passado**, atividade do sujeito objetivada, que controla o sujeito. Não se trata de um passado que redime o sujeito, mas um passado expresso como mundo que o controla.

Esse funcionamento do "trabalho", independente do sujeito, expressão do trabalho alienado, significa a coisificação do objeto. Se a própria atividade do homem é hostil, o homem, então, não é sujeito através do trabalho.

Mas há uma outra questão que envolve o distanciamento da cidade como espelho do homem. Neste processo de alienação entre homem e cidade há dimensões que negam esta própria relação. Nestas condições a própria construção do urbano é negada e contraposto a ela aparece uma construção que parece objetual, no qual o sujeito rigorosamente não existe. No seu imaginário, Alphaville se *contrapõe* a São Paulo, por exemplo. O próprio nome Alphaville significa a primeira, a principal cidade. Contrapõe-se por espaço, segurança e infra-estrutura. Alphaville empresarial *garantiria* um desenvolvimento *ordenado e harmonioso fiscalizado*. A cidade empresarial (o todo

2. A "dicotomia cidade/campo não foi meramente **transformada** no capitalismo (numa suposta dicotomia urbano/rural); senão ela foi completamente aniquilada, dissolvendo a ambos, a cidade e o campo, no espaço urbano" Antes do capitalismo, "a dicotomia cidade-campo se originava de uma dicotomia na esfera da produção: a saber, a separação da produção para subsistência e da produção do excedente - a *renda*. Essa última, base da organização social, era restrita ao cultivo da terra. Operava-se assim a separação da *produção* (de excedente) no campo e da troca/consumo na cidade ... a produção capitalista de mercadorias num mercado unificado impõe a redução da prévia dicotomia cidade/campo e a redução da constelação de espaços locais a um espaço único, no qual mercadoria, trabalho e capital fluem livremente" (DEÁK, Csaba, "*A cidade: do burgo à metrópole*". Espaço e Debates, 34, 1991, pp.113 e 119).

3. Walter Benjamin destaca que no "espetáculo da multidão, o **indivíduo se perde** e para ele a cidade se torna **ora paisagem, ora vitrines**. Em seguida, paisagens e vitrines **se tornam "magazines"**" (MATOS, Olgária C.F., *Os Arcanos do inteiramente Outro*. São Paulo: Brasiliense, 1989, p.75).

Alphaville), gerenciada, se coloca como o avesso da cidade *real*. Aliás não é forçado chamar toda Alphaville de cidade empresarial. Um exemplo é a proximidade entre o setor empresarial e o residencial quanto à segurança. A segurança dos residenciais está ligada a *central do Centro Empresarial de Alphaville*⁴.

A inversão da força significa que a "máquina" - a racionalidade capitalista é o lado ativo. Por exemplo, na estruturação de uma rua o lado ativo ainda é o comerciante. Mas no shopping center o comerciante é apenas a simples função de mediação. É **instrumental**. Esta inversão **essencial** da relação entre instrumento e subjetividade, também vale para a cidade e requer pré-requisitos históricos.

Esta força invertida pela dinâmica do processo de produção e acumulação, como processo de perda da subjetividade em outro patamar, desdobra-se para fora da produção em si⁵.

4. É preciso entender isto além do próprio óbvio, como ser natural que o grosso dos equipamentos de segurança se voltem para o setor empresarial. Mas esse caráter polarizado que o residencial assume é metafórico. Há um lado aparentemente contraditório que é a escolha, pelos moradores dos residenciais, dos diretores do Centro Comercial e de diretores do Centro Empresarial.

5. A subjetividade como barreira. Como já se afirmou, a questão é romper limites. O capitalismo rompe limites. Os limites naturais, os limites do mito. Impõe-se a razão. Mas a própria individualidade do homem é vista como barreira. É vista como algo de natural que deve ser superado. Nestas condições o homem é transformado em natureza e a cidade se constitui como uma *Cidade Medusa*.

A CIDADE AUTONOMIZADA

O processo de transformação do urbano em coisa significa o seu processo de **autonomização**, reproduzindo-se a partir de uma dinâmica própria.

Não é uma questão que se restrinja à relação do indivíduo frente à cidade, mas **do sujeito**, do ser vivente neste urbano capitalista como um todo, frente ao mundo por esse todo criado.

Há uma autonomização desse urbano coisificado sobre os sujeitos, que é progressiva, de forma que há sobre eles, "cidadãos", uma espécie de grande sujeito que se impõe, transformando-os em pequenos sujeitos, de segunda classe.

Nas novas formas urbanas destacadas em São Paulo pode-se exemplificar a autonomização. Há uma explosão de formas amplas, programadas, administradas, alheias às definições puramente locais, voltadas a si mesmas. Alguns vêem a questão como um descolamento, uma descontextualização, entendido como um movimento de concretização da abstração⁶. Isto é visto como um movimento de "desterritorialização, de decodificação, promovido pelo capital"⁷. Haveria no desenvolvimento do capitalismo uma tendência a desterritorializar tudo, "dissolver o sentido que se atribuía anteriormente às pessoas, às coisas, aos valores, para colocar em seu lugar o valor, quantidades abstratas de riqueza e de trabalho, para fazer com que o artifício ganhe corpo"⁸. No entanto, deve se destacar que essa concepção de desterritorialização do solo (apropriação), decodificação dos meios de produção (apropriação), privação dos meios de consumo (dissolução da família e da corporação), decodificação do próprio trabalhador (em favor do trabalho e da máquina), tem mais uma leitura *horizontal*. A questão tem uma outra profundidade.

No caso do shopping center a sua existência requer a existência dos lojistas, mas a produção do shopping center *independente desses lojistas*. Trata-se de um processo que é autônomo em relação a eles e à história concretizada por eles: as ruas de comércio. A partir de iniciativa do grande capital ("absoluto ou relativo") exterminam-se os "sujeitos" parciais, diluídos enquanto administração e racionalidade capitalista. É autônomo também

6. SANTOS, Laymert G., op. cit., p. 88.

7. DELEUZE, G. e GUATTARI, F., *O Anti-Édipo. Capitalismo e Esquizofrenia*. Rio de Janeiro: Imago, 1976.

8. SANTOS, L., op. cit., p. 88.

em outro sentido, dos consumidores, na medida em que não é uma sujeição a uma vontade consciente. Produzem-se os *habitantes* da nova realidade. Nem o mercado, nem o comércio, são responsáveis pela sua constituição⁹. Trata-se de um dinamismo próprio ao processo de produção. Há uma *estranheza* na sua constituição pioneira¹⁰. Há, então, uma desconfiança, pelo **distanciamento** entre o Iguatemi e os centros comerciais tradicionais. Há uma certa resistência por parte dos consumidores do espaço (o que provocou, no seu início, a venda e não o aluguel das lojas). Questionava-se o local fechado com lojas internas.

A distancia do Iguatemi frente a estas referências citadas também tem um outro lado. O Iguatemi, de início, está distanciado do seu entorno imediato pelo estacionamento frontal. Este é o modelo norte-americano para as mega-estruturas comerciais. Porém, tanto em função do alargamento da avenida Faria Lima (abertura da avenida), como da expansão da área construída do shopping, o Iguatemi se aproximou da rua. Isto, no entanto, não permite dizer que *há um diálogo* com a rua. Ele não é um elemento da rua. Mas, isto não significa que não haja interesse no trânsito imediato e que significa também consumo. Da mesma forma, o Shopping Paulista, no prolongamento da avenida Paulista, também se vale desse público circulante local

O Centro Empresarial, por sua vez, não faz referência à *tradição* local. Ele surge sem considerar qualquer sinalização, até dos futuros usuários. Ao contrário, *ele se impõe como futuro* e cria o futuro e, num certo sentido, o seu participante. Daí também uma certa resistência. A área escolhida é considerada *estranha* para tal empreendimento. Mas ele se firma e se torna referência. Ele abre caminho, faz o caminho. Não é apenas uma nova área, numa nova escala (sem uma verdadeira vizinhança), que se instaura. É também a formalização diferente no espaço. Há uma espécie de continuidade rompida. Instaura-se uma outra lógica que vai além dos próprios usuários e que *também os disciplina*, cria regras. Embora sem o sentido de vizinhança, a presença de mega-empreendimentos, como o Centro Empresarial, pode criar áreas de envolvimento, numa outra escala (diferente da rua) e sem o sentido tradicional. A questão da proximidade, pelo menos num primeiro momento, não se destaca e o Centro Empresarial "*convive*" com o bairro de auto-construção e não precisa estar valorizado por estar próximo de área residencial de luxo.

9. A respeito do shopping center, Silvana M. PINTAUDI (*O Templo da Mercadoria. Estudo sobre os Shopping Centers do Estado de São Paulo*. Tese. São Paulo: Universidade de São Paulo, F.F.L.C.H., 1989, p.152) afirma: "ele não é fruto do prolongamento, da expansão comercial de um lugar, **mas fruto de uma ruptura com o virtual destino de um lugar**".

10. O que hoje parece mais estranho é a resistência a sua implantação, tal o grau de desejo que atualmente desperta.

Obviamente a questão da proximidade também está resignificada tendo em vista a aceleração na sociedade moderna, como o desenvolvimento das novas tecnologias de comunicação e transporte. As telecomunicações e a aceleração que contém revelam todo um espírito da época mais moderna. Em relação ao espaço não se pode esquecer que "as telecomunicações percorrem indiscriminadamente todas as regiões, põem lugares até agora isolados em contato direto com os centros eletrônicos de influência e trazem a informação e a experiência de toda a parte para toda a parte"¹¹. Nesta velocidade, tal como a multidão na metrópole do século XIX, há um acostumar-se com o encontro, com a trombada, com o esbarrão, *de lugares*. O choque encavala o espaço¹².

Em Alphaville Residencial tem-se a produção de um *morador* e a produção de uma área residencial em meio a uma área não residencial. Também aí tem-se um mega-empresendimento que funciona como um grande sujeito que define regras e que cria (as casas iniciais e o padrão, por exemplo). A própria idéia de criar Alphaville como um todo antecede a uma exigência próxima de mercado. O empreendedor pensa o lugar como uma cidade satélite, como um centro empresarial e só depois, como um desdobramento, adapta-se à "dinâmica do mercado" entendida como atrativos e redução de custos pela colocação de uma infra-estrutura básica. O residencial aparece como este *desdobramento* a partir da idéia original.

Há nesse urbano autonomizado um "**sujeito sem objeto**". A realidade o surpreende, mas não como uma incomensurável possibilidade de expressão, e sim como um atropelamento. É um "**objeto sem sujeito**", que tem a sua própria dinâmica, e que vai definindo o que é comercial, residencial, de serviços, o que pode e o que não pode, como se comportar.

Não há nesse urbano, fazendo um paralelo como Marx, propriamente um sujeito "humano", porque na medida em que ele não pode se expressar plenamente no objeto, e na medida em que o **objeto vai ganhando autonomia**, a sua essência está fora dele mesmo.

11. RELPH, E., op. cit., p.110.

12. Deve-se notar, ainda, que a aceleração (e a desaceleração) se acentua, mais recentemente, com o controle remoto: o break ininterrupto. Relph cita uma pesquisa de Joshua Meyrowitz (*No Sense of Place*, Oxford: 1985) na qual constata que nos Estados Unidos as pessoas vêem em média 30 horas de televisão por semana. Essa devoção a uma atividade passiva (reflexiva?) deve ter importância na percepção social.

A CIDADE ABSTRATA

Há entre o mundo material, urbano, e o mundo interior, o sujeito, um distanciamento representado pela **transferência de força**. O sujeito então passa a correr atrás dessa força, procurando se reencontrar, **mas** já atrás de uma realidade (e força) **autonomizada** pela coisa. Não é possível aí então um encontro real¹³.

A autonomização representa para o sujeito o desenvolvimento de um novo "político". "Sujeito" que só existe para a autonomização do objeto-coisa. O gerenciamento científico e a padronização planejada, presentes nas formas urbanas, mostram esse ângulo da questão.

A gerência científica mexe profundamente com a organização interna das empresas e se utiliza de métodos científicos no controle do trabalho. Entre as suas metas estão a procura de uma redução no caráter *autônomo* da demanda dos produtos e um incremento do caráter *induzido*; desenvolvimento de uma administração como processo de *controle*; incorporação de uma função de *coordenação social* que substitui a própria função pública¹⁴.

No caso dos shopping centers o gerenciamento é muito evidente na medida que todo um conhecimento, antes disperso pelo comércio (como o ponto, as normas de funcionamento, etc), passa a ser uma espécie de *monopólio* apenas dos empreendedores e seus agentes representados pela administração. No shopping, a gerência científica procura reduzir o caráter autônomo da demanda tendo em vista a produção quantitativa e qualitativa de clientes. O espaço entra como uma externalidade a ser dominada. Entre as manifestações estão a perda de "autonomia" do lojista e a presença de um espaço programado. O controle sobre o espaço imediato do shopping é rigoroso (tenant-mix, decoração, segurança, estacionamento, promoção, etc). A procura do controle sobre o mercado inclui, aqui, não somente a indução do consumidor, como o espaço construído.

13. A respeito já se citou Marx dos Manuscritos. Marx comenta a estranha relação que explica o consumismo. Quanto maior a atividade do trabalhador mais carente de objeto será ele. Mais do que uma simples constatação riqueza do capital-miséria do trabalhador, isto significa também um processo de esvaziamento do sujeito e uma carência. E quanto maior essa capacidade de realização objetiva, nas condições em que se faz, maior a carência. Os mega-empreendimentos, como o shopping, já se assinalou, representam um bálsamo comparável aos templos do passado. É um encontro imaginário e alienado.

14. BRAVERMAN, Harry, *Trabalho e Capital Monopolista. A Degradação do Trabalho no Século XX*. Rio de Janeiro: Zahar, 1977, pp. 228-235.

A administração que herda um shopping já localizado interna e externamente, funciona como uma racionalidade que transcende as iniciativas capitalistas particulares e que se sobrepõe a elas, envolvendo um estrito controle de padronização comercial que vai do projeto de instalação até as normas de funcionamento. E, além disso, a sua própria existência como gerência científica torna ainda mais complexa a função da administração na medida em que introduz pesquisas de mercado e outras novidades desconhecidas do pequeno capitalista.

A idéia de uma "engenharia da qual o homem não é sujeito mas objeto" no urbano que se transforma, vai além da imagem operário-shopping center-exclusão. **Não é apenas uma exclusão de posse estrito senso**, o que não é novidade. É uma exclusão de uso, igualmente. Está fortemente enraizada na cidade.

Porém, destaque-se novamente, **não se trata apenas de um sujeito enfraquecido que é atraído por um objeto-obra** (cidade) **fortalecida**. Não se trata apenas de uma relação oposta sujeito-objeto. **O homem incorpora, em si mesmo, a dimensão mercadoria**, e este estranho é responsável também pela sua identidade com a coisa.

Essa dimensão interior encontra-se naquela dimensão exterior. Neste caso trata-se de uma identificação com o não qualitativo, com o quantificado.

O processo que separa o trabalho dos sujeitos, significando a **dominância** sempre maior e aprofundada do **trabalho abstrato**, sem qualidades, é uma constante para toda a sociedade moderna e, portanto, também para o urbano.

Há um processo de **abstração** no urbano que, ao submeter as qualidades dos sujeitos, dissolve-os num "*processo de racionalização produtiva*". A racionalização na produção do espaço decompõe as qualidades de forma a programá-las em elementos simplificados. A abstração pode ser entendida como uma aproximação importante entre mercadoria e fetiche: "quanto mais produz artifício, mais o capitalismo inscreve a abstração na realidade, quer dizer, na sociedade"¹⁵.

Nessa cidade abstrata há uma espécie de desconsideração das diferenças "topográficas", uma descontextualização relativa. Isto aparece tanto num sentido puramente formal (com a reprodução das mesmas formas em diferentes lugares¹⁶) como num sentido mais geográfico (desconsiderando pretensas vocações locais e referências imediatas).

A questão adquire contornos mais nítidos e de impacto neste final de século, mas ela já está presente no século XIX. Isto pelo menos na Inglaterra das grandes cidades.

15. SANTOS, Laymert, op. cit., p.88.

16. Shoppings iguais em diferentes cidades e países, centros de escritórios como ilhas nas mesmas condições. Um outro exemplo, para ficar apontado, é o lançamento de *Alphaville Campinas*.

Na ocasião, o Estado define novas técnicas no espaço urbano capazes de enfrentar as doenças e epidemias, criando uma ideologia sanitária e orgânica da cidade. Esta leva a um distanciamento do natural, não apenas iluminista, mas instrumental. Os projetos de canalização de água e esgoto, as companhias privadas de esgoto, por exemplo, criam condições para uma nova habitabilidade não mais circunscrita às características de um local. "As consequências destes desenvolvimentos técnicos são importantes e isto por várias razões. Por um lado, as condições de habitabilidade não estarão mais circunscritas pelas características de um local; elas não remetem mais às qualidades de um solo, de um clima, nem a uma localização das casas, dos bairros e das cidades num entorno qualitativamente diferenciado. A partir do século XIX, estes princípios de localização e distribuição, que tinham no século precedente uma grande importância, deram lugar a princípios teóricos e técnicos referentes à gestão dos fluidos". Notemos que esses "fluidos" podem assumir um caráter simbólico. "Não habitamos, portanto, mais um lugar definido pela proximidade de um charco ou de um hospital, pela direção dos ventos, pela alternância das estações de culturas, pela passagem de meteoros, pelas características do céu ou pela dessecação de um lago; habitamos formas técnicas no interior das quais mecanismos canalizam fluxos e mantêm nossa saúde. O habitável então não tem mais limites naturais e sim limites técnicos, econômicos e políticos". É nestas condições que se desenvolve o "survey", para aprender o espaço urbano, desconsiderando os dados sensíveis-culturais, e enfatizando a topografia e a geologia. Há uma dissolução da cidade em benefício de uma concepção do urbano como meio, onde se entrecruzam os órgãos da maquinaria e os componentes físicos de um terreno¹⁷.

No começo do século, as teorias de localização como as de Alfred Weber ou de Losch entendem o espaço como uma fricção que custa. É bem a perspectiva da unidade privada que vê o social como constrangimento. A distância é fricção e custo. Trata-se de um entendimento que retrata a empresa num estágio concorrencial do capitalismo. Se por um lado ela está livre de regulamentos e normas, por outro lado ela está completamente afastada do social que para ela é o mercado. Este é para ela um **ambiente natural**, rígido, dado, sem opção e que não comporta desejo. Ela está inteiramente submetida a ele. O espaço social é visto pela empresa (na crítica de Lipietz) como um dado, uma divisão inter-regional de trabalho, um capital fixo materializado pré-existente, uma localização dos "mercados", um estado do sistema de transportes e de comunicações, uma estrutura de

17. BEGUIN, François, "As maquinarias inglesas do conforto". Espaço e Debates, 34, XI, 1991, pp. 42-3. Um exemplo interessante é citado por E. Relph. Trata-se de um anúncio, de 1895, da Bell Telephone e que atenta para a eliminação da distância: "1000 miles and return in 5 minutes".

espaço jurídico. A questão para ela é onde se inserir dentro desta paisagem "dada". Essa contradição é absorvida parcialmente pela empresa com o monopolismo.

Um outro exemplo do século XIX, é o papel original dos elevadores, além da expansão vertical¹⁸. Neste caso, a capacidade de vencer distância aparece como derrotar a distância.

No começo do século XX, outro exemplo, é o cartaz comercial que parece ter sido criado para ser notado "sem olhar ao seu contexto ou a sua vizinhança"¹⁹. Nesse cartaz do começo do século já há uma descontextualização iminente. Um exemplo de hoje poderia ser um luminoso sobre a favela.

Há um ideal de reduzir esse custo na medida da indiferença da fricção, da anulação da fricção, da textura. Para algumas indústrias atuais há uma elasticidade das condições de suas localizações de forma a definir "áreas de indiferença". Dentro delas a localização pontual é indiferente. O crescimento das áreas de indiferença está relacionado à internacionalização da produção.

No ideal das grandes empresas e do planejamento também fica entendido esse desejo de um espaço sem textura. E esse é um dos aspectos contraditórios e em crise do planejamento e do moderno como totalidade salvadora. Embora, no seu ideal, surja como uma luta contra o "pior da comercialização" (o espontâneo) a prática generalizada tem sido a de ignorar o circundante, o qualitativo.

Porém no século passado, e pelo menos até a metade deste século, a questão da superação da textura local tem um aspecto muito mais destrutivo, de arrasa terra e nisto se aproxima da própria concepção de guerra²⁰. Há uma *horizontalidade* ainda muito forte que, por exemplo, não se encontra nas novas formas urbanas.

Aqui pode-se fazer uma distinção entre as novas formas urbanas selecionadas e coisas como os conjuntos habitacionais da Cohab. Embora aparentem muita semelhança, enquanto descontextualização, há nas Cohabs e outros conjuntos habitacionais uma política de arrasa terra semelhante às concepções desenvolvidas para o espaço higiênico no século XIX²¹. Nisto fica mais evidente a maior distância dessas novas formas

18. "Tal como nos escritórios, os elevadores tinham a vantagem de igualar o valor de todos os andares e mesmo de tornar os andares superiores mais prestigiosos. Com os elevadores, mais alto significa melhor, e não apenas mais escadas para subir" (RELPH, E., *op.cit.*, p.47).

19. RELPH, E., *op.cit.*, p.73.

20. Para "muitos urbanistas europeus a guerra era encarada como uma benção dissimulada, porque destruiu muitas zonas congestionadas e ineficientes da cidade ... toda a área podia então ser reordenada de uma forma moderna" (RELPH, E., *op.cit.*, p.130). Virilio já havia notado a proximidade entre velocidade e guerra.

21. Contraditoriamente, a idéia dos conjuntos, de uma solução total e que se impõe, o arrasa terra, se perde no próprio desenvolvimento do entorno, na medida em que tornam-se *bem visíveis* (RELPH, Edward, *op.cit.*).

urbanas tanto do moderno como do moderno decadente. O Centro Empresarial São Paulo, por exemplo, está distante dos antigos edifícios modernos de escritórios²², embora não tenha nenhum diálogo com a rua, ou revivalismo da rua, como os edifícios pós-modernos.

Na sociedade moderna vai se caracterizando um processo de compreensão do espaço como homogêneo e uma inscrição nele sem ressalvas²³, de um lado. Mas por outro lado, há uma mercantilização das diferenças qualitativas e a transformação delas em valor²⁴, conduzidas como sedução.

O processo de abstração tem um lado revolucionário, o de romper com o já constituído, com a *naturalização* do mundo. Permite ir além dessas *prisões*. Mas também significa, por causa da *inversão*, a criação de novas limitações. Esse processo, que se assemelha a uma libertação do mundo das restrições, tem suas quebras dirigidas pela **autonomização** do processo. Não há, assim, uma libertação real. A dinâmica do processo faz com que ele pareça natural, ou seja, do âmbito do natural, da lei natural. Sendo assim, a criação das novas formas aparece como um processo "natural", **cego**, e portanto **irracional** (além da direção do sujeito). É a **cidade irracional**.

22. Enquanto o Centro Empresarial, no nível da entrada, reproduz um mini-shopping, com lojas, lanchonetes, restaurantes, as entradas dos grandes edifícios modernos tem "pouco para ver no rés-do-chão; apenas uma secretária de segurança, talvez um mural, uma lista de todas as companhias inquilinas e uma bateria de elevadores para transportar os executivos aos centros nevrálgicos ocultos das companhias. Não há produtos em exposição nem se publicam serviços. Aqui, a riqueza das companhias é discretamente revelada através de acabamentos caros em cromados e mármore polido italiano" (RELPH, E., *op.cit.*, p.153).

23. Como tendência, é uma característica do moderno na própria arquitetura, pelo menos desde o começo do século. As concepções pós-modernas na arquitetura aparentemente contradizem isso.

24. É interessante lembrar algumas observações de Fredric Jameson que aproxima a pós-modernidade a uma forma pura de mercantilização, "onde há menos enclaves de elementos pré-capitalistas, onde as coisas são mais puramente capitalistas". Nesta perspectiva "o marxismo (lhe) parece mais relevante que nunca". "É muito interessante definir o capitalismo tardio (terceiro estágio do capitalismo) como essa forma pura de capitalismo, **de onde uma série de resíduos do passado desapareceram**" ("*Um marxista invade a seara pós-moderna*", Folha de São Paulo, 08.08.92, p.I-8). Mike Davis polemiza com essa questão da superação dos elementos pré-capitalistas ao tomar como exemplo Los Angeles, a cidade protótipo do pós-moderno. Em Los Angeles, "a transformação dos arredores decadentes do centro de Los Angeles em um importante centro financeiro, sede de importantes corporações do eixo econômico do Pacífico ... deu-se ao mesmo tempo em que ocorria a deterioração da infra-estrutura urbana em geral e uma nova onda de imigração". Desta maneira, conclui Davis, "o capitalismo pós-moderno longe de eliminar os últimos enclaves da produção pré-capitalista, como sugere Jameson, trouxe descaradamente à tona as mais primitivas formas de exploração humana" (DAVIS, M., *op. cit.*, p.95).

A CIDADE ILUSÓRIA

O processo de abstração no urbano, na medida em que é automização *naturalizada*, é também a criação de um imaginário, alienado, pelo sujeito. Ou seja, insere-se, além do lado **irracional**, um lado **irreal-ilusório**.

Na medida em que o mundo criado pelo homem, entendido também o urbano, não permite a ele contemplar-se realmente, e na medida em que está "sujeitado a um poder exterior e privado de sentido da sua própria atividade"²⁵, ele inventa "um mundo irreal" e se submete a ele²⁶. O fetiche aparece então como adoração e as novas formas urbanas (também) como uma cidade adorada.

Pode se apontar três níveis nessa identificação. Há uma identificação pela proximidade entre o *estranho* do eu (interiorizado, reificação do sujeito) e o *estranho* como coisa (o objeto coisificado). Há uma outra identificação, como procura do eu enfraquecido atrás da força (que foi transferida para a coisa). E ainda uma outra identificação, do eu delirante que cria um mundo irreal adorado.

A relação do sujeito com a cidade pode ser representada quando se leva em conta a "forma relativa do valor"²⁷. *Eu sou ele*. Pode-se pensar nos shoppings e a relação do consumidor com as vitrines de mercadorias e com a exposição arquitetônica e urbana que o próprio prédio contém. Ou, em Alphaville, na relação do morador com os padrões definidos pelo empreendedor, com as casas pioneiras feitas pelo empreendedor, com as casas dos moradores mais antigos. Isto, de alguma forma vale para toda a cidade, embora nas formas planejadas e autonomizadas a questão fique ainda mais evidente.

No caso das vitrines dos shoppings, é preciso acrescentar: vitrines e fachada da loja. A composição de fachadas, de cada loja ou no seu conjunto, constituindo um movimento, corresponde a uma nova linguagem que transformou-se em mercadoria também: "a loja passa também a ser uma *mercadoria* que vende". Isto significa não só uma **mercantilização do espaço nas suas minúcias**, como também, por ser mercadoria, a possibilidade de um processo programado de obsolescência e necessidade de renovação

25. A propriedade ativa, interna do homem, o trabalho, tornou-se exterior ao trabalhador.

26. Aqui está também a questão do sofrimento e o fetiche como uma solução de compromisso.

27. Trata-se de uma metáfora-mãe para o conjunto das representações do sistema, como afirma Bernard DORAY ("*Da produção à subjetividade — referências para uma dialética das formas*". Em: SILVEIRA, P. e DORAY, B., op. cit., p. 92).

permanente. A relação fachada-loja significa "a importância de uma linguagem nova para atrair o consumidor, onde se combine o marketing aplicado e a arquitetura de interiores e externa para obter melhores resultados no desempenho das vendas": "uma sintonia entre o produto e o ambiente onde é vendido e o seu comprador. Assim a loja passa a ser também uma "mercadoria" que vende". "Não se deve esquecer, porém, o inevitável envelhecimento de imagem que está vinculado ao ciclo de um produto. A arquitetura comercial de lojas e similares tem um maior grau de efemeridade, flutuando em constantes oscilações, como a própria moda"²⁸ A idéia de um **ambiente que flutua** lembra a própria fantasmagoria da mercadoria. Por outro lado, esta aproximação loja-moda deve fazer com que não se esqueça a referência negativa que está sendo feita ao passado (e daí com o vínculo com o passado). Ou, como diz Walter **Benjamin**, o anterior, pela moda, costuma ser visto como anti-afrodisíaco. E ainda, esta aproximação com a moda relaciona-se com a própria aceleração: "A moda é questão de velocidade; de tornar efêmero o belo; de grifar uma assinatura, mais importante que a moda exposta"

O espaço se dissolve em sua concretude e se torna marca, signo²⁹. Numa tendência que começa no século XIX com as embalagens que procuravam preservar um mundo interior ameaçado, *não só o produto é embalado* (e há toda uma "arte" da forma, o *design*)³⁰ como também a loja através do que é chamado **imaginaria**. Esta é uma característica muito aproximada ao pós-moderno, segundo alguns autores. Ela não aparece, no entanto, como uma novidade que rompa com o afloramento da dimensão mercadoria no cotidiano urbano. Um outro exemplo próximo é o tal aspecto de vila do Centro Comercial de Alphaville

Cria-se uma *ambiência* que dilui os conteúdos "reais" de forma a induzir ao produto, que por sua vez, é mediado pela marca. A história vira "estilo e atmosfera próprios" de forma a ser utilizada flexivelmente. A criação de ambiência pode ter como elemento vestígios do passado que são produzidos ou uma criação a partir de um passado inventado. Veja-se o exemplo de Aldeia da Serra, da Construtora Albuquerque, Takaoka: "É a sua chance de ir para a Morada das Flores, ao lado da pracinha bucólica da **Vila da Aldeia**, com **igrejinha**, coreto, iluminação estilo colonial e muita tranquilidade, auxiliada, é claro, por um sistema de vigilância de 24 horas". E ainda: "Na igreja __ que pode ser

28. Cláudia **Garrido** ("Um toque de classe". A Construção São Paulo, 2058, pp. 10-13.

29. Isto o aproxima de uma teoria da linguagem. As formas aparecem como a parte física de um signo. Essas grandes formas, fragmentadas a nível da aparência no concreto urbano, corresponderiam também a uma linguagem de signos. Os hiatos revelariam mais do que parecem. Nesta sucessão haveria uma linguagem revelando discursos. O espaço estaria aproximado das afirmações de Saussure para quem "nos movemos na significação pela posição das coisas".

30. E a embalagem vai além da própria propaganda, esse exterior que fala do produto. A embalagem confunde-se com o próprio produto, *com o seu corpo*. **O mesmo vale para a nova concepção de loja.**

frequentada livremente, apesar de localizada dentro de uma área mantida sob vigilância ___, algumas pequenas relíquias podem ser vistas, como a pia batismal e o repositório da bíblia, obras do artesão mineiro Bié, em pedra-sabão"³¹.

Robert Venturi (*Learning from Las Vegas*) já chamou a atenção para uma estética centralizada na comunicação visual nas cidades contemporâneas³².

A mercadoria exposta nas lojas (a força que ela representa) ou a mercadoria estruturada como padrão de casa (como as primeiras trinta casas de Alphaville 1) e vizinhança é o espelho no qual se mira o sujeito. Isto tanto enquanto *sujeito enfraquecido pela coisa*, como quanto *mercadoria impulsionada à troca*. Essa realidade exposta funciona para dar força ao sujeito enfraquecido (e para valorizá-lo?). O sujeito, reduzido a consumidor, perde sua identidade e **se confunde com a realidade exposta**. Ou seja, como na relação linho-casaco, o sujeito-consumidor ao se mirar no espelho não se reconheceu como sujeito, mas se reconheceu com a mercadoria³³.

Assim como o linho apontando para o casaco, o sujeito alienado diz: "*meu valor é o dele porque ele é igual a mim; e nós dois não valem como corpo, valem como a mesma realidade sublime, a mesma imagem*" (Marx)³⁴. E isto vale para a cidade, como espelho, pois o homem "*não vem ao mundo com um espelho ... a princípio se mira e se*

31. Folheto propagandístico de Morada das Flores, uma das "moradas" de Aldeia da Serra.

32. Lauro Cavalcanti cita um trabalho de Venturi, um gigantesco painel luminoso como fachada para um estádio de beisebol, feito no fim dos anos 70. Neste a luz funciona como "informação pura". A fachada assume uma dimensão virtual: só existe a partir do que é projetado nela. Nos shoppings a luz também compõe uma realidade, através dos seus filtros que priorizam. "Não é à toa que uma das regras elementares de projetos para shopping centers seja utilizar unicamente luz artificial, evitando-se o contato com o exterior, de modo que o consumidor em potencial perca a referência temporal e alongue sua permanência nas lojas". (CAVALCANTI, Lauro, "*Luz e Arquitetura*". Ciência Hoje, vol.15, 87, 1993, pp.56-58).

33. Na relação o casaco, que é valor de uso aparece, nesta forma equivalente, para encarnar valor. Isto decorre "de sua função social específica na relação com o linho". Este "caráter puramente social ... de que se reveste uma das faces do valor de uso da mercadoria, em função de equivalente, nada mais é do que a encarnação nessa mercadoria de uma espécie de razão social mercantil, que permanentemente deve autenticar os produtos do trabalho como mercadorias. Embora essa razão social seja o produto da história "os homens alienaram na coisa suas próprias relações sociais e, nesse processo, a sociabilidade que lhes pertencia e lhes pertence é subsumida pela coisa, pela mercadoria, pelo valor, pela forma de valor. É por isso também que foi dito, por Marx, que o casaco possuía, por natureza, a propriedade de servir como expressão de valor do linho: porque foi apagada, perdida, alienada, a historicidade da qual resulta a atribuição de tal propriedade. E se essa propriedade não é histórica, convém, então, imputar-lhe um caráter natural. Mas, como não se sabe bem, como podia advir da natureza essa propriedade de servir de expressão do valor, trata-se mais de uma propriedade natural sobrenatural" (SILVEIRA, P., op.cit., p.69).

34. Paulo Silveira (op. cit., p. 68), citando Marx, aponta que nesta relação, o casaco "vale mais do que fora dela, pois como equivalente ele adquire esse outro valor de uso, o de servir de encarnação de valor (valor de uso que não tem fora da relação)", da mesma forma "como algumas pessoas significam mais dentro de um casaco com galões do que fora dele". E isto vale para as formas e a cidade, o sujeito fazendo uso destas novas realidades urbanas e fora delas.

reconhece apenas num outro homem. Assim esse outro, com pele e pêlo, lhe parece a forma fenomenal do gênero humano" (Marx)³⁵.

35. O conhecimento das formas novas em si fica comprometido na medida em que estão inseridas nesse processo de alienação. Marx ao tratar do dinheiro (e por decorrência do capital, do valor, etc) chama a atenção para a ingenuidade em atribuir "as características do dinheiro as suas propriedades materiais ou naturais". Mas, da mesma forma, nega a visão que vê "o dinheiro como um símbolo de relações sociais que existem junto a ele". A coisa, na verdade, adquire suas propriedades **não pela sua natureza** "mas por causa das relações sociais de produção às quais está vinculada na economia mercantil". Desta forma, as relações sociais de produção "não são apenas simbolizadas por coisas, mas realizam-se através de coisas". RUBIN, Isaac Illich, op. cit.. Esta questão metodológica tem sentido para a abordagem das novas formas urbanas.

A CIDADE IMPESSOAL

O desenvolvimento das novas formas, enquanto revelação de um processo de *abstração*, é, também, comparado com tudo que precede no desenvolvimento da cidade (pré-capitalista ou arqueo-capitalista)³⁶, um distanciamento do *domínio pessoal*, daquela "estrutura e função" urbana que se confunde com o seu proprietário e suas habilidades e excelências.

Não se pode esquecer que a cidade, desde há muito (especificamente, desde a cidade industrial), é uma afirmação da habilidade e da excelência desenvolvida pelo trabalho *árido*. Este trabalho, poder do homem, aparece confrontado a um mundo anterior rural-camponês, identificado em grande medida com a natureza e submetido às benesses, bênçãos ou maldições naturais ou divinas.

Mas, apesar desse rompimento, dessa revolução que supera uma limitação quase natural, mesmo afirmando a *perversão* que é a marca do homem, a simbologia da *cidade industrial*³⁷ está ainda muito identificada com a *ação individual do proprietário*. A existência, a sobrevivência, das presenças urbanas, indústrias ou negócios, está muito aproximada da habilidade, da ação desse sujeito.

Há, então, uma certa familiaridade, interior, com o feudal. A nova presença (a indústria e as suas decorrências espacialmente organizadas, ou, a grande cidade que ordena esse mundo industrial) que se constitui como cidade não está ainda liberta daquela presença personalizada.

De modo a representar esse momento, há o mito das "iniciativas individuais" na transformação da realidade³⁸, ou mesmo o mito do Estado capaz de alterar a "vocação" da cidade, através de ações autoritárias no planejamento da cidade. É como se a cidade, seja a cidade industrial, seja a metrópole moderna do século passado, como Paris, ou a metrópole em formação nesse início de século, como São Paulo, embora envoltas no mundo burguês, filhas dele, ainda estivessem "**envolvidas com o mundo**".

36. E o que precede é muito próximo. Tem um século e meio ou pouco mais, no máximo, para a grande cidade moderna.

37. Que tem como referências o século passado e o começo desse século, mas cujas bases prolongam-se até hoje.

38. Que se confunde com o liberalismo e tem razão nas raízes do iluminismo, na razão burguesa.

Essa **particularidade** individual de fazer o mundo tende a desaparecer. Aquele conjunto de ações que constitui a cidade parece ter sido superada pela ação de bloco sobre o espaço.

Para a indústria do começo do século, para as vilas industriais, a dominação pessoal, a tirania, de um lado, o bom sucesso, a admiração pelo surgimento de algo que não se imagina ser possível ali (como uma grande indústria), tudo está associado a esse individual. Mito? Também, mas há um elemento pessoal ainda muito forte. Herança das relações pessoais anteriores, recém-deixadas, como a do camponês? Também, mas não se tem ainda o "gerenciamento científico"³⁹ e nem uma dinâmica capitalista interiorizada e mundializante.

Ora, como é que com a existência da sociedade anônima desde o começo do século, o imperialismo (a expansão mundial dos negócios)⁴⁰, há o particular? Já há uma extensão horizontal (no caso do imperialismo) e rompimentos de fronteiras (supera o local, o nacional e impõe-se o mundial). O problema é que até então o particular, o local, se valia da própria lentidão da dispersão. A dispersão, horizontalidade, era limitada pela lentidão, como a lentidão da viagem. Um dos símbolos dessa era *imperialista* é a estrada de ferro. Ela liga e aproxima. Mas ainda é muito extensiva. A **adaptação "regional"** está inserida nesta questão. Porém, no final deste século há um aumento da velocidade, as novas tecnologias, as comunicações mais rápidas, que aumentam e aceleram a difusão. O metrô, por exemplo, é a aceleração (como o "trem-bala" é também) frente a esta realidade do trem. Mas o metrô, rigorosamente, é um elemento do começo do século, embora não para o Brasil. Ele traz também os elementos de fragmentação na percepção do cidadão e na constituição da cidade. Um exemplo da cidade de São Paulo de hoje é principalmente o trecho subterrâneo, que revela, sem as continuidades "geográficas", instantâneos da cidade nas portas das estações. Transportam, como exemplo, o cidadão, "cego", da periferia ao shopping. Esta velocidade que aproxima se faz sobre o já constituído contínuo. Mas o símbolo do metrô, apesar dessa escavação do interior da cidade, ainda não é uma *interiorização* desenvolvida.

39. O gerenciamento científico tem seu nome associado a **Taylor**. Ele é introduzida na indústria, a partir de 1913, na linha de montagem de **Henry Ford** para os carros modelo T. Ele permitiu separar o processo de produção do planejamento e da gestão. Esta separação permitiu a aceleração do processo de transformação. Essa difusão da gerência pelo mundo dito produtivo (indústria) tem uma certa carência. Mais demorado é a incorporação dele na construção da cidade.

40. Não se pode esquecer da associação, feita por Lenin, entre a existência das sociedades anônimas, o imperialismo, as crises econômicas e o controle. Crise: a natureza domina (a naturalidade do econômico). Controle: o sujeito dominando a natureza; porém, prende um aspecto irracional e desenvolve outro. O próprio nome "sociedade anônima" refere-se a uma entidade **sem rosto** reconhecida apenas pela "familiaridade dos seus produtos de marca" (**RELPH, E., op.cit., p.149**).

A velocidade vai se impondo ao estático como o global se impõe ao local⁴¹. Mesmo assim, isto é apenas um nível pois há uma reestruturação no próprio interior da área globalizada. Como camadas, *qualidades* serão transformadas em valor pela ação do capital. Esse componente "político" aparece como um obstáculo no processo de abstração, e a sua solução é o desenvolvimento da *autonomização*.

A *autonomização*, porém, requer condições. Embora ela seja a igualização com a coisa, parecendo então algo antigo, há um sentido moderno de autonomização. Não é mais a possibilidade de **acelerar a transformação** ou **expandir espacialmente a transformação**, mas **interiorizar a relação de dependência** frente aos diferentes *obstáculos* que o próprio homem representa.

A autonomização é a realização, após o acúmulo de forças (pela aceleração, pela expansão), de um voltar-se a si mesmo para destruir os resquícios de parcialidade, de personificação, de limitação, de mediação política que a produção de riquezas tem.

Cria-se uma tendência para a universalidade, para a despersonalização, para a liberdade, para a imediação econômica. Ou seja, por um lado é um rompimento de limites, mas feito às custas da personificação. Há um monitoramento que não vem do "político", mas **do econômico, sem mediação**. Ou seja, o objeto *coisificado*.

Este processo, que deverá ter muitas manifestações concretas no urbano, e que deverá ter um percurso histórico ainda não vislumbrado, *encontra nas novas formas estudadas uma das suas concretizações*.

Sendo assim, este processo seria a expressão do "**novo fetichismo**" que a cidade capitalista representa. Aqui, o novo fetichismo não é apenas um contraponto ao velho fetichismo das sociedades pré-capitalistas. É também ao fetichismo da sociedade capitalista não "amadurecida".

Esse *princípio econômico* não deve ser entendido como um simples determinismo⁴². Não se trata de esferas hierárquicas.

Sendo assim, a nova estrutura urbana é uma superação do "*envolvimento com o mundo*", mesmo que o pós-moderno afirme indicar outro caminho.

41. Essa capacidade de intervenção pode levar à conclusão que "tudo parece sujeito a uma fria análise e manipulação técnica" ou numa "crença nos méritos da autoconsciência" (RELPH, E., *op.cit.*, p.18). Porém, embora pareça uma grande razão há um *outro* discurso que dirige e que vem de fora do sujeito.

42. Mike Davis faz uma crítica a um certo determinismo entre economia e cultura. Afirma que as tendências pós-modernas têm pouco a ver com a produção industrial enquanto tecnologia emergente: "elas não significam erguer catedrais de micro-chips, nem mesmo, originariamente, cantar os hinos da IBM" (*op. cit.*, p.93). Esta, no entanto, é uma crítica parcial que procura se distanciar de um marxismo determinista econômico. Mas, na arquitetura, nem poderia haver uma correspondência perfeita, mesmo porque os ideais utópicos do moderno (a arquitetura expressar um ideal totalizante de sociedade) não estão puros nesse pós-modernismo. Na geografia, a emergência de uma nova produção, como relação social, traça, independente da aparência da forma, uma nova tendência.

Como diz Marx, o envolvimento com o mundo é o do **capital ainda não plenamente desenvolvido**. A referência, que é usada na análise da transição *para* o capitalismo, deve ser usada para a análise da transição *no* capitalismo. Trata-se, então, de um "capital" que se desenvolve para atingir a sua "*expressão abstrata*", pura. Esse capital deve ser entendido, aqui, como o complexo que é a sociedade moderna, capitalista, na busca de sua identidade, monitorada pelo valor. O valor como motor e essência.

A CIDADE IRRACIONAL-RACIONAL

Na cidade, como já se apontou, a estrutura "irracional", que desconhece as necessidades dos seus habitantes, se impõe como segunda natureza. Indica uma dualidade *coisa-sujeito*. De certa forma, essa é uma situação *fácil* para o sujeito. É evidente a dicotomia, o inimigo. É a metáfora da quebra de máquinas.

Mas, e quando a estrutura "irracional" da cidade assume a aparência do sujeito, do político? Ela ganha a aparência do **racional**. Há um sujeito que fala pela coisa e realiza a coisa. O que significa essa penetração do "objeto" na própria alma do sujeito? A hostilidade — o seu exílio, apoderou-se dele⁴³. Avança **para dentro** do próprio sujeito, que constitui a cidade⁴⁴.

Nestas formas, o que também as identifica como capitalista, não há de fato uma racionalidade que possa ser imputada a uma dominação pessoal. Há uma lógica, que é entendida como *necessária*. Alguém, obviamente, como o construtor, pode se arvorar a encarnação desta. Trata-se do *eu coisificado*.

Então, como já se disse, o gerenciamento realizado nos grandes empreendimentos (a nível do urbano) representa uma penetração na própria alma desse sujeito.

Esse tipo de gestão da cidade é distanciamento. Mas, ao mesmo tempo é proximidade, na medida em que é uma espécie de exílio que se apoderou do sujeito. Como distância representa um aceno, frustrado, com a *emancipação da humanidade* na medida

43. BENJAMIN, Walter, "Franz Kafka: *A propósito do décimo aniversário de sua morte*". Em: *Magia e Técnica, Arte e Política. Ensaios sobre Literatura e História da Cultura. Obras Escolhidas*, Volume 1. São Paulo: Brasiliense, 1985, p. 152. A respeito de "*A Aldeia Próxima*": "O homem de hoje vive em seu corpo como K. ao pé do castelo: ele desliza fora dele e lhe é hostil. Pode ocorrer que o homem acorde um dia e verifique que se transformou num inseto. O país do exílio — o seu exílio — apoderou-se dele. O ar dessa aldeia é impuro, com a mescla putrefata das coisas que não chegaram a existir, e das coisas que amadureceram."

44. Segundo Paulo **Silveira**, na medida em que a lógica do valor ganha corpo, na medida em que se torna universal, a individualidade também interioriza aquela abstração. As particularidades são esvaziadas pelo trabalho abstrato e o "tempo histórico de cada um só conta para o capital como tempo universal". Não há singularidade. Há a igualização. Emerge a indiferença como produto da história. Indiferença quanto à subjetividade, aos nossos desejos. Caem as diferenças anteriores, as culturas, a pessoalidade. Na medida em que não há pessoalidade instaura-se o irracional. Como o criador dos homens é um *grande sujeito vazio*, uma racionalidade é imputada por nós para evitar a loucura. Esse sujeito, por ser abstrato, "pode" se encarnar através da projeção (patrão, etc). (**SILVEIRA**, P.A., op.cit.)

em que amplia o controle da produção e do produto de forma nunca antes vista. Porém, com o gerenciamento científico, com o distanciamento que ele representa, há uma determinação alienada inconsciente da cidade. Considerando as novas formas urbanas escolhidas, tem-se uma cidade que se pensa e se organiza, mediada pelos sujeitos e *apesar* deles. Isto porque tem-se em vista uma identificação com o valor, com o quantificado, de forma a dar um destino *determinado* aos seus participantes-cidadãos. As novas formas rigorosamente não funcionam para que seus participantes existam, embora precisem deles⁴⁵. Elas os criam e estes funcionam como parte dentro de uma máquina que se auto-governa.

Quando se estabelecem condições para que o processo de trabalho fique realmente subordinado ao processo de valorização, a cidade *abstrata e autonomizada* se afirma, de forma a desenvolver o controle. Pode-se fazer um paralelo com a expansão horizontal formal (imperialismo) e a transformação da cidade (aprofundamento, autonomização). Há, também, uma confluência na medida em que a concentração de capital é, ao mesmo tempo, um processo de controle sobre o capital alheio, como é o caso das sociedades anônimas. No caso dos grandes projetos de construção urbana, não se pode esquecer da figura do empreendedor, por exemplo. Este não é necessariamente o proprietário e na verdade o desenvolvimento do capitalismo é a dissolução do *produtor autônomo*.

A inversão da relação "natural" (o trabalho subordina a si o instrumento em vista de suas próprias finalidades) significa a proeminência do instrumento, representante do capital, objetivação do capital, meios de extorsão e absorção de trabalho vivo. Essa estrutura também torna-se presente na cidade. Essa transformação histórica é radical e altera a posição do sujeito. Altera, portanto, também a construção da cidade.

Há uma espécie de *cidade interiorizada*. A *interiorização* do shopping⁴⁶ merece um comentário especial e vale de uma maneira geral para as outras formas novas. O

45. Uma das questões presentes nestas formas urbanas é a relação complexa com um espaço privado que se comporta em parte como público. Isto é visto por alguns autores, como Lipietz, como uma resolução parcial no interior do agente econômico da contradição entre o social e o privado. Nos shoppings os participantes, sem serem proprietários, arcam com despesas das áreas de circulação e outras comuns. No Centro Empresarial e em Alphaville Empresarial (Industrial e Comercial) também. Em Alphaville, limpeza, jardins, segurança, fiscalização, recebem os recursos das empresas. E isto não significa um poder coletivo, mas um órgão ordenador e centralizador que trabalha com recursos que não são próprios.

46. A interiorização do shopping tem ganho, tanto nos Estados Unidos como no Brasil, uma outra dimensão sem deixar de partir da *coisa*. Na fase mais recente há uma espécie de tentativa de reprodução, em certos nichos, de um ambiente exterior. "Primeiro as plantas, depois as fontes, ribeiros, estátuas e árvores, foram transportados para o interior. Nos super centros comerciais dos anos oitenta existem pistas de gelo e parques de diversão em tamanho natural. A West Edmonton Mall, que pretende ser o maior centro comercial fechado do mundo, tem um ringue de patinagem, *uma réplica original das fontes do Palácio de Versalhes* (miniaturizada), um pequeno parque de diversões fechado (chamado Fantasyland), aquários e aviários, uma

esvaziamento do interior-sujeito desdobra-se na criação de um interior-objeto. Nessa direção há uma *cidade antropofágica*. A tendência a isolar o consumidor, seus sentidos, do mundo exterior o aproxima da chamada realidade virtual, criada há 20 anos como recurso nas pesquisas de guerra⁴⁷. É construída uma dimensão paralela que destaca o comprar, isolado do tempo e do espaço ao redor. Constitui-se um mundo interior⁴⁸ com propósitos sobre os quais *ele nada sabe*. Essas intenções inconscientes penetram no comportamento diário, supostamente normal, no cotidiano urbano⁴⁹.

Na forma shopping as portas e janelas estão voltadas para dentro. É muito raro janelas voltadas para fora nos shoppings⁵⁰. Pode-se dizer que as suas verdadeiras janelas são as vitrines. Essas vitrines constituem-se como espelho para o sujeito. Mas como um *espelho perfeito* porque não emite imagens reais, mas somente as desejadas. As portas são enormes para simbolizar a própria monumentalidade dos empreendimentos⁵¹. Quem quiser participar de tudo aquilo tem que passar pela porta-moldura. Ela é marcante, define um traço de união ao sujeito⁵². Essa passagem confere múltiplos sentidos, inclusive um certo status como no Iguatemi.

A questão do *reconhecimento* tem outros sentidos mais exteriores. Na medida em que os shoppings tornam-se comuns na aglomeração urbana de São Paulo, o Iguatemi procura ser reconhecido fora de "sua área". Isto é, precisou ser reconhecido "por fora", além da "intimidade" dos Jardins. No entanto, esse reconhecimento "por fora" é comparável a uma embalagem de um produto que se cola no seu próprio corpo.

piscina com ondas e um campo de golfe com nove buracos (também miniaturizado) inspirado no campo de Pebble Beach, na Califórnia. Tem também mais de 800 lojas, incluindo onze supermercados, um hotel de fantasia (para dormir, ou fazer o que quiser, num Ford dos anos cinquenta) ..." (RELPH, E., *op.cit.*, p.160).

47. E isto aproxima-se da análise de Paul Virilio que enfatiza a associação estreita entre velocidade e a guerra.

48. E que guarda semelhanças com o mundo "interior" de Freud, com as idéias inconscientes.

49. E se mantivermos o paralelo com Freud, pode-se dizer que podem aparecer como fenômenos psicopatológicos que ganham uma expressão urbana, no cotidiano urbano. Neste sentido, a própria formalização, concretização do urbano, guardaria outros lados, inclusive os que procuram conciliar ou reprimir os vários discursos do sujeito.

50. O West Plaza tem, mas como inevitável recurso arquitetônico. O Eldorado criou também como recurso arquitetônico. Mas no Eldorado há outros sentidos, na medida em que por elas fica demonstrada a sua monumentalidade. Fora isso, no piso superior (3o. andar) a nova área de restaurantes especiais volta-se para uma área cada vez mais significativa em São Paulo que é o entorno da marginal Pinheiros.

51. Em São Paulo os arcos utilizados para marcar a porta principal do Iguatemi e conferir-lhe pós-modernidade e autoridade difundiram-se pelo Morumbi, Ibirapuera e outros novos, como o Shopping Butantã e o Plaza Sul.

52. Numa especulação psicanalítica poderia se dizer que o traço nos dá uma verdade que iremos perseguir. E mais, nos constitui, como sujeitos alienados, como engôdo. Postulando essa verdade, perseguindo essa verdade, estaremos quanto mais próximos dela mais próximos do engôdo. O desejo dado é perseguido na procura do reconhecimento pelo outro. Este outro é nada mais que o traço de união, ou o seu representante.

Todo o esquema de programação é transformado em discurso que realça a superioridade do shopping: "Uma loja na rua exige investimentos maiores para sua instalação, pois precisa de ar-condicionado, porta de separação com o exterior, tapetes, vidros e grades⁵³ de segurança (algumas vezes exigidas também em shoppings). Além disso, *quase nunca se sabe quais serão os vizinhos dentro de alguns anos*, se a mão de direção do tráfego vai continuar a mesma, se a Prefeitura ou qualquer outro órgão governamental não fará um buraco ou uma obra na frente. E, ainda, na rua a concorrência para chamar a atenção dos consumidores é "antropofágica", pois cada loja sempre procura colocar cartazes e luminosos mais impressionantes, o que, depois de certo tempo, traz o risco de deterioração de toda a área, inexistente nos shoppings"⁵⁴. Nota-se, nestas preocupações, uma certa agonia quanto a questão do controle do espaço e do tempo, dentro de um contexto conservador e segregador na procura da manutenção e distinção.

Nesses discursos de superioridade dos shoppings há também outros elementos, *menos ideológicos* talvez, e que fazem referência aos custos. Uma mega-estrutura também tem elementos importantes de redução de custos e aumentos de ganhos, entre os quais: concentração dos meios necessários à circulação e redução de gastos; redução do tempo de circulação; "prolongamento" da jornada de trabalho com pouca variação das despesas correntes; concentração e exploração do trabalho em área única; controle da concorrência; extração de renda⁵⁵.

O discurso que enaltece o privado no espaço não é radicalmente novo. Henri Lefèbvre afirma que "los grupos dominantes siempre han creado uno u otro espacio particular, el de las antiguas ciudades, el del campo (inclusive los paisajes que luego parece "naturales")"⁵⁶. Porém, na sociedade moderna esse espaço privado não surge como um ato político de fato e sim como uma sobreposição determinada pela virada do econômico.

A tendência é diluir o produto-cidade no valor⁵⁷. É dissolver na mercadoria o lado arte deste produto. É uma tendência que corresponde, enquanto processo de produção, a uma homogeneização do processo de trabalho ao capital. A gradação que Lefèbvre faz entre usuário-participante-habitante parece uma referência interessante para a

53. O shopping, pela sua arquitetura, também corresponde a um espaço cercado. Alphaville também.

54. Felipe Crescenti, da Zoomp. Projeto, 119, 1989.

55. GAETA, A.C., op. cit., p.169-173.

56. LEFÈBVRE, H., *La Revolución Urbana*. Madrid: Alianza, 1983, p. 160.

57. Na sociedade moderna "el uso (el valor de uso), aislado ya por la extensión del valor de cambio (del mundo de la mercancía con su lógica y su lenguaje, con su sistema de signos y significados adscritos a cada objeto), se ve oprimido por las representaciones urbanísticas, por las incitaciones y moorciona en abundancia" (LEFÈBVRE, H., op. cit., p.161). Isto significa que a transformação urbana, sob a aparência positiva da tecnologia e do humanismo, "oprime al *usuario*, al *participante* o al *simple habitante*", reduzindo-o à **função de habitar e de comprador do espaço**. Aqui Lefèbvre está fazendo uma crítica ao urbanismo, mas as suas afirmações são úteis na compreensão das novas tendências presentes no urbano.

questão da subordinação, enquanto processo, do valor de uso ao valor. Outra questão é o domínio do espaço privado que, aos poucos (mas com abruptos) se impõe ao conjunto do espaço. Neste sentido, haveria então uma dicotomia forte entre o espaço privado e o espaço público. É uma luta que o espaço privado ganha. Porém, deve-se ressaltar que a atual complexidade na relação entre espaço privado e espaço público torna esta questão de mais difícil compreensão.

Nesse momento, convém considerar duas imagens: a fábrica e o empreendimento moderno de "comércio". A fábrica simboliza, na cidade, uma época passada, na qual o sujeito ainda aparece mais inteiro, como a ter que ser conquistado pela nova sociedade que se estrutura. Há uma ameaça "visível", ou que parece ser só assim. A relação do sujeito com a sua cidade aparece, neste sentido, como uma contradição algo externa, *o que rigorosamente não é*. Marx, na sua análise da sociedade moderna, lembra o caráter alienado presente no próprio sujeito⁵⁸.

Já quando se leva em conta grandes empreendimentos recentes, das últimas três décadas, como é o nosso caso, incluindo aí shopping centers, condomínios residenciais horizontais "fechados", centros de serviços, tudo entendido como símbolo da metrópole recente, tem-se o *desaparecimento*, parcialmente no mínimo, *desse caráter hostil e ameaçador* para o sujeito. Levando em conta o gerenciamento, tal como existe nos shopping centers, por exemplo, tem-se uma perda da autonomia do sujeito na constituição do seu espaço. Há um aprofundamento de uma racionalidade⁵⁹ na qual o sujeito é um meio, é o instrumento da razão. A *verticalização* da racionalidade capitalista é a internalização desenvolvida, coisa diferente da situação anterior.

Esta questão do *exílio que se apoderou do homem* é importante não só na caracterização do moderno urbano, da metrópole neste fim de século, como também para relativizar as interpretações *segregacionistas* da cidade⁶⁰. Há uma espécie de geografia *do*

58. "Cómo podría ele obrero enfrentarse al producto de su actividad como algo extraño, si no se enajenase a sí mismo ya en el acto de la producción? ... La enajenación del objeto del trabajo resume simplemente la enajenación, el extrañamiento inherente a la actividad del trabajo mismo" (MARX, K., "*Manuscritos ...*", op. cit...). A questão é portanto também interna porque "o trabalho não produz só mercadorias, produz a si mesmo e ao trabalhador como uma mercadoria, e isto na proporção em que produz mercadorias em geral". "A produção produz o homem não apenas como uma mercadoria, como mercadoria-homem ... mas ... o produz ... como um ser desumanizado ... Seu produto é a mercadoria com consciência de si mesma e com atividade própria ... a mercadoria humana" (citações de Marx, por SILVEIRA, P., op. cit., p.43, grifos do autor).

59. E essa racionalidade aprofundada também tem uma história de implantação e amadurecimento. O Iguatemi, por exemplo, foi impondo sua racionalidade na medida em que a própria forma se fortalecia. A tal máquina de fazer compras, a plenitude do gerenciamento científico foi ganhando cada vez mais importância.

60. Sendo assim é bom destacar que considerar o que pode ser chamado de formas de riqueza, como neste trabalho, ao invés de formas de pobreza que aparecem no novo urbano não é demérito, porque a lógica

marginalizado na interpretação do urbano. Mesmo Mike **Davis**, urbanista, nas suas brilhantes análises de Los Angeles, tida como o protótipo do urbano pós-moderno, procura explicar o aparente (fragmentação, muros, ilhas) pela **segregação**⁶¹.

A questão da segregação tem referências precisas na cidade do século XIX no Brasil. Enquanto não se completou a transição da "cidade colonial" para a "cidade capitalista" havia uma necessária "acumulação" (concentração) na cidade, tendo em vista o fraco desenvolvimento dos meios de transportes coletivos. Nessa condição a segregação geográfica e social não se revelava na **localização**, mas na **forma**. A reforma urbana que posteriormente ocorreu, no começo do século, pôs em evidência a **localização como segregação**, herança que ainda é muito forte no Rio de Janeiro, por exemplo⁶². Neste final de século, considerando as formas selecionadas, tem-se como que um retorno, embora não devido a ausência de capital mas a sua presença. Há uma *perda de importância relativa desta localização*, no sentido tradicional, e uma importância crescente da forma, como um produto em bloco e acabado que se sobrepõe às realidades locacionais existentes.

Outros autores, sem qualquer consideração para com um passado de acumulação (que gera os grandes empreendimentos), para com uma racionalidade do capital (que cria *ilhas* como uma maneira de mercantilizar o espaço), ou mesmo para com

inerente a eles é constitutiva tendencialmente de todo o urbano. Não se trata de uma contradição entre modernidade e pobreza.

61. **Davis** afirma que não se pode "ignorar a questão da sistemática segregação da grande cidade hispânico-asiática externa (cuja multidão prefere ainda o espaço aberto da antiga praça)". Tem-se "uma cidade de imigrantes do Terceiro Mundo que nasce, cerca e sitia totalmente suntuosas torres de especuladores". E ainda, na caracterização das formas "pós-modernas" de Los Angeles, destaca o "impulso profundamente anti-urbano" e o fato de se constituírem em "grandes viveiros para a classe média alta, protegidos por sistemas de segurança surpreendentemente complexos". Critica ainda a renovação urbana que "na maior parte dos centros das cidades, produziu apenas enclaves de arranha-céus fortificados". Especificamente para Los Angeles, e não sem razão, chama a atenção para o caráter político do urbanismo após as revoltas nos guetos entre 1964 e 1969 quando, então, procuraram "isolar os distritos financeiros e outras áreas de alto valor imobiliário das vizinhanças residenciais da cidade. Espaços genuinamente públicos como parques, ruas, locais de entretenimento ou o transporte urbano foram desvalorizados, enquanto bem estar social, e redefinidos como problemas de planejamento que deveriam ser eliminados ou privatizados". (Mike Davis, op. cit.). Loic **Wacquant** também destaca, embora por outro ângulo, esse caráter dividido da cidade, embora num processo de mundialização. Ela fala numa cidade dual, numa cidade polarizada com ricos vivendo num universo "global" e pobres vivendo num universo "local", confinados "em bairros muito limitados". Essa questão de viver muito limitado depende da perspectiva, porque o mesmo se pode dizer da vivência limitada no urbano para todas as classes sociais. De qualquer forma, o destaque de **Wacquant** é para o aparente. Fredric **Jameson** afirma que essa idéia de distância (horizontal apenas) que permite uma crítica e resistência, foi base do ideário político da esquerda. Porém atualmente não há mais esse "conforto" de se poder posicionar fora da ordem dominante. A resistência não pode mais ser pensada "a partir de um outro espaço" ("*Um marxista invade a seara pós-moderna*", Folha de São Paulo, 08.08.92, p.1-8).

62. **ABREU**, Mauricio, *A Evolução Urbana da Cidade do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Iplanrio/Zahar, 1987.

um caráter vivo de constituição do espaço urbano (luta política)⁶³, simplesmente **reduzem** a interpretação do *novo* urbano nas cidades do Terceiro Mundo a uma contradição horizontal, terceiro-mundista e que se assemelha àquelas imagens de "dois brasis" ou da "contradição do nacional com o imperialismo" para entender as contradições brasileiras⁶⁴.

Este lado *ilha* é muito visível. Um exemplo é a relação contraditória entre Alphaville e Barueri. Isto não significa que Barueri não faça parte desse movimento sutil de constituição do urbano moderno, mesmo porque sedia uma dessas formas novas e um shopping. Outro exemplo desse aspecto de ilha é o Centro Empresarial de São Paulo, sobre a colina, isolado da contiguidade. Os shoppings, principalmente os de estradas, têm bem este aspecto. Já o Shopping Iguatemi que no seu momento pioneiro é relativamente uma ilha, torna-se ilha pelo avesso. Também ele, como na crítica ao comércio tradicional dos próprios empreendedores de shopping, é cercado, ilhado pela avassaladora construção no seu entorno (com suporte do Estado). A Faria Lima transformou-se em corredor de escritórios e serviços (algum comércio também). Mas, mesmo assim, isto não significa um diálogo entre a forma shopping e as referências locais.

No caso específico das novas formas urbanas esta perspectiva da segregação e do marginalizado aparece, muitas vezes, pelo lado contrário, positivo⁶⁵.

Pois bem. Voltando às imagens-metáforas que simbolizam fases diferentes da própria cidade, tem-se que o mundo **fora da fábrica** também foi radicalmente alcançado. Há um paralelo com a expansão imperialista, horizontal, que é algo externa, de

63. E mesmo quando se considera a luta política a questão é vista quase sempre muito horizontalmente, nesta perspectiva segregacionista. Parece que, de um lado, há um sujeito puro, detentor de toda a verdade. No entanto, quando se consideram questões novas do urbano o que se tem, como poder, é a própria diluição do localizável. Este permanece como poder, muito melhor estruturado na medida em que faz uso do gerenciamento científico, mas mais sutil e absoluto em sua racionalidade.

64. É o caso de Paul MEURS ("*O Espaço Democrático sob Pressão*" e "*Construindo um Mundo Desigual*") que trata do Rio de Janeiro e São Paulo, em artigos recentes publicados na Holanda (De Architect, Haia, novembro de 1993). A sua ênfase, num artigo escrito para o público europeu, é caracterizar o urbanismo recente nestas cidades pela segregação e lamentar a perda do espaço público.

65. Gilda Collet Bruna, a respeito da concepção de shopping, afirma que "o próprio conceito de shopping center ... vem sofrendo alterações ao longo do tempo, ao incorporar no padrão urbano respostas espaciais para vários conflitos, como o de pedestres e veículos, circulação de carga e estacionamento; oferecer recreação e lazer, além do comércio; possibilitar segurança e conforto aos clientes; fornecer serviços especializados, entre outros". E, sobre as modificações nos shopping centers, afirma que "deve alcançar 24 horas contínuas de atividades, evitando a formação de "desertos" urbanos que, fora do período comercial, frequentemente se tornam verdadeiros esconderijos para assaltantes e desordeiros" ("*As últimas tendências em shopping centers*", Projeto, 119, 1989, grifos meus). Nisto fica presente uma concepção positiva de shopping, que é muito próxima do senso comum. Trata-se de uma solução para os problemas urbanos, através dessas parciais privatizadas. **Há um organizado, localizado, e um desorganizado, generalizado.** Nos termos da autora, não se pode deixar de destacar os desordeiros. Entende o shopping como segregação positiva.

início. Neste sentido, não chega a ser uma novidade tal conquista⁶⁶ do mundo fora da fábrica. Na verdade, as referências já estão no século XIX. A fábrica foi um dos símbolos⁶⁷ mais importantes da capacidade de construir um novo espaço pela sociedade moderna (distinguido, de certa forma, do outro lado da nova sociedade, os cortiços, símbolo destruidor). A perda da fábrica para outros símbolos, imóveis (não como a multidão), fixos (não como os automóveis), se fez com uma certa lentidão.

Esse avanço da *fábrica* (o símbolo e não o espaço concreto) para o arredor é um processo de conquista de um espaço "virgem" (o mundo do campo) ou não (sobre a cidade constituída, já existente). É um processo de rompimento de fronteiras. Essa metáfora da fronteira põe em evidência a questão dos limites que, diga-se de passagem, têm também o seu sentido libertador. Só que esse rompimento das fronteiras tem uma outra qualidade. É possível compará-lo à era do imperialismo. A expansão do capitalismo que tinha como núcleo a Europa coloca as demais áreas mundiais sob essa dinâmica, mas periféricamente. De início é uma conquista horizontal que impõe um ritmo. Da mesma forma, a fábrica e seu ritmo impõe-se à cidade que passa, então, a atender *essas* necessidades da fábrica⁶⁸. Claro que, conjuntamente, já o assinalou **Lenin**, a expansão horizontal está relacionada com um crescimento das grandes empresas e formação dos monopólios, tendo em vista as quebras e as crises. Ou seja, há um caráter controlador, administrativo, que vai se formando. E há, também, um outro aspecto da autonomização do administrável presente já em fins do século XIX. Trata-se do afastamento das sedes de muitas empresas das fábricas e suas transferências para os centros das cidades⁶⁹. Mesmo assim, os monopólios que se formam no século XIX têm um sentido mais de *conquista horizontal*. De qualquer forma, não se pode esquecer que também as novas formas urbanas, mega-estruturas, têm uma relação forte com este antigo que é o monopolismo, já presente no século passado. Afinal de contas, o shopping ou as outras formas citadas, procuram criar uma situação monopólica frente ao comércio já constituído (shoppings) ou serviços e áreas residenciais já constituídas.

66. O espaço visto como conquista pode significar também subjugar. É interessante associar com exemplos como o da construção das auto-estradas nas "linhas de **menor resistência**", isto é, vales de rios, áreas estéreis de baixo valor, parques ou elevadas em viadutos (**RELPH, E., op.cit.**).

67. Sem esquecer a importância da simbologia das galerias e boulevares para a caracterização da sociedade moderna, como feita por Walter **Benjamin**.

68. Deve-se levar em conta que não há, muitas vezes, uma identificação entre a cidade industrial do século XIX e as metrópoles modernas. Mesmo assim, a metrópole moderna representa a necessidade desse desenvolvimento industrial.

69. Isto é nítido nos Estados Unidos no final do século passado. De um lado tem-se a fuligem-*os* trabalhadores e de outro as sedes das empresas, estreitamente ligadas aos bancos, bolsas e serviços financeiros (**RELPH, E., op.cit.**).

A simples conquista da cidade, embora revolucionária, é apenas o primeiro passo. A conquista é a mercantilização da vivência na cidade. Um por um esses *viveres* vão sendo incorporados. Alguns são criados. Mas, naqueles que são incorporados, há uma conquista quase formal. Há uma espécie de respeito pelas funções urbanas pré-existentes. No processo, essas funções, enquanto qualidades, serão redefinidas. Elas, com suas formas, entendidas como heranças pré-capitalistas, heranças de consumo e heranças vinculadas a processos de trabalho, sofrerão uma subordinação crescente ao quantitativo.

Para isso, para essa concretização de um projeto contido na lógica da mercadoria, será necessário que o processo produtivo adquira um dinamismo próprio, uma maturidade. A compreensão das novas relações no espaço inclui, então, e como já se apontou, a metáfora das raízes terrenas versus a abstração (o valor). Na cidade, como no capital, vai se cumprindo um destino: atingir sua expressão abstrata, pura, apesar do seu concreto aparente.

A CIDADE DOS ERRADOS

Nessa caminhada para a abstração pura se coloca a **cidade dos errados**. O processo que traz a abstração para a cidade (e talvez o urbano seja isso) é um processo de racionalização instrumental. Essa racionalização é a ação a partir do sujeito, mas tendo em vista a necessidade abstrata do valor. É uma ação racional determinada que, apesar de parecer o controle do sujeito sobre o mundo, tem em vista eliminar as "*propriedades qualitativas humanas e individuais do trabalhador*". Esse trabalhador aqui representa o homem.

É importante destacar os termos de **Lukács**. Frente à racionalização do processo de trabalho, frente aos cálculos, à decomposição do processo, "*as propriedades e particularidades do trabalhador aparecem, cada vez mais, como simples fontes de erro*". Na cidade, isto passa a ser visto com naturalidade. Nos grandes empreendimentos, como no caso dos shopping centers, a racionalização, a gestão científica dos negócios, é uma referência superior face a qual o indivíduo participante, o lojista, sente medo de errar. Embora se assemelhe à lei, que também tem essa característica para disciplinar as relações sociais, o gerenciamento científico presente nas novas formas urbanas tem um caráter natural-econômico. A *lei* é respeitada em nome da procura da autonomia do econômico, do benefício do econômico.

Por outro lado, a revolução tecnológica presente, como ideal, põe a cidade em permanente **insegurança**. Trata-se de uma dimensão, presente na sociedade moderna como algo constitutivo, que agora é mais explícita. No século XIX, havia um outro ângulo. **Hobsbawn** (*A Era do Capital*) lembra a *imprevisibilidade* que havia na vida dos trabalhadores, em contraste com a moderna "segurança social". Não havia certeza no trabalho, quanto ganhariam, quanto tempo iria durar o emprego presente, o que aconteceria no momento em que se tornassem incapazes para o trabalho, etc. No mundo do liberalismo havia uma associação entre insegurança, de um lado, e progresso e liberdade, de outro. Hoje há uma *imprevisibilidade* na cidade. Novas realidades surgem a despeito do seu próprio "habitante", sem a sua participação e história.

Chega a ser curioso falar em insegurança quando nos referimos às formas novas. O discurso comum da segurança chega ao nível do absurdo⁷⁰. Mas aqui o sentido de segurança é outro, mais *interior* e referido ao sujeito. Criando "insegurança" nas formas tradicionais, como nas habilidades do comércio. Ou insegurança na "surpresa" das formas como a surpresa do local escolhido para o shopping center, ou da loja 24 horas.

70. A onda de arrastões em 1992, no Rio, levou pânico à população. Diante disto, o gigantesco Barrashopping reafirmou a sua qualidade de segurança: "Por meio de uma central computadorizada, ao menor sinal de tumulto ou arrastão, as 11 portas do shopping são travadas eletronicamente, todos os seguranças são contatados pelo rádio e dois policiais militares, que ocupam a guarita da PM no portão 2, são mobilizados". As 70.000 pessoas que diariamente passam pelo shopping são observadas por 120 homens.

A CIDADE DO VALOR

A alienação reproduzida nas novas formas urbanas, indicando a caracterização do moderno urbano em São Paulo, corresponde a um momento determinado na relação entre valor de uso e valor. Há um processo de metamorfose do valor, além da *norma* de constituição da mercadoria, que tem uma dimensão temporal. Ou seja, **a dimensão temporal da metamorfose do valor tem, também, uma expressão urbana.** Essa metamorfose está relacionada a alterações na relação, dentro da produção, entre o trabalho objetivado (morto) e o trabalho vivo. Há uma transformação que envolve as vertentes do processo produtivo, ou seja, o processo de trabalho ("*natural*") e o processo de valorização (*social*, do capitalismo). Esta transformação *empurra* a cidade em direção à abstração e à autonomização.

Esta nova realidade, no interior da cidade, pressupõe condições materiais necessárias para o pleno domínio do capital, que já as tem **latente**. Isto não significa fazer uma comparação mecânica entre cidade e mercadoria. Assim, não se trata, apenas, de identificar tecnologias inovadoras que revolucionem a construção da cidade e imponham formas. Existe, sim, algo neste sentido, com a presença dos pré-moldados e as todas as necessidades que cria. Mas a questão é mais geral. Há uma dinâmica da produção, *como um todo*, que resvala para a cidade. Há, também, outras alterações que se resvalam na cidade, como a construção de uma cidade que se volta para o consumidor-assalariado e uma outra construção que se volta para o consumidor-capitalista. Neste sentido, os shoppings e o centro empresarial são uma demanda entre os capitalistas.

A subordinação do valor de uso ao valor não é algo tão evidente como se pensa. Além disso, como já foi assinalado, essa subordinação tem dois níveis de complexidade. Um formal, ou horizontal-extensivo, e outro real, ou vertical-intensivo. A passagem é complexa e duradoura e é importante para compreender as transformações urbanas. No entanto, alguns entendem que essa passagem, da mesma forma que com a economia capitalista, é algo concluído há muito e que não faz referência específica, portanto, a essas manifestações do urbano recente.

Há uma correlação entre a conversão dos objetos "úteis" em valores e das formas urbanas em valores. A mercantilização da cidade (ao mesmo tempo que esta cidade moderna é fruto dela) significa desviá-la do seu uso, das suas utilidades, como seu

fundamento. E, conectá-la ao valor, como atributo fundamental. Desta forma, fazendo um paralelo com **Marx**, a capacidade das formas, no urbano, estabelecerem "relações diretas entre as pessoas", de maximizarem este estabelecimento, significa a capacidade delas para a intercambialidade, e portanto o valor.

Da mesma forma que com os produtos em geral, o sujeito se desdobra em cidade através da mediação capitalista. Esta contém o trabalho do sujeito como valor de uso e como valor. Enquanto valor de uso, a cidade é relacionada a um conjunto de necessidades humanas, qualitativamente distintas, a satisfazer. Enquanto valor, a cidade não faz referências a particularidades do sujeito ou dos objetos, mas relaciona-se ao trabalho abstrato que ela contém. Assim, só conhece diferenças de quantidade.

O que representa o valor de uso para a cidade? Representa a diversidade de funções. Remete às necessidades do sujeito, mesmo que indiretamente. **Lukács** aponta a intemporalidade do valor de uso, independente das formas de sociedade.

Essas funções fazem uma mediação entre o sujeito, seus desejos, e o valor, a racionalidade da mercadoria. Por outro lado, as funções-valores de uso da cidade representam uma espécie de segredo do sujeito, uma verdade que ele detém frente à mercadoria. **Ele** reconhece a utilidade. Trata-se de uma avaliação subjetiva e essencialmente qualitativa "pois depende das qualidades específicas do objeto, reconhecidas como qualidades pelo sujeito" (**Konder**)⁷¹. Ou seja, a tônica, aqui, é a qualidade, do sujeito ou do objeto, *mesmo que seja na órbita da mercadoria*. Além disso, as funções-valores de uso na cidade fazem referência ao motivo consciente, na medida em que "o motivo consciente que leva os homens (a produzir) é o valor de uso desses bens, é a *diversidade múltipla* dos objetos produzidos" (**Goldmann**, grifos meus). O destaque aqui é a **consciência** da diversidade e procura da diversidade dos objetos. Há um papel **ativo** do sujeito, mesmo que subordinado, realmente, ao valor, quando se considera a mercadoria como um todo. De qualquer forma a tônica aqui é consciência. Ou seja, há um afastamento do *inconsciente* que determina (o discurso do outro e do irracional) e que se associa ao valor. Nas duas situações (*consciência e reconhecimento*) o sujeito se aproxima do objeto, porque ele *vê* o objeto.

Mas há, ainda, outro fato a se destacar a partir da formulação de **Goldmann**. Trata-se da referência que o valor de uso faz ao passado. Na formulação de **Goldmann**, o valor de uso representa o motivo consciente da produção nas formas sociais pré-capitalistas. Apesar da opressão brutal, presente na produção daquelas sociedades, há um peso da motivação consciente, limitada pela razão socialmente subordinada aos mitos. Num

71. Mesmo que na sociedade capitalista a atenção seja dada pelo objeto, pela coisificação, como afirma Adam **Schaff**, o reconhecimento só se pode dar pelo sujeito.

certo sentido, o valor de uso tem, então, o sentido de um inconsciente, porém vinculado a um consciente soberano do homem. É uma reminiscência.

Há ainda, contido no valor de uso, uma técnica. Uma técnica determinada e referente a esse valor de uso. Esse caráter qualitativo da técnica é uma oposição ao processo de abstração, principalmente quando a técnica contida se distancia da produção do leve-muito valor-pouca forma. Isto é, a nova técnica é a que tem como base a utilização de materiais leves e deslocamentos rápidos. Na produção moderna aumentou consideravelmente a proporção de artigos de pouco peso e de grande valor⁷².

A cidade **qualitativa** é produzida tendo em vista a cidade **homogênea**, quantitativa. Esta é uma característica **geral** da cidade capitalista, sem se considerar o seu processo.

O peso dos gostos, do consumo, do mercado, que é importante numa primeira fase, até mesmo para alicerçar a economia capitalista, rapidamente perde seu significado, na medida em que se impõe uma subordinação formal na estrutura produtiva e que se projeta para toda a produção. Este qualitativo deixa de ser a referência fundamental. É revolucionado de forma que o mercado e, na cidade, a estrutura funcional, são dinamitados.

Na cidade, funções como a residencial, comercial, de circulação e outras, além do seu caráter "natural", têm uma subordinação à troca. Ou seja, existem para atender uma funcionalidade de vida, mas também para dar lucro. As formas mantêm-se, por muito tempo, com fortes semelhanças com as que as antecederam. O conteúdo da forma, agora sob o domínio do capital, é o antigo, ou é uma extensão (quando se trata de formas novas: bonde, onibus, edifício). Trata-se, então, de *tornar essas formas homogêneas ao capital*. É uma fase relativamente longa. No processo urbano, considerando todas as funções urbanas (mais do que simplesmente tratadas como produto da construção civil), a tendência é fazer com que o cidadão passe de agente fundamental para instrumento.

Quando o capitalismo "herda" a cidade o fato mais estranho é a "fábrica". Algumas atividades são mercantis, mas limitadas. Elas estão um pouco mais próximas da racionalidade capitalista. No entanto, boa parte das funções da cidade, e da estrutura, nada

72. MANZAGOL, C., *Lógica do Espaço Industrial*. São Paulo: Difel, 1985, p.52. Isto é muito evidente nas técnicas de transporte que procuram convergir espaço e tempo. Trata-se de uma tendência antiga e **Manzagol** cita, como exemplos, a abertura do Canal Erié (custos divididos por 10) e as ferrovias como da New York Central (menos 300% nos custos). Observa ainda que "o grande aumento do valor dos produtos por unidade de peso, a redução das taxas de frete, conseqüente à utilização de aviões gigantescos, e a contabilização, nas estruturas de custos, dos atrasos na recepção e despacho de materiais e produtos elevaram, de maneira relativamente rápida, os aeroportos à condição de fator locacional das indústrias" (p.53).

tem a ver com o capitalismo. Com o tempo, o elemento estranho vai se fazendo estrutura⁷³.

A cidade, com suas funções e estrutura herdadas do passado pré-capitalista (a situação se reproduz com as heranças arqueo-capitalistas), vai sendo formalmente incorporada à racionalidade capitalista. Estas funções e estrutura permanecem praticamente inalteradas e são, muitas vezes, transformadas também em *abstrações*. Exemplo: ruas tortuosas que reaparecem na city ou transformadas em sede das rotas dos bondes ou rota da circulação das mercadorias (objetos ou pessoas); mercado que se desdobra no supermercado, ou uma *conquista interna* de formas tradicionais de comercialização com cartazes e mercadorias industriais.

Nesta situação, as qualidades já existentes da cidade se mantêm, mesmo que já subordinadas às necessidades do valor. Futuramente, estas qualidades, como valores de uso, serão desmembradas e transformadas em atributos do capital. Deve-se notar que há um atraso temporal da "capitalização" da cidade frente à transformação da produção capitalista "strictu senso" (da manufatura para a grande indústria), de forma que mesmo com a presença de grandes indústrias monopólicas no século XIX, por exemplo, a cidade continua muito *formalmente* submetida ao capital.

Existe uma dimensão espacial, revolucionária e antecipada, presente nos estreitos limites da fábrica, o protótipo da produção em sentido restrito. Isso está na passagem da subsunção formal à real quando à conglomeração espacial e simultânea dos trabalhadores sucede uma "conglomeração espacial e simultânea das máquinas".

Quando se estabelece, na cidade como um todo, esta situação antecipada no interior da fábrica, estabelece-se no urbano, ou pelo menos em parte, em determinadas formas, uma rede de funcionalidades **cuja cooperação preexiste à dos cidadãos como indivíduos que fazem parte dessa experiência comum**, da mesma forma que acontece na passagem para a cooperação **prévia** entre máquinas frente à cooperação entre indivíduos.

Correspondendo à "subsunção formal", a presença do capital na cidade ou a criação da cidade pelo capital *ainda não plenamente desenvolvido*, representa um novo **ordenamento**, que dá um sentido formal capitalista a quase todas as atividades existentes nela. Ou seja, o domínio do capital sobre a cidade se faz sobre uma funcionalidade preexistente (ou, pela sua fraqueza, carrega as formas pré-capitalistas, renovadas em parte)

73. Um aspecto, talvez secundário, dessa tendência pode ser exemplificado com a atração que as novas formas urbanas exercem na cidade como um todo. Elas tornam-se referência, polos. Deve-se lembrar aqui Henri Lefévre (*O Direito à Cidade*) para quem, em determinadas circunstâncias, "formas transformam-se em funções e entram em estruturas que as retomam e as transformam".

e essa *herança de diversidade* se mantém. Neste momento, então, o capital está ancorado, está voltado, está na "dependência" desse preexistente, desse passado.

A possibilidade de alterar essa dinâmica, interna à mercadoria, depende da criação de uma outra dinâmica produtiva, industrial (principalmente dentro do país) que permita a manifestação mais explícita da lógica abstrata do valor. As modificações substanciais iniciam-se no âmbito da produção estrita, na "fábrica". A cidade, neste sentido, se "atrasa", espera. As manifestações substanciais, assim como "na fábrica", já estão *embutidas* em si mesmas, nessa *racionalidade* que formalmente as conduz. Eventualmente tem-se elementos, *emergências*, como por exemplo o descolamento relativo de lojas de departamentos, como a Sears, na década de 50 em São Paulo.

Nas modificações na cidade, na metrópole, as funções vão sendo revistas pelo valor. Funções também são criadas. As funções, e formas correspondentes, não só estão vinculadas à dinâmica do valor, como vão *além de uma expansão horizontal*. Elas se aprofundam e se refazem.

Tome-se como exemplo o comércio, em São Paulo, na passagem do século XIX para o século XX. É quando há uma transformação da pequena cidade para a metrópole⁷⁴. Nesta passagem, desde um período em que a cidade guarda diversas características coloniais, tem-se ruas de comércio que fazem referência imediata à circulação local. Seu grau de diversidade corresponde, em muito, à quantidade e poder de consumo dos circulantes. Embora tudo já esteja mediado pela lógica mercantil, há uma promiscuidade, uma confiança, entre a rua de comércio e a cidade que faz com que a loja fique muito referida ao espaço público e as suas transformações⁷⁵. Em São Paulo, algumas ruas que já eram comerciais na pequena cidade semi-colonial do século passado se tornaram ruas comerciais importantes na metrópole do século XX e, portanto, com projeção estadual e nacional.

As lojas de departamentos, em ruas de comércio, representam uma alteração nesta *confidência*⁷⁶. De um lado, elas também estão submetidas à cidade no *já constituído* mais imediato (a rua de comércio ou a área central e tradicional de comércio). **Acompanham** a cidade no seu movimento (como o caso da Mesbla da rua Butantã). Mas, por outro lado, a loja de departamentos *interioriza a rua* (como as galerias também interiorizaram) e concentra uma "diversidade de lojas" sob a disciplina de um mesmo

74. Dados de população (recenseamento oficial): 1872 __ 31.385 habitantes; 1890 __ 64.934; 1900 __ 239.820; 1920 __ 579.033.

75. No shopping, pelo contrário, há um espaço privado que tem aparência de espaço público.

76. As lojas com características semelhantes às lojas de departamentos aparecem em São Paulo já na **década de 10**, como o Mappin, a Sloper e a Casa Alemã. Elas se estabelecem ao longo da área central da cidade.

proprietário ou sociedade. Ela introduz, no seu interior, os elementos de uma nova circulação de consumidores, uma nova visualização comunicativa e sinalizadora e um novo sistema de fazer compras⁷⁷. Este se aproxima do self-service⁷⁸.

Nas lojas de departamentos situadas fora das áreas tradicionais de comércio tem-se, já, elementos que, mais tarde, se concretizaram nos shopping centers. A referência à cidade não se dá frente ao já constituído mais imediato, isto é, o comércio local estruturado⁷⁹.

Nos shopping centers tem-se um grau muito maior de desprendimento frente à cidade, apesar da metodologia de escolha da localização do shopping indicar talvez o contrário⁸⁰. O shopping rompe com a linearidade, com a continuidade, então existente, na medida que se sobrepõe a esquemas locais e cria uma súbita e nova realidade comercial e imobiliária⁸¹. Seus *espelhos* podem estar a muitos quilômetros de distância. Tem-se, no

77. O comércio varejista das lojas de departamentos, mas utilizando os métodos semelhantes aos dos Estados Unidos, só vai se estruturar, de fato, após a Segunda Guerra. O fortalecimento da indústria no Brasil, com as suas necessidades de circulação, torna presente a promoção, a propaganda, o crédito parcelado, bem como a abertura de capital destas lojas de departamentos.

78. O self-service aparece, claramente, em São Paulo no período da Segunda Guerra, com lojas como as Americanas. Mas, é através dos supermercados que esse tipo de comercialização se banaliza e adquire novos contornos. Os primeiros supermercados aparecem em 1953, em São Paulo, tendo como exemplo principal o SirvaSe. Este é também uma negação da rua comercial, porque se estabelece em área sem tradição comercial. Embora haja muitos supermercados instalados em ruas comerciais, os supermercados inauguram uma outra lógica de comercialização, não tão centralizada. Eles vão se expandindo por áreas comerciais, tradicionais ou não, mas que tenham um alto poder de consumo. Além da circulação, eles vão atrás do consumo. Introduzem, com o tempo, a experiência do estacionamento, já feita nos Estados Unidos, como ocorreu também com as lojas de departamentos. Da mesma forma, não concentradas em áreas tradicionais, enquanto estratégia locacional, outras formas que fazem referência ao automóvel, como os postos de gasolina, as agências de automóveis, as lojas 24 horas. Claro que isto é na perspectiva da aparência. O comércio corriqueiro, como os açougues, mercearias e quitandas ou mesmo padarias e bares, tem outra espécie de mobilidade descentralizadora (citadas por **Langenbuch**). Mas, neste caso, apresentam em geral uma retração frente a complexidade dos supermercados, por exemplo. Na cidade tradicional a descentralização é só do corriqueiro.

79. A Sears do Paraíso (atual Shopping Paulista) foi inaugurada por volta de 1950, numa área que não tinha, na época, nenhum significado comercial. A outra Sears (atual Shopping West Plaza), da Água Branca, foi se localizar na zona oeste de São Paulo, distante do centro (quatro quilômetros, mas em 1958) e das outras lojas de departamentos. É verdade que na época tem-se uma área de expansão da cidade mais nobre naquela direção onde estão os bairros de Higienópolis e Pacaembu, bem como os de classe média como Perdizes, todos unidos pela Avenida São João e rua das Palmeiras. Ou seja, tem-se uma *lógica mais geral da cidade*, mas também tem-se uma *lógica do capital específico*. A Sears traz uma experiência internacional não só de localização como também de comercialização (funcionamento noturno, estacionamento, associação com supermercado, etc). Segundo Jurgen **Langenbuch** (*Os Agrupamentos de Lojas e Serviços em São Paulo*. Rio Claro: FFCL, s/d) "a Sears é pioneira no estabelecimento de lojas solitárias com áreas de estacionamento também nos Estados Unidos e Canadá, onde fê-lo a partir de 1946" (p.106). Curiosamente ambas se transformaram em novos shoppings. É um caso especial porque a proliferação de filiais de lojas de departamentos vai se guiar pela existência de comércios de bairros e ruas de comércio já estruturadas.

80. Vide Nota 1: Implantação de Shopping Centers.

81. O shopping não obedece à antiga lógica linear *da função comercial* (uma inscrição espacial isolada num meio já estruturado) nem a antiga lógica linear *do desenvolvimento urbano* (o espaço já estruturado), a

shopping, uma revolução interna, inclusive de circulação. Revela-se um despreendimento frente às injunções externas ao valor, uma grande subordinação do valor de uso e uma *abstração*. Na medida em que, principalmente para o participante, não é a aglomeração de lojistas que arbitrariamente determina a localização, e sim a arbitrariedade gerenciada do empreendedor e, na medida em que, internamente, o participante entra num padrão de distribuição pré-determinado, pode-se dizer que o *shopping determina o externo e o interno*. Como exemplo, tem-se:

- ① os lojistas já estão na posição de inquilinos e os empreendedores e gerenciamento não querem o contrário. Porque? Para manter o controle. É a questão essencial. Sobrepondo-se a esta relação do shopping, bastante distante do comerciante tradicional, tem-se a *franquia* que nos shoppings tem um avanço mais nítido⁸²;
 - ② os lojistas são *selecionados*⁸³;
 - ③ não há uma dependência estreita da rua e, a rigor, ela não existe para o shopping center⁸⁴;
 - ④ não há, a rigor, um diálogo com a rua, avenida ou estrada;
 - ⑤ o comerciante é *feito*, mesmo quando já possui experiência anterior no ramo; ele adota um estilo shopping, obedece às regras; o tipo é escolhido; às vezes, a loja é convidada, mas ela não tem o controle sobre os planos do shopping center⁸⁵.
 - ⑥ no interior do shopping, a disposição de um *tenant mix* (uma composição tipológica dos futuros *inquilinos*), partindo de uma pré-determinação, pelos empreendedores, atenta para esquemas de indução, esquemas de circulação⁸⁶.
- Nos shopping centers, as rotas aparecem como a circulação da multidão por

herança da localização. Este é o sentido geral. Porém, não significa que o já estruturado não seja a referência geral. O já estruturado, a distribuição do mercado consumidor, as características econômicas da diversidade *areolar*, a estrutura linear básica, são referências gerais. "Isto se comprova, em parte, pela importância dos bairros de maior poder aquisitivo na localização dos shoppings, na importância das avenidas eixo. Porém, agora, o capital que executa estas mudanças no urbano, pensa esta realidade, sobrepõe-se a esta inscrição material e pode aproveitá-la ou anulá-la". (GAETA, A.C., op.cit., p.223).

82. Vide Nota 2: Franquia nos Shoppings.

83. Vide Nota 3: As Lojas de Departamentos nos Shoppings.

84. O mesmo acontece com os condomínios fechados horizontais.

85. Deve-se lembrar, também, que os shoppings acompanham esse aspecto de *abstração* do capital, existente desde o século XIX (uma dinâmica de capital que *prescinde da propriedade direta*, como é o caso das **sociedades anônimas**). No caso dos shoppings, a questão está ainda mais complexa (embora já presente há muito em outras formas da cidade): empreendedor e função estão distantes; empreendedor e financiador podem estar distantes (bancos, indústria de construção — que pode parecer *normal*, e os fundos de pensão, geralmente de estatais); lojista como sinônimo de propriedade e propriedade efetiva estão distantes. A lógica do valor se infiltra profundamente.

86. Vide Nota 4: Esquemas de Circulação nos Shoppings.

caminhos programados por um jogo de forças: a própria disposição do tennant mix. A multidão circula, atraída por essa força. A procura parece significar que algo muito especial está acontecendo⁸⁷.

Há uma questão de limites que se impõem, também, para a cidade. Ao conservar as velhas formas e funções, mesmo que formalmente subordinadas ao valor, a quantidade de mais valia fica **comprimida** na forma. O que significa isto para a cidade? Que não houve uma penetração *no interior da funcionalidade urbana*, capaz de criar novos valores de uso submetidos ao valor.

Uma outra questão é que o rompimento com a forma que comprime não é uma quebra abrupta que define para sempre a contradição⁸⁸. É um processo que deve continuar na medida da contradição entre valor (abstração) e uso (qualidade). As limitações dadas *pelo uso e pela presença do sujeito* exigem uma transformação do permanente processo de trabalho (e técnica, portanto). O domínio da máquina, como símbolo da subordinação do sujeito, símbolo da dissolução do tempo qualitativo é, como já se afirmou, um domínio de diferente qualidade frente ao da máquina obsoleta⁸⁹. É o domínio da revolução da técnica.

É possível fazer um paralelo com a subsunção real, apesar das distâncias. Como *produto* a cidade depende da transformação do processo de produção em si e tudo o que vem associado: nova técnica, novo processo de trabalho, etc. Mas, como lógica inerente à subsunção real, há uma sobreposição da *abstração* frente ao material, à cidade, concreta neste caso, desde seus gostos até suas concretizações formais. A necessidade da

87. O desfile da multidão pode representar, como antes (nas galerias do século XIX descritas por **Benjamin**), a própria idéia de progresso, a crença no progresso. Sentir-se parte dele e não excluído.

88. Entendendo a forma como elemento de subjetividade.

89. A questão da dissolução do tempo e das referências ao entorno, presentes nas novas formas urbanas (mega-estruturas planejadas tendo em vista também este aspecto), não é algo absolutamente inovador. É possível considerá-la, também, por exemplo, nos templos, onde se tem uma dissolução tanto do tempo quanto das referências ao entorno material. Mas, pelo menos neste caso dos templos, não há de fato uma dissolução do tempo qualitativo e sim a procura da permanência em um tempo que representaria a realização suprema do eu: o encontro com a divindade. Há, por outro lado, uma aproximação entre o tempo do templo e o tempo do shopping, por exemplo. Aliás, a palavra templo demonstra na linguagem bíblica "a íntima correlação entre espaço e tempo": "templo, o santuário da divindade num determinado espaço, como tempo, determinada porção da duração do dia, derivam da mesma palavra grega "témenos" que é uma gleba separada da terra. A "témenos", parte separada da terra, corresponde "tempus", parte separada do céu em que se encontra o sol durante determinada parte da duração do dia" (**REHFELD**, Walter, *Tempo e Religião. A Experiência do Homem Bíblico*. São Paulo: Perspectiva-Edusp, 1988, p.40). Nos dois casos (o tempo do templo e o tempo do shopping) há uma espécie de adoração [e Marx já apontou esse caráter religioso da mercadoria há tempos]. Em relação às novas formas urbanas, é interessante destacar que a dissolução do tempo qualitativo tem aspectos diferentes no shopping e no condomínio empresarial. No shopping há uma ausência real da medição, inclusive a quantitativa. Não há relógios, embora formalmente exista o famoso relógio das águas, no exemplo do Shopping Center Iguatemi. Já no condomínio empresarial, a medição quantitativa do tempo está acentuada.

abstração deve "atropelar" a cidade *envolvente* e o interior das formas urbanas, invertendo coisas como a atividade do participante ou escolha do consumidor. Cabe àquela necessidade definir rotas, gostos, compras, a apreciação do que deve ser apreciável.

Esta transição é explicada porque muitas das formas e funções pré-existentes à conquista da cidade pela sociedade moderna foram conservadas. É verdade que inseridas na nova realidade mercantil. Mas, conservadas e, muitas, por muito tempo. Tratou-se, apenas, de uma espécie de *diluição horizontal*. O formal, herdado da antiga cidade, a cidade **definida**, foi diluído na expansão horizontal, na "urbanização do mundo". Quando o processo caminha para a dissolução envolvendo o interior da cidade, as formas e funções pré-existentes, ainda conservadas, pode-se dizer que a forma como capital transitou da simples realização *econômica* para a realização *material*. Isto é, além da forma o capital passa a dominar a matéria. Esse domínio da matéria, essa realização material, significa novas formalizações no urbano contendo mais controle⁹⁰ e programação⁹¹, e o desmembramento de funções para agilizar e mercantilizar. Há uma ampliação tendencial da distância do sujeito-cidadão das suas habilidades e seguranças, em coisas como *compor* uma rua ou *compor* um comércio.

Nessa nova dinâmica interna, há uma migração de tradicionais funções, responsabilidades, decisões, participações, para um *administrativo* que representa a *mercantilização miúda*, no detalhe, do espaço urbano. Antes, a cidade, através de suas formas tradicionais, produzia-se como valores de troca mas com o objetivo do consumo de valores de uso. A cidade, em si, nestas condições, ainda não é plenamente capitalista. Em um sentido geral, não. Ainda assim, a cidade pode é capaz de conter, em sua formalidade, atividades nas quais o processo de valorização já colocou os valores de uso em posição *absolutamente* secundária.

Mas a cidade em si também sofre, posteriormente (dadas as condições necessárias e manifestando-se paulatinamente no espaço urbano), uma transformação que a coloca, *ela toda*, enquanto valor de uso, numa posição absolutamente secundária frente à conquista avassaladora do processo de valorização, da abstração.

90. Aqui está se destacando um sentido mais interior do controle. Há também um sentido externo, mais aparente e formal. É o caso de considerar exclusivamente a arquitetura do controle. Líliliana **SEGNINI** (*A Liturgia do Poder. Trabalho e Disciplina*. São Paulo: Edusp, 1988) trabalha nesta perspectiva no estudo sobre a sede do Bradesco.

91. A programação, do ponto de vista espacial, tem dois sentidos: interno e externo. Enquanto externo pode-se lembrar dos roteiros turísticos, por exemplo. Mas, a nível interno, a questão está acentuada nas formas comerciais. Há um direcionamento acentuado do olhar e do imaginário. Aqui o sujeito está sendo visto como um elemento externo a esta realidade a quem se impõe uma atitude contemplativa programada. Quanto à questão do direcionamento do olhar é interessante contrapor o outro olhar que controla como o da administração "invisível" e da segurança, incluindo a metáfora do olho eletrônico que vigia.

Da mesma forma que com a mercadoria em geral, esta transformação da cidade, o seu interior mesmo, mostra que quando se institui uma produção claramente identificada com o processo de valorização (vide a desmontagem das perícias, muitas vezes dispersas; esvaziamento das formas de controle do sujeito) há uma dissolução da subjetividade presente fora da produção, mesmo que seja o que está encastelado no valor de uso como consumidor. A renúncia a todo controle sobre o valor de uso-funções na cidade representa o processo de concretização da *abstração* no espaço. Como já foi destacado, para **Marx**, em *O Capital*, o verdadeiro sentido de alienar uma mercadoria não é apenas o ato de vender, mas a **renúncia a todo controle sobre seu valor de uso**. Daí, também, toda a tônica crescente de organização no objeto coisificado, como nas novas formas urbanas. Há uma tônica generalizada de *necessidade* e *organização* presente nos discursos dos empreendedores. Em Alphaville, os empreendedores, através do seu projeto, dizem evitar ou atenuar os problemas comuns do desenvolvimento urbano.

O que se tem no espaço urbano é mais do que a simples mercantilização. Trata-se de uma transferência latente de controle, na medida do estabelecimento de novas condições produtivas. Nesse sentido, o desenvolvimento urbano é um **processo de transferência**, mais do que uma aparente luta entre empresas, de um lado, e Estado planejador, de outro. É um aprofundamento, por dentro da mercadoria, de forma a possuir o resquício de sujeito que o valor de uso representa. São condições que vão além do pré-requisito que é a metamorfose do valor. São condições para uma *expressão desdobrada* dessa metamorfose e que estão presentes na metrópole de São Paulo.

O processo de renúncia a todo controle é uma renúncia do sujeito que, diante da cidade autonomizada, vê um estranho a ele, mesmo que desejado.

Esse esvaziamento da cidade, por dentro, é, como já se apontou, o aparecimento de um "conjunto econômico autônomo que tende a se aposar de modo exclusivo de todas as manifestações da vida humana" (**Goldmann**).

É assim um processo de abstração e generalização. Da mesma forma que com o equivalente geral, neste caso concreto da cidade, o tal processo significa um quase desaparecimento do valor de uso como suporte do valor.

Uma das dificuldades da cidade quantitativa é a própria dificuldade de nomear. Em Alphaville os residenciais são numerados. Os nomes não fazem referências a pessoas. Também não há referências a Barueri ou Santana do Parnaíba, as cidades *reais* nas quais existe⁹². Afinal *ninguém conhece o histórico da região*.

92. Contraditoriamente, a ausência de referências é substituída pelo apelo à vida comunitária na descrição e venda do produto.

A *denominação* é uma importante questão presente nessas grandes áreas produzidas.

A respeito do nome é bom comparar o "antigo" Iguatemi como o "novo" West (Plaza). O primeiro tinha referências **valiosas** imediatas, como os Jardins, a rua Augusta, e toda a tradição da "velha" e rica São Paulo, com os seus Jardins Paulistano, Paulista, seu Clube Pinheiros, suas Alamedas, Jahu, Itu, Franca, Gabriel Monteiro da Silva etc. É esse o Iguatemi, o imediato. O lendário indígena, o bandeirante, os Jardins, o *chique*. E o West Plaza? Apesar de seu passado de Sears e do seu imediato bairro de classe média (Água Branca, em desaparecimento pela ação do nominalismo dos empreendedores imobiliários que só reconhecem Perdizes e Pompéia), tem um outro momento de inserção dos shoppings no urbano. O shopping já nasce para uma região inteira, principalmente quando o seu imediato não é o Jardim. E, ainda por cima, essa região é a Oeste, que inclui bairros referência como a antiga Lapa operária, ou a mais distante Pirituba, a cobiçada City Lapa e a bem próxima Barra Funda. Esse oeste não é comparável ao sul (Jardins) ou sudoeste (Pinheiros). Então não é mais o oeste. É o West, o empreendimento que vai além da realidade local, o West Plaza.

No caso das grandes edificações sabe-se, em São Paulo, que tem nomes como *prédios*, *edifícios*, *condomínios* e, mais recentemente, *moradas* e *centros*. O mais significativo é **centro**, seja *centro* de compras, seja *Centro* Empresarial. Nos shoppings o termo é o internacional *center* (Ibirapuera, Iguatemi, Morumbi, Norte, etc) e, mais recentemente, *plaza* (West). Coincidentemente ou não (já que a referência é a experiência internacional), a proliferação dos *centers* e *centros* em São Paulo vem com a perda do significado do centro (o velho centro da Sé ou o "novo" centro da Barão de Itapetininga) para o cotidiano da cidade como um todo.

Tomando como referência principal os Estados Unidos, Edward **Relph** cita uma mudança dos nomes dos grandes edifícios, desde os *skyscrapers* (arranha-céu), passando pelas *towers* (torre), *buildings* (construção, edifício), *houses* (casa), até os mais recentes *centers* (centro)⁹³.

O que significaria esta caminhada do arranha-céu ao center? Seria esse arranha-céu, inventado nos anos 80 do século passado, em Chicago, um desafio ao céu, dentro do velho lema iluminista? E o outro, o centro, centro do mundo, uma espécie de *redução*? É possível afirmar que se caminha da desfiguração para o familiar (o estranho familiar)?

93. Na realidade há uma grande diferença arquitetônica entre os *skyscrapers* e os *buildings*, uma diferença de porte. Mas num sentido geral é cabível a comparação. Notar também que os *skyscrapers* procuram o céu e os *centers* a ocupação mais horizontal.

O que a denominação procura, de acordo com **Relph** e no casos dos subúrbios, é uma forma de **identidade** subordinada ao marketing. Lá, como cá, "*os nomes, geralmente, sugerem algo bucólico, romântico ou nostálgico ... nomes pseudo-comunitários idênticos são utilizados em todo o lado para novos empreendimentos residenciais*"⁹⁴.

Em São Paulo, em áreas ao longo das rodovias Raposo Tavares e Castelo Branco, tem-se "residenciais" fechados com nomes como *Fazendinha, Parque Silvino Pereira, Aldeia da Serra*; ou *Forest Hills, Palos Verdes*; ou ainda *Nova Higienópolis, Ouro Velho*; ou mesmo, *Passárgada*.

No "primeiro mundo", tem-se para os nomes que "*a sua relação com a paisagem real é bastante arbitrária, até porque o local é, na generalidade, desimpedido para facilitar a instalação de esgotos e a construção de estradas*"⁹⁵.

Alphaville, diferente das denominações dos outros "residenciais" citados na Grande São Paulo, não faz referência mercadológica explícita a um passado, bucólico ou romântico. Seu nome, a nível de consumidor, se alicerça no exótico, no estranho, no composto latim-francês, **no clássico**. Ela é a **primeira**. Nada é anterior, embora seja antiga. Ela é também, por outro lado, uma referência à arte, à Godard, à Alphaville de Godard. E quem vai saber o que era Alphaville em Godard?

Nestas denominações há uma aproximação, conduzida pelo valor, entre o valor de uso e a arte. Nesta hora há uma aproximação entre a bancada da loja de roupas do Shopping Iguatemi, tão frugal, tão rara, tão exclusiva, só para você, tão emoldurada, dizendo tanta coisa, embora só sendo aquela peça, carregando com ela a decoração, o atendimento, o pacote; enfim, uma aproximação com Alphaville, o terreno de Alphaville, a casa de Alphaville, etc.

Essa relação difícil e complexa desse bem produzido-cidade com o passado também aparece diretamente entre a empresa e a construção pela qual ela responde⁹⁶. Em São Paulo a questão parece ficar quase que restrita a edifícios, mas assim mesmo é de se notar. *Qualidade Encol, Gomes de Almeida Fernandes*, etc. "*Claro que todos estes sinais e nomes são apenas expedientes de marketing; são retirados e esquecidos logo que as casas são vendidas, e a realidade da produção da paisagem cedo se perde no passado*"⁹⁷. Mas a

94. **RELPH**, Edward, op. cit., p.156.

95. Idem, ibidem, p.156. Grifos meus.

96. Nos Estados Unidos "os nomes das companhias são destacados no equipamento de construção e nos andares modelo, porque cada companhia acredita que ganhou uma sólida reputação de credibilidade e de trabalho de qualidade; assim a Wimpsey não só constrói casas como constrói "casas Whimpsey"". **RELPH**, E., op. cit., p.156.

97. Idem, ibidem, p.156.

construtora de Alphaville procura fazer esta ligação: "No mundo moderno, a marca funciona como uma garantia do produto ... Na construção civil e na urbanização, o nome ALBUQUERQUE, TAKAOKA virou marca, transformou-se em um certificado de qualidade no planejamento e execução de obras dos mais variados portes"⁹⁸.

A montagem de uma memória, através do marketing, aparece nos cenários montados sobre os terrenos onde vão ser construídos os edifícios de luxo⁹⁹. Mais que painéis e plantas, aparecem gramados, coqueiros e fontes, retirados logo após as vendas. No caso trata-se de uma memória forjada, não levada a sério e rapidamente esquecida. O mesmo acontece nos lotamentos, sendo que neste caso os portões de entrada, a "sede social", procuram criar um imaginário¹⁰⁰. Ou seja, há uma certa aproximação entre bem de consumo e arte, comum na publicidade moderna, e tema de preocupações da **Escola de Frankfurt**.

Essa cidade homogênea não é "material", no sentido de que faz referência ao *trabalho abstrato*. Essa abstração só tem realidade mediante a cidade qualitativa.

Porém, deve ser destacado que, nos mesmos termos em que Marx se refere ao movimento interno à mercadoria, o "movimento de concretização da abstração é **cada vez maior e se amplia**". Isto não somente porque a cidade vai se fazendo mercadoria *nos recantos mais escondidos* e inimagináveis, mas também porque *no já conquistado* ou criado (a forma urbana) vai havendo uma metamorfose interna, uma mudança de caráter, que é resultado daquele movimento de concretização da abstração.

Nesse processo de abstração, o valor vai ganhando uma soberania cada vez maior de forma que, como na produção, constitui-se com um duplo domínio. De um lado, a cidade qualitativa que está, comparativamente e dentro do processo capitalista, muito mais próxima ao sujeito, pois faz referências a necessidades e a qualidades deste. Nessas condições é o símbolo do sujeito.

A cidade qualitativa participa deste processo representando o já constituído, o já existente, "para o bem ou para o mal" (na perspectiva do valor), como o **passado**. O passado, materializado em formas urbanas determinadas, com a sua *distribuição* e

98. Folheto propagandístico de Alphaville, setembro de 1993.

99. Estes cenários estão presentes, em maior ou menor medida, em todas estas formas selecionadas. Aldeia da Serra, o outro condomínio da Construtora Albuquerque, Takaoka, apresenta o seguinte discurso, no seu folheto propagandístico: "O local para a implantação do projeto foi selecionado como se escolhe uma moldura". É feito todo um cenário do *colonial*, que inclui a presença de antiquário, galeria e outros elementos semelhantes.

100. A relação difícil e complexa desse bem produzido-cidade com o passado e a sensação de perda aparece no pós-moderno, com sua aparência de respeitabilidade com o passado. Um pequeno centro comercial, construído em Toronto no começo dos anos 80, tinha a seguinte divulgação: "o caráter e o encanto de uma *aldeia centenária* com idéias tiradas do passado para captar o espírito do movimento de *"regresso à origem"* do público comprador" (RELPH, E., *op.cit.*, p.192).

funcionalidade, pode *estimular* ou, ao contrário, *criar barreiras* para o novo patamar que as necessidades de produção têm. No novo patamar há uma procura do aumento de mais-valia que leva a um aumento de *escala* relacionada à necessidade de maior abstração. Os detalhes *se perdem*, como no caso das grandes programações. Ou seja, o aumento de escala do processo de trabalho, para acelerar a mais valia, exemplificado pela mudança técnica, também corresponde a uma escala urbana *diferente*.

O passado, aqui, é o sujeito, está aproximado do sujeito¹⁰¹. Porém, aquela razão que está por trás do valor não vê estas qualidades, estes usos da cidade ou os vê como meio. Essa razão *instrumentaliza* tal herança tendo em vista uma meta quantitativa, o crescimento do valor. Ou seja, a meta, o **futuro** (concretizado na cidade em formas determinadas) domina o uso, o passado.

Numa outra perspectiva, esse "*futuro*" materializado, concretizado nas formas novas, dirige os rumos da cidade, desconsiderando qualidades, usos, o sujeito como fim. Desse modo, é o **domínio do passado**, do trabalho morto sobre o trabalho vivo.

Há na cidade, como em todo o processo capitalista, um processo de alienação do valor de uso. Ou seja, a questão fundamental é o **controle** sobre o valor de uso. Esse domínio não é apenas aquele consumo. É também o uso para alterá-lo, destruí-lo, instrumentalizá-lo tendo em vista as *necessidades abstratas*.

A centralização da questão da alienação neste controle sobre o valor de uso (processo de controle) tem, também, dois movimentos, seja quando se considera o espaço em geral ou quando se considera a cidade em particular.

Há um movimento **horizontal**, de incorporação de áreas. Nestas, as funções pré-existentes vão caminhando de simples valores de uso para valores de troca. Incluem-se nisto as funções e formas da área em questão. É simplificada uma expansão da troca, a chamada **expansão geográfica da troca**. Nesta perspectiva é possível considerar um enorme espectro temporal que inclui a expansão sobre o campo, o imperialismo¹⁰² ou a

101. A relação complexa com o passado revela uma certa luta para emergir o sujeito. Quando se tem em conta os **estilos** presentes na cidade, por exemplo, vê-se a passagem, durante o século XIX, de um início que se volta ao passado e de um final de século que tem a crença no futuro. O final deste século XX parece fazer um *retorno ao passado*. O apelo ao "romântico, espiritual e sentimental", no século XIX, surge como uma "reação contra o trabalho maquinal". Embora seja um romantismo conservador, com seu revivalismo gótico e de outros estilos, ele indica que o sujeito corre perigo.

102. O imperialismo-monopolismo põe em destaque principalmente a questão do movimento horizontal, de incorporação de áreas ao capital. Mas também inclui áreas já bem industrializadas da época, como a Bélgica, como lembra **Lenin**. Ou seja, já no imperialismo tem-se um *movimento horizontal*, mais lembrado e destacado, e também um *movimento vertical*, de aprofundamento. **Lenin**, no entanto, destaca a questão essencial que responde por essa passagem para o monopolismo-imperialismo. Ou seja, a procura da superação e *controle* das crises que ameaçavam a sobrevivência das empresas leva a uma necessidade de se impor ao *mercado constituído* e à demanda. Essa será uma tendência promissora. Deve-se destacar essa força que se volta contra *qualidades sedimentadas* como aquelas. Volta-se contra aquela herança que, tal

mercantilização de funções há muito presentes na cidade capitalista. Em todos estes casos tem-se ou uma *descoberta* ou uma *criação* da possibilidade de instrumentalizar e subordinar o valor de uso ao valor, o que caracteriza a mercantilização.

Porém, a questão do controle sobre o valor de uso vai além dessa expansão "geográfica" ou desta generalização da produção para a troca. Há também, na cidade, uma outra dinâmica, mais essencial, que explica o período mais recente, com novas formas urbanas, como as geradas em São Paulo. Trata-se de uma *possessão gradativa* do valor sobre o valor de uso, usos e qualidades, no interior da mercadoria. Essa possessão, indo além da generalização da troca, faz uma revolução que vai além do crescimento da troca a partir da instrumentalização do valor de uso. Num dado momento e condição material, os gostos, os mercados, *já capitalistas* (como os Estados Unidos, a Inglaterra, ou São Paulo, por exemplo), podem ser pulverizados pela constituição de uma nova realidade mercantil mais aprofundada.

Levando em conta o desenvolvimento industrial, o desenvolvimento de uma estrutura material específica, uma nova relação produtiva, pode-se apontar o período que começa a emergir a partir da década de 60 (e mesmo de 50 para São Paulo). No Brasil, a relação entre bens de produção e bens de consumo passa de 26%-74% (1950), 35%-65% (1960), 43%-57% (1970), para 55%-45% (1975). A partir daí instaura-se uma estabilidade em função da própria crise econômica brasileira. Em 1985, no último censo industrial, a relação estava de 55%-45%. Em São Paulo, considerando a presença dos bens de consumo não durável, como um indicador, tem-se uma modificação anterior e mais veloz que no conjunto do país. A presença passa de 67% (1950), 48% (1960), 43% (1970), para 33% (1975). A partir daí há uma estabilização, de forma que em 1985 a presença é de 32%.

A nova estrutura produtiva significa a concretização de condições materiais para inverter (com a tecnologia renovada) uma relação interna ainda muito presa à produção de valores de uso para o consumo e em função da demanda do mercado já estruturado (correndo atrás dele), inclusive de um mercado consumidor pré-industrial. A acumulação, através de um mercado já constituído, deve ser superada. Estrutura-se uma nova complexidade no mercado, não mais só sintonizado ao consumo não capitalista¹⁰³: uma demanda capitalista, um consumo produtivo, um mercado consumidor determinado pelos investimentos.

qual uma subjetividade, incomoda a objetividade do capital. Há, também, um outro aspecto digno de nota. Nas cidades da nova sociedade (principalmente as metrópoles modernas, já no século XIX) há a construção de certas concepções de **planejamento urbano** (e, paralelamente, outras concepções, utópicas), a partir do Estado, e que reforçam a estruturação de um mundo que impõe a **ruptura** (como a Paris em 1850-1860, por Haussmann).

103. Que é "apenas" um lado formal, sempre muito destacado.

Mas, na nova estrutura, há uma referência mais geral que envolve a relação entre produção e consumo. Não basta "pegar" necessidades. É preciso, para ampliar a acumulação, que se *criem necessidades*. É preciso, neste sentido, diminuir a importância do consumo. Ou seja, o processo de acumulação, como lógica do valor, não está plenamente instaurado. A racionalidade burguesa ainda não se impôs totalmente frente às heranças das produções pré-capitalistas. E mesmo frente às *heranças* que o capital industrial traz. É preciso não só revolucionar o mercado, como também impedir que o mercado se acomode às novas constituições. Antes que o produzido e o como produzir se torne norma, se torne "conhecido", se torne herança, e portanto futuro obstáculo, o capital precisa contrapor a permanente transformação tecnológica. Aí também está o caráter irracional-racional.

É preciso surpreender o mercado, não se *deixar levar* por ele. Ao contrário, conduzir o mercado, o gosto, a necessidade. Por isso mesmo, há uma associação profunda entre renovação tecnológica¹⁰⁴ e as mudanças que intentam controlar a demanda. Ou seja, há um outro significado que é o desmontar de perícias. O administrável e o tecnológico como partes de um mesmo processo. O desmontar de perícias (centralizadas, então, pelo capital) não só vai além da fábrica, passa pelos outros setores, como se insere nas outras realidades mercantilizadas (uma inserção vertical), até mesmo como forma de transformá-las em mercadorias (uma inserção horizontal).

O espaço como produto também sofre esse desmontar de perícias¹⁰⁵. Há um lado ativo, o dos investimentos, e um lado que é transformado, a demanda. O processo de valorização está dependente de toda uma herança, até mesmo pré-industrial, que o prende, inclusive, ao processo de trabalho. Com a transformação da estrutura produtiva cria-se uma nova situação para que haja um despreendimento do mercado e para que o mercado seja revolucionado continuamente e não apenas em um momento. Essa desestruturação abarca, ou tende a abarcar, o espaço constituído.

A nova estruturação é um desdobramento do capitalismo no Brasil em direção à expansão da racionalidade capitalista. Ela é mais propícia à criação de produtos novos (o que é o espírito do capitalismo) e realidades novas. Isto tem a ver com o espaço produzido. E não são só novos produtos no sentido de uma ruptura aritmética. É mais uma penetração que rompe ainda mais a característica de escolha do sujeito e reforça a escolha da mercadoria. O domínio sobre os parâmetros fixos do mercado se estende em todas as direções (produto, sujeito, o que circunda o sujeito), de forma a disseminar a relação objetual. É mais que uma relação mecânica entre produção e cidade, pois o essencial é que

104. Que pode ser vista só como criação de uma demanda capitalista, fora desse determinismo do mercado consumidor básico.

105. Há nisto também uma relação com a aparente fragmentação.

as condições materiais permitiram a concretização de uma racionalidade inerente à própria mercadoria.

Assim é que na fase mais recente a nova estrutura produtiva remove os obstáculos do mercado pré-existente de forma a liberar a expansão do processo de produção de mais-valia. O consumo vai se tornando cada vez mais um meio para efetivação da acumulação (tanto o consumo produtivo, como a sobreposição, relativa, ao mercado estruturado) e o trabalho ganha cada vez mais, com a transformação tecnológica permanente, condições de ser incorporado mais eficientemente (desenvolvimento das forças produtivas).

Nesta transição, como já se afirmou, fica evidente o papel do capital como um processo geral de **reificação**. Trata-se de reificar a cidade. Trata-se de instrumentalizar as individualidades. Trata-se de pôr como elemento ativo a razão instrumental, a abstração. O processo não se esgota no homem, mas na coisa. Vai se dissolvendo o elemento de subjetividade. De forma que a reificação "que já está **incluída no conceito** e na realidade do capital, torna-se **efetiva** e realizada na própria tecnologia produtiva".

Na dinâmica de organização do espaço, no capitalismo mais amadurecido, tem-se todas as passagens do velho para o novo fetichismo: da parcialidade para a universalidade (tanto a perda da importância do local, como a difusão¹⁰⁶ das formas); da personificação para a despersonalização (através do gerenciamento e padronização mercantilizada); das mediações políticas para a imediação econômica (que é a razão última; e dos limites para a liberdade (no sentido que desrespeita as fronteiras do político, do qualificado).

106. O pioneirismo do Iguatemi, por exemplo, aparece como uma difusão tecnológica, consultadas as experiências norte-americanas. O seu sucesso aparece como um avanço dessa mesma difusão.

Notas do Capítulo

1. **Implantação de Shopping Centers.** Na escolha para a implantação de um shopping center há, aparentemente, muita consideração pela realidade *imediata*, mesmo que esta não seja exatamente o *local imediato*. Deve-se destacar que o desenvolvimento de um shopping center pode partir de uma área que já está em mãos do empreendedor e não de uma área comprada ou incorporada. Pode-se ter, então, no primeiro caso, uma resignificação de área em função de alterações no urbano, independentes de qualquer vontade particular do empreendedor. Ou, então, uma relativa capacidade de se impor frente a realidades puramente locais dentro de uma escala urbana. Na linguagem dos empreendedores, leva-se em conta o custo, acessibilidade e topografia do terreno. Ou seja, na avaliação do terreno são considerados os custos, o acesso (que inclui estudos de tráfego) e a topografia (incluindo a forma do terreno, estabilidade do solo e visibilidade) e áreas vizinhas para eventual expansão ou especulação. Há um destaque, no discurso, para os aspectos qualitativos, embora vinculados, é claro, ao valor. Mas, ainda mais minuciosas são as ditas considerações para a escolha da composição do futuro shopping. Os procedimentos são: 1. Para determinar a área de influência "são percorridos todos os caminhos que levam ao local, respeitando os semáforos, sinais de direção, hora do rush, etc. Traçam-se as linhas isocrônicas de 5, 15 e, em alguns casos, 30 minutos, delimitando sobre a planta da cidade a população que estará sob a influência direta do futuro shopping para as compras diárias, a que estará sob sua influência indireta e só o utilizará, presumivelmente, para compras mais espaçadas, e a que estará sob a tênue influência da frequência ocasional"; 2. Para levantamento da concorrência faz-se um rastreamento de outros pontos de comércio da região; 3. Para saber da expectativa dos consumidores e potencial de consumo faz-se uma pesquisa de campo, através de perguntas espontâneas ou simuladas, e "fica-se sabendo a frequência de compras, maiores gastos, maiores necessidades, preferências várias, lojas que gostariam de ter à disposição ou serviços que gostariam que fossem prestados". Essa pesquisa "norteia a elaboração do mix interno" e "direciona o esforço de marketing"; 4. Para a elaboração do mix interno faz-se, com a participação dos arquitetos, as "divisões de áreas de alimentação, lazer, serviços, localização dos supermercados e lojas-âncora, praças, corredores, áreas de estacionamento e de carga e descarga de mercadorias. Estes são os elementos técnicos destacados por LIMA JÚNIOR, um dos primeiros estudiosos dos shopping centers no Brasil (*Shopping Centers: Brasil x EUA. Uma análise mercadológica*

comparativa. RJ: FGV, 1971)¹⁰⁷. Outro aspecto a se destacar é a própria *interpretação da implantação* dos shoppings por diversos autores. Em geral procuram explicar a localização por associação com população, renda, poder de compra, competição e facilidades de acesso. Normalmente se resumem a *compreender a inscrição espacial em momento bem específico*. Os mapas que correlacionam shoppings com vias de circulação e poder aquisitivo mostram a verdade relativa dessas indicações. Porém, privilegiar esses elementos obedece uma lógica principalmente de mercado, apesar de que eles já indicam uma superação da antiga relação entre próximo e distante, uma nova dimensão espacial que foi criada. Mas, os elementos destacados, restringem muito a compreensão do shopping a uma atividade comercial. Ele é também um empreendimento imobiliário dentro do qual a localização aparece como uma estratégia de criação e recriação de valor, uma estratégia de valorização externa (área vizinha) e interna (o empreendimento). A crítica fundamental, no entanto, aponta para a falta de análise histórica da inscrição espacial. Ou seja, remete ao processo de transformação da cidade. (GAETA, A.C., op. cit., pp.181-184).

2. Franquia nos Shoppings. A franquia institui um outro tipo de distância. Além de não ser proprietário no shopping e estar sujeito às regras de comercialização internas, há uma outra regra, externa, de rede. Nestas normas, o lojista (o franqueado) deve uma obediência total aos procedimentos estabelecidos pelo manual de operações. Questões como marca e imagem são de responsabilidade do franqueador que interfere na análise do ponto comercial, na compra dos equipamentos, nas instalações, no treinamento e técnica de vendas, na propaganda e promoção, nos procedimentos contábeis, nas compras e estoques e na orientação financeira. Com a franquia é vendido um "sistema de trabalho", representando, na verdade, uma aproximação violenta e dissolvente entre o *ponto-lugar* e a *marca-produto*. Há um aprofundamento do desmembramento das perícias, no qual os shoppings já são um exemplo. Há uma separação, sempre maior, entre as perícias (escolha do ponto, a montagem, a propaganda, etc) e a execução (o trabalho na loja). Obviamente as franquias estão associadas a grandes retornos financeiros. Na perspectiva de independência, porém, há todo um risco associado à performance do franqueador. No Brasil as empresas franqueadoras cresceram de 3 (em 1950) para 32 (em 1980) e 431 (em 1990). Os dados são do Instituto Brasileiro de Franchising. O setor mais visado é o de vestuário (24,1% das franquias), seguido pelo de alimentação e fast-food (16,4%). Em 1990 eram 27 os setores que trabalhavam com franquia. Os franqueados são pequenos empresários que, através desta operação, integram-se a um capital maior, sem fazerem parte dele, e trazem capital para o polo central. Esta relação lembra a existente entre as grandes empresas monopólicas industriais e os agricultores (como no caso do tomate e outros). Há, ainda, uma outra questão importante, já comentada neste trabalho, sobre a subsunção real e a imposição, ao sujeito, pela revolução permanente: [o franqueador] "Ele não pode parar, sob o risco de ser questionado e ultrapassado pelo próprio franqueado. Ele tem que estar sempre à frente,

107. Entre os geógrafos, destaca-se o estudo de Silvana M. PINTAUDI (op. cit.) sobre a caracterização dos shopping centers e a estratégia locacional destes em São Paulo.

mostrando liderança" (Marcelo Cherto, presidente da Franchinvest e diretor do Instituto Brasileiro de Franchising. Em: Folha de São Paulo, 26.09.90, p.G-3, "Numero de franqueadores dobra em um ano").

3. As Lojas de Departamentos nos Shoppings. As lojas de departamentos sempre tiveram uma situação especial frente a esta escolha. Elas tem sido, de maneira geral, imprescindíveis para a maturidade de um shopping. Por isso mesmo, sempre contaram com uma situação particular de favorecimento. Quase sempre elas detinham a área que ocupavam, diferente dos outros lojistas. Porém, também havia uma escolha por parte de empreendedores, interessados nas principais lojas de departamentos. Um erro de escolha, nos primeiros anos de estabelecimento dos shoppings no Brasil, podia se tornar fatal, como no caso do Shopping Center Continental (lojas de departamentos pouco conhecidas como Yaohan e Intershopping). A importância dessas lojas já está contida na denominação dentro da terminologia dos shoppings: *lojas âncoras*. A âncora denuncia a única coisa de *mais concreto*. Porém, atualmente, as lojas de departamentos atravessam alguns problemas de viabilidade (enfrentam problemas as isoladas, aquelas em rua de comércio e, mesmo, as localizadas em shoppings). Em parte, isto é devido à proliferação dos shoppings e do pequeno comércio diversificado que eles contém. Há um problema no comércio de roupas, uma das características dessas lojas de departamentos, na medida da proliferação desse pequeno comércio, organizado em cadeias, e presente sob a tutela do shopping. Por outro lado, o comércio de eletrodomésticos e outros bens de consumo duráveis, tem encontrado outros veículos de comercialização que independem da presença em shopping. O que restou no mercado para ancorar shoppings? As lojas de departamentos médias, em São Paulo, faliram há décadas, como a Sensação, a Clipper, a Cassio Muniz, a Casa Alemã. Por outro lado, no final dos anos 80, grandes lojas de departamentos como Sandiz, Ultralar, Sears e Dillard's também desaparecem do mercado. Outras, como as Casas Pernambucanas e Riachuelo, entraram em concordata. As Lojas Americanas (em 1993 possuía 83 lojas) e C&A também estão em dificuldades. As Lojas Americanas passaram a estruturar shoppings, pelo Brasil todo. Através da Empreendimentos Imobiliários São Carlos (do qual é acionista majoritária), as Lojas Americanas (rede de 89 lojas) construíram quatro shoppings que ancoram (shoppings de médios para pequenos e do tipo strip center), geralmente junto com a Fionda Brinquedos (parque de diversão) e as Organizações Mário Bastos de Santa Catarina (salas de cinema). Recentemente, anunciou o projeto de construir trinta novos shoppings em cinco anos, pelo interior do país (principalmente São Paulo). Outro tipo de empreendedor comercial que tem ancorado e tomado a si a criação de shoppings é o Carrefour e o Hipermercado Bom Preço. O Mappin, outro tradicional varejista, mudou sua estratégia e procurou trabalhar com pontos de venda mais compactos (o investimento numa loja compacta chega a US\$ 2 milhões e numa loja como o Mappin Itaim a US\$ 50 milhões) e dentro dos shoppings, tornando-se âncora também. Para tal, comprou algumas das antigas lojas Sears. Apesar disso, ainda mantém o Mappin da Praça Ramos com 23 mil metros quadrados de área, um recorde. A Mesbla (50 unidades em 1993), que é procurada para ser âncora de shoppings, teve, no entanto, problemas com um shopping amadurecido como o Ibirapuera, onde teve de sair, a pedido dos administradores, dando lugar a ampliação do número de lojas. No entanto, as lojas de departamentos continuam imprescindíveis e diante de todas essas dificuldades podem tirar vantagens, conforme o superintendente da Mesbla: "Shopping não é viável sem âncora e somos uma

das poucas que restam. Agora eles investem para nos atrair" (O Estado de São Paulo, 11.04.94, p.B-10). Assim, a instalação da Mesbla no West Plaza de São Paulo, bem como no Shopping Ilha de Belo Horizonte, "não custou quase nada à empresa". Essas condições atrativas, principalmente nos shoppings novos e em maturação, e, ainda, os problemas de "rua", levaram o Mappin também a se difundir por muitos empreendimentos.

4. Esquemas de Circulação nos Shoppings. Os esquemas de circulação tem exemplos, menores, em outros tipos de empreendimentos e formas urbanas, como nos supermercados. Nos supermercados, a "racionalização" do espaço contempla desde a largura dos corredores até a disposição das mercadorias e gôndolas, de forma não só a dirigir a circulação como também a induzir à compra. Estes grandes espaços de venda, unificados (diferente das feiras ou mercearias), têm um problema que não se resume, como antes, à exposição da mercadoria. O consumidor deve circular por ela. A mercadoria não vai até ele. No caso dos shoppings, "criam-se esquemas de circulação onde a localização das lojas-âncora tem papel fundamental". Seguem-se inúmeras outras determinações: "os estacionamento e entradas das lojas-âncora, dos cinemas, restaurantes e locais de diversão devem ser mais acanhados (que o dos supermercados) para induzir os usuários a passar por outros caminhos e estar expostos a outras tentações"; as lojas do mesmo tipo podem ficar concentradas ou pode haver "colocação de uma ou duas lojas em locais diferentes que passarão a ser as mais sofisticadas"; "o lazer barulhento é separado da parte mais sofisticada" (**Projeto**, 119, 1989). Entre os pontos básicos estão a localização das lojas-âncora, a praça de alimentação, áreas de lazer e a necessidade de evitar pontos mortos de circulação. Segundo Robert V. **HIRSCHFELDT** (*Shopping Center: O Templo do Consumo*. RJ: ABRASCE, 1986, pp. 57-58), o tennant mix tem como referência a teoria da atração cumulativa de Richard L. **NELSON** (*The Selection of Retail Locations*, 1958). Os princípios são: "1. as lojas de produtos alimentícios devem se situar em uma extremidade, isoladas, de modo que o estacionamento próximo não seja ocupado por longos períodos por aqueles que fazem compras nas demais lojas; 2. estabelecimentos especializados em alimentos devem ser localizados próximos aos supermercado. Já as lojas que vendem medicamentos, ferragens, bebidas e as que prestam serviços pessoais, devem localizar-se em uma mesma área, embora qualquer ponto proeminente lhes sirva; 3. lojas de calçados e de outros artigos de vestuário, devem localizar-se tão próximas quanto possível do maior gerador de vendas (as lojas-âncora). Caso haja, por exemplo, duas lojas de departamentos, devem localizar-se entre elas. Se houver somente uma loja de departamentos, a melhor situação seria entre esta e aquela que pertence a uma cadeia de lojas de variedades; 4. quanto às lojas de departamentos, elas não devem localizar-se junto a área de alimentação, mas se não se dispuser de instalações para servir lanches ou refeições, é conveniente a proximidade de um restaurante. No caso de haver duas lojas de departamentos, deve haver uma passeio que as ligue, não devendo haver grande distância uma da outra. É desejável um ponto destacado e a vizinhança de outro estabelecimento que, por si só, atraia fregueses; 5. em pequenos centros de bens de conveniência, o supermercado deve localizar-se em um ponto onde o estacionamento mais próximo não esteja ocupado pelos carros de compradores que se dirigem às demais lojas e o utilizam por longos períodos; 6. as lojas de serviços pessoais não precisam de pontos muito importantes" É claro que estes princípios de marketing, muito ligados à realidade norte-americana e ao padrão de consumo norte-americano, sofrem adaptações, inclusive para a realidade brasileira onde as praças de alimentação

ganharam um vulto considerável. Segundo **Relph** (*op.cit.*, p.160), "a distância máxima, desde o estacionamento até as entradas do centro, deve ser inferior a 120 m; as paredes exteriores devem ser lisas, mas no interior cada loja deve ter a sua própria fachada; as entradas devem ser bem assinaladas no exterior, mas no interior devem ser tão discretas quanto os regulamentos sobre incêndio permitam; uma variedade de espelhos lembram-nos o nosso aspecto andrajoso; e os corredores devem ter uma visibilidade que não exceda 60 m e uma largura inferior a 6 m; a iluminação e o nível do som são controlados, para manterem as pessoas atentas; bancos e outro tipo de mobiliário são colocados no centro dos corredores, de forma a forçar os compradores a aproximarem-se das portas das lojas, sempre abertas, e os bancos não devem ser demasiado confortáveis (são comuns as superfícies lisas de madeira), para que os compradores não desperdicem tempo útil de compras".

CONCLUSÃO

As novas formas urbanas que aparecem neste estudo não representam, para a cidade de São Paulo, apenas uma capacidade maior de centralização e acumulação nos seus respectivos setores: comércio, serviços (escritórios) e residência. No setor residencial, isto nem é bem verdade na medida da importância dos edifícios residenciais. O significado delas vai além dos seus respectivos setores *produtivos*. Obviamente, há por trás a construção civil, os empreendedores e as especulações que, quase sempre, se associam com os poderes públicos.

No que diz respeito às associações macro-econômicas deve-se destacar o período do pioneirismo em cada um dos setores: 1966, 1976 e 1977 (Alphaville, enquanto residencial complexo produzido em bloco e semi-fechado). Representam, para a cidade constituída e no momento pioneiro, um elemento estranho, avesso à cidade real. Provocam, então, uma espécie de resistência. Mas se impõem e se tornam referência. O seu surgimento corresponde, a nível produtivo, a uma nova caracterização inter-setorial. Vai se produzindo, internamente, um dinamismo industrial que permite ao capitalismo romper com heranças indesejadas, que são barreira para o processo de valorização. Vai se permitindo revelar o que é imanente à lógica mercantil-capitalista.

Mas, estas formas representam mais na constituição de um outro urbano. Elas questionam o diálogo com a cidade constituída e, nesta medida, põe em causa a continuidade, a complementaridade.

Como formas novas, interiorizam funções "naturais" da cidade (rua, tipologia, circulação, etc) que se transformam em valor. Mais ainda, aprofundam funções-usos, desmontam-nas, administram-nas.

Onível da forma, em si, caixa, fortaleza, é revelador de parte do significado delas: a descontextualização. São expressão do tardo-modernismo, do moderno sem a sua sinceridade utópica.

Por isso, além do formal restrito, as novas formas urbanas de São Paulo indicam tendências que definem um aprofundamento da cidade alienada, característica estruturante do urbano.

Arigor, negam o urbano como construção e se produzem à parte e, até mesmo, contra a

cidade constituída.

E stão alheias às definições puramente locais (o que é diferente da "fábrica", porque é o "todo"-cidade que se rebela) e voltam-se a si mesmas.

R edefinem a escala, a função da área (pela sua própria presença, no mínimo) e instauram uma nova formalização (o interno) no espaço. Essa redefinição tem em vista que não há o sentido de vizinhança, e a lógica delas é avessa, mas pode-se criar uma área de envolvimento, sem o sentido tradicional de proximidade, de rua.

A racionalidade que as novas formas trazem vai além dos consumidores e dos próprios participantes.

E las procuram impor, enquanto "cidade", "espaço de vida", uma racionalidade total, inclusive de disciplina "doce", instrumentalizada, que evita a "criatividade do irracional": o próprio sujeito e seus "erros". Representam, para os participantes, pelo seu caráter gerenciado, a sua inserção numa disciplina que os tem como fonte de erros. Representam, para a cidade constituída, a surpresa e a insegurança. O lado *progresso* desenvolve a imprevisibilidade atropelando o "habitante".

A redefinição da proximidade que elas, também, representam, a descontinuidade que elas assinalam, vai além da explicação pela aceleração na sociedade moderna. Representam uma presença cada vez maior do processo de valorização que abstrai as qualidades.

A s novas formas, estruturadas de maneira planejada e administradas pelo gerenciamento científico (muito mais os shoppings e muito menos Alphaville), alteram a concepção desses negócios tradicionais, como empresas. Mas, mais ainda, mexem com elementos tradicionais da cidade como ruas e rotas.

R epresentam não só uma exclusão de posse, mas uma exclusão de uso sobre a cidade.

A sua descontextualização vai além da ênfase no destrutivo, porque não se impõem como solução totalizadora para a cidade.

Representam uma mercantização de funções outrora exclusivamente públicas e a inserção delas como sedução (não só o lado amistoso da mercadoria, como também a imaginária, a criação de ambiências).

Correspondem a um aprofundamento, a um desenvolvimento de uma linguagem que vai se inscrevendo em todo o envoltório da função (como na loja do shopping: a forma shopping, elemento separado da cidade; o paredão de vitrines; a fachada da loja) e que vai substituindo o concreto-função pelo abstrato-signo.

As novas formas correspondem a um processo de despersonalização, seja pela ação do gerenciamento científico, seja pela desqualificação (do local).

Correspondem a uma nova simbologia que se contrapõe à simbologia da fábrica no urbano de épocas passadas: não há um "sujeito inteiro" que tem que ser conquistado; não se trata de uma ameaça "visível"; não se trata de uma contradição "algo externa". Elas são símbolos do moderno urbano que dissolve o aparente caráter hostil e ameaçador.

As novas formas urbanas põem em questão as interpretações segregacionistas. Não significam apenas formas de "riqueza" porque, além de qualquer exclusividade, correspondem, na sua lógica, ao desenvolvimento da abstração no espaço.

Correspondem a um recuo da importância da localização e um avanço da importância da forma, entendida esta no sentido geral, só que agora em função da acumulação de capital.

Embora também signifiquem, enquanto relação com o monopolismo (criação de uma situação monopólica no espaço urbano), um acento na conquista horizontal, vão além na mercantilização da vivência na cidade, na incorporação e criação de viveres.

Representam, mais que uma correspondência com tecnologias inovadoras de construção, a expressão do espírito mercantil que se verticaliza na sociedade em direção à abstração.

Representam que a mercantilização da cidade, mais que redefinir e reordenar as operações em direção ao valor, transforma os valores de uso. A diversidade de funções no urbano, a herança de diversidade que carrega e que o amarra a um passado "qualitativo",

vai sendo revista pelo valor, dinamitada, desvendada, transformada em atributos do capital. A cidade vai retomando o "atraso capitalista" frente à produção estrita. A cooperação impõe-se às cidades e preexiste aos que fazem parte da experiência comum.

Põem em cheque a concepção de espaço público e o seu significado na vida das cidades.

Representam não só a realização econômica mas a realização material como capital.

Avançam a diluição da cidade pré-existente, antes só horizontal.

Representam um avanço sobre o controle do valor de uso, uma mercantilização miúda do espaço urbano, através da administração.

Representam o outro lado da concretização de uma produção claramente identificada com o processo de valorização, na medida em que a ânsia sobre o controle sobre o valor de uso-funções na cidade representa o processo de concretização da abstração no espaço. Tanto é uma ênfase na prática de controle como na organização.

Representam mais que uma simples mercantilização, pois envolvem uma transferência latente de controle no espaço urbano. É o desenvolvimento urbano como um processo de transferência.

APÊNDICE

SHOPPING CENTER IGUATEMI

Composição de Lojas

TÉRREO: Alimentação (By Wessel - Carnes Jardins - Center Frutas - Horta & Freezer - Peixaria Pinheiros), Café e Bar (Kaviar Bar - Peneira 18 - Viena), Fast Food e Lanchonete (Baked Potato - Bigburger - Brazão - Casa Pão de Queijo - Chantarelle - Charlô - Crepes Clapper - Dunkin Donuts - Empório São Jorge - Frevo - Kangaroo - Mei Mei - Mr. Fish - Nicecream - Ofner - Pão Queijo Iguatemi - Pizza Hut - Súbito - Sushidai), Mercaria e Especiarias (Aroma - Bacco's - Depósito Normal), Padaria e Bombonnière (Cookie Man - Copenhagen - La Baguete), Restaurantes (Galeto's - Jig's - Livorno - Rascal - Salad's - São Paulo I - Viena), Artigos de couro e para viagens (Arvi) - Artigos para esporte e brinquedos (Casa Bayard - Dapy - DB Brinquedos) - Bijouterias e acessórios (Beth Salles - Joly) - Cine, foto, som e ótica (Brenno Rossi - Fotoptica - Hi-Fi - Kodak - Museu do Disco - Óptica Rangel - Ótica Elegante), Farmácias e drogarias (Almeida Prado - Botica Veado d'Ouro - Drogaria Iguatemi) - Flores e plantas (Center Flores), Galerias de arte e antiquários (Feira de antiguidades - Poster Galeria), Jóias e relógios (Amsterdam Sauer - Elite - H.Stern - M.Korn - Meeting Point - Monte Cristo - Top Time), Livrarias, papelarias, jornais e revistas (Papellaria Nova Center - Siciliano), Perfumaria e cosméticos (Calèche - O Boticário), Tecidos (Rakam), Uniformes (Roupas AB), Outras especialidades (Knick-Knacks - Rei Aviamentos - Rei das Mágicas), Cama, mesa e banho (Casa Moysés), Decorações e presentes (Armando Cerello - Dormir, Sonhar & Cia - Flower's Secret), Calçados em geral (Brasília), Calçados femininos (Via Spiga, Roca Calçados, Rosamarela), Calçados masculinos (Sapataria Cometa), Supermercados (Pão de Açúcar), Gestantes e bebês (Baby Dreams), Kids (Minelli Junior - Side Walk Club), Lingerie (Biju Meias - Jogê Meias), Moda esportiva (Salomon - Track & Field), Moda feminina (Arte Bis - Erica's - Goodluck - Happy Days - Krishna - Lia Stark - Marie Claire - New York New York - R & S Brasil - Seventeen - Sinhá - Sporting - Suely Cencini - S-01 - Tan Tan - Terana - Thitah - Toks - Viva Vida), Moda geral (Boutique Lacoste), Moda jovem (Fruto Verde - Jeancration - M.Officer - Workout - X-Ray), Moda masculina (Brookfield - Bruno Minelli - Casa José Silva - Minelli - Mr.Kitsch - Polo Play - Raffaele Kosmos - Sisamo - Yachtsman), Bancos (Unibanco), Cabeleireiros (Atelier Capelli - Salão Ringo), Lazer (Playland), Posto de gasolina (Posto Shell-I), Outros serviços (Caixa eletrônico Bradesco - CSS-Central Serviços - Eletrônica Regência - Engraxataria - Express Card - Fotomática - Lavita - Mil Loterias - Sapataria Cometa)

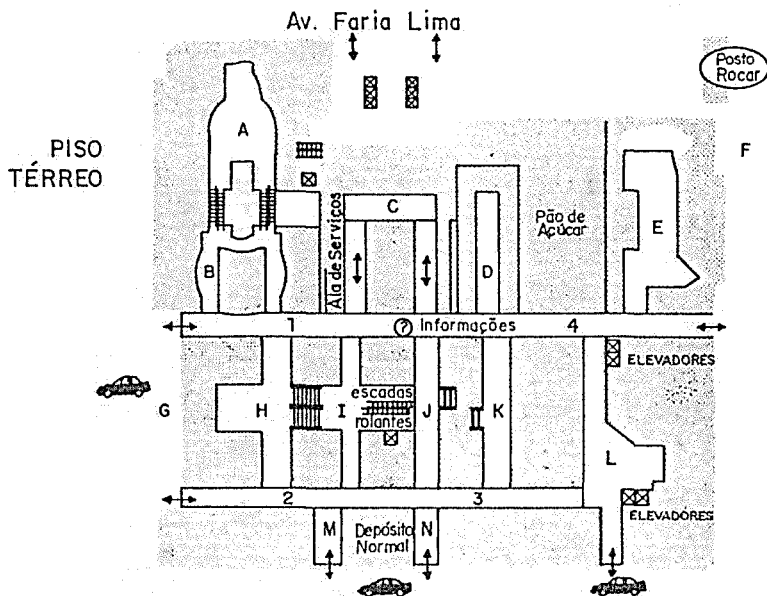
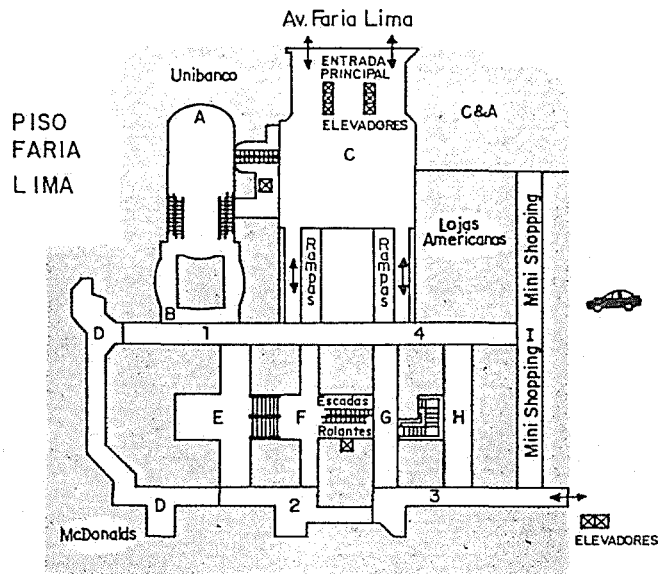
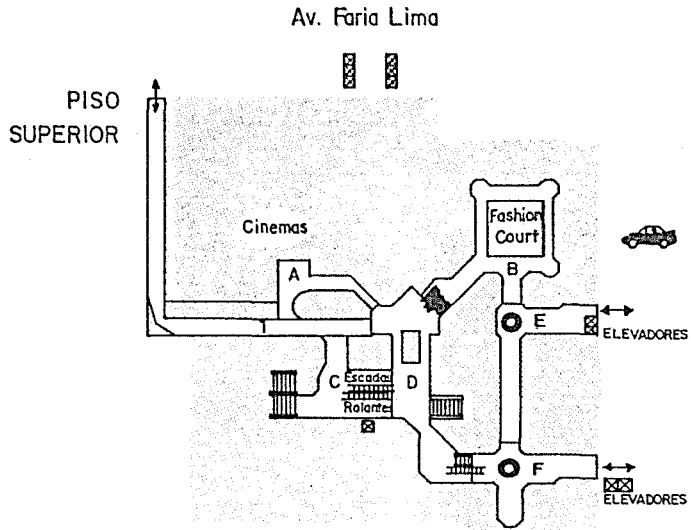
PISO FARIA LIMA: Café e bar (Almanara - Drop Coffee), Fast food e lanchonete (Mc Donald's), Padaria e bombonnière (Godiva - Sweet Sweet Way), Restaurantes (Almanara), Artigos de couro e para viagens (Bolsas Henrique - Le Postiche - Santa Marinella - Victor Hugo), Artigos para esporte e brinquedos (Center Sport), Bijouterias e acessórios (Bonny - Great Store - Renata Presentes - Serpui Marie), Cine, foto, som e ótica (Optical Rochester - Ótica La Croisette), Flores e plantas (Rinaldi Flores), Jóias e relógios (Dryzun Joalheiros - Giuliano Jóias - Joalheria William - Júlio Okubo Jóias - Ladani Jóias - Natan), Livrarias, papelarias, jornais e revistas (Abreu Papellaria - Saraiva - Siciliano), Perfumaria e cosméticos (L'Acqua di Fiori - Phytá), Outras especialidades (Catedral - Pontinho), Cama, mesa e banho (Casa Almeida - N.H.Spuma de Banho), Decorações e presentes (Babylândia - Calèche - Cleusa Presentes - Emporium - Free Port), Eletrodomésticos e eletro-eletrônicos (Bobby Informática - Casa Centro - Panashop), Calçados em geral (Altemio Spinelli - Capodarte - World Tennis), Calçados femininos (Cordoban - Corello - Franziska Hubener - Germon's - Item - Pérola Negra), Calçados infanto-juvenis (Nôa Nôa - Susso Shoes), Calçados masculinos (Birello - Side Walk), Lojas de departamentos (Americanas - C & A), Gestantes e bebês (Giroflê Giroflá - Paola da Vinci), Kids (Bum-Bum - Country Kids - Giovanna Baby - Kid Mais - Kitsch Kids - Lee Kids - Petistil - Susso III - Tidykin), Lingerie (Jogê Meias - Lily of the Valley - Meias Liliál), Moda feminina (Andrea Duca - Argentum - Blow Up - Blu 4 - Chic Charme - Cia. da Seda - Colours Valdac - Equilibrio - Eugênia Fleury - Hot Shop - Lita Mortari - Malukice - Modélia - Pandemonium - Parioli - Sem Fim - Via Frattina - Wisdom), Moda geral (Elle et Lui), Moda jovem (Best Friends - Boat - Bunny's - Costume - Drugstore - Extravagance - Fox Hunt - Guaraná Brasil - Holt Zutto - Iódice - Johnny Lambs - Joe Mix - Lee - Mercaria - Ocean Pacific - Pakalolo - Pão de Mel - Siberian Husky - Tkts - Triton - Varal - Zoomp), Moda masculina (All Sport - Brioni - Broomer - Calça Mania - Casa das Cuecas - Harry's - Hugo Boss - Petulan - Polo by Kim - Ricardo Almeida - Sá & Schark - Tng -

Tok's Masculina - Via Veneto), Bancos (Unibanco), Cabeleireiros (Colonial), Lazer (Cine Iguatemi - Playland),

PISO SUPERIOR: Café e bar (Almanara - Barnie's Cia. de Cafè), Fast food e lanchonete (Amor aos Pedacos - Baked Potato - Galluzzi - Fruzzzy - Hot Dog - Rocket Joe - Spaghetti-Ice - Substância - Taco Loco - Toustich), Restaurantes (América - Otto Steak e Salads), Bijouterias e acessórios (Rose Benedetti - Su Bijou - Wig Tik), Cine, foto, som e ótica (Fotoptica), Galerias de arte e antiquários (Bya Barros Antiquário - Marques Galeria), Jóias e relógios (Vivara), Livrarias, papelarias, jornais e revistas (Avant Garde - Dux - Look), Outras especialidades (Maharaja - Tabacaria Lenat), Cama, mesa e banho (Formatex - Italtex), Decorações e presentes (City Coisas - Mello Mellão - New Excentric), Calçados femininos (Mezzo Punto - Yellow Cake), Calçados masculinos (Mezzo Punto Uomo), Gestantes e bebês (Trembala by Sapekas), Kids (Halloween - Maria João Chicletaria), Lingeries (Italtex), Moda esportiva (Blue Man - Body For Sure - Volant), Moda feminina (Armazem - Bicho da Seda - Boti Kim - Chez Monique - Cori - Corn - Elle Toi et Moi - Fendi Infinitá - G - Gregory - Le Lis Blanc - Maria Bonita - Mcm - Moça Bonita - Parresh - Trois Elles - Vogue), Moda geral (Ralph Lauren), Moda jovem (Camisaria Prevision - Antishock - Carmim - Cockpit - Dzarm - Ellus - Fit - Forum - M.Officer - Stroke - Zapping), Moda masculina (Paul & Shark - Richards - VR), Estacionamento (Master), Lazer (Cine Iguatemi 1-2-3), Outros serviços (Art Express - Babel Bordados - Bya Barros Pacotes - Chaveiro Tunes - Brasil Laser Color - Encordoamento Raquetes - Filhotes & Fricotes - Fix Consertos de Roupas - Fraldário - Galucci Conserto Bijoux - Ingressos para Teatro - Invest Sul - L'Officina Restauração - LPC Livros Infantis - Ouroboros-Esotéricos - Mercerie Bordados - Shop Fone - Supergames Videogames)

SHOPPING CENTER IGUATEMI

ESTRUTURA INTERNA



CONDOMÍNIO CENTRO EMPRESARIAL DE SÃO PAULO

Nível Subsolo

BLOCO A: Agência dos Correios e Telégrafos - Transdata - Empresarial Off Set Cópias (Gráfica) - Vestiários da Lubeca Alimentação - (CAG) Central de Água Gelada - Departamento de Engenharia de Manutenção do Condomínio

BLOCO B: Vestiários do Departamento de Segurança do Condomínio - Vera Cruz (Almoxarifado) - Subestação Elétrica - Departamento de Engenharia de Manutenção - Lubeca Alimentação - Rhodia (Almoxarifado)

BLOCO C: Alcoa Alumínio - Gessy Lever (Lojinha) - Proceda (Transportes) - Centro Panificação Santista - Austacem

BLOCO D: Proceda Tecnologia - Banco Bradesco - Banco Bamerindus

BLOCO E: Banco Itaú

BLOCO F: Ary Miranda - Humaitá - Proceda Tecnologia - Lubeca - American Express (CPD) - Condomínio (Almoxarifado)

BLOCO G: Austacem - ECAC-Estação Central de Alarme e Controle - Departamentos de Segurança, Engenharia de Manutenção, Austacem, Sistemas/Automação e PCP do Condomínio - Proceda Tecnologia - Gessy Lever (CPD) - Cozinha Central

Nível Térreo

BLOCO A: Dante - Dux - Maruskita - Mini-Mercado GW - Agência dos Correios e Telégrafos - Pizzaria

BLOCO B: Lubeca (Departamento de Compras) - Styllus Cabeleireiros - Benedetto Marcello - Vivi Doces - American Express (Grémio)

BLOCO C: SAMS - Dimensão Turismo - Drogaria São José - American Lloyd - Flashes & News - Carcará - Byskuy - Centro Vídeo - Bueno e Alves Despachante - Priscilla Flores - Concenter - Davos Presentes - Art-Foto - Free Tabaco Shop - Bongusto (masculino) - Idoil Lotérica - Tower

BLOCO D: Lojinha Santista - Santista

BLOCO E: Banco Itaú - Proceda (CPD) - Serfina (Departamento de Compras)

BLOCO F: Montsou Tabacaria - Le Repas - Restaurante Arak - Doceria Charlotte - Cafeteria En Passant - Bongusto (feminino) - Vídeo Music - Farmaervas - Locar - Talirfofe - Clean Pedicuro - Colombo Camisaria - Droga Aleta - Copenhagen - HD Surf Wear - Laboratório Delboni e Auriemo - Lavanderia Lavita - Leo's Couro - Free Way-Importados - Fase 11 - Ltda 3 - Restaurante Pety Pasta - Montecatini Camisas - Erva Doce - Cadaqués - Carcará Complementos - Skitch Brinquedos - Abricot Presentes - 5º. Cartório de Notas - Tabelação França - Banco do Brasil

BLOCO G: Casa Checcia - O Boticário - Eróica - Fotoptica - Trendset - Corana - Cloe-Clinica Odontológica - Fatacci - Forever - Vivará - Exposição e Garbo - Alibel - Mayfair - Maruska's - Old Crown - Boehringer (ambulatorio) - Banco Nacional - Banco Francês e Brasileiro - Banco Bamerindus - Banco Bradesco

Andares

BLOCO A: Santista Tribo (1), Quimbrasil/Serrana (3), Santista Têxtil (4, 5, 6), Tintas Coral (7, 8)

BLOCO B: Rhodia (1, 2, 4, 5, 6, 7, 8), Rhodia/CNDA (3)

BLOCO C: CNEC (1), Gessy Lever (2, 3), Alcoa (4), Elida Gibbs (6), Gessy Lever Alimentos (7, 8)

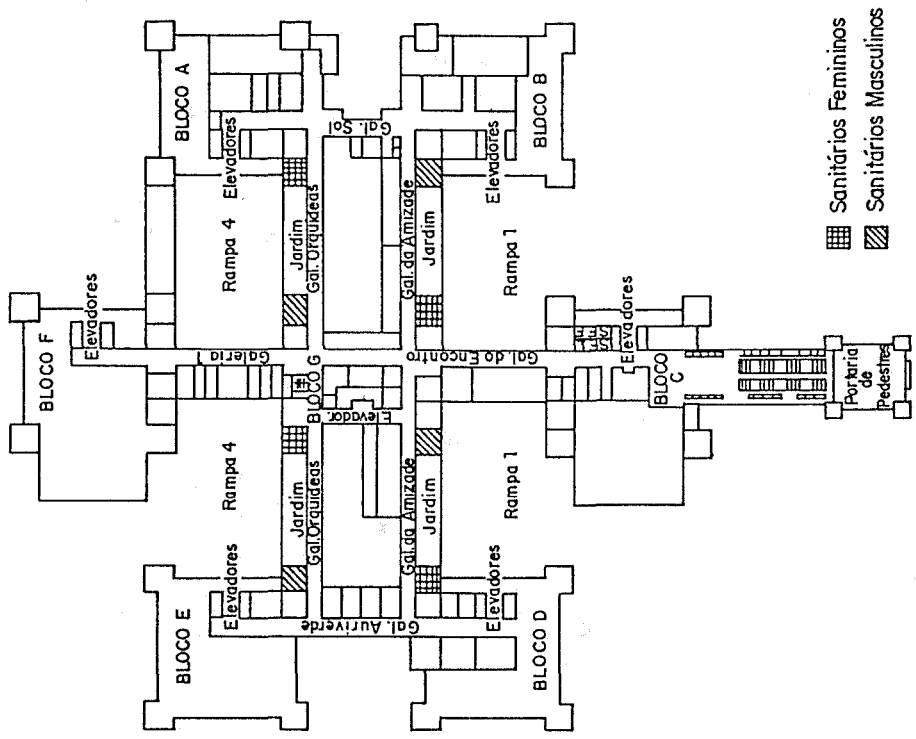
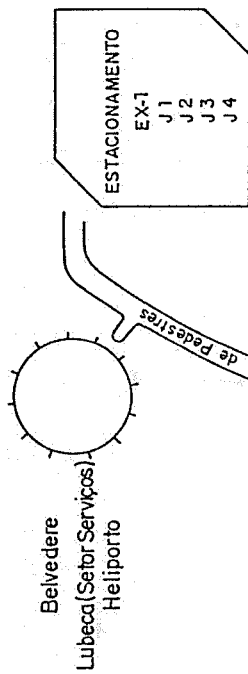
BLOCO D: SAMS/Serfina (1), Vera Cruz Seguradora (2, 3), Sanbra (4, 6, 7), Banco Santista (5), Serfina (8)

BLOCO E: Mercedes-Benz (1, 2), Alcoa (3), Susa (4), Edisa Informática (5), Cartão Sollo (6), Proceda (7), CNEC/Alcoa (8)

BLOCO F: Johnson & Higgins (1), American Express (2), Boehringer de Angeli (3), Procter & Gamble (4), Mercedes-Benz (6), American Express (7, 8)

BLOCO G: Jd Restaurante Side Walk/ Black & Red, Lubeca-Sector Imobiliário / Boehringer de Angeli (1), Centro de Convenções (2)

CONDOMÍNIO CENTRO EMPRESARIAL DE SÃO PAULO



NÍVEL TÉRREO

NÍVEL SUBSOLO

des. - A. Rosalem

WEST PLAZA SHOPPING

Relação de lojas

Térreo

BLOCO A: A Bruxa - Água de Cheiro - Banco do Brasil - Canta Brasil - Contesse - Drogão - Dy Azulay - Expomovel - Farmaervas - Flash Discos - G.Aronson - Hanna & Hanny - Heine - J.Mauro - Jovem Pan - Laço Azul - Vaga - **Mappin** - Marcel Joalheiros - Papelivros - Prodisc - Sabrico - Shoulder - Sideral - Stúdio 55 - Taba Choc - Toque de Seda - Toque e Retoque - Fotoptica - Cokau

BLOCO B: Alegrias de Quintal - Fiscocenter - Blanche - **C & A Modas** - Okay - Aressa - Galpão - High Point - Italtex - Jogê Meias - Copenhagen - Livraria Saraiva - Mario Bros - Med Grand - Meeting Point - Meias Liliãl - Eletrônica Regência - Mil Loterias - Multibijoux - Zooboros - Ótica ABC - Ótica Tavares - Descont Shop Tennis - Relojoaria Carrilhão - Saint Lo - Seis de Ouro - Shoebiz - Surf More Jr. - Demy - Champion - 775 Brasil - Uluwatu

BLOCO C: **Lojas Americanas**

Pavimento 1

BLOCO A: Arapuã - Biancalana - Casa José Silva - Gucci - Hidely - Khelf - Haydee Jórias - Le Postiche - **Mappin** - Meia de Seda - Mr. Kitsch - Panashop - SN Uomo - World Tennis - Sisamo - Step Way - Sunny & Candy - Thiagu's - Tutto - Via Spiga - Vício - Briii

BLOCO B: Black Out - Buon'Ora - **C & A Modas** - Wisdom - De Angelis - Holokai - Emporium - Dunes Calçados - Explosão - Gregory - Guimarães Bollinger - Tokio - Shoel - Levis - Livraria Siciliano - London Fog - Tamanca - L.Artor's - New Coli - Nicky's - Stroke - O Boticário - Ornamento - Pérola Negra - Practory - Salomon - Seyenty Sik - Siberian Husky - Square - Stutman - Vivara - 1 Hora Revelação e Ampliação - Urban Race - Suzana Modas - Stravagance

BLOCO C: Balaio de Gato - Humk Wear - DB Brinquedos - Dengo - Clark Kios - Afkan - Passarela Bambinos - **Mesbla** - Paperino D'Oro - Sabor Morango - Santa Claus - 10a. DP - Café Plaza

Pavimento 2

BLOCO A: O Boticário - Birello - Chez Monique - Chocolate - Collect Call - Danny's Bolsas - Dryzum Joalheiros - Dzarm - Elle et Lui - Empório Paulista - H.Stern - Jacques & Janine - Linho Branco - **Mappin** - Welcome - Mary Kay - Bankroft - M.Officer - Atalanta - Hand Book - Ravage - Chocomenta - Yes Brasil

BLOCO B: Artmanha - Blue Man - Bridge - Bristol - **C & A Modas** - Ellus - Essence Club - Fatto - Fill - Forum - Tkts - Sweet Sept Way - Yellow Side - Kokus - Siorplay - M.Officer - Sta. Marinella - Nôa Nôa - Ocean Pacific - Pakalolo - Costume - Papoula Bijoux - Point One - Renoir - Reversão - Explosão - Cadis Jórias - Sarafina Modas - Taupy's - Vennero - Tng - Gregory - Weshman - U.S. One - X-O - Zoomp

BLOCO C: Bell's Betch - Tokio - **Mesbla** - Museu do Disco - Poppy - Mc Donald's - Solenzara

Pavimento 3

BLOCO A: Aragon - Sugar Sugar - Arte na Rua - Casa Centro - Cheroy - Chico's Sport - Hitec Sport - Criatiff - Demob - Disparate - Fascar - Ferrugem - L'Acqua di Fiori - Otica Omega - Br - Lorsa - Scene - Classe - Lado A - Nicky's - One Up - Oruan West - Passe Repasse - Perdue - Playcenter - Sport Way - Sueles Modas - Telepatia - Tilty's - Time & Time - Mó Bettah - Toque Especial - Town & Country - Kid's and Catch - Opera Reck - Viena

BLOCO B: América - Amor aos Pedacos - Baked Potato - Bob's - Le Monsieur - Pizza Hut - Caramba Sorvetes - Taco del Maestro - Casa do Pão de Queijo - Cdv Discos - Chicken Express - Cine Haway - Cine Haway - Cine Sul Paulista - Strogonophy's - Cine Sul Paulista - Vivenda do Camarão - Mei Mei - Mr. Pizza - Oriental Express - Pastel - Mister Sheik - Scot's - Self Paulista - Spirali - São Paulo I

BLOCO C: Estacionamento

BIBLIOGRAFIA CITADA

- ABREU**, Mauricio, *A Evolução Urbana da Cidade do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Iplanrio/Zahar, 1987.
- ASHTON**, Patrick J., "Urbanization and the dynamics of suburban development under capitalism". Em: **TABB**, William K. e **SAWERS**, Larry, *Marxism and the Metropolis. New Perspectives in Urban Political Economy*. New York: Oxford, 1984.
- BEGUIN**, François, "As maquinarias inglesas do conforto". Espaço e Debates, 34, XI, 1991.
- BENJAMIN**, Walter, "A propósito do décimo aniversário de sua morte". Em: *Obras Escolhidas 1. Magia e Técnica. Arte e Política. Ensaios sobre Literatura e História*. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- BENJAMIN**, Walter, *Paris. Capital do Século XIX*
- BLUMENFELD**, Hans, "A metrópole moderna". Em: **DAVIS**, Kingsley e outros, *Cidades. A Urbanização da Humanidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 1977.
- BRAVERMAN**, Harry, *Trabalho e Capital Monopolista. A Degradação do Trabalho no Século XX*. Rio de Janeiro: Zahar, 1977.
- BRUNA**, Gilda C., "As últimas tendências em shopping centers". Projeto, 119, 1989.
- CAVALCANTI**, Lauro, "Luz e arquitetura". Ciência Hoje, 15, 87, 1993.
- CHOAY**, François, *O Urbanismo: Utopias e Realidades*. São Paulo: Perspectiva, 1979.
- CHUDACOFF**, Howard P., *A Evolução da Sociedade Urbana*. Rio de Janeiro: Zahar, 1977.
- CORREA**, Roberto Lobato, *Região e Organização Espacial*. São Paulo: Ática, 1986.
- D'ABRUZZO**, Neide Lamanna dos Santos, "A ampliação do Iguatemi". Projeto, 119, 1989.
- DAVIS**, Mike, "A renovação urbana e o espírito pós-moderno". Espaço e Debates, 27, 1989.
- DÉAK**, Csaba, "A cidade: do burgo à metrópole". Espaço e Debates, 34, 1991.
- DELEUZE**, G. e **GUATTARI**, F., *O Anti-Édipo. Capitalismo e Esquizofrenia*. Rio de Janeiro: Imago, 1976.
- DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA DA FFLCH-USP**, *A Evolução Urbana de São Paulo*. São Paulo: Coleção da Revista de História, 1955.
- GAETA**, Antonio Carlos, *Acumulação e Transformação do Espaço Urbano. O processo geral de formação dos shopping centers em São Paulo*. São Paulo: Universidade de São Paulo, Dissertação de Mestrado, 1988.
- GOLDMANN**, Lucien, "A reificação das relações sociais". Em: **FORACCHI**, Marialice M. e **MARTINS**, José S., *Sociologia e Sociedade. Leituras de Introdução à Sociologia*. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1977.
- HARDY**, Hugh, "The end of the city". Spazio e Società, 15, 58, 1992.
- HIRSCHFELDT**, Robert V., *Shopping Center: o Templo do Consumo*. Rio de Janeiro: ABRASCE, 1986.
- KONDER**, Leandro, *Marxismo e Alienação*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1965.

- LEFÈBVRE, H.**, *La Revolución Urbana*. Madrid: Alianza Editorial, 1983.
- LEFÈBVRE, Henri**, *La Vida Cotidiana en el Mundo Moderno*. Madrid: Alianza Ed., 1972.
- LEVEN, Charles L.**, "Distance, space and the organisation of urban life". *Urban Studies*, 28, 3, 1991.
- LIMA JÚNIOR, A.**, *Shopping Centers: Brasil x EUA. Uma Análise Mercadológica Comparativa*. Rio de Janeiro: FGV, 1971.
- LIPIETZ, Alain**, *Le Capital et son Espace*. Paris: La Decouverte/Maspero, 1983.
- LÖWY, Michael**, "A Escola de Frankfurt e a modernidade. Benjamin e Habermas". *Novos Estudos Cebrap*, 32, março de 1992.
- LUKÁCS, Georg**, "A ontologia do ser social". Em: **LUKÁCS, G.**, *Sociologia*, por **PAULO NETTO**, José (organizador). São Paulo: Ática, 1981.
- LUKÁCS, Georg**, *A Teoria do Romance*. Lisboa: Presena, s/d.
- LUKÁCS, Georg**, *História e Consciência de Classe*. Porto: Escorpião, 1974.
- MAARDEN, Peter**, "The deconstructionist tendencies of postmodern geographies: a compelling logic?". *Progress in Human Geography*, 16, 1, 1992.
- MANTEGA, Guido**, *A Economia Política Brasileira*. São Paulo: Poli/Vozes, 1984.
- MANTEGA, Guido**, *Raízes e Formação da Economia Política Brasileira. A Fase Estagnacionista*. São Paulo: Universidade de São Paulo, Tese, 1982.
- MANZAGOL, C.**, *Lógica do Espaço Industrial*. São Paulo: Difel, 1985.
- MARCÍLIO, Maria Luiza**, *A Cidade de São Paulo: Povoamento e População, 1750-1850*. São Paulo: Pioneira-Edusp, 1973.
- MARX, K.**, *Manuscritos Econômicos e Filosóficos de 1844*. Em: **MARX, K.** e **ENGELS, F.**, *Escritos Econômicos Vários*. Barcelona: Grijalbo, 1975.
- MARX, K.**, *O Capital*, Livros 1 e 3. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1980.
- MATOS, Olgária C.F.**, *Os Arcanos do Inteiramente Outro*. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- MÉSZÁROS, István**, *Marx: A Teoria da Alienação*. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.
- MEURS, Paul**, "Construindo um mundo desigual". De Architect, 1993.
- MEURS, Paul**, "O espaço democrático sob pressão". De Architect, 1993.
- MONTEIRO, José Vital**, "Shopping Center Iguatemi: o retrato da evolução do varejo". *Projeto*, 119, 1989.
- MORAES, Antonio Carlos Robert de**, *Ideologias Geográficas. Espaço, Cultura e Política no Brasil*. São Paulo: Hucitec, 1988.
- NAPOLEONI, Cláudio**, *Lições sobre o Capítulo Sexto (Inédito) de Marx*. São Paulo: LECH, 1981.

- OLLMAN**, Bertell, *Alienação: Marx y su Concepción del Hombre en la Sociedad Capitalista*. Buenos Aires: Amorrurtu 1973.
- PAULO NETTO**, José, *Capitalismo e Reificação*. São Paulo: LECH, 1981.
- PINTAUDI**, Silvana M., *O Templo da Mercadoria. Estudo sobre os Shopping Centers do Estado de São Paulo*. Tese. São Paulo: Universidade de São Paulo, F.F.L.C.H., 1989.
- PROENÇA FILHO**, Domicio, *Pós-Modernismo e Literatura*. São Paulo: Ática, 1988.
- REHFELD**, Walter, *Tempo e Religião. A Experiência do Homem Bíblico*. São Paulo: Perspectiva - Edusp, 1988.
- RELPH**, Edward, *A Paisagem Urbana Moderna*. LISBOA. LUIÇES 10, 1990.
- RIBEIRO**, Fran (organizador), *História da Moderna Indústria Brasileira*. Rio de Janeiro: Jornal do Brasil Ed., 1986.
- ROLNIK**, Raquel, *Cada um no seu Lugar. São Paulo. Início da Industrialização: Geografia do Poder*. São Paulo: Universidade de São Paulo-FAU, Dissertação de Mestrado, 1982.
- ROUANET**, Sérgio Paulo, "As Passagens de Paris. II". *Tempo Brasileiro*, 69, 1982.
- ROUANET**, Sérgio Paulo, *As Razões do Iluminismo*. São Paulo: Cia. das Letras, 1987.
- ROZITCHNER**, León, "Marx e Freud: a cooperação e o corpo produtivo. A expropriação histórica dos poderes do corpo". Em: **SILVEIRA**, P. e **DORAY**, B. (organizadores), *Elementos para uma Teoria Marxista da Subjetividade*. São Paulo: Vértice, 1989.
- RUBIN**, Isaac Illich, *A Teoria Marxista do Valor*. São Paulo: Brasiliense, 1980.
- SANTOS**, Laymert G., *Alienação e Capitalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1982.
- SEGAWA**, Hugo, "Os arquitetos e os shopping centers". *Projeto*, 119, 1989.
- SEGNINI**, Liliana, *A Liturgia do Poder. Trabalho e Disciplina*. São Paulo: Edusp, 1988.
- SILVA**, Armando Correa da, *De quem é o Pedaco? Espaço e Cultura*. São Paulo: Hucitec, 1986.
- SILVEIRA**, Paulo Argemiro da, "Da alienação ao fetichismo. Formas de subjetivação e de objetivação". Em: **SILVEIRA**, P. e **DORAY**, B., *Elementos para uma Teoria Marxista da Subjetividade*. São Paulo: Vértice, 1989.
- SUBIRATS**, Eduardo, *Da Vanguarda ao Pós-Moderno*. São Paulo: Nobel, 1987.
- TUNNARD**, Christopher, *A Moderna Cidade Americana*. Rio de Janeiro: Bloch, 1971.
- VIRILIO**, Paul, *L'Espace Critique*. Paris: Christian Bourgois, 1984.
- VIRILIO**, Paul, *L'Horizon Negatif*. Paris: Christian Bourgois, 1986.

A digitalização deste documento foi possível graças ao investimento do Programa de Pós-graduação em Geografia Humana (PPGH-FFLCH-USP) e realizada com recursos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001. Essa ação integra as atividades de comemoração dos 50 anos do PPGH no ano de 2021. Para mais informações sobre o PPGH e sua história, visite a página do programa: <http://ppgh.ffeilch.usp.br/>.

