



Fronteiras e mediações urbanas.¹

Ane Shyrlei de Araújo²

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP, São Paulo, SP

Mônica Bueno Leme³

Centro Universitário SENAC de São Paulo – SENAC-SP, São Paulo, SP

RESUMO

A dimensão epistemológica da diversidade dos lugares, nas grandes cidades resgata-os como objetos de estudo, em que peculiaridades locais não se dissociem das visualidades globais; procede-se assim um diagnóstico de fluxos promissores de interlocuções entre alteridades dos habitantes devidamente contextualizados em singulares cartografias culturais. Nesta direção, o termo fronteira expande operacionalmente seu significado, como película que ata as espacialidades em modos diferenciados; ora limitando a penetração do externo ao interno e ora a filtrá-lo e elaborá-lo adaptativamente, exemplo de como esta semiose se dá e de modo especial, nas megalópoles, construindo um sistema de troca de informações e mecanismos de ajustes contínuos entre a diversidade das espacialidades.

PALAVRAS-CHAVE: cidades; fronteira; comunicação; globalização; espacialidades.

O termo fronteira em sua pluralidade de significados se mostra esclarecedor, quando verificado na escala urbana, em categoria de análise, não se prestando à mera classificação de homogeneidades dos recentes fenômenos urbanos; ao contrário, traz à tona, peculiaridades e singularidades registradas através da vivência e da apropriação das cidades.

Tem-se o conceito como demarcação, linha divisória. Há também uma definição de fronteira associada ao espaço de tempo de uma determinada ação, ou mesmo a separação

¹ Trabalho apresentado no DT6 - Interfaces Comunicacionais, no NP Comunicação e Culturas Urbanas do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutora em Estruturas Ambientais Urbanas pela FAU USP, professora associada do Depto. de Arte da Faculdade de Comunicação e Filosofia da PUC/SP, pesquisadora dos Grupos de Pesquisa ESPACC – Espaço, Visualidade / Comunicação, Cultura e UrbCom, ambos do Programa de Pós-Graduação “Comunicação e Semiótica” da PUC/SP. E-mail: aneshy@terra.com.br.

³Arquiteta Urbanista, Doutora em Urbanismo pela Université de Paris XII, Institut d’Urbanisme de Paris. Mestrado em Políticas Urbanas Planejamento e Gestão do Espaço pela Université de Paris XII; profa. coordenadora da Linha de Pesquisa “Sociedade, Cultura e Ambiente” e docente do Centro Universitário Senac de São Paulo; E-mail: mobule@uol.com.br.

entre diferentes ações no tempo. No próprio dicionário Houaiss (2001), encontramos limite como “linha que marca o fim de uma extensão (espacial ou temporal)” e fronteira como “parte limítrofe de um espaço em relação a outro”. As fronteiras constituem-se, muitas vezes, em estratégias, onde podem ocorrer concentrações características de funções e atividades da comunicação das cidades.

Assim, tomar o termo fronteira como categoria de análise das atividades e do potencial comunicativo da cidade, implica proceder a avaliação caso a caso da atualidade expansiva dos usos urbanos. A contemporaneidade marcada, sobretudo pela agilidade das conquistas, expansões e convergências tecnológicas, dos diversos campos do saber, não prescinde dos estudos das fronteiras, como midiaticização, aqui entendida não como a veiculação de acontecimentos por meios de comunicação, como se o fato social temporalizado e o midiático, transtemporal, fossem dissociados, e sim o funcionamento articulado das tradicionais instituições sociais com a mídia. “A midiaticização não nos diz o que é a comunicação e, no entanto, ela é o objeto por excelência de um pensamento da comunicação social na contemporaneidade, precisamente por sustentar a hipótese de uma mutação sócio-cultural centrada no funcionamento atual das tecnologias da comunicação”. (SODRÉ, 2008:17)

A Teoria das Mídias apresenta em seus estudos, não apenas sistemas isolados, mas a variedade das mutações, mediações representadas em usos verificados nas fronteiras entre códigos; esses são os lugares da cidade em que pode observar o modo pelo qual ocorrem as mediações. E reforçando de maneira decisiva o estudo sobre fronteiras, pode-se falar hoje, não apenas das convergências tecnológicas, mas, da promissora inventividade respaldada pelo experimentalismo nas poéticas das tecnologias digitais, em exercícios de fronteiras concentrados na diversidade dos conceitos e combinações tecnológicas midiáticas.

Retomando numa breve incursão ao final da década de 60, a importância dos estudos de fronteiras na área da comunicação e das mídias, em geral, o canadense Marshall McLuhan, traz este conceito, ao preconizar as fronteiras entre os meios de comunicação, a chamada promissora zona de atrito entre códigos, que se constitui em novas camadas de linguagem, permitindo-lhes dimensões de reavaliação. Ou seja, a percepção dos fenômenos de fronteiras implica o distanciamento, a avaliação crítica sobre a própria linguagem. É do ponto de vista da fronteira que as manifestações, as falas, o que está



oculto, silenciado vem à superfície. A fronteira inaugura uma espécie de pensador nômade, aquele que se desloca para não se fixar num circunscrito imaginário que dele se espera.

As grandes corporações multinacionais se incumbem de persuadir as diferentes camadas da população de que os verdadeiros protagonistas da cena mundial são – quem diria... - as cidades, isto é, cidades cuja configuração seja propícia à valorização patrimonial que mais interessa a tais firmas no presente estágio de transnacionalização produtiva. Rentabilidade e patrimônio arquitetônico – cultural constroem o binômio ator do processo de revalorização urbana. A cultura é o argumento mestre neste universo dos negócios, sob uma argumentação ufanista da nova grife da cidade *fashion*, da sociedade afluyente dos sofisticados serviços que qualificam a cidade e seus usuários.

As edificações e espaços dessa gestão imobiliária consistem na manipulação de linguagens simbólicas de exclusão e habilitação: como se dá a visualidade da cidade ícone midiático, bem como, a maneira pela qual ela permite ser ou não apropriada, o que, e quem, pode estar visível ou não; ainda, pontuações sobre ordem e desordem, a verdadeira estetização do poder da gestão e administração urbanas.

As grandes cidades contemporâneas se apresentam como “verdadeiros campos de batalha” (BAUMAN, 2007) em que as forças e imperativos globais e os significados e as identidades locais se confrontam, se digladiam, apontando para alguma negociação, alguma trégua, em que se vislumbra um elo indissociável rompido por uma força estranha ao convívio, este que é exatamente a razão primeira da cidade. Os indefectíveis poderes que desenham as condições de nosso trabalho, entretenimento e convívio entre os cidadãos estão sob o comando do global, porém as instituições que legitimam nossas ações se encontram no local. “O lado reverso da relativa perda de poder da política local é a ausência da política no ciberespaço extraterritorial, esse *play-ground* do verdadeiro poder. (BAUMAN: 2007,88).

A comunicação urbana, em estatuto de mediação dá lugar a fluxos sociais e culturais, usos, crenças, valores, imagens e imaginários responsáveis pela mundialização da cultura e dinâmica das metrópoles e lugares da cidade nas duas últimas décadas do século XX e nos dias atuais.

Cuida-se agora, nesta era da globalização, de reconhecer a inseparabilidade estrutural, funcional e processual entre sociedade e espaço geográfico, no presente como no passado e

no futuro. Desse modo o território é visto como um palco, mas também como um figurante, sociedade e território sendo simultaneamente ator e objeto da ação (CANEVACCI 2001, p. 157).

Trataremos a questão sob o olhar das cidades, em papéis de palco e figurante. Fronteiras são locais de extrema importância do ponto de vista do observador, do usuário, no sentido de demarcações físicas. Se fizermos uma analogia ao conceito de *cruzamentos* apresentado por Kevin Lynch (1980), podemos acreditar que enquanto locais de transição, em relação a um deslocamento, inspiram uma maior atenção, uma sensibilidade acirrada dos componentes urbanos e respectivas fronteiras. O referido autor, simulando um questionamento junto aos habitantes de uma cidade, percebeu que a consciência de aproximação do centro da cidade se dava em função destas localizações embrionárias, particulares. Ainda, segundo Lynch, “a transição de um canal de deslocação para outro, parece marcar a transição de unidades estruturais de maior importância”. (LYNCH, 1980: 45)



Fig. 1 Shopping Iguatemi – pioneiro na cidade.

Avenida Faria Lima – zona Oeste de São Paulo.

Podemos selecionar estes espaços redesenhados em *Shopping Centers*, estabelecimentos que ganharam grande impulso, sobretudo nos anos 80, criando centralidades urbanas para os grupos jovens que transformam estes espaços em locais de entretenimento, encontro e sociabilidade. No entanto, conforme Heitor Frúgoli Jr. (1995, p. 81), o processo de surgimento das novas centralidades traz consigo:

[...] os novos *centros especializados*, funcionais, que demandam uma ocupação organizada, seletiva, previsível e controlada, como no caso dos *shoppings*, que se pautam por uma *diversidade limitada* de freqüentadores, com um uso *interclasses*, ainda que com certa predominância de estratos mais privilegiados das classes medias.

Os *Shopping Centers*, sobretudo numa cidade como São Paulo, capital, representam um atrativo para segmentos da sociedade local, visitantes e turistas, principalmente vindos do

interior do Estado ou mesmo de todo Brasil, impulsionando o turismo comercial, ainda que, enquanto espaço social excludente, com uma significativa fronteira de um domínio privado dentro da esfera pública. De acordo com o antropólogo francês Marc Augé (1994), embora tentem ao máximo se configurar enquanto “*lugares da cidade*”, estes poderiam ser classificados como “*não-lugares*”, uma vez que se apresentam altamente codificados e rigorosamente regradados em seus usos.

Os Shopping Centers se constituem em espaços potencializadores da cultura do consumo, que se empenha em transformar o próprio estilo de vida, sofisticando agradavelmente a dimensão do privado. Observa-se que o consumo se funda na persistente produção e reprodução de sinais rapidamente legíveis por seus donos e por seu público; 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, (telefones, *palms*, *walkmans* e outros), os alimentos, os automóveis, os ambientes. Dessa forma, as diferenças de classe e 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. Tanto a gestualidade como a imagem/corpo servem perfeitamente a esse objetivo.

A prática do shopping tornou-se menos uma simples transição econômica e muito mais uma interação mediativa, na qual os indivíduos trocam e consomem imagens, experiências, decifrações. A cultura do consumo é uma cultura da comunicação visual, 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, p. 244) se refere a estes 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 comunicação visual; 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 comunicação visual é plural. Conecta não apenas os meios de comunicação visual entre si como de telefonia, portáteis digitais e o computador, mas também os comportamentos da vida quotidiana, cujo objetivo é o de absorver a produção de sentido vivida no momento

certo e no lugar apropriado. O consumo visual se apresenta como categoria interpretativa que investiga a crescente conexão 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, p. 245).

Os *Shoppings* funcionam ainda, como lugar seguro em que bandos de jovens podem circular distraidamente, entretidos com vitrines, com seus portáteis tecnológicos e não se incomodam, com as aglomerações em filas de cinemas, ofertas de final de estação, lanchonetes, restaurantes e praças de alimentação. Segundo dados da Associação Brasileira de Lojistas de *Shopping* (Alshop), o setor fechou o ano de 2005, com um faturamento em todo o Brasil na ordem de R\$ 59,3 bilhões, contribuição relativa a 4% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional. Ainda, segundo a mesma associação, o município de São Paulo lidera o ranking em número de lojas (mais de 11.060), diversidade e localização, contando com 68 *shopping centers*. Estes dados comprovam a fama popular de serem os shoppings considerados “a praia dos paulistanos”. Com opções variadas de lazer e comércio, além de valorizarem de maneira significativa os imóveis localizados nas proximidades, estimulam a expansão dos bairros onde estão implantados. Conseqüentemente, polarizam o interesse dos moradores como do turismo de negócios e visitantes a se hospedarem nas proximidades. Poderíamos afirmar que como fronteiras desencadeiam novos arranjos nas regiões de vizinhança, com desdobramentos para o bairro e conseqüentemente para a cidade.

Sabe-se que a transição de espaços, entre os bairros da cidade, se apresenta como demarcações esclarecedoras de tipologias de fronteiras. Isto significa que o estudo das fronteiras se faz mais de modo empírico do que a partir do preenchimento de determinadas matrizes, que podem se realizar em algumas particularidades, mas não responder por modelos prévios. Nestas faixas de contaminação, comportamentos e atitudes se apresentam e tomam forma, indicando talvez linguagens ainda embrionárias que se apresentam decisivas no diagnóstico da compreensão das fronteiras. Estes estudos se somam àqueles que poderiam nos conduzir às suspeições quanto à constituição de pistas potenciais para oferta de projetos de serviços na cidade.

De modo análogo, a diversidade de imigrantes em determinados bairros gera espaços de cultura, em que as fronteiras se fazem entre soluções de troca, de preservação de

identidade e de segurança. Pode-se pensar por um lado, na garantia de uma cultura, mas não se pode esquecer de que, no caso, esta experiência está circunscrita ao contexto diferenciado de qualquer outra possível inserção em outro país e/ou cidade; constrói-se assim numa singularidade intransferível, um potencial de diálogo com a diferença dentro de bairros. Desta maneira, os espaços se constituem em objetos de estudo, não dissociando suas peculiaridades regionais e culturais, porém promovem fluxos promissores de interlocuções entre alteridades dos habitantes, dos povos e nações. Poderíamos dizer que os bairros característicos de grupos migratórios que se preservaram não pelo isolamento, se mantêm e funcionam como referência diferencial de regiões da cidade, sobretudo nas grandes megalópoles.

No caso da cidade de São Paulo, considerada polivalente, os hábitos e atitudes de comportamentos múltiplos, definem a identidade e personalidade de seus bairros. De acordo com a definição de Lynch (1980, p. 58) “bairros são regiões em que o observador penetra (para dentro de) mentalmente e que reconhece como tendo algo de comum e de identificável”. Estas podem ser identificadas tanto do ponto de vista interno, como ocasionalmente externo, ao serem atravessadas. Valendo-se ainda dos estudos de Lynch (1980, p. 117), “quando um bairro se encontra bem diferenciado nas suas diversas partes, pode revelar ligações com outras características urbanas. Neste caso, o limite deve ser penetrável: uma “costura”, não uma barreira”. Com esta imagem associada à “costura”, instrumento de aproximação, é que deveríamos conceber as fronteiras, facilitadoras de interfaces, intercâmbios, trocas. A percepção destes sinais menos fluídos, portanto com mais constância se pode apresentar como projetos embrionários em regiões já sinalizadas por uma nascente agregação, uma experiência de acolhida. Em outras palavras, fronteiras permeadas pelas afinidades eletivas que dependem tanto do indivíduo como da cidade em questão.

Em estudos de semiologia urbana, Roland Barthes (2001) refere-se à cidade em sua relação centro/bairros. Os bairros se opõem ao centro no que dizem respeito ao imaginário urbano, mesmo que se saiba que os bairros têm vida própria, sobretudo em grandes cidades, o centro da cidade resiste e responde por maior heterogeneidade em qualquer âmbito em que se pense. O bairro sempre tende a assumir características mais familiares entre os habitantes do que o centro.



O semiólogo alerta para a força das compras e dos restaurantes nas cidades interpretando-as como a dimensão erótica. Erótica, como sinônimo de “socialidade” urbana, explica o autor. O motivo dos encontros de possíveis aproximações de ver e ser visto. A gestualidade urbana síntese do consumo se encontra nos lugares e regiões destes serviços. No que concerne às regiões e/ou ruas de um determinado tipo de comércio, acredita-se haver uma tônica recorrente em megalópoles, como podemos observar, em São Paulo. Uma vez que a oferta de produtos ou serviços se estabelece com sucesso numa área, há deliberadamente a oferta de concorrentes de categorias semelhantes e/ou complementares, numa seqüência de lojas para que o cidadão consumidor racionalize sua procura. Isto acarreta desdobramentos, como encontros, troca de informações, concentração de profissionais do mesmo ramo e outros efeitos que irão se configurar como fronteiras de segmentos voltados ao setor terciário, pólo de atração turística da cidade.

Para citarmos alguns exemplos, temos a Rua Santa Ifigênia, especializada em telefonia, informática e som em geral; a Rua da Consolação com lustres e iluminação; a Rua São Caetano, chamada de “rua das noivas”; a Rua do Gasômetro de madeiramento e plásticos; a Rua 25 de março, talvez a mais conhecida principalmente pelos nordestinos que deságuam diariamente para fazer compras e revender os produtos, principalmente roupas e tecidos, em seus Estados de origem e, que hoje está ocupada principalmente por coreanos que substituíram aos poucos os judeus e libaneses; e ainda, na mesma rua, conforme divulgação recente da mídia, as sacoleiras africanas, cerca de 700 compradoras provenientes da África circulam todos os dias, vindas de Angola, Moçambique, Guiné-Bissau e Cabo Verde, em busca de roupas usadas pelas atrizes de novelas brasileiras que fazem moda nos respectivos países. Neste caso, a fronteira que se desloca é da cultura e responde pelos efeitos da mídia, promovendo desejos de novidade em imaginários indefesos expostos ao poder persuasivo da mídia. De acordo com a associação dos lojistas da região, no final do ano, este número passa de 1.200; a Rua Teodoro Sampaio caracteriza-se em um trecho pela oferta de instrumentos e equipamentos musicais e outro pelo comércio de móveis.



Fig. 2 – Rua Teodoro Sampaio.

A força da seqüência de lojas de instrumentos musicais criou novos comportamentos de rua, fazendo que nos finais de semana, haja sessões de *jazz band* nas calçadas, onde se amontoam passantes, compradores e vendedores de bancas que já não cabem na Praça Benedito Calixto. Assim fizeram uma espécie de fusão entre a feira e a rua dos instrumentos musicais e de instrumentistas e músicos anônimos, que de alguma maneira se dão a conhecer.

Pode-se estender o conceito de fronteiras para demais situações urbanas como condomínios, clubes e similares que pontuam uma segmentação do uso. Hoje na cidade de São Paulo, associando os dois conceitos, a divulgação publicitária das incorporadoras anuncia em cadernos especializados dos jornais de final de semana, em canal televisivo de vendas os “miniclubes residenciais”. Nada mais são do que empreendimentos imobiliários com características bem definidas, dispendo de áreas privilegiadas de lazer e entretenimento. São espaços habitacionais circunscritos dentro dos bairros, formando um grande número de condomínios verticais e/ou horizontais, fechados, em diferentes regiões da cidade. Este passou a ser um fator determinante na escolha de um imóvel, segundo pesquisas do setor realizadas através do Sindicato da Habitação de São Paulo (Secovi – SP). Parte-se do pressuposto de um maior conforto e segurança, diante da violência e estresse ocasionados pelo novo estilo de vida contemporâneo de grandes cidades como São Paulo, hoje considerada como a quarta maior do mundo com quase 11 milhões de habitantes, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

O medo pode desencadear uma série de estratégias de proteção e exclusão social. Podemos lembrar Teresa Pires do Rio Caldeira (2000, p. 9), quando relata que estas novas estratégias se apresentam “[...] tanto simbólica quanto materialmente e operam de forma semelhante: estabelecem diferenças, impõem divisões e distâncias, constroem separações, multiplicam regras de evitação e exclusão e restringem os movimentos”.

Talvez pudéssemos interpretar este processo como uma maneira velada, mesmo que muitas vezes se apresente de forma explícita, na produção de espaços da cidade que contradizem os princípios da democracia, diante dos ideais de heterogeneidade, acessibilidade e igualdade. Ainda, segundo a autora

“[...] privatização, cercamentos, policiamento de fronteiras e técnicas de distanciamento criam um novo tipo de espaço público: fragmentado, articulado em termos de separações rígidas e segurança sofisticada, e no qual a desigualdade é um valor estruturante”. (CALDEIRA, 2000, p. 12)

Da mesma forma que Teresa Caldeira justifica sua redação com foco em São Paulo, porém, com objetivo de entendimento mais amplo em relação aos processos de transformação social e segregação das cidades, buscamos nesta reflexão embasada na cidade de São Paulo, demonstrar as fronteiras do visível e in-visível que seduz, atrai e expulsa, nos remetendo à escuta de seu silêncio enquanto lugar.

Adotaremos o conceito de lugar trabalhado por Milton Santos (1994, p. 36) apud Eduardo Yágizi (2001, p. 37), como “extensão do acontecer homogêneo ou do acontecer solidário”. Santos complementa posteriormente sua análise, afirmando que “[...] os lugares se definem por sua densidade informacional e por sua densidade comunicacional, cuja função os caracteriza e distingue. Essas qualidades se interpenetram, mas não se confundem”. (SANTOS, 1996, p.145).

Importante não só para residentes, mas também para os turistas e visitantes, é lembrarmos das palavras de Eduardo Yágizi (idem, p. 30), ao fazer referência ao planejamento das cidades rememorando Le Corbusier “[...] quando o planejamento ignora a escala do comum, subtrai-lhe a essência, o sal da terra. O próprio Le Corbusier, com todo seu funcionalismo reconheceu que a alma de uma cidade depende de tudo aquilo que ela tem de fantasioso e não funcional”.

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, pg. 33).

A visualidade conceitual das referidas redes se impõem instaurando marcos indicadores e expansivos de um mundo da energia econômica, que se desenham em edificações de

suntuosa visualidade, compondo a marca indiscutível de espacialidades em escala global.

Estas espacialidades são comunicadas emblematicamente para a grande massa como cenários das novelas, em peças publicitárias e para segmentos de maior poder aquisitivo, como os freqüentadores dos shoppings centers e de ruas de griffe, chegando até os cidadãos em seus equipamentos, acessórios, roupas, consumo em geral, entretenimento, lazer etc.



Fig. 3- Avenida das Nações Unidas que acompanha o rio Pinheiros.

As espacialidades 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 dos materiais, que refletem, espelham entre si, simulam cenários, muitas vezes paradoxais, quando se pensa a Avenida das Nações Unidas que acompanha o rio Pinheiros

A demarcação rígida, com barreiras físicas, cria a dissociação espacial, a imposição do confinamento evitando a dinâmica espontânea da urbanidade. Quando as fronteiras se constroem por experiências oriundas de soluções dos que vivenciam a cidade, a diversidade de suas regiões, a cidade harmoniza o espaço e a cultura, gerando oportunidades para que os cidadãos possam aprender com a cidade.



Fig. 4 Rio Pinheiros; Avenida Nações Unidas —
 Estação Cidade Jardim. Intervenção do artista
 plástico Eduardo Srur..

O antropólogo italiano Massimo Canevacci (1993, p.17), esclarece-nos como podemos compreender bem as cidades e, portanto, redesenhar seus espaços de convívio; para isto é preciso estarmos atentos àqueles que se encontram de passagem pela cidade, sobretudo porque o “olhar desenraizado do estrangeiro tem a possibilidade de perceber as *diferenças* que o olhar domesticado não percebe, interiorizado e demasiadamente habituado, pelo excesso de familiaridade”.

A articulação entre espaço e imagem e o modo como esta interação se dá permite entender que o espaço encontra categorias de análise que favorecem o trânsito entre ofertas da prestação de serviços e produtos da área do turismo, ampla e tradicionalmente divulgada pela mídia, em geral. Entretanto, ao assumirmos uma postura crítica, percebem-se os efeitos e desdobramentos destes exauridos modelos que pressionam e apontam outras direções implicadas no conjunto e complexidade das múltiplas áreas intervenientes do turismo.

A comunicação urbana rapidamente se reduz à representação, cujos objetos dizem respeito à persuasão publicitária midiática, presente na composição dos códigos visuais e/ou cinéticos que caracteriza todas as manifestações da comunicação de massa. Há o domínio de um cenário midiaticizado que se efetiva na saturação de uma visualidade publicitariamente construída com apelos prioritariamente mercadológicos. Um enfoque que se diferencia propõe-se a encontrar fronteiras, em que não estejam demarcados apenas o exótico e ou diferente de modo caricatural, o que acontece ao dissociar os lugares de seus respectivos contextos, negando-lhes a complexidade e o estatuto de troca, conhecimento e celebração entre povos.

A globalização financeira e a mundialização da cultura que se divulgam, sobretudo através dos meios de comunicação de massa e dos meios digitais, evidenciam os transportes mais modernos, ágeis e baratos, o crescimento da população urbana, a maior

expectativa de vida, as correntes migratórias, os deslocamentos e viagens curtas e mais freqüentes, a demanda e abertura de novos mercados e a descoberta de outras oportunidades econômicas.

O desenvolvimento sustentável torna imprescindível o planejamento das cidades, que não isole o município de seu entorno, buscando o equilíbrio na natureza e uma justa qualidade de vida a todos os participantes desse processo. A questão da qualidade de vida no meio urbano afeta o bem-estar de todos, sejam moradores ou turistas, repercutindo no mercado, e em seguida, o bem-estar do próprio morador da localidade.

Yuri Lotman (1984) em estudos da semiótica da cultura ressalta a relevância da fronteira, como esclarecedora categoria de pesquisa, afirmando que sistemas precisos e funcionalmente unívocos não existem por si só e, portanto, não produzem linguagem.

A investigação sobre o assunto, que traz para si também questões relativas à cidade, justifica uma rápida incursão na busca de correspondências entre os sistemas de cultura devidamente contextualizados na comunicação das cidades. A expansão da linguagem se dá quando espaços tipificados funcionam submersos num continuum semiótico, ocupado por formações semióticas de diversos tipos e que se encontram em distintos níveis de organização. Esse continuum, um grande fluxo que o citado autor conceitua como semiosfera, responde por uma complexidade espacial de produção de linguagem; possui caráter abstrato e seria definido por uma pluralidade de esferas que devem sua existência pela presença de fronteiras, que resguardam traços distintivos aí contidos. A essas esferas singulares regidas por um grande fluxo que sem homogeneizá-las, potencializam suas características, as trataremos como espacialidades. Os recortes da cidade respondem pelas espacialidades inseridas nas fronteiras que demarcam por um lado usos de extrema tradição e por outro, aqueles comandados pela modernização global.

Só a partir da interioridade de tais espacialidades circunscritas por fronteiras se torna possível a realização dos processos comunicativos, a produção de nova informação e conseqüentemente a singularidade cultural de uma cidade. O tecido urbano se constrói num sistema de troca de informações e mecanismos de ajustes contínuos, entre a diversidade das espacialidades, em que estas, com fronteiras próprias, estimulam usos e atividades que as sustentam e identificam, disponibilizando-se assim à troca e interatividade das áreas urbanas e mesmo entre cidades, em circunvoluções de complexidades gradativas.

O grande fluxo, como um lençol d'água, permeia todas as espacialidades, mas o faz pela presença das fronteiras, que não respondem por um mecanismo único, não uma unidade isolada, mas se nutrem do grande sistema denominado semiosfera, que libera fenômenos de semiose. As fronteiras das espacialidades se constituem nos traços distintivos de dada semiosfera, e através delas surgem os transmissores, os chamados filtros que seriam representados pela escolha de cada espacialidade que controla e seleciona o que é passado, bem como seu modo de fazê-lo para outras espacialidades, que se apresentam numa diferença cultural. Há assim um caráter delimitado de uma cultura que ao se comunicar com outra que lhe é diversa, interage, mas se preserva, demonstrando que há por um lado, uma dimensão que se mantém resguardada do contato entre culturas. A fronteira, no caso, possui uma importantíssima posição funcional, estrutural e sistêmica que determina a essência do mecanismo das semioses, ou seja, do caráter dialógico da linguagem.

Compreendemos deste modo que são as fronteiras da cidade, a urbanidade que torna possível devolver à cidade, sua dimensão original da troca pelo reconhecimento da valorização da alteridade, como experiência insubstituível para o cidadão. A fronteira possui assim, a função demarcatória que está em seu significado primeiro e também a de película que ata as espacialidades limitando e discriminando a penetração do externo ao interno a filtrá-lo e elaborá-lo adaptativamente.

Todo pedaço de uma estrutura semiótica conserva os mecanismos de reconstrução de todo o sistema. A irregularidade estrutural da semiótica faz com que ela se desenvolva com velocidades diferentes em seus variados setores. A capacidade de entregar informação em porções é uma lei universal dos sistemas dialógicos. A consciência é um intercâmbio de linguagens, desde o intercâmbio entre os hemisférios cerebrais até o intercâmbio entre culturas. A consciência sem comunicação é impossível. Neste sentido pode-se dizer que o diálogo precede a linguagem e lhe dá origem. Isto está na base da semiosfera.

A semiosfera do mundo contemporâneo adquiriu na atualidade um caráter global e inclui dentro de si tanto o ciberespaço extraterritorial, como as manifestações locais, singulares de cada espacialidade das regiões urbanas. Assim, a fronteira, em respectivos potenciais de comunicação da cidade responde pela impossibilidade de delimitar um território estável, em que o pensamento se instala para dali se deslocar.

REFERÊNCIAS E CRÉDITOS DAS IMAGENS:

AUGÉ, Marc. **Os Não-Lugares: Uma Introdução à Antropologia da Supermodernidade.** Campinas: Papyrus, 1994.

ARANTES, O; VAINER, C.; MARICATO, E. (org.). **A cidade do pensamento único: desmanchando consensos.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

BAUMAN, Zygmunt. **Tempos Líquidos.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007.

CALDEIRA, Teresa Pires do Rio. **Cidade de Muros: Crime, Segregação e Cidadania em São Paulo,** tradução de Frank de Oliveira e Henrique Monteiro. São Paulo: Ed. 34 / Edusp, 2000.

CANEVACCI, Massimo. **A Cidade Polifônica: Ensaio Sobre a Antropologia da Comunicação Urbana;** tradução Cecília Prada. São Paulo: Studio Nobel, 1993. (Coleção Cidade Aberta).

_____. **Antropologia da Comunicação Visual.** Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

DUARTE, Fábio. **Crise das Matrizes Espaciais.** São Paulo: Ed. Perspectiva, 2002.

FERRARA, Lucrecia D'Alessio. **Significados Urbanos.** São Paulo: EDUSP / FAPESP, 2000.

FRÚGOLI JUNIOR, Heitor. **São Paulo: Espaços Públicos e Interação Social.** São Paulo: Ed.Marco Zero, 1995.

INSTITUTO ANTONIO HOUAISS. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa.** Rio de Janeiro: Ed. Objetiva, 2001.

LOTMAN, Iuri M. **La semiosfera I. Semiótica da Cultura e do Texto.** Valência: Ed. Frónesis, 1984.

LYNCH, Kevin. **A Imagem da cidade.** São Paulo: Ed. Martins Fontes, 1980.

SANTOS, Milton. **Técnica, Espaço, Tempo, Globalização e Meio Técnico - Científico Informacional.** São Paulo: Ed. Hucitec, 1994.

_____. **De la Totalidad al Lugar.** Barcelona: Ed. Oikos-tau, 1996.

_____. **A Natureza do Espaço.** São Paulo: Ed. Hucitec, 1999.

YÁZIGI, Eduardo. **A Alma do Lugar: Turismo, Planejamento e Cotidiano em Litorais e Montanhas.** São Paulo: Ed. Contexto, 2001.

_____. **Civilização Urbana – planejamento e turismo.** São Paulo: Ed. Contexto, 2003.

Figuras 1 e 4 - Mônica Bueno Leme, outubro 2006.

Figura 2- Bernardo Barlach, 2007

Figura 3- www.sampaonline.com.br, 2006.