



Comunicação e Cidade; Vitrines Globais¹

Prof.^a Dra. Ane Shyrlei Araújo²
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC/SP.

Resumo

Um enfoque da cidade como suporte de comunicação, através das ocupações espaciais, cuja ostensiva visualidade referenda a megalópole de São Paulo, no cenário das capitais globais. A gestualidade da população como formas de comunicar e viver, flagradas na espontaneidade das cenas de rua, em montagens comparativas, de espacialidades que se tencionam entre imagens que não se excluem, mas interagem. A cidade se apresenta assim, em camadas e vínculos merecedores de destaque, pelas semioses verificadas no trânsito entre as referidas e diferentes instâncias da megalópole, em seu caráter midiático.

Palavras-chave

Cidade; Globalização; Gestualidade; Imagem; Visualidade.

As investigações contemporâneas sobre o conceito de cultura advindas, sobretudo da área da arquitetura e urbanismo conferem às cidades a capacidade de criar e irradiar modelos ambientais.

As grandes cidades, várias capitais, sempre encamparam este vigor, conforme os estudos urbanos; atualmente, as megalópoles o fazem de maneira vertiginosa, através dos negócios globalizados, dos fluxos migratórios, dos deslocamentos e da cultura turística, ao se pensar no poder da comunicação persuasiva e nos efeitos da concorrência, para sediar numa rede de cidades, os negócios transnacionais.

Sabe-se que as grandes cidades sempre foram geridas como máquinas de produzir riquezas, justificando, deste modo, a expressão “azeitar a máquina”. O planejamento das cidades, na atualidade, se orienta pelos empreendedores, que produzem ajustes exigidos em conformidade com a rede internacional de cidades; vale dizer, adequá-las às vantagens do capital estrangeiro, inclusive no setor imobiliário (ARANTES, 2002).

O estudo da cidade como vivência da cultura, implica assim, num enfoque que atualiza um trânsito entre conceitos de diversos códigos, em linguagens, cujas fronteiras se

¹ Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Semiótica da Comunicação.

² Ane Shyrlei Araújo – doutora em Estruturas Ambientais Urbanas pela FAU USP, professora associada do Depto. de Arte da Faculdade de Comunicação e Filosofia da PUC/SP; membro do grupo de pesquisa: “Espaço-Visualidade/Comunicação-Cultura” do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da PUC/SP. Professora de metodologia de pesquisa do Núcleo Básico e participante do projeto do Programa de Pós-Graduação “Urbanidade e Sistemas de Hospitalidade”, do Centro Universitário SENAC/SP. aneshy@terra.com.br.



tecem na constituição e abrangência das espacialidades urbanas, em que as vitrines globais sobressaem ostensivamente pela visualidade, referenciando para a totalidade dos cidadãos, o vigor dos negócios que, nas megacidades são regidos pela velocidade imposta pelo fluxo de implantações de produtos e serviços internacionalizados.

A retórica unificadora, embora persistentemente apregoada, não consegue sufocar as características históricas, locais e de transição de hábitos que se mostram vivas e se evidenciam porque a força da globalização não abarca todos indistintamente. A

reprodução e expansão desse poder se efetivam, sem a exigência de que haja centralidade; assim, há um descompasso entre a circulação mundial das mercadorias e a distribuição desigual da capacidade de utilizá-las. A lógica da desigualdade revigora, através dos marginalizados do trabalho, do comércio e do consumo unificados, as produções artesanais e/ou aquelas anteriores à globalização. Além disso, numa proposta de um mundo de complexa integração, as culturas particulares se esforçam para compartilhar aspectos das culturas hegemônicas; porém, a maneira como isso ocorre, não obedece a nenhum modelo prévio. Por isso, a diversidade, em suas vivências, pode se apresentar como fonte esclarecedora de inusitadas interações. Desse modo, convivem na mesma cidade, atividades e usos das diferentes fases da história, independentemente dos suntuosos conglomerados representativos dos negócios transnacionais.

No caso de São Paulo, o que a insere no mapa das cidades globais, “se deve ao fato de ter se tornado foco decisivo de redes econômicas e comunicacionais de escala mundial” (CANCLINI, 2003, pg. 157).

Nesse cenário macro, cobertas por essas redes, as cidades se impõem como megagaleries do mundo, na opulência, na oferta e expansão dos produtos tecnológicos e da cultura, que se acomodam na mesma esteira de comunicabilidade. Nos espaços dessas cidades, há uma seleção de localidades ícones, que respondem pela sua capacidade de comunicação publicitária, evidenciando avenidas e outras vias pelas construções espetaculares, acenando continuamente aos usuários a sua condição global, mediada pelas vitrines de uma cidade cenário; uma cidade simulacro, que se mostra mais como imagem do espaço, cujo estímulo e vigor é o de se vender no palco globalizado. A visualidade conceitual das referidas redes se impõem instaurando marcos indicadores e expansivos de um mundo da energia econômica, que se desenham em edificações suntuosas, compondo o registro indiscutível de vitrines da escala global.

Esses cenários globais são visualidades rapidamente reconhecidas; não se confinam num bairro apenas, mas, se aglomeram em determinadas regiões, por questões



estratégicas e de logísticas. Porém, esse poder abstrato das torres e projetos arquitetônicos internacionais, numa exibição das formas e qualidades materiais, que refletem e se espelham entre si, simulam cenários muitas vezes paradoxais, quando se pensa a Avenida das Nações Unidas que margeia o rio Pinheiros.

Na composição de uma mesma paisagem, conta-se com uma sequência de prédios vitrines dos negócios globais, uma estação de trem de um bairro elegante e, casualmente, uma experiência de arte urbana do arquiteto, Eduardo Sbrur. Trata-se de uma intervenção no trecho que se encontra entre a Usina Elevatória de Traição e a ponte Cidade Jardim, em que 100 caiaques infláveis tripulados por manequins remadores vestindo camiseta, bermuda e chapéu, em tonalidades fortes, bóiam sobre as águas poluídas do rio Pinheiros. Simulam inicialmente uma competição, que aos poucos se frustra, evidenciando o nível de poluição os caiaques se amontoam, encalhados junto ao excesso de lixo que emerge da superfície fluvial.

A massa lenta de carros e os passageiros dos trens, na marginal Pinheiros, observam o alerta sobre a transformação de um rio, esgoto a céu aberto, da megalópole global.

Há nas capitais globais, um considerável número de espaços marcas, assinatura de reconhecida visualidade de uma cartografia dos negócios.

Uma cidade, como São Paulo, responde pelos requisitos considerados os definidores da megalópole global, quais sejam; a concentrada presença de empresas internacionais em áreas de gestão, pesquisa, e consultoria; uma notável circulação do turismo internacional de negócios e a forte mistura multicultural de habitantes nacionais e estrangeiros. Tudo isto acontece em meio à cidade de São Paulo, que possui uma histórica função modernizadora e integradora, tanto de imigrantes estrangeiros, como de outros estados. A cidade também se vê como o centro de prestígio, no que diz respeito à concentração de exposições, congressos, elites artísticas e científicas (BORJA e CASTELLS, 1997).

Galerias do mundo

Os tentáculos dessa visualidade, em escala reduzida, migram para a grande massa, em cenários das novelas, seriados, filmes ou em peças publicitárias. Em segmentos de maior poder aquisitivo, como os frequentadores habituais dos *shoppings centers* e de ruas de griffe, a referida visualidade chega até os cidadãos, traduzida no uso e exibição



dos equipamentos digitais, acessórios, roupas, entretenimento, lazer e consumo, em geral.

Os *shoppings centers* como espaços efeitos desse processo se multiplicam, propondo uma linguagem mais adequada à diversidade dos bairros, diferentemente das implantações iniciais caracterizadas por requintada sofisticação, como é o caso do shopping Iguatemi. Constituem espaços internos da cultura do consumo, que se empenham em transformar o próprio estilo de vida, sofisticando agradavelmente, a dimensão do privado. Nesse caso, o consumo se funda na persistente produção e reprodução de sinais rapidamente legíveis por seus donos e por seu público nas galerias globais, cujo consumo é segmentado; aí, têm acesso os estratos mais privilegiados da classe média. Não se trata de promover um conformismo passivo na escolha das mercadorias, mas, ao contrário, busca treinar os cidadãos consumidores para que decodifiquem os sinais, os sutis e infinitos detalhes que diferenciam as roupas, os portáteis digitais, (celulares, *BlackBerrys*, *palm*s, *walkmans sticks*, *iPods* e outros), os alimentos, os automóveis, os ambientes, das jovens “tribos” e demais segmentos de maior poder de consumo.

Observa-se que as diferenças dos diversos segmentos de classe, e ainda, as subculturas, ao invés de se diluírem, se fortalecem e se complicam; novos mini símbolos precisam ser descobertos para manter as diferenças, em que o gesticular da imagem/corpo servem perfeitamente a esse objetivo. Os gestos respondem por uma comunicabilidade codificada submetida à encenação prévia, quando lêem e são lidos pelos sinais e comportamentos dos que se aproximam pelas afinidades dos segmentos de consumo. A prática do *shopping* tornou-se menos uma simples transição econômica e muito mais uma interação da comunicabilidade, na qual os indivíduos trocam e consomem imagens, experiências, decifrações, juízos.

A cultura do consumo é uma cultura da visualidade, cuja autonomia relativa não reside na fuga de outras determinações (por exemplo, de tipo econômico), mas no estabelecimento de hierarquias de gosto e diferenças de identidade. Numa leitura antropológica (CANEVACCI, 2001, pg. 244) se refere a esses redutos como espaços de exposições das modernas tecnologias, das imagens falantes, animadas por uma espécie de “essência mítica” que as faz agir de dentro do corpo da mercadoria, um recente fetiche.

A cultura tradicional de massa vai sendo integrada e redefinida pela visualidade dos imperativos tecnológicos da era global; o destinatário não é mais um receptor passivo,



final de linha do fluxo comunicativo, mas, um sujeito ativo, um receptor que negocia os significados. O poder da visualidade conecta não apenas os meios entre si como, tv, telefonia, portáteis digitais e o computador, mas também os comportamentos da vida cotidiana, cujo objetivo é o de absorver a produção de sentido vivida no momento certo e no lugar apropriado. O consumo da visualidade se apresenta como categoria interpretativa que investiga a crescente combinação entre as tecnologias da imagem e a cidade. “A comunicação visual vive, se movimenta e negocia naquela zona de fronteira entre o nível tecnológico e o aural. As imagens midiáticas em movimento e o novo narcisismo estão envolvendo toda a cultura da vida cotidiana, transformando-a em comunicação” (CANEVACCI, 2001, pg. 245).

Os estudos de mídia pensados publicitariamente se voltam para o redimensionamento do conceito de suportes de divulgação, que se imaginam em comunicação ininterrupta em todos os lugares. A cidade se oferece como o espaço de uma variedade de suportes, tais como objetos, situações, lugares, comportamentos, corpos, enfim, tudo é visto e utilizado em seu potencial de suporte midiático.

Os celulares, em suas diferentes versões, consolidam hábitos de disponibilidade ininterrupta, para os diversos segmentos de consumo; desde o simples pré-pago, às inúmeras, recentes, contínuas e sofisticadas convergências; por exemplo, o celular *BlackBerry*³.

Hábitos referentes ao uso dos celulares instalam comportamentos que antes considerados impróprios em determinados ambientes, hoje franqueiam fronteiras dos códigos de provavelmente uma nova civilidade, sendo frequentes em quase todos os lugares, como salas de aula, palestras, encontros e espaços e mesmo no trânsito, em que se exige uma convenção de comportamento único para que as atividades sejam realizadas com segurança.

Cenas de Ruas

Das vitrines globais à superexposição dos edifícios, barreiras de visualidade em trechos estratégicos da cidade, aos shoppings centers, à moda de muradas e seguras galerias, outras espacialidades se constroem em ruas, praças e lugares do centro e dos bairros da cidade.

³ Câmera fotográfica, computador de mão, e-mails e navegação normal na internet.

Giedion resgata para a arquitetura todo o meio ambiental criado pelo homem. Porém, essa arquitetura diz respeito ao ambiente não planejado, inintencional; são restos e rebotalhos de várias fases da cidade.

Essa história anônima tende a ser “invisível” do mesmo modo que o silêncio de John Cage consiste em todos os ruídos inintencionais do meio ambiental, ou como a maior parte da poesia consiste de todos os “significados não-intencionais” ou ambigüidades. (McLUHAN, 1974, pg. 97).

A percepção dessas espacialidades se dá além das variedades dos usos, que poderiam ser facilmente contabilizadas por programas estatísticos; isto exige que ao analisá-las, sejam integradas em sua dimensão de contexto, visto que, com ele constroem uma ambientação, cuja complexidade lhes é inerente, ultrapassando o mero gesto isolado.



A rua Teodoro Sampaio⁴, no bairro de Pinheiros, caracteriza-se em um trecho pela oferta de instrumentos e equipamentos musicais e em outro pelo comércio de móveis, chegando ao Largo da Batata com características diversas dos segmentos precedentes.



FIGURA 1
FIGURA 2

As quadras ocupadas pelas lojas de instrumentos musicais (novos, usados, trocas, contatos entre os consumidores) criou novos comportamentos de rua, fazendo com que, nos finais de semana, haja sessões de *jazz band* nas calçadas;

por aí se amontoam passantes, compradores e vendedores, constituindo uma aglomeração de pessoas que nessas quadras, se acotovelam num fluxo único, até a feira da Praça Benedito Calixto.

O espaço da feira e as quadras dos instrumentos musicais se transformam num palco irradiador de atividades, cujo estímulo desafia também as ruas vizinhas; bancas de quinquilharias artesanais, massagistas de rua, jogadores de dominó, atores

⁴ Fig. 1 e Fig.2: Rua Teodoro Sampaio, São Paulo- SP.

improvisados, instrumentistas de grupos e bandas, músicos anônimos, vindos de vários lugares, que, de alguma maneira se dão a conhecer.

Os usos da cidade serviram como referências de estudos para o teatro épico, por considerar o gesto social o menos falsificável de acordo com B. Brecht, que recorre à cidade como espaço cênico primário, original. O autor faz referência a esse teatro no texto “cenas de rua” ao fundamentar os gestos do teatro épico: “a descrição da cena da rua não pretende ultrapassar a representação feita na via pública; tem de reconhecer determinados limites a sua imitação” (BRECHT, 1978, pg. 11-12).

O aspecto essencial da cena de rua consiste no fato de que o narrador fundamente os caracteres que apresenta inteiramente a partir das ações. Em primeiro lugar, a ação; depois, a personagem permitindo assim, que a respeito dela se tire uma conclusão.



Os usuários, atores urbanos⁵, interagem em cenários de grande mobilidade e deslocamentos e aí, nesses encontros, coreografam gestualidades instantâneas que se mostram e se recolhem rapidamente, atribuindo nesse tempo/espço significados à cidade.

A gestualidade do uso aprende com e ensina a cidade, ao mesmo tempo, constituindo-se em vínculo efetivo da urbanidade.

Pode-se afirmar que a cidade antecede o palco, porque ela desafia a capacidade de julgar, demonstrada pela gestualidade do uso. Uma combinação não hierárquica dessa pluralidade de usos como inscrições, registros que, mesmo conflitantes, não se excluem, porém, se disponibilizam em gestos/imagens coordenados, geram espacialidades disponíveis para que se investiguem surpreendentes dimensões da cidade. Assim como Brecht propõe uma sistematização do gesto teatral, pode-se pensar nas encenações das espacialidades, como comunicabilidades da cultura urbana. A linguagem da cidade constrói sua visibilidade através de manifestações de gestualidades distintas das anteriores. A gramática teatral brechtiana se orienta no sentido de um modelo que organiza o gesto para liberá-lo.

⁵ Fig. 3: Esquina da Rua Teodoro Sampaio com a Rua Cristiano Viana.



FIGURA 4

No caso da cidade, refere-se a uma ordenação libertadora do desejo no sentido de torná-lo social⁶. E isso só é possível no coletivo. Através da leitura do presente, chega-se a uma condensação metonímica embrionária do próprio gesto, não apenas no hoje, mas, no que o antecede e o prospecta diagramado na gestualidade, que se comunica numa imagem síntese.

Na imagem dialética o ocorrido de uma determinada época é sempre o ocorrido desde sempre. Como tal revela-se somente a uma época bem determinada aquela em que a humanidade percebe como tal justamente esta imagem onírica. É nesse instante que o historiador assume a tarefa da interpretação dos sonhos. (BENJAMIN, 2006, p. 506).

Aqui o conceito de imagem dialética se mostra adequado à investigação das gestualidades que são diagramas representativos de multiplicidades de tempos e espaços que vêm à tona, nesse cruzamento único encenado no palco da cidade. A gestualidade pensada como imagem dialética solicita uma decifração em que se desvendem índices de índices em suas inúmeras e não excludentes articulações. Ainda, essa decifração exige que o olhar atento mergulhe nos detalhes da imagem, seus aspectos qualitativos e, ao mesmo tempo, os examine, reportando-os às circunvoluções contextuais das escalas da cidade, como se a gestualidade se apresentasse como a sístole e diástole da vitalidade urbana. .

A montagem como modo de organizar, caminho que mais sugere do que define, exige do receptor uma correspondente atenção criativa aos elementos conflitantes e justapostos, se demonstra estratégica na busca desses resíduos imperceptíveis da cidade, atualizados nas imagens dialéticas; a cidade reflete o cidadão e este, em sua gestualidade, coreografa através de seu corpo, a cidade.

A gestualidade devolve ao homem sua generalidade, sua totalidade que lhe é original e revela seu verdadeiro desejo.

⁶ Fig. 4: Praça Benedito Calixto

O homem é imaginação e desejo. Por obra da imaginação o homem sacia seu infinito desejo e se converte ele mesmo em ser infinito. O homem é uma imagem na qual ele mesmo se encarna. Não sabemos nada do desejo, exceto que se cristaliza em imagens e que estas imagens não cessam de nos fustigar até que se tornem realidades. O desejo torna real o imaginário, irreal a realidade. O ser inteiro do homem é o teatro desta contínua metamorfose; em seu corpo e sua alma desejo e realidade se interpenetram e se mudam, se unem e se separam. O desejo povoa o mundo de imagens e simultaneamente, desabita a realidade. (PAZ,1956: 37-38).

Em espaços que comandam por assim dizer as ações, atividades e comportamentos, os usuários ali cumprem uma espécie de função exigida, deixando o mínimo e, ao mesmo tempo, percebendo quase nada os traços das singularidades dos diferentes cidadãos. “Um falsário pode imitar o gesto do pintor ou o estilo de um escritor, tornando imperceptível sua diferença, mas jamais conseguirá tornar sua a obsessão, aquilo que os obriga incessantemente voltar ao silêncio no qual estão seladas as primeiras impressões” (DUFOURMANTELLE, 2003, pg. 04). Nesse caso, não há lugar para o espanto, para a obsessão, mas para a conduta programada pela civilidade global.

Os espaços da gestualidade no cenário heterogêneo dos usuários seriam aqueles que “dão lugar ao lugar” que oferecem espaço para o como se manifestar, um terceiro ouvido, uma escuta, para que se perceba o inaudível. Como afirma Nietzsche “a isso que não se tem acesso pela experiência vivida, não se tem orelhas para ouvi-lo”⁷ (NIETZSCHE,1971, p. 341). (DUFOURMANTELLE, 2003, p.22).



FIGURA 5

⁷Fig. 5: Praça Benedito Calixto



Poder-se-ia dizer o lugar do espanto o que rompe uma habitual reflexão, sob o toque do susto. Não o susto cujo efeito é devastador, e que encobre o próprio gesto, mas, algo que nos detém, como a surpresa de silêncios numa partitura, para que o gesto do outro entre em diálogo com a gestualidade que o sustenta; um cruzamento.

Quando entramos num lugar desconhecido, a emoção sentida é quase sempre a de uma indefinível inquietude. Exige-se um tempo da familiaridade.

É o momento em que o nosso pensamento pensa o outro, o lugar do espanto, em que o pensamento volta sobre si mesmo. Raciocinar apenas a partir de valores racionalizados é subjugar o real com fins apenas de um saber quantificável submetido aos valores da técnica. Este saber separa o obscuro da claridade, se faz excluyente e oscila em polaridades. Há que se construir a abertura para o que espanta, o que abala; uma relação da razão com a obsessão, com o desejo. A obsessão quando trabalha de dentro do pensamento, ou antes, se o pensamento se permite atravessar e se contaminar pela obsessão ele se torna criativo. (DERRIDA, 2003).

“Talvez a primeira linguagem humana tenha sido a pantomima imitativa e mágica. Regidos pelas leis do pensamento analógico, os movimentos corporais imitam e recriam objetos e situações” (PAZ, 1956, pg. 33).

Quando se tem o outro, não se tem mais apenas o binômio, mas outros, demonstrando espacialidades que se realizam por ordenamentos paratáticos, origens que reconstróem continuamente destinos que lhes são desconhecidos, mas que de sua sombra os precedem. Essa sombra que o antecede se constitui em vínculo que assegura uma célula de espacialidade transitiva, oferecendo-se para ser descoberta pelo contínuo rastro e movimento que se insinuam. A barreira e o impedimento dos transmissores entre espacialidades, respondem pela impossibilidade de delimitar um território estável aonde o pensamento se instala para dali se deslocar.

Como estratégico aviso de atenção, trazer o conceito de montagem ao dar foco às espacialidades da cidade, seria compreendê-la em espacialidades diversas e mutantes, numa abertura permanente que se atualiza pela vivência.

“A idéia incorporada ao símbolo chinês para o espaço é, assim, completamente diferente da idéia involucrada na palavra ocidental “espaço”. Apenas como rápido e supersimplificado contraste, dizemos; o Ocidente fala de “espaço”; o Oriente fala de “espacejando”. Dito o que, talvez convenha dar uma olhadela sobre a natureza dos idiomas em causa” (McLUHAN, 1973, pg. 125).

Pode-se afirmar que há um “espacejar” (inserir espaços entre) ao analisar os usos, em dimensões de gestualidade, pois se obteriam referências entre dados, que comparecem em potencialidades e atualizações combinatórias, indicando percepções da cidade, uma espécie de inconsciente urbano, dado imprescindível para estudos que pensem a cidade como espaço insubstituível das formas de convivência⁸.

O conhecimento que se abre para seu fluxo contínuo não se separa de sua manifestação na vivência, pois o conceito se vê redimensionado, assume um estatuto crítico, como produtor de sentidos, que corresponde à dialogia da linguagem, não apenas do código verbal, mas de todas as manifestações do homem.



FIGURA 6

de um juízo, que teoricamente é interminável, mas ao mesmo tempo, esbarra no repertório.

Ao se pensar nas diversidades das espacialidades urbanas, as que mais exercem fascínio sobre as pessoas são aquelas em que a gestualidade não se confunde com o gesticular. Isto quer dizer que há ambientes favoráveis à espontaneidade, em que os usuários estão desligados de uma habitual máscara exigida pelo trabalho, competição e pela visualidade impostora do consumismo. Porém, esses ambientes escapam à programação



FIGURA 7

Na cidade, a faculdade de julgar, selecionar é exposta a um treinamento contínuo, que escapa, muitas vezes, das previsões e propostas das políticas gestoras da cidade. O planejamento se esquece de que a cidade como desafiante estímulo da prática de julgar está para além da recepção concreta, imediata; exercício contínuo e evolutivo da emissão

dos planejadores; tomam corpo em necessidades, desejos, que vêm à tona nos encontros da coletividade.

É na dimensão do convívio, da coletividade que se encontram

gestualidades, inscrições do usuário na cidade, que se apresentam como labirintos de leituras para que se descubram como as espacialidades se constroem nas cidades. Essas inscrições da vida na cidade se realizam nas superposições de uma multiplicidade de códigos e lidas como montagem, a atribuição de significados não exclui outros, mas combinam, apontam prevalências em modos de ver e viver dos usuários.

Na consciência coletiva, à forma de um novo meio de produção, primitivamente ainda dominado pelo antigo correspondem imagens que se interpenetram o novo e o antigo. O novo não está separado do antigo. Imagens do desejo e nelas o coletivo procura ao mesmo tempo suprimir e transformar o inacabamento do produto social, assim como a ausência de uma ordem social na produção. (BENJAMIN, 1975).⁹

A tradução pelo uso, a atribuição de um significado mítico, equivale à própria definição do ser humano, enquanto ser capaz de adicionar uma linguagem que diverge daquelas dos profissionais, dos especialistas do planejamento da cidade.

A tradução aponta os valores dos diferentes segmentos sociais, os gestos que desenham as necessidades de modos de vida, dinamizando repertórios que se movem dentro de um quadro delimitado pela tradição, esforço, necessidade e poder aquisitivo.

Neste sentido traduzir significa distanciar-se cada vez mais do sentido original, pela modificação de um contexto básico perdido; a tradução se realiza não como busca do sentido, mas como produção de sentidos, o encontro da feição polissêmica das linguagens (BENJAMIN, 1971).

Como produtora de sentidos, a gestualidade urbana se encontra como tradução, o campo indicial da crítica da cidade, que sem se dobrar reverencialmente ao encontro de um sentido, faz convergir movimentos; um que passa adiante (de *traducere*) e outro que transfere (de *translatio*). Os dois conceitos, passar adiante e transferir são aproximações do mesmo processo de transformação do sentido original e este processo se situa entre as referidas aproximações; a busca pelo sentido original implica tanto o movimento para adiante, quanto à transferência de contextos. O fluxo, que aí se instala, se realiza sem roteiro, sem pauta prévia, deixando na gestualidade urbana os sinais da inventividade na esteira dos usos.

⁹ Fig. 7: Praça Benedito Calixto



A compreensão da cidade significa a leitura do mundo da indústria, das redes econômicas e comunicacionais e seus correspondentes desserviços; os excluídos destes fluxos. A essência fenomenológica da cidade passou pela criação dos mercados de massa que hoje convive com uma gradativa e detalhada segmentação. O homem conhece a sociedade não pelo contato afetivo, mas pelo intermédio dos produtos fabricados. A indústria inundou a sua linguagem de reprodutibilidade e a globalização econômica redefiniu esse quadro pelas redes de produtos e os crescentes serviços em conjunto com as redes comunicacionais.

As gestualidades definidoras de uma civilidade do usuário em diferentes regiões urbanas podem ser encontradas numa montagem de traços, uma combinação entre o gesto artesanal, industrial e das tecnologias digitais, porque são os que preservam sua capacidade de sobrevivência; o trabalho.

Aos estudos da cidade cabe um relativo domínio sobre esta linguagem, fluida, mutante, sutil, porém, radical; a observação, registro e análise deste repertório de posturas e movimentos são dados e indicadores de combinação para as propostas urbanas, como se verifica na reflexão do planejamento enquanto linguagem. As pesquisas sobre gestos, dos mais diferentes pontos de vista, seja da psicologia, antropologia, fisiologia e outras ciências são unânimes ao afirmar que os movimentos, posturas e atitudes, sendo o que há de mais permanente e de difícil mutabilidade no homem, controlam seus padrões perceptivos, seu modo de sentir e pensar.

A grande pressão econômica da área do turismo, mesmo quando completa circuitos turísticos dos deslocamentos dos negócios, sabe que, em sobras do tempo de trabalho, a procura da cidade se mostra preferencialmente aos espaços em que a vida se manifesta na espontaneidade gestual das vivências.

Em estudos urbanos, Jane Jacobs comenta em seu livro “Morte e Vida de Grandes Cidades” que “cidades vitais possuem habilidades inatas maravilhosas para combater suas dificuldades”. Possibilitam sempre a emergência de novos padrões e, quando afetadas em suas habilidades inatas respondem aos estímulos ambientais, não apenas físicos, mas de seus próprios cidadãos.

A duradoura presteza do homem para mudança se faz claramente visível, na mobilidade de sua face.

O jogo de suas feições é muito mais rico e mais variado que a de qualquer outro animal e ele possui a mais rica experiência de transformação. É inconcebível quantas mudanças pode uma face produzir no decorrer de uma hora. Se tivesse



tempo de estudar todos os movimentos e maneiras que se substituem, ficar-se-ia espantado com o número de transformações seminais que ela revela. (McLuhan: 1973, 115)

Como foi dito, a aquisição de hábitos se configura mais resumidamente na expressão facial, culminando nos olhos. Não por acaso, os grandes poetas ao lerem a cidade o fizeram através dos olhos, dos tiques profissionais, da tristeza do desespero, do suicídio coletivo. Borges, em seu texto, “*El Hacedor*” descreve a cartografia do rosto: “Um homem se propõe à tarefa de desenhar o mundo. Ao longo dos anos, povoa um espaço com imagens de províncias, reinos, montanhas, baías naves, ilhas, peixes, casas, instrumentos, astros, cavalos e pessoas. Pouco antes de morrer, descobre que esse paciente labirinto de linhas traça a imagem de seu rosto”.

A busca pelo gesto que contenha mais dados vem sendo objeto de gradativas pesquisas e experiências da produção publicitária e dos chamados *marketing* de relacionamentos, que localizaram aí, informações decisivas, ao deslocar o foco apenas das vendas para o da experiência do consumidor. Para se chegar à gestualidade do consumidor, que dimensiona a visibilidade do produto, há que se ler como num processo de montagem a justaposição entre o apelo da visualidade e a comunicabilidade do produto. A influência do consumidor deverá ser encontrada ao longo da chamada cadeia de valor, nas etapas de (pesquisa e desenvolvimento, projetos, fabricação, logística, serviços e pontos intermediários). Assim, a balança do poder na criação do valor tende para a experiência dos consumidores.

Talvez tenha sido essa a profecia de James Joyce, em *Finnegans Wake* ao lançar a pergunta: meus consumidores não serão eles meus produtores?



Referências Bibliográficas

- ARANTES, O; VAINER, C; MARICATO, E. **A cidade do pensamento único: desmanchando consensos**. Petrópolis: Vozes, 2000.
- AUGÉ, M. **Os Não-Lugares: Uma Introdução à Antropologia da Supermodernidade**. Campinas: Papyrus, 1994.
- BORJA, J; CASTELLS, Ml. **Local y Global: la gestión de las ciudades en la era de la información**. Madri: Taurus, 1997.
- BRANDÃO, Fiamá P.(org). **Bertold Brecht .Estudos sobre Teatro**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1978.
- CANCLINI, Nestor G. **A globalização imaginada**. São Paulo: Iluminuras, 2003.
- CANEVACCI, M. **A Cidade Polifônica: Ensaio Sobre a Antropologia da Comunicação Urbana**; São Paulo: Studio Nobel, 1993.
- _____. **Antropologia da Comunicação Visual**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.
- DUARTE, F. **Crise das Matrizes Espaciais**. São Paulo: Perspectiva, 2002.
- DUFOURMANTELLE, A; DERRIDA, J. **Anne Dufourmantelle convida Jacques Derrida a falar de hospitalidade**. São Paulo: Escuta, 2003.
- ELIAS, N. **O processo civilizador: Uma história dos costumes**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.
- FERRARA, Lucrecia D´Alessio. **Significados Urbanos**. São Paulo: EDUSP / FAPESP, 2000.
- FRÚGOLI JUNIOR, Heitor. **São Paulo: Espaços Públicos e Interação Social**. São Paulo: Marco Zero, 1995.
- PRIGOGINE, I. **O fim das certezas: tempo, caos e as leis da natureza**. São Paulo: Editora Unesp, 1996.
- JACOBS, J. **Morte e vida nas grandes cidades**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- LOTMAN, Iuri M. **La semiosfera I. Semiótica da Cultura e do Texto**. Valência: Frónesis, 1984.
- MACLUHAN, M; WATSON, W. **Do Clichê ao Arquétipo**. Rio de Janeiro: Record, 1973.
- MACLUHAN S; STAINES D. **McLuhan por McLuhan: conferências e entrevistas**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005.
- ORTIZ, R. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2006.
- PAZ, O. **El Arco y la Lyra**. México: Fondo de Cultura Económica, 1956.
- SODRÉ, M. **Antropologia do espelho. Uma teoria da comunicação linear em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.
- YÁZIGI, E. **Civilização Urbana – planejamento e turismo**. São Paulo: Contexto, 2003.